BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji tentang perusahaan media yang memiliki Koran sebagai produknya itu Koran PT OKT yang akan melakukan *Dual Transformation*. Metode dual transfromasi dilakukan karena ada target yang berbeda yang ingin dituju. Pada transformasi tahap A, dilakukan pengukuran keadaan digital perusahaan saat ini dan keadaan yang diharapkan dengan menggunakan Digital Maturity Model (DMM) TM Forum sehingga ditemukan gap kondisi saat ini dan yang akan datang. Penelitian ini ada untuk mengisi gap tersebut untuk mencapai tujuan perusahaan yang adalah meningkatkan *revenue* dengan cara menaikan penjualan melalui Koran digital dari sisi distribusi dan peningkatan pemasangan iklan, juga memperetahankan jumlah sirkulasi Koran cetaknya, untuk itu dengan membuat roadmap sehingga perusahaan dapat mencapai tahap yang diinginkan.

Dalam mencapai tujuan tersebut, perlu dimaksimalkan penggunaan promosi berbagai platform media yang dimiliki yaitu melalui Koran sendiri, portal/website dan juga media sosialnya, agar produk dapat lebih diketahui oleh banyak orang sehingga menaikan penjualan. Untuk dapat mengetahui produk dan tema apa, serta langkah apa yang harus dilakukan, maka diperlukan alat bantu bawaan dari sosial media untuk dapat mengetahui data analitik dari alat yang dipakai untuk marketing. Alat bantu data analitik tersebut dapat membantu untuk mengetahui data profil pembaca baik secara demografis dan juga melihat berita-berita yang paling banyak diakses serta interaksi, serta data seperti sudah dilihat berapa banyak orang serta data dari pembaca sepert umur dan wilayah. Sehingga dalam membuat atau menayangkan gambar atau video, dapat disesuaikan dengan keinginan dan ketertarikan dari pembaca. Pada transformasi berfokus pada perubahan bentuk media yaitu Koran digital. Pada tahap pengumpulan data digunakan DMM dalam membuat kuisioner, lalu dilakukan wawancara dengan pelanggan dengan klasifikasi generasi tersebut.

Pada hasil kuisioner didapatkan bahwa perusahaan sekarang masih dalam tahap 2 yaitu *emerging*. Setelah mendapatkan hasil tersebut maka hasilnya divalidasi ke top management dengan melakukan interview. Dari hasil validasi tersebut, didapati bahwa keadaan sekarang benar, dan kedepannya perusahaan ingin semua yang masih kurang, berjalan. Sehingga diputuskan bahwa level yang diambil pada DMM adalah *Advancing*. Dan diharapkan bahwa proyek ini bisa dijalankan dalam waktu yang singkat yaitu dengan target satu tahun. Studi saat ini memiliki keterbatasan, yaitu tidak semua dimensi di DMM digunakan. Jika memungkinkan, untuk penelitian kedepannya bisa menggunakan semua sub dimensi, sehingga bisa menghasilkan temuan baru. Proses ini menggunakan strategi dual transformation, sehingga kedua proses transformasi mempunyai sarannya masing masing.

5.2. Saran

Penelitian ini disarankan untuk digunakan dalam membantu perusahaan yang akan melakukan transformasi, khususnya di industri media cetak, khususnya koran. Sehingga dapat menemukan strategi dalam mengeksploitasi sumber daya yang ada untuk mengisi kesenjangan, dan mengeksplorasi sumberdaya baru dalam membuat Koran dalam bentuk yangbaru yaitu Koran digital sehingga dapat mencapai tujuan untuk terus mempertahankan media cetaknya, menaikan *revenue*, serta menyediakan media yang dapat mendukung untuk mendapatkan segmentasi yang berbeda, dan menambah tempat atau media untuk memasang iklan. Studi saat ini memiliki keterbatasan, yaitu tidak semua dimensi di DMM digunakan. Jika memungkinkan, untuk penelitian kedepannya bisa menggunakan semua sub dimensi, sehingga bisa menghasilkan temuan baru. Saran untuk transformasi, dikemukakan berdasarkan dimensi dalam digital maturity model, yang dijabarkan sebagai berikut:

5.1.1 Print Media

Untuk transformasi Print Media, dikemukakan berdasarkan

dimensi dalam digital maturity model, yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Dimensi Customer: Perusahaan disarankan untuk menggunakan desain baru yang lebih menarik, dan memasarkannya melalui website dan media sosial sehingga dapat dipantau grafik analitiknya. Dalam memasarkan Koran cetak, disarankan juga untuk memasarkannya melaui media sosial, serta mendistribusikan ke restoran, café dan hotel yang masih ramai atau yang memiliki digital platform sehingga mudah dicari.
2. Dimensi Strategy: Disarankan untuk memakai platform media sosial untuk memasarkannya sehingga dapat menjangkau segmentasi yang dituju dengan lebih mudah.
3. Dimensi Technology: dalam dimensi ini, disarankan untuk perusahaan memaksimalkan websitenya dalam memasarkan produk baik media cetak maupun digitalnya. Dapat pula mengulas headline berita untuk dimasukanpada artikel yang diunggah ke website.
4. Dimensi Operations: untuk dimensi ini, penulis menyarankan agar dilakukan pelatihan dalam penggunaan aplikasi yang sudah dipakai sebelumnya, contohnya google drive. Sehingga pengiriman data dengan *size* besar dapat dilakukan dengan mudah, dan arsip data juga dapat dilakukan tanpa membutuhkan alat yang memiliki biaya mahal.
5. Dimensi Culture: untuk memaksimalkan sumber daya yang ada, khususnya sales, maka disarankan untuk melakukan sosialisasi pengembangan produk pada Koran digital, agar tim sales dapat memenuhi kapabilitas bisnis dari perusahaan dan melakukan edukasi ke calon customer dan pelanggan.

5.1.2 Koran Digital

Untuk transformasi ke Koran Digital, dikemukakan

berdasarkan dimensi pada digital maturity model, yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Dimensi Customer: disarankan untuk memaksimalkan media sosial yang dimiliki untuk dapat memasarkan koran digital yang dibuat.
2. Dimensi Strategy: mengoptimalkan penggunaan video dalam menyajikan berita cetak, sehingga dapat menghasilkan tampilan yang menarik dan berbobot, serta di unggah secara konsisten, sehingga dapat menarik pembaca dan pelanggan
3. Dimensi Technology: disarankan agar perusahaan segera mengadakan alat yang dibutuhkan agar dapat membuat video yang sesuai dengan keinginan pelanggan, serta menggunakan penyimpanan data menggunakan *cloud* sehingga tidak dibutuhkan biaya yang besar dalam menyimpan data.
4. Dimensi Operation: pada dimensi ini penulis memberikan saran untuk dapat menggunakan aplikasi atau alat dalam bertukar data secara efektif dan dapat memindahkan data dengan *size* besar secara cepat.
5. Dimensi Culture: penulis menyarankan untuk adanya training digital dan produk *knowledge* secara *significant* agar ada standarisasi *knowledge*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA