

## ABSTRAK

*Dalam era perkembangan teknologi dan informasi saat ini, televisi menjadi salah satu media dalam menyampaikan informasi. Namun, content yang ditawarkan oleh pengelola TV lokal hingga saat ini masih belum mampu untuk dapat memberikan informasi dan layanan yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Kelemahan TV lokal ini membuka peluang bagi industri Pay TV(Cable TV) untuk memberikan informasi dan layanan yang lebih baik seperti yang dilakukan oleh PT Broadband Multimedia Tbk dengan produknya yaitu “Kabelvision“. PT Broadband Multimedia Tbk sebagai Market Leader dalam industri Pay TV di Indonesia dituntut untuk terus mengembangkan produk dan pelayanannya. Oleh karena itu dibutuhkan penerapan strategi-strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan yang ada. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa permasalahan yang dihadapi oleh PT Broadband Multimedia Tbk kemudian memberikan solusi atau rekomendasi yang tepat yang dapat digunakan sebagai strategi bagi PT Broadband Multimedia Tbk. Manfaat dari penelitian ini bagi perusahaan adalah untuk memperoleh rekomendasi yang mungkin dapat menjadi pilihan untuk menentukan strategi dalam mempertahankan posisinya sebagai Market Leader dalam industri Pay TV. Strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkann jumlah pelanggan dan memperluas cakupan area, sehingga memampukan PT Broadband Multimedia Tbk untuk lebih berkembang. Penelitian ini menggunakan alat analisis strategi Fred R. David, analisa Porter, Survey dan wawancara. Dan dari hasil analisa yang dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan diantaranya adalah: PT Broadband Multimedia telah berinisiatif untuk memanfaatkan teknologi yang dimilikinya dalam rangka meningkatkan jumlah pelanggan(SMART TV) dan cakupan areanya(ekspansi Kabelvision), dan minat masyarakat terhadap SMART TV sangat besar. Oleh karena itu rekomendasi yang dapat diberikan antara lain adalah menjadikan SMART TV sebagai ‘pembuka jalan’ bagi pelaksanaan ekspansi Kabelvision, selain tetap membina hubungan partnership, terus berinovasi, meningkatkan promosi dan kualitas pelayanan kepada customernya.*

**Kata Kunci : Cable TV/ TV Kabel, Direct To Home (DTH), Ekspansi, Informasi, Jaringan, Strategi, Televisi.**