

DAFTAR ISI

Pengesahan Tesis	i
Pernyataan Mahasiswa.....	ii
Pernyataan perusahaan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Abstrak	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian Tesis	7
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Sistematika Penulisan	8
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Definisi Strategi Manajemen dan Pemasaran	10
2.2. Analisis Eksternal.....	11
2.2.1. Analisis Makro.....	12
2.3 Analisis Pasar	13
2.4 Analisis Internal	13
2.5 External dan Internal (EFE & IFE matrix)	14
2.6 The Competitive Profile Matrix (CPM)	16
2.7 Sasaran dan Formulasi Strategi.....	16
2.8 Bauran Pemasaran	17
2.9 Kerangka Analisis.....	20

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1. Metode penelitian	21
3.2. Metode Pengolahan Data	21
3.2.1. Data primer	21
3.2.2. Data sekunder	21
3.3. Teknik Pengumpulan data	22
3.3.1. Populasi	22
3.3.2. Sampel	22
3.4. Teknik pengolahan data	24
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	25
4.1. Analisis Lingkungan	25
4.1.1. Analisis Eksternal (makro)	25
4.1.1.1. Analisis Ekonomi.....	25
4.1.1.2. Inflasi.....	27
4.1.1.3. Fluktuasi Nilai Tukar Rupiah	28
4.1.2. Analisis Politik	28
4.1.3. Analisis Sosial Budaya	29
4.1.4. Analisis Lingkungan	29
4.1.5. Analisis Teknologi	30
4.2 Analisis Industri Koran	31
4.2.1. Struktur Industri	32
4.2.2. Peluang Industri	34
4.2.3. Ancaman Industri	35
4.3. External Faktor Evaluation (EFE Matrix)	36
4.4. Key Success Factor (KSF)	39
4.5. Tinjauan Umum Tentang Media Indonesia	40
4.5.1. Visi dan Misi Media Indonesia	41
4.5.2. Struktur Organisasi Media Indonesia	43
4.6. Analisis Internal	43

4.7. Analisis Fungsional	48
4.7.1. Divisi Penjualan	48
4.7.2. Divisi Sirkulasi	49
4.8. Perspesi Pengiklan terhadap Koran Media Indonesia	49
4.8. Analisis Kekuatan dan Kelemahan	53
4.9. Internal Faktor Evaluation (IFE Matrix)	55
4.10. Formulasi Sasaran Strategi Pemasaran	58
4.11. Internal-External Matrix (IE Matrix)	60
4.12. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	62
4.13. Rencana Program Implementasi	64
 BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	 69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 – Realisasi Pendapatan Iklan Koran di Indonesia 2013-2016	3
Tabel 1.2 – Realisasi Pendapatan Iklan Koran Nasional 2016	4
Tabel 1.3 – Data Jumlah Pembaca Koran Nasional 2016.....	4
Tabel 1.4 – Realisasi Pendapatan Iklan Media Indonesia 2013-2016.....	5
Tabel 3.1 – Data Pengiklan tahun 2016.....	22
Tabel 4.1 – External Faktor Evaluation (EFE MATRIX)	37
Tabel 4.2 – ADEX Nielsen MI dan Kompetitor Q1 2017	45
Tabel 4.3 – Realisasi Pendapatan Iklan Koran Nasional Q1 2017.....	46
Table 4.4 – Data Jumlah Pembaca Koran Nasional Q1 2017.....	46
Table 4.5 – Competitive Profile Matrix.....	54
Table 4.6 – Internal Faktor Evaluation (IFE Matrix)	57
Table 4.7 – Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)	63