

## DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERNYATAAN PERUSAHAAN/ORGANISASI.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penulisan.....	8
1.4. Manfaat Penulisan.....	9
1.5. Batasan Penulisan.....	9
1.6. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II. TINJAUAN TEORI .....	12
2.1. Konsep Dasar Strategi.....	12
2.1.1. Manajemen Strategis.....	13
2.1.2. Tipe Strategi.....	16
2.2. Analisis Eksternal.....	18
2.2.1. Analisis Lingkungan Makro.....	19
2.2.2. Analisis Industri.....	21

2.2.3. Matriks EFE ( <i>External Factor Evaluation</i> ).....	22
2.3 Analisis Internal .....	23
2.3.1. Analisis Fungsional.....	24
2.3.2. Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ).....	26
2.4 Analisis SWOT .....	27
2.5 Analisis CPM .....	28
2.6 Matriks IE .....	29
2.7 Matriks SPACE .....	31
2.8 QSPM ( <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> ).....	33
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 37
3.1. Jenis Penelitian.....	37
3.2. Kerangka Analisis... ..	37
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	40
3.4. Pengumpulan Data.....	40
3.5. Pengolahan Data.....	41
3.5. Validasi Penelitian.....	42
 BAB IV ANALISIS EKSTERNAL .....	 43
4.1. Deskripsi Umum Industri Televisi.....	43
4.2. Analisis Makro.....	47
4.2.1. Politik.....	47
4.2.2. Ekonomi.....	50
4.2.3. Sosial.....	54

4.2.4. Teknologi.....	55
4.2.5. Lingkungan.....	58
4.2.6. Hukum.....	60
4.3. Analisis Industri.....	62
4.3.1. Ancaman dari Masuknya Pesaing Baru.....	63
4.3.2. Persaingan di Antara Pemain yang Sudah Ada .....	63
4.3.3. Ancaman dari Produk Pengganti.....	63
4.3.4. Kekuatan Posisi Tawar Pemasok.....	63
4.3.5. Kekuatan Posisi Tawar Pembeli Iklan.....	64
4.4. Formulasi Ancaman dan Peluang .....	65
4.5. Matriks EFE ( <i>External Factor Evaluation</i> ).....	68
4.6. Matriks SPACE ( <i>External Position</i> ).....	70
BAB V ANALISIS INTERNAL.....	72
5.1. Profil Perusahaan MNCTV.....	72
5.1.1. TPI Setelah Pertengahan 1990 an.....	72
5.1.2. Awal Perubahan TPI Menjadi MNCTV.....	74
5.1.3. TPI Menjadi MNCTV.....	76
5.1.4. Peluncuran Brand MNCTV.....	76
5.1.5. Pemilihan Nama, Warna, Logo, dan Tag Line dari MNCTV.....	77
5.1.6. Tahapan Peluncuran atau <i>Relaunch Brand</i> dan Logo MNCTV.....	79
5.2. Uraian Visi dan Misi Perusahaan.....	80
5.3. Matriks CPM.....	81
5.4. Analisis Fungsional.....	84
5.4.1. Struktur Organisasi.....	84

5.4.2. Manajemen.....	87
5.4.3. Operasi.....	88
5.4.4. Pemasaran.....	90
5.4.5. Sumber Daya Manusia.....	91
5.4.6. Keuangan dan Akuntansi .....	95
5.5. Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ).....	100
5.6. Matriks SPACE ( <i>Internal Position</i> ).....	102
BAB VI FORMULASI STRATEGI .....	104
6.1. Sasaran PT Cipta Televisi Pendidikan Indonesia.....	104
6.2. Hasil Analisis Matriks IE, SPACE dan SWOT.....	104
6.2.1. Hasil Analisis Matriks IE (Internal Eksternal).....	105
6.2.2. Hasil Analisis Matriks SPACE .....	107
6.2.3. Hasil Analisis Matriks SWOT.....	110
6.3. Pemilihan Strategi dengan Matriks QSPM.....	113
BAB VII TAHAPAN IMPLEMENTASI .....	118
BAB VIII KESIMPULAN DAN SARAN .....	121
8.1. Kesimpulan .....	121
8.2. Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	125
LAMPIRAN.....	128

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Periklanan Indonesia dalam Media.....	1
Tabel 1.2 Tabel Kelompok Media.....	2
Tabel 1.3 <i>Share</i> Tahunan - 11 Channel, All Market, All Demographics. ....	5
Tabel 1.4 Data <i>Performance</i> Tahun 2008-2014.....	5
Tabel 2.1 Matriks EFE.....	23
Tabel 2.2 Matriks IFE.....	26
Tabel 2.3 Pembuatan Matriks SWOT.....	27
Tabel 2.4 CPM ( <i>Competitive Profile Matrix</i> ).....	29
Tabel 2.5 Indikator-indikator pada matriks SPACE.....	33
Tabel 2.6 QSPM.....	35
Tabel 4.1 Ringkasan Analisis Eksternal.....	65
Tabel 4.2 Ringkasan Analisis Industri.....	66
Tabel 4.3 Matriks EFE MNCTV.....	69
Tabel 4.4 <i>Stability Position</i> (SP).....	70
Tabel 4.5 <i>Industry Position</i> (IP) .....	71
Tabel 5.1 <i>Competitive Profile Matrix</i> MNCTV.....	83
Tabel 5.2 Tingkat Pendidikan Karyawan.....	92
Tabel 5.3 Usia Karyawan.....	93
Tabel 5.4 Data keuangan MNCTV vs IVM.....	95
Tabel 5.5 Matriks IFE.....	101
Tabel 5.6 <i>Financial Position</i> (FP) MNCTV.....	102
Tabel 5.7 <i>Competitive Position</i> (CP) MNCTV.....	103
Tabel 6.1 Matriks SWOT.....	112
Tabel 6.2 Matriks QSPM.....	114

Tabel 6.3 Kombinasi Matriks QSPM dan SWOT ..... 116

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Performa By <i>CSHR</i> (%) Tahun 2013-2015.....	7
Gambar 2.1 Pengelompokan Strategi Perusahaan.....	17
Gambar 2.3 Matriks IE (Internal-External).....	30
Gambar 2.4 Matriks SPACE.....	32
Gambar 3.1 Kerangka Analisis.....	39
Gambar 4.1 <i>Porter's Five Competitive Forces</i> .....	62
Gambar 5.1 <i>Organization Structure</i> .....	85
Gambar 5.2 <i>Grafik Return on Equity</i> .....	96
Gambar 5.3 <i>Grafik Return on Asset</i> .....	97
Gambar 5.4 <i>Grafik Net Profit Margin</i> .....	98
Gambar 5.5 <i>Grafik Current Ratio</i> .....	99
Gambar 6.1 Gambar Grafik <i>MNCTV's Revenue Projection</i> .....	104
Gambar 6.2 Matriks Internal-Eksternal PT Cipta TPI.....	106
Gambar 6.3 Matriks SPACE PT. Cipta TPI.....	108

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara dengan Ella Kartika (Director of MNC Group).....	128
Lampiran 2. Transkrip Wawancara dengan Kanti Mirdiati (Managing Director 3 TV : MNCTV,RCTI dan Global TV)..	132
Lampiran 3. Transkrip Wawancara dengan Jasmine Pratiwi (Director of Sales and Marketing).....	138
Lampiran 4. Transkrip Wawancara dengan Hary Hermawan (General Manager of Programming).....	143
Lampiran 5. INDEKS.....	148
Lampiran 6. Top 30 Program <i>All Station</i> 2012-2013.....	163
Lampiran 7. Top 30 Program <i>Series</i> 2012-2013.....	164
Lampiran 8. Top 30 Program <i>Children</i> 2012-2013.....	165
Lampiran 9. Top 30 Program <i>All Station</i> 2014-2015.....	166
Lampiran 10. Top 30 Program <i>Series</i> 2014-2015.....	167
Lampiran 11. Top 30 Program <i>Children</i> 2014-2015.....	168
Lampiran 12. Universe dan Sample Nielsen Media Research 2010 – 2015 .....	169