

Daftar Isi

Pernyataan.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
Executive Summary	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I.....	1
Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penulisan	5
1.4 Ruang Lingkup.....	6
1.5 Hasil dan Manfaat Penulisan.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II	9
Landasan Teori	9
2.1 Teori yang digunakan.....	9
2.1.1 AIDA Konsep.....	9
2.1.2 <i>Marketing mix</i> (bauran pemasaran)	9
2.1.3 <i>Buying Centre</i>	11
2.1.4 <i>Purchase Process for Service</i>	12
BAB III.....	16
Metodelogi Penelitian	16
3.1 Kerangka Analisis	16
3.2 Objek Penelitian	17
3.1 Jenis-jenis data	17
3.2 Metode Pengumpulan dan Analisis Data	17
3.2.1 Survey Kuesioner	18
3.2.2 Observasi	18
3.2.3 Dokumentasi.....	18
3.2.4 Data Kuantitatif	18
3.6 Metode Analisis Data	20

3.6.1 Data Kuantitatif	20
3.6.2 Data Kualitatif	20
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1 Profil Perusahaan.....	22
4.2 Logo Perusahaan	23
4.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	23
4.4 Nilai Perusahaan	24
4.5 Struktur Organisasi.....	25
4.6 Business Model Canvas	27
4.7 Kondisi Organisasi	29
BAB V	30
Analisa dan Pembahasan.....	30
5.1 Analisis eksternal.....	30
5.1.1 Competitor.....	30
5.1.2 Customer.....	Error! Bookmark not defined.
5.1.3 Trend Komunikasi.....	47
5.1.4 Opportunity dan Threat.....	54
5.2 Analisis Internal	56
5.2.1 Segmenting Targeting Positioning.....	56
5.2.1.1 Segmenting.....	56
5.2.1.2 Targeting.....	57
5.2.1.3 Positioning.....	58
5.2.2 Marketing MIX	58
5.2.2.1 7P	58
5.2.3 Komunikasi organisasi	63
5.2.3.1 Strategi	63
5.2.3.2 Program.....	64
5.2.3.3 Evaluasi	65
5.2.3.4 SDM	66
5.2.4 Strength dan Weakness	66
5.3 Objective	Error! Bookmark not defined.
5.4 SWOT Matriks	Error! Bookmark not defined.

5.5 Strategi komunikasi	Error! Bookmark not defined.
BAB VI	68
Formulasi dan Implementasi Strategi.....	68
6.1 Formulasi Strategi	68
6.2 Target Strategi Komunikasi	77
6.3 Implementasi Strategi.....	77
Daftar Pustaka	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Alur Kerangka Analisis	16
Gambar 2: Logo Perusahaan	23
Gambar 3: Struktur Organisasi	25
Gambar 4: Daily Social Range Age	47
Gambar 5: Rata-rata Pengguna Internet	48
Gambar 6: Oplah Media Cetak	49
Gambar 7: APPEX Media Cetak	50
Gambar 8: Penetrasi Media 2016	50
Gambar 9: Penetrasi Media dari 2017 (Sumber Nielsen Indonesia)	51
Gambar 10: Alasan Penggunaan Internet	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Populasi Penelitian	19
Tabel 2: Sample Penelitian	20
Tabel 3: Business Model Canvas	27
Tabel 4: Faktor-faktor Pertimbangan Usaha Mikro dan Kecil	41
Tabel 5: Faktor-faktor Pertimbangan Usaha Menengah dan Besar	42
Tabel 6: Assumption of Targeting	57
Tabel 7: Target Marketing of Viseworks	58