

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	5
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	5
1.6. Lingkup Penelitian .....	6
1.7. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI.....</b>	<b>8</b>
2.1. Analisis Lingkungan Industri.....	8
2.2. Penetapan Tujuan dan Misi Organisasi.....	8
2.3. Peran Pemasaran dalam Memimpin Manajemen Strategis.....	8
2.4. Proses Perumusan Strategi Pemasaran.....	10
2.5. Penetapan Strategi Inti .....	11
2.5.1. Analisis Sumber Daya Organisasi .....	11
2.5.2. Analisis Pasar yang dilayani.....	15
2.5.3. Analisis SWOT.....	16
2.5.4. Strategi Inti .....	16
2.6. Penciptaan Pemosisian Kompetitif .....	19
2.6.1. Pasar Sasaran .....	19
2.6.2. Keunggulan Diferensial.....	20
2.7. Implementasi.....	21



2.7.1. Bauran Pemasaran .....	21
2.7.2. Organisasi .....	21
2.7.3. Kontrol.....	22
2.8. Penelitian Terdahulu .....	22
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1. Desain Penelitian.....	24
3.2. Sampel Penelitian.....	24
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	25
3.4. Analisis Data .....	26
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	29
3.6. Studi Pendahuluan.....	30
3.7. Analisis Organisasi .....	31
3.7.1. Asosiasi Animasi Industri dan Konten Indonesia (AINAKI).....	31
3.7.2. Studio Animasi Kekayaan Intelektual .....	35
3.7.3. Program Komersialisasi Kekayaan Intelektual .....	38
<b>BAB 4 ANALISIS PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
4.1. Deskripsi Data.....	40
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
4.3. Analisis Lingkungan Makro Industri Animasi Indonesia .....	44
4.3.1. Analisis Lingkungan Ekonomi .....	44
4.3.2. Analisis Lingkungan Politik .....	50
4.3.3. Analisis Lingkungan Sosial dan Budaya .....	52
4.3.4. Analisis Lingkungan Hukum.....	53
4.3.5. Analisis Lingkungan Teknologi .....	54
4.3.6. Analisis Lingkungan Pemasaran .....	55
4.4. Analisis Faktor-Faktor Penetapan Strategi Inti .....	57
4.4.1. Analisis Sumber Daya Organisasi .....	57
4.4.2. Analisis Portofolio Produk .....	65
4.4.3. Analisis Produk Animasi Indonesia .....	68
4.4.4. Analisis Pasar yang dilayani.....	70
4.4.5. Analisis SWOT Industri Animasi Indonesia .....	83



4.5. Strategi Pemasaran .....	85
4.5.1. Tujuan Strategi Pemasaran .....	85
4.5.2. Strategi Pemosisian Kompetitif .....	86
4.5.3. Implementasi .....	90
4.6. Tahap Triangulasi Data .....	93
4.6.1. Triangulasi Teori .....	93
4.6.2. Triangulasi Sumber Data .....	94
<b>BAB 5 KESIMPULAN .....</b>	<b>98</b>
5.1. Simpulan .....	98
5.2. Implikasi .....	100
5.3. Keterbatasan .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>106</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1. Daftar Narasumber Penelitian.....	25
Tabel 3.2. Struktur Organisasi AINAKI (2019-2023) .....	33
Tabel 3.3. Program Kerja KI AINAKI (2019-2023) .....	34
Tabel 3.4. Implementasi Program Kerja AINAKI (2019-2023) .....	35
Tabel 4.1. Daftar Narasumber Penelitian.....	40
Tabel 4.2. Sumber Data Primer Penelitian.....	42
Tabel 4.3. Sumber Data Sekunder Penelitian .....	42
Tabel 4.4. Daftar Film Animasi Indonesia.....	69
Tabel 4.5. Daftar Serial Animasi Indonesia.....	69
Tabel 4.6. Klasifikasi Program Siaran berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.7. Sistem Persekolahan Indonesia.....	73
Tabel 4.8. Analisis SWOT Industri Animasi Indonesia.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Peran Pemasaran bagi Organisasi .....	9
Gambar 2.2. Proses Strategi Pemasaran.....	11
Gambar 2.3. Tipe Portofolio Produk.....	12
Gambar 2.4. Keseimbangan Portofolio Bisnis.....	14
Gambar 2.5. Fokus Strategi Perusahaan .....	17
Gambar 3.1. Logika Analisis Data.....	26
Gambar 3.2. Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif .....	28
Gambar 3.3. Logo AINAKI .....	31
Gambar 3.4. Struktur Organisasi AINAKI (2019-2023) .....	33
Gambar 3.5. Film Animasi <i>Battle of Surabaya</i> .....	36
Gambar 3.6. Portofolio Produk Anymate Studio .....	37
Gambar 3.7. Poster Film Animasi <i>Malam Jumawut 2</i> .....	38
Gambar 4.1. Pertumbuhan Pendapatan Studio Animasi .....	44
Gambar 4.2. Kontribusi dan Pertumbuhan Pendapatan Studio Animasi .....	45
Gambar 4.3. Perbandingan Kontribusi Bisnis Animasi .....	46
Gambar 4.4. Struktur Umur Penduduk Indonesia (2020) .....	52
Gambar 4.5. Klasifikasi Bisnis berdasarkan Rantai Nilai Produksi Animasi .....	58
Gambar 4.6. Tingkatan Peran Studio dalam Produksi Serial Animasi .....	59
Gambar 4.7. Rantai Nilai Produksi Animasi.....	60
Gambar 4.8. Faktor Pengaruh Pengembangan Usaha Baru Kreatif.....	61
Gambar 4.9. Siklus Finansial Studio Animasi .....	62
Gambar 4.10. Tingkat Kesiapan Tenaga Kerja Animasi Di Asia .....	64
Gambar 4.11. Jenjang Karier di Industri Animasi .....	65
Gambar 4.12. Contoh Pemenang Kekayaan Intelektual di Acara AAS.....	81

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Narasumber I.....	107
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Narasumber II .....	151
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Narasumber III .....	189
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Narasumber IV .....	214
Lampiran 5. Transkrip Wawancara Narasumber V .....	226
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Narasumber VI.....	245
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Narasumber VII.....	261
Lampiran 8. Transkrip Wawancara Narasumber VIII .....	269