

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER TESIS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah ...	4
1.3. Batasan Masalah...	5
1.4. Manfaat Penelitian....	5
1.5. Tujuan Penelitian...	6
1.6. Struktur Pembahasan...	6
 BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1. Konsep Manajemen Strategis...	8
2.2. Konsep Strategi...	10
2.3. Konsep Strategi Bersaing...	11
2.4. Konsep Strategi Diferensiasi....	14

	Halaman
2.5. Analisa SWOT.....	17
2.6. Analisa <i>Key Success Factors</i> (KSFs)..	19
2.7. Strategi Marketing Koran..	21
2.8. Metode Penelitian.....	24
2.8.1. Data Yang Diperlukan....	24
2.8.2. Struktur, Metode dan Analisa Data.	24
 BAB III. PROFILE PERUSAHAN	
3.1. Visi, Misi dan Value Globe Media Group...	27
3.2. Profil Koran Investor Daily....	29
3.3. Struktur Organisasi Perusahaan.	32
3.4. Sumberdaya Manusia....	33
 BAB IV. ANALISA DAN PEMBAHASAN	
4.1. Evaluasi Diferensiasi Koran Investor Daily dan Lingkungan Perusahaan..	34
4.1.1 Fitur Produk Investor Daily.	35
4.1.2 Merek Investor Daily...	40
4.1.3 Evaluasi Lingkungan Perusahaan..	40
4.1.3.1 Lingkungan External Perusahaan...	41
4.1.3.1.1. Pengaruh Perkembangan Teknologi.....	41
4.1.3.1.2. Pengaruh Lingkungan Ekonomi.....	44
4.1.3.1.3. Pengaruh Lingkungan Politik dan Pemerintahan..	45
4.1.3.1.4. Pengaruh Demografi Penduduk.....	46
4.1.3.2. Evaluasi Lingkungan Industri Perusahaan.....	47

4.1.3.3. Lingkungan Operasi Perusahaan.....	50
4.2. Analisa Kekuatan dan Kelemahan serta Ancaman dan Peluang koran Investor Daily, serta Kemampuan Menghadapi Persaingan..	52
4.2.1. Analisa Kekuatan dan Kelemahan serta Ancaman dan Peluang koran Investor Daily.....	52
4.2.1.1. Kekuatan koran Investor Daily.....	52
4.2.1.2. Kelemahan Investor Daily.....	53
4.2.1.3. Peluang Investor Daily.....	53
4.2.1.4. Ancaman Investor Daily.....	53
4.2.2. Evaluasi Kemampuan Bersaing Investor Daily.....	54
4.2.2.1. Kemampuan menghadapi supplier.....	55
4.2.2.2. Kemampuan menghadapi produk/jasa pengganti.....	56
4.2.2.3. Kemampuan Menghadapi Pembeli.....	57
4.2.2.4. Kemampuan Menghadapi Pendatang Baru.....	59
4.2.2.5. Kemampuan menghadapi persaingan dalam industri...	59
4.3. Faktor Kunci Kesuksesan.....	59
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	66



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Persyaratan Strategi Kompetitif Umum Diferensiasi.....	15
Tabel 3.1. Harga Pemasangan Iklan pada Harian Investor Daily.....	31
Tabel 4.1. Tampilan Jenis Berita Berdasarkan Jenis Halaman pada Koran Investor Daily.....	35
Tabel 4.2. Perbandingan Pengkategorian Berita Koran Investor Daily, Bisnis Indonesia dan Kompas.....	37
Tabel 4.3. Daftar isi halaman Data Keuangan koran Investor Daily.....	39
Tabel 4.4. 10 Besar media koran dengan pembaca terbanyak di 9 kota.....	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Manufacturing and Selling Newspaper.....	3
Gambar 2.1. Model Manajemen Strategis.....	9
Gambar 2.2. Pembuatan Strategi dan Pelaksanaannya.....	11
Gambar 2.3. Rangkaian Dalam Perumusan Strategi Bersaing.....	12
Gambar 2.4. Lima Faktor yang Mempengaruhi Persaingan Dalam Industri.....	13
Gambar 2.5. Lima Strategi Bersaing Generik.....	14
Gambar 2.6. Diagram Analisis SWOT.....	19
Gambar 2.7. Marketing Manager Role in Newspaper Business.....	22
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Perusahaan.....	32
Gambar 4.1. Jenis berita di Kompas, Bisnis Indonesia, dan Investor Daily.....	38
Gambar 4.2. Data Pengguna Internet dan Pembaca Surat Kabar.....	42
Gambar 4.3. Perkembangan Pengeluaran Iklan di Televisi, Surat kabar, Tabloid dan Majalah di Indonesia (Dalam Milyar Rupiah).....	48
Gambar 4.4. Matrik Analisis SWOT.....	54
Gambar 4.5. 5 Faktor Persaingan Media Koran.....	58