

## DAFTAR ISI

<b>BAB I.....</b>	<b>3</b>
1.1 LINGKUNGAN EKSTERNAL .....	4
1.2 LINGKUNGAN INTERNAL .....	7
1.3 RUMUSAN MASALAH .....	8
1.4 PERTANYAAN PENELITIAN .....	9
1.5 TUJUAN PENELITIAN .....	9
1.6 MANFAAT PENELITIAN .....	9
1.7 LINGKUP PENELITIAN .....	10
<b>BAB II.....</b>	<b>11</b>
2.1 EKONOMI KREATIF .....	11
2.1.1 Definisi Ekonomi Kreatif.....	11
2.1.2 Sub-Sektor Ekonomi Kreatif Indonesia .....	12
2.2 PERIKLANAN .....	20
2.2.1 Definisi Periklanan.....	21
2.2.2 Dinamika Industri Periklanan .....	22
2.2 PERFILMAN .....	23
2.3.1 Definisi Perfilman .....	23
2.3.2 Dinamika Industri Perfilman.....	24
2.3 MODEL BISNIS .....	24
2.4.1 Definisi Model Bisnis .....	25
2.4.2 Komponen Model Bisnis .....	26



2.5	TRIPLE-A SUPPLY CHAIN.....	31
2.5.1	Agilty .....	31
2.5.2	Adaptation.....	32
2.5.3	Alignment .....	32
<b>BAB III.....</b>		<b>33</b>
3.1	PENDEKATAN PENELITIAN .....	33
3.2	UNIT ANALISIS.....	35
3.3	JENIS DATA, SUMBER, METODE PENGUMPULAN DATA.....	35
3.3.1	Data Primer .....	35
3.3.2	Data Sekunder .....	37
3.4	TEKNIK ANALISIS DATA .....	37
3.5	OBJEKTIVITAS DAN KEABSAHAN DATA .....	38
<b>BAB IV.....</b>		<b>39</b>
4.1	DESKRIPSI DATA.....	39
4.1.1	Wawancara.....	40
4.1.2	Data Sekunder .....	41
4.2	MODEL BISNIS .....	41
4.2.2	Proporsi Nilai .....	45
4.2.3	Saluran .....	46
4.2.4	Hubungan Pelanggan .....	47
4.2.5	Arus Pendapatan .....	48
4.2.6	Sumber Daya Utama .....	49
4.2.7	Aktivitas Kunci .....	50
4.2.8	Kemitraan Utama .....	50



4.2.9 Struktur Biaya .....	52
4.3 ANALISIS TRIPPLE-A SUPPLY CHAIN .....	53
4.3.1 Agilty .....	54
4.3.2 Adaptation .....	54
4.3.3 Alignment .....	54
4.4 ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL .....	54
<b>BAB V .....</b>	<b>57</b>
5.1 HASIL SIMPULAN .....	57
5.2 PERENCANAAN DAN WAKTU KEGIATAN .....	57
5.2.1 Pengembangan Tim Kreatif .....	58
5.2.2 Persiapan Infrastruktur Operasional .....	58
5.2.3 Promosi dan Pemasaran .....	58
5.3 UKURAN KINERJA .....	59
5.4 KETERBATASAN PENELITIAN .....	59
5.5 SARAN .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>