

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	II
KATA PENGANTAR.....	III
DAFTAR ISI.....	V
DAFTAR TABEL.....	VII
DAFTAR GAMBAR.....	VIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	IX
INTISARI.....	X
ABSTRACT.....	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Pertanyaan Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.5.1. Akademisi	4
1.5.2. Praktisi	5
1.6. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	5
1.6. Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Aliansi Strategis	7
2.2. <i>Horizontal Strategy</i>	15
2.3. Keunggulan Bersaing	16
2.4. Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>).....	19
2.5. Peta Persepsi Konsumen	22
BAB III METODA PENELITIAN	27
3.1. Kerangka Penelitian	27

3.2.	Jenis Penelitian.....	29
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4.	Profil Responden.....	30
3.5.	Profil Objek Penelitian.....	32
BAB IV PEMBAHASAN.....		36
4.1.	Kerja sama RBTV dengan KOMPAS TV.....	36
4.2.	Analisis Faktor-faktor Aliansi.....	40
4.2.2	Analisis Bobot Faktor.....	43
4.3	Analisis Rantai Nilai.....	49
4.3.1	Aktivitas Utama.....	52
4.3.2	Aktivitas Pendukung.....	56
4.4.	Analisis Persepsi Konsumen.....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		70
5.1.	Simpulan.....	70
5.2.	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....		73
LAMPIRAN.....		74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.5 Profil Responden RBTV	31
Tabel 3.6 Rekapitulasi Data Kuesioner	42
Tabel 3.7 Rangking Bobot Faktor Hasil Survey	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4 Konsep Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>)	19
Gambar 2.5 Diagram Kerangka Penelitian	27
Gambar 2.6 Rantai Nilai Pembuatan Program Acara di RBTv	51
Gambar 2.7 <i>Value Chain</i> Antara RBTv dan KOMPAS TV Dalam Membuat Program	59
Gambar 2.8 Persepsi Konsumen Berdasarkan Kejernihan Gambar dan Kejernihan Suara	62
Gambar 2.9 Persepsi Konsumen Berdasarkan Kualitas Program (Pendidikan) dan Inovasi Program (Pendidikan)	63
Gambar 3.0 Persepsi Konsumen Berdasarkan Kualitas Program (Hiburan) dan Inovasi Program (Hiburan)	64
Gambar 3.1 Persepsi Konsumen Berdasarkan Kualitas Program (Budaya) dan Inovasi Program (Budaya)	65
Gambar 3.2 Persepsi Konsumen Berdasarkan Kualitas Program (Rohani) dan Inovasi Program (Rohani)	66
Gambar 3.3 Persepsi Konsumen Berdasarkan Kualitas Program (Berita) dan Inovasi Program (Berita)	67
Gambar 3.4 Persepsi Konsumen Berdasarkan Ketepatan Jam Tayang dan Durasi Tayang	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	74
Lampiran 2.....	76
Lampiran 3.....	78
Lampiran 4.....	80
Lampiran 5.....	89
Lampiran 6.....	92