

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Pernyataan .....</b>	<b>ii</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>iii</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Grafik.....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xii</b>
<b>Abstrak .....</b>	<b>xiii</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Batasan Penulisan.....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Devinisi Strategi .....	15
2.3 Konsep Strategi Bersaing .....	17
2.4 Analisis SWOT .....	18
2.5 Analisis Lingkungan Internal .....	20
2.5.1 Assessment of Internal Strength & Weakness (Resources-Based View)....	22
2.5.2 Internal Factor Evaluation Matrix (IFE Matrix).....	23
2.6 Analisis Lingkungan Eksternal .....	23
2.6.1 Lingkungan Umum.....	24
2.6.1.1 Faktor Demografi .....	25
2.6.1.2 Faktor Ekonomi .....	25
2.6.1.3 Faktor Politik/Hukum.....	27
2.6.1.4 Faktor Sosial dan Budaya.....	27

2.6.1.5 Faktor Teknologi .....	27
2.6.1.6 Faktor Global.....	28
2.6.2 Lingkungan Industri ( <i>Five Forces</i> ) .....	28
2.6.2.1 <i>Threat of New Entry</i> .....	29
2.6.2.2 <i>The Power of Suppliers</i> .....	30
2.6.2.3 <i>The Power of Customers</i> .....	30
2.6.2.4 <i>The Threat of New Substitutes</i> .....	31
2.6.2.5 <i>Rivalry Among Existing Competitors</i> .....	31
2.6.3 <i>External Factor Evaluation Matrix (EFE Matrix)</i> .....	31
2.7 Analisa Posisi Perusahaan ( <i>Internal-External Matrix</i> ) .....	32
2.8 Pengertian Radio .....	36
2.9 Kerangka Konseptual .....	43
<b>III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	44
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	44
3.2.1 Jenis Data .....	44
3.2.2 Sumber Data .....	45
3.3 Prosedur Pengumpulan Data .....	45
3.4 Devinisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	46
3.4.1 Devinisi Variabel Penelitian .....	48
3.4.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	51
3.5 Teknik Analisis.....	53
3.5.1 Tahap Pra Analisis .....	53
3.5.2 Tahap Analisis .....	54
3.5.2.1 Analisis Lingkungan Inetrnal .....	54
3.5.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal .....	55
3.5.2.3 Analisis Posisi Perusahaan dengan Internal-External Matrix .....	56
3.5.2.4 Interpretasi atas seluruh hasil pengumpulan dan analisis data .....	57
<b>IV. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>58</b>
4.1 Sejarah Perusahaan .....	58
4.2 Profil Perusahaan .....	59
4.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	60

4.4 Struktur Organisasi Perusahaan .....	60
4.5 Program-Program Radio Istara .....	62
4.6 Strategi Bersaing Perusahaan .....	66
4.6.1 Strategi Bersaing Divisi Marketing .....	66
4.6.2 Strategi Bersaing Divisi Program .....	67
<b>V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
5.1 Evaluasi Strategi ( <i>Existing</i> ) .....	69
5.2 Analisis Faktor Internal .....	71
5.2.1 Identifikasi Faktor Internal .....	72
5.2.2 Analisis <i>Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i> .....	78
5.3 Analisis Faktor Eksternal .....	81
5.3.1 Identifikasi Faktor Eksternal .....	82
5.3.2 Analisis Industri ( <i>Porter's 5 Forces</i> ) .....	87
5.3.3 Analisis <i>External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i> .....	98
5.4 <i>Internal- External (IE) Matrix</i> .....	101
5.5 Pilihan Strategi .....	101
<b>VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>109</b>
6.1 Kesimpulan .....	109
6.2 Saran .....	110
6.3 Keterbatasan Penelitian .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>113</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 RADIO REACH & TIME SPENT LISTENING.....	2
Tabel 1.2 PORSI BELANJA IKLAN RADIO .....	3
Tabel 1.3 RADIO PESAING ISTARA .....	6
Tabel 1.4 ISTARA LISTENER FACT SHEET .....	7
Tabel 1.5 DATA PENJUALAN RADIO ISTARA .....	9
Tabel 2.1 Tabel IFE Matrix .....	23
Tabel 2.2 Tabel EFE Matrix .....	32
Tabel 2.3 Kelebihan dan Kelemahan Radio .....	36
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	51
Tabel 4.1 Tabel DAILY ROGRAM RADIO ISTARA .....	62
Tabel 5.1 Deskripsi Jawaban Faktor Internal .....	80
Tabel 5.2 Rekapitulasi <i>Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix</i> .....	80
Tabel 5.3 Deskripsi Jawaban Faktor Eksternal.....	100
Tabel 5.4 Rekapitulasi <i>External Factor Evaluation (EFE) Matrix</i> .....	100

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 JUMLAH PENDENGAR RADIO (%) .....	4
Grafik 1.2 DATA LISTENER .....	8



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Linking resources, Capabilities, Core Competencies, and Activities to Competitive Advantage and Superior Firm Performance</i> .....	21
Gambar 2.2 Lingkungan Eksternal .....	24
Gambar 2.3 <i>Porter's Five Forces Model</i> .....	29
Gambar 2.4 <i>The Internal – External Matrix</i> .....	32
Gambar 2.5 KERANGKA KONSEPTUAL .....	42
Gambar 4.1 STRUKTUR ORGANISASI .....	61
Gambar 5.1 <i>Internal-External (IE) Matrix</i> .....	101

