

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS | iii |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Pertanyaan Penelitian..... | 8 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.5. Lingkup Penelitian..... | 9 |
| 1.6. Sistematika Tesis..... | 9 |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1. Landasan Teori | 11 |
| 2.1.1. Teori Media..... | 11 |
| 2.1.2. Komunikasi | 11 |
| 2.1.3. Visitor dan viewer..... | 12 |
| 2.1.4. Media Massa, Media Sosial dan Media Online | 13 |
| 2.1.5. Strategi | 13 |
| 2.1.6. Strategi Pemasaran | 15 |
| 2.1.7. Strategi Pemasaran Internet..... | 19 |
| 2.1.8. Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) | 20 |

| | | |
|-------------------------------------|--|----|
| 2.1.9. | Market Segmentation, Targeting, Positioning (<i>STP</i>) | 22 |
| 2.2. | Penelitian Terdahulu | 26 |
| 2.3. | Kerangka Penelitian..... | 31 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN..... | | 33 |
| 3.1. | Rasionalitas Jenis Penelitian..... | 33 |
| 3.2. | Objek dan Subjek Penelitian..... | 35 |
| 3.3. | Jenis dan Sumber Data..... | 36 |
| 3.4. | Pemilihan Informan | 37 |
| 3.5. | Teknik Pengumpulan Data | 39 |
| 3.6. | Teknik Analisis Data | 40 |
| 3.7. | Uji Keabsahan Data | 40 |
| BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN | | 42 |
| 4.1. | Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian..... | 42 |
| 4.1.1. | Visi dan Misi serta Budaya Perusahaan | 42 |
| 4.1.2. | Struktur organisasi | 43 |
| 4.1.3. | Keunggulan memorandum.co.id | 44 |
| 4.1.4. | Kelemahan memorandum.co.id..... | 45 |
| 4.1.5. | Profil Informan dan Data Statistik | 45 |
| 4.2. | Analisis dan Pembahasan Hasil Wawancara dan FGD | 48 |
| 4.3. | Analisis SWOT memorandum.co.id..... | 68 |
| 4.3.1. | <i>Strength</i> atau Kekuatan (keunggulan) Perusahaan..... | 69 |
| 4.3.2. | <i>Weakness</i> atau Kelemahan Perusahaan..... | 69 |
| 4.3.3. | <i>Opportunities</i> atau Kesempatan (peluang) Perusahaan..... | 70 |
| 4.3.4. | <i>Threat</i> atau Ancaman Perusahaan | 72 |
| 4.4. | SWOT Matrix Analysis | 73 |
| 4.5. | Strategi dalam analisis SWOT matrix | 74 |
| 4.5.1. | Mengejar Opportunities | 75 |
| 4.5.2. | Menghadapi <i>Threats</i> | 75 |
| 4.6. | Rancangan Strategi Pemasaran memorandum.co.id dan Marketing Plan Action. | 77 |

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

| | |
|---|----|
| BAB 5 PENUTUP | 79 |
| 5.1. Simpulan..... | 79 |
| 5.2. Saran dan Keterbatasan Penelitian | 80 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |