

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SEMINAR	ii
PERSETUJUAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 PEMBATASAN MASALAH	5
1.3 RUMUSAN MASALAH	5
1.4 MAKSUD DAN TUJUAN	6
1.5 MANFAAT DAN KEGUNAAN	6
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 KONSEP STRATEGI	9
2.1.1 Pengertian Strategi	9
2.1.2 Perencanaan Strategi	11
2.1.3 Tahapan Perencanaan Strategi	12
2.1.4 Analisa Perencanaan Strategi	19
2.1.4.1 Analisa Eksternal	19
2.1.4.2 Analisa Internal	19
2.1.4.3 Matrik EFAS dan IFAS	20
2.1.4.4 Matrik Grand Strategy	22
2.1.4.5 Formulasi Strategi	24
2.2 TEKNOLOGI PENYIARAN DIGITAL	27
2.2.1 Industri Penyiaran TV	27
2.2.2 Teknologi Penyiaran TV Digital	32
2.2.3 Migrasi dari Analog ke Digital	34
2.2.4 Sistim Penyiaran Digital TV	37
2.2.5 Penerapan Digital TV di Indonesia	39
2.2.5.1 Media Akses Informasi TV	39
2.2.5.1 Kesenjangan Informasi	42
2.2.6 Sistim Penyiaran TV Nasional	45
2.2.7 Indikator Sistim Penyiaran TV Nasional	39
2.2.8 Model Struktur Bisnis TV Digital	

BAB III. METODOLOGI	
3.3	METODE PENELITIAN 57
3.2	METODE PENGUMPULAN DATA 57
3.2.1	Data Yang Diperlukan 57
3.2.2	Sumber Data 58
3.2.3	Metode Pengumpulan Data 58
3.3	METODE PERENCANAAN STRATEGIS 60
3.3.1	Pendekatan analisa Eksternal 60
3.3.2	Pendekatan analisa Internal 60
3.3.3	Proses Perumusan Sasaran 60
3.3.4	Proses Perumusan Strategi 61
3.3.5	Proses Perencanaan Tindakan Strategis 61
3.3.6	Bagan Alur Perencanaan Strategis 61
3.4	KERANGKA PEMIKIRAN 62
BAB IV. ANALISA DAN HASIL	64
4.1.	PROFIL PERUSAHAAN 64
4.2	ANALISA DAN HASIL 70
4.2.1	Analisa Eksternal 70
4.2.1.1	Politik dan Kebijakan Perusahaan 70
4.2.1.2	Perkembangan Perekonomian 77
4.2.1.3	Perkembangan Sosial Budaya 79
4.2.1.4	Perkembangan Teknologi 81
4.2.2	Analisa Internal 86
4.2.2.1	Kebijakan Strategik 87
4.2.2.2	Sumber Daya Manusia 88
4.2.2.3	Sumber Daya Keuangan 89
4.2.2.4	Teknologi Penyiaran 90
4.2.3	Hasil Analisa Eksternal dan Internal 94
4.2.3.1	Hasil Analisa Eksternal 94
4.2.3.2	Hasil Analisa Internal 95
4.2.4	Perumusan Rencana Strategik 96
4.2.4.1	Sasaran Strategik 96
4.2.4.2	Matrik EFAS 97
4.2.4.3	Matrik IFAS 98
4.2.4.4	Matrik SWOT 99
4.2.4.5	Matrik Grand Strategy 103
4.2.5	Rencana Tindakan Strategik 104
BAB V. DISKUSI	114
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	116
DAFTAR PUSTAKA	119