

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	<i>vii</i>
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	13
1.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan	13
1.1.2 Visi dan Misi	13
1.1.3 Struktur Organisasi	14
1.1.4 Produk Jasa Perusahaan.....	14
1.2 Latar Belakang Penelitian	15
1.3 Perumusan Masalah	22
1.4 Tujuan Penelitian	22
1.5 Manfaat Penelitian	23
1.5.1 Aspek Teoritis	23
1.5.2 Aspek Praktis.....	23
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Teori-Teori Penelitian Terdahulu.....	25
2.1.1 Manajemen Strategi.....	25
2.1.2 <i>Corporate Life Cycle</i>	26
2.1.3 Kombinasi PAEI untuk setiap tahapan <i>Corporate Life Cycle</i>	42
2.1.4 Model Implementasi Manajemen – CAPI.....	46
2.2 Penelitian Terdahulu	49

2.3	Kerangka Pemikiran.....	52
BAB III METODE PENELITIAN		53
3.1	Jenis Penelitian.....	53
3.2	Operasional Variabel.....	55
3.3	Tahapan Penelitian.....	65
3.4	Situasi Sosial.....	67
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data	68
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data	68
3.5.2	Sumber Data	69
3.6	Teknik Analisis Data.....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		74
4.1	Karakteristik Narasumber	74
4.2	Hasil Penelitian	74
4.2.1	Analisis Fase Bandung Digital Telemedia Dalam <i>Corporate Life Cycle</i>	75
4.2.2	Analisis Variabel PAEI	79
4.2.3	Analisis Variabel CAPI	85
4.3	Analisis Akhir <i>Corporate Life Cycle</i> Bandung Digital Telemedia.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		95
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....		99
LAMPIRAN.....		102