

ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial Politik
Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Broadcasting**

**Mohamad Nurul Pamungkas
20120530189**

**STRATEGI *POSITIONING* TVRI STASIUN D.I YOGYAKARTA
SEBAGAI LEMBAGA PENYIAR PUBLIK PASCA PERUBAHAN LOGO
TAHUN 2015**

Tahun Skripsi : 2016 + 123 hal

**Daftar Pustaka: 21 Buku + 4 Jurnal + 4 Sumber Website + 2 Skripsi + 1
Sumber Lain**

Penelitian ini menganalisis strategi *positioning* TVRI Stasiun D.I Yogyakarta sebagai Lembaga Penyiar Publik pasca perubahan logo tahun 2015. Dengan Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana TVRI D.I Stasiun Yogyakarta melakukan *Positioning* dan mengetahui hambatan/kendala TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta dalam melakukan strategi *positioning*-nya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini akan menjelaskan, menggambarkan dan menganalisa dan menguraikan segala sesuatu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dengan objek penelitian yaitu TVRI Stasiun D.I Yogyakarta.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa konsep besar *positioning* TVRI Stasiun D.I Yogyakarta adalah dekat dengan masyarakat. Dalam melakukan segmentasi dan target penontonya berpatokan pada PP No 13 tahun 2005 yaitu harus menyentuh seluruh lapisan masyarakat. Dalam penentuan segmentasi dan targetnya agar merata TVRI Jogja membedakannya menjadi tiga kategori program yaitu program *share* yang tinggi, nilai kepublikan yang tinggi dan komersil. “Jogja Memang Istimewa” merupakan langkah untuk membuat stasiun *image* yang baru dalam upaya sebuah *re-branding* TVRI Jogja ditahun 2015. Agar efektif TVRI Stasiun D.I Yogyakarta juga mendekatkan diri kepada budayawan, akademis dan pelajar dengan melibatkan mereka di setiap format acaranya dengan tujuan tidak lain untuk mengimplementasikan konsep besar *positioning*-nya yaitu dekat dengan masyarakat.

Kata Kunci : *Positioning*, Lembaga Penyiar Publik, *Re-Branding*.

ABSTRACT

***Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Communication Science Program
Concentration Broadcasting***

***Mohamad Nurul Pamungkas
20120530189***

***TVRI STASIUN YOGYAKARTA POSITIONING STRATEGIES IN
INSTITUTIONS PUBLIC BROADCASTER AFTER CHANGES LOGO IN
2015***

Thesis Year : 2016 + 123 page

***Resource Library : 21 Books + 4 Jurnal + 4 Online Source + 2 Thesis + 1
Other Source.***

This study analyzed the positioning strategy TVRI D.I Yogyakarta as the Institute for Public Broadcaster after change of logo in 2015. The purpose of this study was to determine and describe how your D.I TVRI Yogyakarta Station did Positioning and determine barriers / constraints TVRI D.I. Yogyakarta in doing strategy.

The method used in this research is descriptive qualitative research method for this research will explain, portray and analyze and decipher everything related to the problems examined with the object of research is D.I station TVRI Yogyakarta.

Research by disclosing that big concept is nearby with 'society, culture nearby yogyakarta and poured hearts with concept program. in doing segmentation and target spectators tvri yogyakarta d.i based on government regulation no. 13 year 2005 should all levels of community. in the determination of segmentation and target so evenly tvri yogyakarta being distinguish three categories program the high sharing program, value the high and in order to ensure the commercial future tvri yogyakarta has spectators without leaving its status as an institution of public broadcasters. "joga memang istimewa" re-branding a step to review images the new station make hearts efforts an tvri yogyakarta year 2015. to effectively tvri yogyakarta also shown to the self closer cultural, academic and involve them in the student with each with format event of interest other not to review implementing the concept of positioning his big namely near with society.

Keyword: Positioning, Institutions Public Broadcaster, Re-Branding.

