

## **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Sajian Data**

##### **1. Latar Belakang Strategi *Positioning***

Dilihat dari sudut pandang strategi atau alasan utama keberadaan suatu perusahaan tentang pentingnya strategi adalah untuk menjamin perkembangan dan pertumbuhan perusahaan tersebut dalam kondisi lingkungan yang selalu berubah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Maryanta selaku kepala bidang program dan pengembangan usaha TVRI Jogja bahwa konsep besar strategi TVRI Jogja adalah dekat dengan masyarakat, dekat dengan kebudayaan masyarakat Jogja dan dituangkan dengan konsep/acaranya.

Menurut Keterangan Maryanta selaku kepala bidang program dan pengembangan usaha TVRI Jogja bahwa:

konsep besarnya adalah TVRI dekat dengan masyarakat, dekat dengan *culture* Jogja dan dituangkan dalam konsep programnya misal acara ketoprak, pangkur jenggleng, pendopo kang tejo itu adalah acara-acara yang dekat dengan masyarakat (wawancara dengan bapak Maryanta, tanggal 2 November 2016)

Misal Pangkur Jenggleng adalah komedi jawa yang merupakan embrio perkembangan drama komedi di Indonesia khususnya jawa. Kekhasan jawa ini terletak dari tokoh komedi yang dihadirkan, pencitraan adalah penggunaan tembang macapat jenis pangkur diakhir acara. Dikemas secara komedi dan diangkat kembali karena program ini adalah tontonan yang merakyat dan komunikatif.

Perumusan Strategi di TVRI Jogja dibagi atas 3 macam program yaitu program *share* penonton yang tinggi, nilai kepublikan dan komersil. Menurut keterangan RM Kristiyadi selaku kepala seksi Program TVRI Jogja Bahwa :

TVRI Jogja mempunyai 3 ketegori program yaitu mempunyai *share* yang tinggi, nilai kepublikan dan komersil. *Share* yang tinggi ibaratnya kita berdakwah ada umatnya, nilai kepublikan wajib dimiliki karena sesuai tugas dan fungsi sebagai lembaga penyiar publik maka program seperti kami bisa muncul untuk mendukung disabilitas dan yang terakhir komersil setiap program harus mempunyai anggaran dana. (Wawancara dengan Bapak Kristiyadi 8 November 2016)

Sesuai dengan penjelasan diatas bahwa TVRI Jogja membagi ketegori porgramnya menjadi 3 kategori yaitu :

a. Program *share* yang tinggi

*Share* yang tinggi artinya TVRI Jogja sangat memperhatikan berapa jumlah penonton yang menonton TVRI Jogja. Program seperti pangkur jengkleng dengan rata-rata penonton 121,987. Angkringan dengan rata-rata penoton 38,851. Pendopo Kang Tedjo dengan rata-rata penonton 47,621 adalah salah satu program TVRI Jogja yang mempunyai *share* jumlah penonton paling tinggi.

b. Nilai publik yang tinggi

Mempunyai nilai publik yang tinggi adalah tugas dari sendiri yaitu TVRI mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat. Khususnya di TVRI Jogja hadir

program seperti kami bisa, program itu khusus untuk disabilitas. Program Sosialika untuk khusus para kreator TV. Program tersebut walaupun nilai share kecil tetap harus diproduksi karena mempunyai nilai kepublikan yang tinggi

c. Komersial

Aset utama dari institusi publik adalah dukungan publik. Selain itu dukungan bersifat finansial juga sangat dibutuhkan untuk menghidupi TVRI jogja itu sendiri.

Ketiga point diatas merupakan kriteria program share yang tinggi, nilai publik yang tinggi dan komersial merupakan saling berkesinambungan, jika TVRI Jogja mempunyai nilai share programnya tinggi semua maka dapat dipastikan nilai kepublikan itu akan turun karena kita mengikuti kemauan pasar. Kita (TVRI Jogja) tidak mengikuti pasar karena harus sesuai dengan fungsi dari lembaga penyiar publik. (Wawancara dengan Bapak Kristiyadi 8 November 2016)

Proses kreatif pengembangan program di TVRI Jogja harus mengikuti adat/kebudayaan masyarakat Yogyakarta maka dari TVRI Jogja menggunakan sistem keterbukaan komunikasi kepada budayawan, akademisi untuk mendukung setiap program dari TVRI Jogja agar tidak menjadi salah persepsi program. Misal dalam proses pengembangan naskah “Kethoprak” TVRI jogja mengundang penulis naskah lokal seperti Mas Nyoto dan Mas Bayu agar berkolaborasi dan saling mengisi antara tujuan dari program dari TVRI Jogja dan budaya yang berkembang di Yogyakarta.

Melibatkan akademisi dan budayawan juga merupakan strategi TVRI Jogja dalam membuat program karena TVRI Jogja mempunyai kontrol sosial dan budaya yang sangat tinggi. Misal TVRI Jogja mengangkat Kethoprak namun jika tidak sesuai dengan *culture* masyarakat Yogyakarta itu bisa menjadi sangat bermasalah maka dari itu TVRI jogja melibatkan para akademisi dan budayawan dalam menjalankan programnya.

## 2. Segmentasi

Dalam melakukan *positioning* penentuan segmen dan target audiens sangatlah penting. Begitu pula dengan TVRI Jogja, memiliki segmen dan target audiens yang jelas dapat mempermudah proses kreatif dan juga mempermudah dalam melakukan *positioning*. Secara Program atau secara keseluruhan acara-acara stasiun televisi ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat provinsi DIY dan sebagian masyarakat Jawa Tengah yang tercakup dalam jangkauan siaran TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta karena TVRI berkewajiban menjangkau semua segmen sesuai fungsinya sebagai lembaga penyiar publik sebagai fungsi pendidikan, teknologi, kebudayaan dan perekat sosial.

Dalam penentuan segmentasi di TVRI Jogja harus dibedakan terlebih dahulu mengenai *programa* atau *program*. *Programa* adalah siaran atau tayangan yang ditayangkan secara keseluruhan oleh TVRI Jogja sedangkan program adalah satu acara yang mewakili seluruh rangkaian acara TVRI Jogja.

Menurut Keterangan Maryanta selaku kepala bidang program dan pengembangan usaha TVRI Jogja bahwa:

Agar tidak salah persepsi secara program kita berkewajiban menjangkau semua segmen artinya dari orangtua sampai anak-anak karena fungsi dari lembaga penyiar publik itu sendiri akan tetapi dalam merumuskan setiap programnya atau acaranya pasti punya segmen tersendiri dan itu pasti , umum dalam artian programnya. (wawancara dengan bapak Maryanta, tanggal 2 November 2016)

Segmentasi dari TVRI ditegaskan oleh Peraturan pemerintah no 13 tahun 2005 tentang tugas dan fungsi TVRI sebagai lembaga penyiar publik TVRI mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

**Tabel 3.1**  
**Profile Demografi Pemirsa TVRI Jogja**

Profile		TVRI1	Jogja	TATV	Adi TV	RTV
<b>Pekerjaan</b>	Ibu Rumah Tangga	<b>105</b>	85	96	89	160
	Pekerja Formal					
	Pekerja Informal	95	103	68	74	88
	Pengusaha	<b>145</b>	97	357	183	69
	Pelajar	61	96	87	69	54
	Pensiun/ Tidak bekerja	<b>181</b>	130	5	158	143
<b>Education</b>	SD Tidak lulus	<b>145</b>	87	172	144	88
	SD	<b>133</b>	142	174	64	71
	SLTP	<b>103</b>	99	43	86	96
	SLA	69	97	69	101	117
	Akademik/Universitas	38	117	0	155	152

*Sumber : Arsip TVRI Jogja, 2015*

Keterangan :

Indeks :

100 : rata-rata

> 100 : Efektif

< 100 : Kurang Efektif

\*Sample tidak mencapai minimum threshold

TVRI efektif menjangkau Target Pemirsa dari kalangan laki-laki, Usia 50 Tahun ke atas dan kelas ekonomi menengah kebawah. Berdasarkan data oleh Nielsen Pemirsa TVRI adalah orang dewasa usia 50 tahun, mapan serta akademisi dan memang yang muda masih relatif kecil dan mulai 2015 ini semenjak *re-Branding* “Jogja memang Istimewa” kita mulai melibatkan anak-anak muda sebagai tujuan

untuk meningkatkan jangkauan TVRI Jogja/merambah memakai anak-anak muda untuk ikut mendukung TVRI Jogja semisal dengan Jingle yang lebih *Fresh* semisal "*Fanfare*" baru kita yaitu "Jogja Pancen Istimewa" dibuat lebih muda dan segar dengan musik rapper dibantu oleh Bagus, Alex YOI dan Shidiq.

### 3. *Targeting*

*Targeting* merupakan tahapan penentuan selanjutnya dari analisis STPPF berdasarkan penelitian Nielsen, pemirsa TVRI adalah orang dewasa usia 50 tahun, mapan dan akademisi dan memang yang muda masih relatif kecil dan mulai 2015 ini semenjak *re-Branding* "Jogja memang Istimewa" TVRI Jogja mulai melibatkan anak-anak muda sebagai meningkatkan tebaran/mulai merambah memakai anak-anak muda untuk ikut mendukung TVRI semisal dengan *Jingle* yang lebih *Fresh* semisal "*Fanfare*" baru kita yaitu "Jogja Pancen Istimewa" dibuat lebih muda dan segar dengan musik rapper dibantu oleh Bagus, Alex YOI dan Shidiq.

Menurut keterangan RM Kristiyadi selaku kepala seksi Program TVRI Jogja Bahwa :

Jika data dari Nielsen menyatakan bahwa TVRI Jogja sangat efektif menjangkau golongan usia lanjut dan menengah kebawah dan itu adalah target audiens secara umum. TVRI Jogja berusaha *men-service* target audiens yang kemungkinan tidak terjangkau oleh TV Swasta. Target dari TVRI jogja juga adalah para akedmisi-akademisi dan budayawan yang ada di Yogyakarta. Karena Mereka (akdemisi dan budayawan ) indonesia banyak yang berasal dari Yogyakarta dan mereka juga adalah sekaligus orang-orang yang menjadi pengontrol untuk TVRI Jogja.  
(Wawancara dengan Bapak Kristiyadi 8 November 2016)

TVRI Jogja melihat celah didalam pertelevisan khususnya yang belum tergarap stasiun lain khususnya stasiun TV Swasta yaitu sektor kebudayaan dan pendidikan. Misalnya kehadiran program ketoprak di TVRI Jogja, program kesenian ini efektif untuk menyampaikan pesan, kritik termasuk spirit nasionalisme kepada masyarakat.

Jika secara spesifik target audiens TVRI Jogja adalah seluruh lapisan masyarakat sesuai dari segmentasi dari TVRI Jogja yang ditegaskan oleh Peraturan Pemerintah No.13 tahun 2005 tentang tugas dan fungsi TVRI sebagai lembaga penyiar publik TVRI mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.



**Tabel 3.2**  
**Target Pemirsa TVRI Jogja**

Profile		TV RI	Jogja	TA TV	Adi TV	Kompas TV	RTV
<b>Gender</b>	Laki-laki	<b>115</b>	<b>122</b>	126	105	132	92
	Perempuan	85	79	74	95	69	108
<b>Usia</b>	5-9 Tahun	44	48	7	54	49	194
	10-19 tahun	78	93	128	66	86	70
	20-29 tahun	26	66	23	81	125	108
	30-39 tahun	54	79	79	97	80	176
	40-49 tahun	89	<b>125</b>	58	77	90	59
	50+ tahun	<b>239</b>	<b>150</b>	213	174	127	53
<b>SEC</b>	Upper	64	83	0	114	87	55
	Middle	94	<b>144</b>	71	78	124	117
	Lower	<b>117</b>	<b>61</b>	160	111	78	96

S

Sumber: Arsip TVRI Jogja, 2015

Keterangan:

Indeks: 100 : rata-rata

100 : Efektif

< 100 : Kurang Efektif

\*Sample tidak mencapai minimum threshold

Acara-acara stasiun televisi ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat propinsi DIY dan sebagian masyarakat Jawa Tengah yang tercakup dalam jangkauan siaran TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta oleh karenanya desain program TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta berusaha memenuhi seluruh kalangan masyarakat karena satu dari tugas TVRI Jogja sebagai LPP adalah memenuhi semua kebutuhan masyarakat.

#### 4. *Positioning*

##### a. *Re-Branding TVRI Jogja ditahun 2015*

TVRI Jogja pada awalnya mempunyai tagline TVRI Jogja “Media Publik Kita” dengan maksud menjadi faktor pembeda dan menjadi *positioning* TVRI Jogja pada saat itu. Media publik kita dalam artian media ini (TVRI Jogja) milik publik dan sebagai *branding* pada saat itu. Namun pada Tahun 2015 TVRI Jogja melakukan penyegaran/*re-branding* dengan maksud menyesuaikan dengan *culture* Yogyakarta.

Menurut Keterangan Maryanta selaku kepala bidang program dan pengembangan usaha TVRI Jogja bahwa:

*Positioning* sangat penting karena menyangkut kepentingan artinya *positioning*-nya berbeda ketika kepentingannya itu berbeda tidak bisa disamakan antara penempatan *positioning* penyiaran Swasta dan kita (TVRI) sebagai Lembaga Penyiar Publik. *Positioning* adalah bagaimana mencari dan mendapatkan tempat terbaik untuk dia (Setiap Televisi) ditengah-tengah masyarakat yang sangat heterogen, *positioning* didasari atas berdasarkan bahwa dia (Setiap Televisi) tidak akan bisa mengampu semua segmen dan *postioning* TVRI mengacu pada tugas dan fungsinya sebagai Lembaga Penyiar Publik dalam hal ini TVRI jogja artinya kita bisa menyesuaikan perubahan Culture/kebudayaan orang Jogja. (wawancara dengan bapak Maryanta, tanggal 2 November 2016)

Dengan tujuan penyiaran TVRI Jogja sesuai PP No 13. tahun 2005 yaitu terciptanya program yang menarik, terjalannya kerjasama yang saling menguntungkan, meningkatnya kualitas SDM khususnya pada penguasaan teknologi informasi dan meningkatnya kemampuan stasiun penyiaran daerah. Maka TVRI

Jogja melakukan *Re-Branding* pada tahun 2015 bertepatan dengan *Re-branding* Yogyakarta pada saat itu.

Menurut Keterangan Maryanta selaku kepala bidang program dan pengembangan usaha TVRI Jogja bahwa:

Pasca Jogja melakukan perubahan *branding*, TVRI Jogja pun ikut berubah dengan tujuan *rebranding*/penyegaran, TVRI Jogja pun berubah Secara fisik maksudnya dilayar/*Frame*. Perubahan di implementasikan menjadi *jingle*, ID Call kita menjadi “Jogja Pancen Istimewa” namun secara visi dan misi tetap sebagai lembaga penyiaran publik, sesuai tugas dan fungsinya sesuai PP no.13 Perubahan terjadi karena TVRI Jogja ingin melakukan *Re-Branding*/Penyegaran kepada masyarakatnya. (wawancara dengan bapak Maryanta, tanggal 2 November 2016)

Seperti hasil wawancara dengan pihak TVRI Jogja yang melakukan *Re-Branding* dalam perwujudan *positioning* maka adapun perubahan diantaranya seperti perubahan slogan, Logo pembuatan Stasiun ID dan membuat program-program yang berkualitas.

## **B. Perwujudan Perubahan pada TVRI Jogja Tahun 2015**

TVRI Jogja melakukan penyegaran *positioning* bertujuan untuk memperjelas ciri dan identitas pada TVRI Jogja sebagai televisi yang dekat dengan masyarakat. Untuk memperjelas perwujudan *positioning*-nya kepada masyarakat, maka adapun perubahan itu seperti :

- 1) Dengan menggunakan slogan baru “Jogja memang Istimewa” ingin mempertegas identitas TVRI Jogja yang mengikuti perubahan *culture*. Slogan baru juga dalam rangka mendukung pemerintahan Yogyakarta karena secara strategis TVRI Jogja ingin mendekatkan diri sebagai stasiun penyiaran kepada publik

Yogyakarta serta mendekatkan diri kepada pemerintah daerahnya. Dalam artian TVRI Jogja sebagai Lembaga Penyiar Publik dan Pemerintah daerah Yogyakarta ingin bersama membangun Yogyakarta lebih baik.

- 2) TVRI Jogja Menggunakan Logo baru TVRI Jogja dengan tulisan yang mengikuti branding baru Yogyakarta.



**Gambar 3.1**  
**Logo Lama TVRI Jogja**



**Gambar 3.2**  
**Logo Baru TVRI Jogja**

Bentuk elips dengan ekor yang runcing dan dinamis melambangkan komet yang bergerak cepat dan terarah serta bermakna gerakan perubahan yang cepat dan terencana menuju televisi publik yang lebih sempurna. Bentuk tipografi TVRI memberi makna elegan dan dinamis, siap mengantisipasi

perubahan dan perkembangan zaman serta tuntutan masyarakat. Warna BIRU mempunyai makna elegan, jernih, cerdas, arif, informatif dan komunikatif.

Perubahan warna jingga ke warna merah melambangkan sinar atau cahaya yang membawa pencerahan untuk ikut bersama mencerdaskan kehidupan bangsa serta mempunyai makna: “Semangat dan dinamika perubahan menuju ke arah yang lebih sempurna” Bentuk font yang modern, simpel, dan dinamis juga dimaksudkan sebagai manifestasi semangat anak muda (Youth), perempuan (Women), dan penggiat Internet (Netizen) yang oleh MarkPlus diposisikan sebagai tiga subkultur yang menggerakkan dunia modern saat ini

- 3) Membuat Stasiun ID baru yaitu “Jogja Pancen Istimewa”  
dibuat lebih muda dan segar dengan musik rapper dibantu oleh Bagus, Alex YOI dan Shidiq



**Gambar 3.3**  
**Screen Shot Versi Pertama Stasiun ID TVRI**  
**Yang Baru TVRI Jogja ”Pancen Istim**



**Gambar 3.4**  
**Versi Kedua Stasiun ID TVRI Jogja**  
**TVRI Jogja “Pancen Istimewa”**

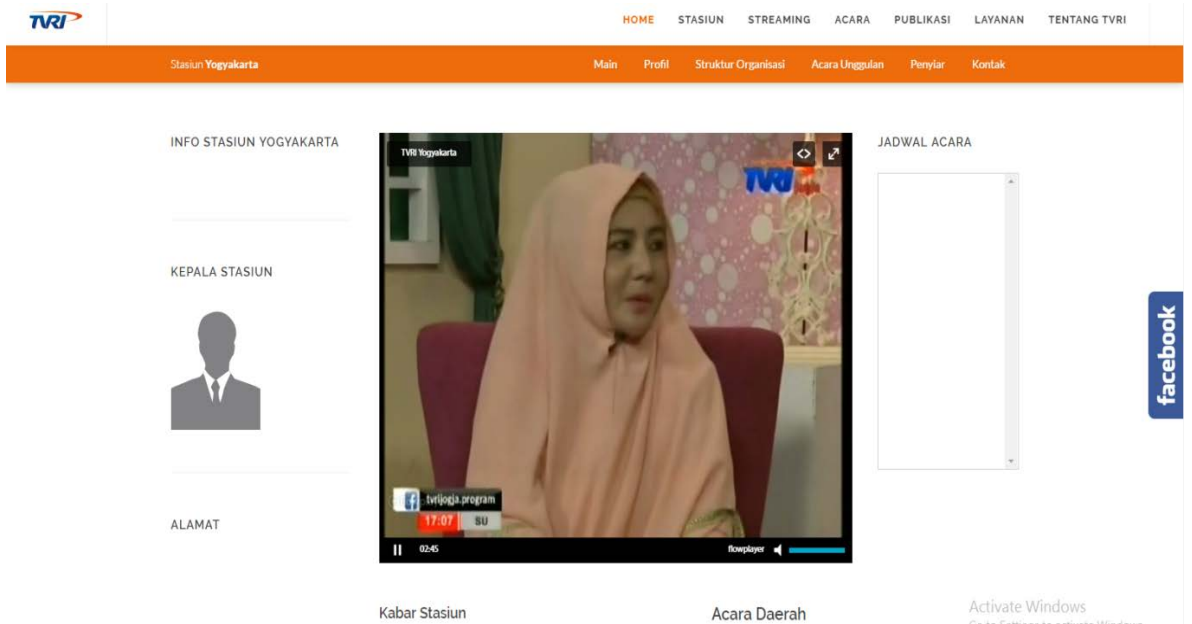
- 4) Melalui program acara TVRI Jogja yang dibuat sesuai kebudayaan masyarakat Yogyakarta sesuai konsep besar TVRI Jogja yaitu dekat dengan masyarakat yang bertujuan untuk hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat terutama daerah Yogyakarta. Dalam merumuskan programnya TVRI Jogja berusaha menyajikan acara yang sesuai dan dekat dengan kebudayaan Yogyakarta karena acara/program. Program adalah salah satu wujud representasi dari visi misi besarnya yaitu TVRI dekat dengan masyarakat Yogyakarta. Pola siaran adalah sebuah kebijakan programatis dari lembaga penyiar publik TVRI Jogja

Menurut Keterangan Maryanta selaku kepala bidang program dan pengembangan usaha TVRI Jogja bahwa:

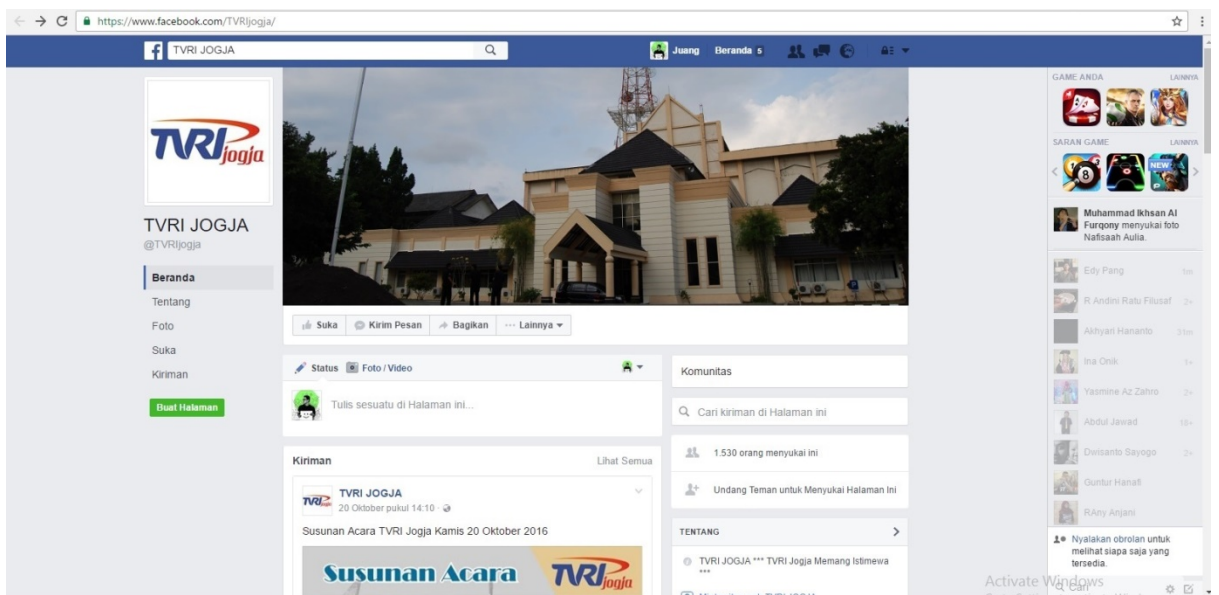
Pola siaran adalah Representasi kebijakan programatis dari lembaga penyiar publik dalam hal ini adalah TVRI Jogja, Bagaimana menyusunnya/landasan filosofisnya adalah sesuai fungsi dari lembaga penyiar publik yaitu menyampaikan informasi, menyampaikan konten-konten pendidikan, menyampaikan konten-konten budaya dan dijabarkan oleh tim untuk menyusun pola siaran. (wawancara dengan bapak Maryanta, tanggal 2 November 2016)

Dari pola siaran tersebut akan mempengaruhi format siaran TVRI Jogja yang sesuai dengan fungsi lembaga penyiar publik namun tetap memiliki unsur hiburan dan informasi serta tentunya selalu dekat dengan masyarakat Yogyakarta. Seperti Pangkur Jengkleng, Pendopo kang tedjo, Angkirngan, Penutupan, Ketoprak Sanepo program tersebut merupakan representasi dari konsep besar kita yaitu dekat dengan masyarakat.

- 5) Memanfaatkan media internet seperti Youtube, Twitter Website dan media sosial. TVRI Jogja kini bisa disaksikan secara streaming di <http://tvri.co.id/stasiun/yogyakarta>, TVRI jogja kini bisa disaksikan sekalipun kita sedang diluar negeri Berikut adalah tampilan Streaming TVRI Jogja:



**Gambar 3.5**  
**Live Streaming TVRI Jogja**  
*TVRI.co.id/stasiun/yogyakarta*



**Gambar 3.6**  
**Tampilan Facebook TVRI Jogja**





**Gambar 3.7**  
**Tampilan *Twitter* TVRI Jogja**

6) Mengadakan kegiatan Promosi

Promosi yang dilakukan di TVRI Jogja bukan dalam pengertian dengan profit semata tapi bagaimana masyarakat bisa lebih *care* dan mau menonton TVRI Jogja dan juga cara TVRI Jogja mengkomunikasikan pesannya kepada masyarakat semisal dengan sistem komunitas. Sistem komunitas maksudnya adalah TVRI Jogja melibatkan komunitas disetiap acaranya misal angkringan atau zona music, TVRI Jogja melibatkan komunitas-komunitas yang berkaitan semisal band-band lokal jogja, komunitas kreatif Jogja untuk berpartisipasi dalam program TVRI Jogja.



**Gambar 3.8**  
**Poster Lomba di TVRI Jogja**

**JADWAL KEGIATAN HUT KE - 51 TVRI STASIUN D.I. YOGYAKARTA**

NO	KEGIATAN	HARI/TANGGAL/JAM	TEMPAT	PESERTA	PETUGAS
1	Lomba Penataan Ruang	8 - 12 Agustus 2016 09.00 - 16.00	Ruang Seksi & Sub Bagian TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Seksi / Sub Bagian TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Ekarni & Meidiana
2	Hari Karyawan	12 Agustus 2016 07.30 - 11.00	Halaman TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Karyawan TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	C Budi Sulistyono
3	Lomba Jingle SD / SMP	13 - 14 Agustus 2016 09.00 - Selesai	Studio 1 TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Umum	Kristiyadi Aria Nurdhika
4	Lomba Peryakir	15 - 16 Agustus 2016 09.00 - Selesai	News Center TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Umum	M Anif Misgianto C Budi Sulistyono
5	Lomba Tenis Meja	16 - 18 Agustus 2016 15.30 - 17.30	Lantai 3 GPO TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Karyawan	Totok Subroto
6	Lomba Tenis Lapangan	16 - 18 Agustus 2016 15.30 - 17.30	Lapangan Tenis TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Karyawan	Heri Suprpto
7	Lomba Catur	16 - 18 Agustus 2016 15.30 - 17.30	Lorong Bidang Teknik TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Karyawan	Bambang Saptono
8	Lomba Bulutangkis	16 - 18 Agustus 2016 15.30 - 17.30	Auditorium TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Karyawan	S Riyanto
9	Lomba Volley	16 - 18 Agustus 2016 15.30 - 17.30	Lapangan TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Bidang / Bagian	Ahmad Dawam
10	Tasyakuran - Upacara Bendera	17 Agustus 2016 07.30 - 11.30	Lapangan Upacara TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Karyawan	S. Riyanto
11	Jabangusra	19 Agustus 2016 08.00 - Selesai	Ruang Rakorsi TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Peserta & Undangan	Panitia
12	Pentas Seni	20 Agustus 2016 19.00 - Selesai	Halaman TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta	Umum	RM Kristiyadi

**Gambar 3.9**  
**Poster Kegiatan HUT RI 2016**

Selain itu juga membuka kegiatan seperti praktek kerja lapangan dan penelitian di TVRI Jogja juga merupakan kegiatan promosi yang tujuannya melaksanakan visinya di dunia pendidikan. TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta membuka kesempatan seluas-luasnya kepada para mahasiswa, utamanya yang menggeluti dunia *broadcasting* untuk melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dan penelitian untuk penyusunan tugas akhir/skripsi, kegiatan ini dikoordinir oleh bagian Humas, tentu saja tidak setiap pelamar PKL langsung bisa diterima. Hal ini mengingat formasi dan kapasitas pembimbing di TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta.

### **C. Persiapan untuk Pendukung Strategi *Positioning* TVRI Jogja**

TVRI Jogja mempunyai langkah tersendiri dalam persiapan persiapan guna mendukung *positioning* sehingga *positioning* itu dapat diwujudkan sesuai dengan tujuan TVRI sendiri dan amanat dari Lembaga penyiar publik. Menurut Keterangan Maryanta selaku kepala bidang program dan pengembangan usaha TVRI Jogja bahwa

Dalam rangka meningkatkan kualitas TVRI Jogja, kita juga (TVRI Jogja) melakukan pelatihan-pelatihan dengan TVRI pusat setiap tahunnya, Karyawan TVRI Jogja dikirim ke jakarta untuk Workshop Broadcasting dengan TVRI Pusat atau dengan program TVRI jogja sendiri. Melaksanakan program kerja dan menjalin kerja sama dengan pihak swasta juga menjadi salah satu pendukung promosi dari TVRI jogja (Wawancara dengan Bapak Maryanta 2 November 2016)

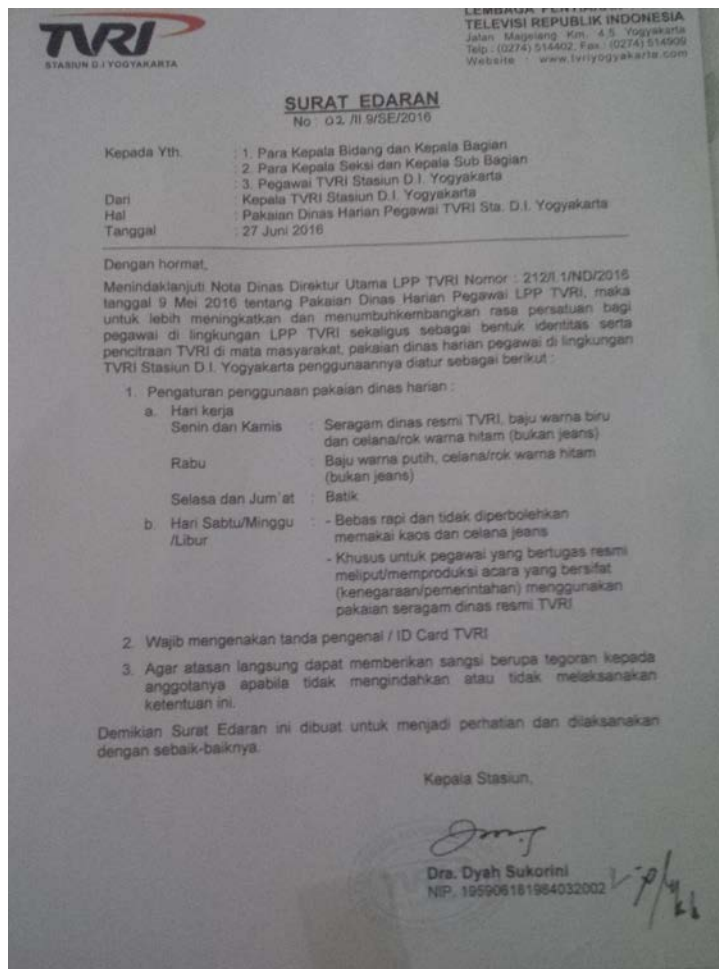
Seperti hasil wawancara dengan pihak TVRI Jogja maka hal pendukung strategi *positioning* TVRI Jogja diantaranya:

1) Penyediaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang profesional dan berkompeten, TVRI Pusat selalu mengadakan workshop kepelatihan *broadcasting* setiap tahunnya dan TVRI Jogja selalu berpartisipasi. TVRI Jogja sendiri juga membuat program tersendiri untuk karyawannya yaitu semacam “*Herritage*” program tersebut untuk memberikan pengetahuan lebih kepada karyawan TVRI Jogja agar mengenal kebudayaan Yogyakarta secara lengkap.



**Gambar 3.10**  
**Poster Audisi Presenter TVRI Jogja**  
**Dalam meningkatkan kualitas SDM**

- 2) Melaksanakan Program Kerja dan Membuat pola siaran secara *up-date*. Setiap akhir tahun TVRI Jogja selalu membuat pola siaran menjadi lebih *Fresh* dan *update* dalam upaya meningkatkan program kerja TVRI Jogja. Maka adapun program Kerja TVRI Jogja seperti:
- a. Pembinaan Struktur Organisasi TVRI Jogja dan tahun ini adalah Periode ke 18 TVRI Jogja semenjak pertama berdiri tahun 1965.
  - b. Pembinaan citra TVRI dan budaya kerja organisasi terus dilaksanakan oleh TVRI Jogja.



**Gambar 3.11**  
**Pewajiban Pakaian Dinas Oleh**



## Kepala stasiun TVRI Jogja tahun 2016

- c. *Re-evaluasi* menyeluruh terhadap acara berita maupun non-berita. Evaluasi Tahun ini sedang disiapkan oleh membuat Pola acara yang baru.
- d. Promosi program-program TVRI Jogja melalui jejaring sosial.



**Gambar 3.12**  
**Promosi Program TVRI Jogja**  
**Melalui Media Sosial**

- e. Peningkatan kualitas SDM di bidang teknik, marketing, program, berita, keuangan dan pelayanan.
- f. Kerjasama produksi dan penyiaran dengan berbagai Departemen/Lembaga Pemerintah dan non Pemerintah.

g. Revitalisasi sarana & prasarana yang ada terutama di daerah Perbatasan NKRI.

3) Menjalin kerjasama dengan pihak lain, seperti:

a. Bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam hal ini pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam bentuk program berita, sosialisai kebijakan, Iklan Layanan Masyarakat dan siaran interkatif tentang layanan pemerintah.

b. Bekerja sama dengan pihak swasta dalam bentuk penayangan hasil produksi (*Production House*), promosi produk dan *sponsorship*.

c. Bekerja sama dengan lembaga-lembaga pendidikan dari berbagai strata pendidikan dari mulai SMA, SMK dan lembaga pendidikan tinggi dalam bentuk paket program.

4) Faktor Penghambat

Faktor penghambat yang dialami TVRI Jogja adalah kondisi peralatan yang sudah lama dan jumlah studio yang jumlahnya masih terbatas. Alat-alat yang sudah lama semisal gedung itu sendiri, lampu, alat-alat teknis seperti master control dan alat editing yang sudah tergolong tua.

“ Hambatan ketika positioning di TVRI Jogja memang image TVRI Itu sendiri yang kuno tetapi kita harus tetap bersiaran mau tidak mau , pola siaran adalah solusi agar para penonton minimal tidak bosan dengan menonton TVRI Jogja. Segi Teknis juga memang termasuk menjadi kendala seperti alat-alat kita yang memang termasuk butuh perawatan”

Dalam melakukan positioninya tentu akan mendapatkan faktor penghambat dan pendukung selain dari kita TVRI jogja harus

tetap konsisten dengan tujuannya sebagai TVRI itu sendiri yaitu untuk mencerdaskan bangsa sebagai amanat dari lembaga penyiar publik itu sendiri dan bisa memberikan pengetahuan-pengetahuan baik pendidikan atau kebudayaan kepada masyarakat khususnya warga Yogyakarta .

#### **D. Tanggapan Masyarakat dari *Positioning* TVRI Jogja**

Untuk menunjukkan bahwa TVRI Jogja telah melakukan Positioningnya dengan benar maka perlu melakukan penelitian terhadap masyarakat, mengungkapkan bahwa TVRI Jogja telah melakukan positioning dengan benar dari slogan, logo dan program-programnya bahwa TVRI Jogja telah membantu masyarakat untuk memperkenalkan budaya Yogyakarta lewat media Televisi.

Tanggapan masyarakat beragam, berikuts ebagai salah satu penonton TVRI Jogja mengatakan bahwa:

Kalo nonton TVRI Jogja itu kalo dibandingin sama tv-tv lain itu gambarnya kurang bagus, kurang enak diliat terus pemakaian bahasanya terkadang bahasa jawa halus jadi agak engga ngerti tapi program yang suka ditonton pendopo kang tedjo soalnya kadang lakonya suka lucu terus juga ada beberapa pesan-pesanya terus ada tembang-tembangnya jadi suka dengernya (Wawancara dengan Annisa Diana Haq 16 November 2016)

Di TVRI Jogja acara favorit Angkringan, temanya sederhana ceritanya bisa langsung kena, Acaranya mudah dicerna engga bertele-tele bagus untuk kehidupan sehari-sehari . Taman gabusan juga bagus karena suka ngenalin makanan daerah saama wisata daerahnya tapi satu permintaan boleh engga di TVRI Jogja ada kartunya, hehe (Wawanacara dengan Siti Jaryati tanggal 16 November 2016)



Tanggapan dari masyarakat cukup beragam tetapi menunjukkan bahwa TVRI Jogja telah tepat melakukan *positioning* dengan program-programnya namun TVRI Jogja masih dapat kekurangan-kekurangan yang harus dibenahi kembali agar masyarakat lebih mengenal dan lebih mencintai TVRI Jogja.

#### ***E. Formatting***

Secara umum TVRI dalam melaksanakan strategi programnya harus sesuai dengan PP No.13 tahun 2005 tentang fungsi lembaga penyiar publik yang dilanjutkan menjadi sebuah *editorial policy* yang dibukukan bernama Buku Cetak biru yang berisi tentang latar belakang TVRI, dasar pemikiran, tujuan kebijakan umum seperti visi, misi, nilai dasar, identitas, posisi TVRI dan kebijakan penyiaran seperti penyelenggaraan siaran, ketentuan isi siaran, etika siaran dan bahasa siaran.

Menurut Keterangan Maryanta selaku kepala bidang program dan pengembangan usaha TVRI Jogja bahwa:

Dasar keberadaan TVRI adalah Undang-Undang Penyiaran no.32 tahun 2002 bahwa kemerdekaan menyampaikan pendapat dan memperoleh informasi melalui penyiaran sebagai perwujudan hak asasi manusia dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, dilaksanakan secara bertanggung jawab, selaras dan seimbang antara kebebasan dan kesetaraan menggunakan hak berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, kemudian diatur kembali oleh pemerintah dengan PP no.13 tahun 2005 setelah UUD lalu diatur kembali oleh Peraturan Pemerintah itu. Secara Umum Struktur Organisasi TVRI adalah Dewan Direksi, Kepala Stasiun dan Selanjutnya kemudian dewan pengawan mengeluarkan buku biru yang semacam *editorial Policy* tentang ketentuan materi siaran TVRI. (wawancara dengan bapak Maryanta, tanggal 2 November 2016)

Mengacu pada hal tersebut maka format siaran TVRI harus sesuai amanat peraturan pemerintah bahwa Televisi Lembaga Penyiaran Publik Republik Indonesia adalah Lembaga Penyiaran Publik yang menyelenggarakan kegiatan penyiaran televisi, bersifat independen, netral, tidak komersial dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat.

Sejak awal dioperasikannya TVRI Jogja, pola siaran yang mengacu pada pola siaran TVRI Nasional, disebut pola acara terpadu. Hal ini dikarenakan TVRI dibawah salah satu manajemen penyiaran, sehingga stasiun TVRI daerah harus mengikuti pola acara terpadu dari Pusat yaitu TVRI Nasional.

Acara yang diproduksi TVRI Jogja disebut pola acara harian. Pola acara harian disusun berdasarkan pola acara tahunan dari TVRI Pusat Jakarta. Setelah diterima oleh TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta pola acara tersebut disebut pola acara tahunan. Hal ini berarti pola acara tahunan TVRI Stasiun D.I. Yogyakarta merupakan hasil kombinasi antara pola acara Pusat dengan daerah. Karena sistematis ini wajib, maka siaran relay dari Pusat pasti selalu ada. Disamping itu apabila terjadi kekosongan produksi siaran, stasiun TVRI daerah bisa langsung merelay dari TVRI Nasional.

Sesuai dengan tugas dan fungsinya yang mengacu pada peraturan pemerintah tentang lembaga penyiar publik maka TVRI Jogja merumuskan dalam bentuk pola siaran. Pola siaran adalah sebuah representasi kebijakan programatis dari lembaga penyiar publik dalam hal ini TVRI Jogja. Pola siaran dibuat berdasarkan landasan filosofis tentang lembaga penyiar publik dan dijabarkan menjadi sebuah program.

#### ***F. Programing***

##### **a. Penyesuain dengan Tugas TVRI sebagai Lembaga Penyiar Publik**

Dalam melakukan penerapan *programing* TVRI Jogja membaginya dalam menjadi dua hal yang harus diketahui oleh masyarakat yaitu secara program dan program. Secara Program TVRI Jogja harus sesuai dengan tugas dan fungsi Lembaga penyiar publik yaitu TVRI mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Selanjutnya dari tugas dan fungsinya sebagai LPP setiap TVRI daerah diberikan kesempatan untuk mengatur implementasinya dan TVRI Jogja merumuskannya menjadi Pola Siaran TVRI Jogja.

TVRI harus berpegang teguh pada tugas dan fungsinya sebagai lembaga penyiar publik dan kepada daerah

diberikan hak untuk mengatur implementasi dari tugas dan fungsinya. Di TVRI Jogja merumuskannya menjadi pola siaran, pola siaran itu apa? Pola siaran ada sebuah representasi sebuah kebijakan programatis dari lembaga penyiar publik TVRI jogja dalam hal ini, landasan filosofinya merupakan *editorial policy* dari dewan pengawas bahwa kita harus membuat konten pendidikan, konten budaya, konten hiburan, konten perekat sosial dan sebagainya. (wawancara dengan bapak Maryanta, tanggal 2 November 2016)

**POLA ACARA REGULER BARU 2016**  
**TVRI STASIUN D.I YOGYAKARTA**  
 Berlaku Mulai September 2016

JAM	SENIN					SELASA					RABU					KAMIS					JUM'AT					SABTU					MINGGU					JAM																				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5																					
00.00	CALLSTATION/BUKA ACARA																																			00.00																				
15.03	RANAH PUBLIK					KARANG TUMARITIS	DUNIA ANAK	KARANG TUMARITIS	DUNIA ANAK	KARANG TUMARITIS	AGRI TEKNO					DIALOG HARI INI	SPORTIVO	DIALOG HARI INI	SPORTIVO	PENTAS SENI	KUIS CERDAS					TOWER 45					PIJAR					15.03																				
15.30											CANTIKAS	KARANG TUMARITIS	CANTIKAS	KARANG TUMARITIS						DIALOG HARI INI	SPORTIVO	DIALOG HARI INI	SPORTIVO	PENTAS SENI	SENTUHAN QOLBU					TOWER 45					SOSIALIKA	GA YA HIDUP	SOSIALIKA	GA YA HIDUP	SOSIALIKA	15.30																
16.00	JOGJA DALAM BERITA dan YOGYAKARTA																																			16.00																				
16.50	INFO TANI																																			16.50																				
16.55	KUNCUNG BAWUK										KOLASE										HERITAGE										16.55																									
17.00	MUSIK JOGJA					30 MENIT SAJA					SATU JAM SAJA					30 MENIT SAJA					SATU JAM SAJA					SATU JAM SAJA					KUIS CERDAS					17.00																				
18.00	30 MENIT SAJA					SABA DESA					SATU JAM SAJA					RECANANG MENDANG UMAMT					JAWA UMAMT					RECANANG MENDANG UMAMT					JAWA DWIPA					RECANANG MENDANG UMAMT					18.00															
19.00	PANGKUR JENGGLENG					TAMAN GABUSAN					DIALOG HARI INI (B)					JOGJA GUNREGAH					JOGJA ISTIMEWA					JOGJA GUNREGAH					DIALOG HARI INI (B)					PENDOPO KANG TEJO					TALK SHOW					KETOPRAK					ANGKRINGAN					19.00
20.00	KARANG TUMARITIS					AGRI TEKNO					TOWER 45					KULINER					KAMI BISA					SABA DESA					SWU					20.00																				
20.00																NEGERI INDONESIA					SPORTIVO					JAWA DWIPA					PENTAS MUSIK					20.00																				
21.00	JOGJA DALAM BERITA dan YOGYAKARTA																																			21.00																				
22.00	ANGKRINGAN					PANGKUR JENGGLENG					PENDOPO KANG TEJO					ANGKRINGAN					PANGKUR JENGGLENG					PENDOPO KANG TEJO					PENTAS SENI					22.00																				
22.30	JABANUSRA																																			22.30																				

Yogyakarta, September 2016  
 Kepala Stasiun  
  
 Dra. Dyah Sukorini

**Gambar 3.13**  
**Pola Acara TVRI Jogja**

Pola siaran adalah sebuah kebijakan programatis dari lembaga penyiar publik TVRI Jogja dalam menerapkan tugas dan fungsinya. Hal diatas merupakan dasar utama dari langkah awal stasiun TVRI Joga untuk menentukan programing acara yang akan disajikan kepada masyarakat. Selain itu hal tersebut bertujuan untuk menjadikan TVRI Jogja berbeda dengan stasiun televisi lainnya sehingga dalam penerapan programnya memiliki ciri khas tersendiri.

#### **b. Sajian Program-Program TVRI Jogja**

Setelah melauai tahap perencanaan strategi *programing* berikutnya merupakan bagaimana implementasi strategi tersebut agar dapat berjalan di TVRI Jogja. Disamping itu hal lain yang menjadi pokok utama pelaksanaan programing adalah bertujuan meningkatkan audiens TVRI Jogja.

Pada penerapan programnya, kebijakannya penyajian program TVRI Jogja menayangkan programnya berasal dari produksi sendiri (*in-House*). Program *in-house* merupakan sebutan program yang dibuat sendiri oleh TVRI Jogja agar dapat menyesuaikan dengan visi dan misi dari TVRI Jogja sendiri.

Agar penyajian berbeda dengan televisi lainnya, TVRI Jogja juga memiliki program acara unggulan. Seperti program unggulan TVRI Jogja yaitu seperti :

**Tabel 3.3**  
**Profile Data Penonton Acara TVRI Jogja**

No	Program	Rata-Rata Jumlah Penonton	Rating (%)	Share (%)
1	Pangkur Jengkleng	121,987	5,1	24,0
2	Pendopo kang tedjo	47,621	2,0	9,9
3	Angkirngan	38,851	1,6	8,4
4	Penutupan	34,340	1,4	6,5
5	Kethoprak	34,266	1,4	7,6
6	Upacara Penurunan Bendera	22,031	0,9	8,5
7	Secangkir Wedang Uwuh	19,655	0,8	5,2
8	Dialog Sembada	11,495	0,5	2,7
9	Gelar Budaya Kulonprogo	10,838	0,5	2,3
10	Saba Desa	10,778	0,5	5,4

A

*Arsip TVRI Jogja, 2015*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa seluruh rangkaian program sangat dekat dengan masyarakat, misal program angkringan, angkringan sangat dekat dengan masyarakat Yogyakarta dan terbukti program angkrian TVRI Jogja menjadi salah satu acara unggulan TVRI Jogja dengan rata-rata jumlah penoton 38,851 dan mempunyai rating 1,6% dan Share 8,4%. Adapun sajian program TVRI Jogja meliputi:

**Tabel 3.4**  
**Program TVRI Jogja Pangkur Jengkleng**

<b>1. Pangkur Jengkleng</b>	
<b>Musik</b>	Pangkur Jengkleng
<b>Deskripsi</b>	Budaya dan hiburan
<b>Format Program</b>	Komedi
<b>Format Produksi</b>	Studio
<b>Durasi</b>	60 menit
<b>Sasaran</b>	UMUM
<b>Frekuensi Program</b>	Mingguan (Setahun 52 kali)
<b>Latar Belakang</b>	Pangkur Jengkleng adalah komedi Jawa yang merupakan embrio dari perkembangan drama komedi Indonesia, Kekhasan komedi jawa ini selain terletak pada tokoh komedi yang dihadirkan , penceritaan, adalah jenis penggunaan jenis pangkur diakhir acara. Komedi ini perlu diangkat karena tontona ini cukup merakyat.
<b>Tujuan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Melestarikan komedia dagelan Mataram</li> <li>b. Memberikan hiburan bagi masyarakat</li> </ul>
<b>Elemen Program</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pemain Pokok</li> <li>b. Bintang tamu</li> <li>c. Penonton</li> <li>d. Karawitan</li> <li>e. Properti</li> </ul>
<b>Kekhasan Program</b>	Pangkur Jengkleng adalah wadah pertunjukan dan kreativitas, karena penyajiannya bukan semata-mata hanya sebagai hiburan dan menampilkan LadrangPangkur, tetapi juga menampilkan gending dolanan dengan garap yang menarik dan gummyak, adanya guyon maton, pitutur atau nasehat, bintang tamu populer, serta penampilan adegan-adegan lucu sehingga menjadi acara favori TVRI Jogja.



Sumber: Arsip TVRI Jogja, 2015

**Tabel 3.5**  
**Program TVRI Jogja Angkringan**

<b>2. Angkringan</b>	
<b>Musik</b>	Obrolan Angkriangan
<b>Deskripsi</b>	Budaya dan Hiburan
<b>Format Program</b>	Komedi
<b>Format Produksi</b>	Studio
<b>Durasi</b>	60 menit
<b>Sasaran</b>	UMUM
<b>Frekuensi Program</b>	Mingguan (Setahun 52 kali)
<b>Latar Belakang</b>	Ankringan adalah rumbung untuk menjajakan dagangan. Dalam perkembangannya tempat menjajakan dagangan tersebut menjadi tempat mangkal pembeli dan mengobrol dengan santai membahas persoalan hidup. Melalui gaya sajian guyon perikena obrolan angkringan ini diharapkan mampu mengkomunikasikan persoalan secara satire.
<b>Tujuan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. menyampaikan kritik, saran, sindiran, cercaan dengan gaya guyon perikena</li> <li>b. Memberikan hiburan bagi masyarakat</li> </ul>



<b>Elemen Program</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pemain Pokok 5- 8 pemain</li> <li>b. Bintang tamu</li> <li>c. Gerobak angkridingan</li> <li>d. Properti</li> </ul>
<b>Kekhasan Program</b>	<p>Komedi adalah salah satu pendekatan yang bisa dilakukan TVRI Jogja agar memperoleh penonton yang banyak. berbagai obrolan dan guyonan dengan berbagai pembahasan, mulai dari yang serius hingga gojog kere, nah hal inilah yang diangkat dalam acara Obrolan Angkring. eniman-seniman lawak yang cukup tenar di kota ini mulai dari Wisben sebagai penjual angkridingan, terus ada Jonet, Yu Beruk dan juga Dalijo yang setiap akhir pekan siap mengocok perut penontonnya</p>



Sumber: Arsip TVRI Jogja, 2015

**Tabel 3.6**  
**Program TVRI Jogja Taman Gabusan**

<b>3. Taman Gabusan</b>	
<b>Judul Program</b>	Taman Gabusan
<b>Deskripsi</b>	Pelayanan Informasi, Sosial dan Pendidikan.
<b>Format Program</b>	Talkshow
<b>Format Produksi</b>	Studio
<b>Durasi</b>	60 menit
<b>Sasaran</b>	UMUM
<b>Frekuensi Program</b>	Setiap Selasa, 19:00 Mingguan (Setahun 52 kali)
<b>Latar Belakang</b>	Pemda Bantul dengan slogan projo tamansari memamandang bahwa media televisi efektif untuk menjembatani komunikasi anantara publik dan pemangku kepentingan dalam menyampaikna program-program pembangunan pemerintah daerah
<b>Tujuan</b>	Mengungkapkan keberagaman potensi kabupaten Bantul dan melihat sejauh mana peran pemda dalam pemberdayaan pembangunan
<b>Elemen Program</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dekorasi Taman Gabusan</li> <li>b. Narasumber</li> <li>c. Perbincangan</li> <li>d. Interaksi dengan pemirsa dirumah</li> </ul>
<b>Kekhasan Program</b>	TVRI Jogja berusaha mendekati diri kepada berbagai aspek masyarakat begitu juga pemerintahanya, Seperti Pemerintah Kabupaten Bantul bekerjasama dengan TVRI Stasiun Yogyakarta membuat Taman Gabusan yang dikemas dalam bentuk Talkshow dan dialog interaktif, untuk mensosialisasikan kebijakan dan pembangunan yang berjalan di Kabupaten Bantul juga sebagai ajang menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat serta masyarakat kepada pemerintah



Sumber: Arsip TVRI Jogja, 2015

**Tabel 3.7**  
**Program TVRI Jogja Ranah Publik**

<b>4. Ranah Publik</b>	
<b>Judul Program</b>	Ranah Publik
<b>Deskripsi</b>	Pelayanan Informasi dan Pendidikan.
<b>Format Program</b>	Dialog Interaktif
<b>Format Produksi</b>	Studio
<b>Durasi</b>	60 menit
<b>Sasaran</b>	UMUM
<b>Frekuensi Program</b>	Setiap Senin 15:00 Mingguan (Setahun 52 kali)
<b>Latar Belakang</b>	Kebijakan Publik dalam penerapan memerlukan sosialisasi, pengawasan secara multiperspektif, dari berbagai LSM, akademisi dan masyarakat. Melalui dialog publik inilah wahana untuk mengkomunikasikan berbagai kebijakan tersebut dapat disampaikan ke publik
<b>Tujuan</b>	Membuka wawasan masyarakat dalam menyoroti suatu kebijakan publik secara langsung
<b>Elemen Program</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Narasumber</li> <li>b. MC dan Dekorasi</li> <li>c. Dialog</li> </ul>
<b>Kekhasan Program</b>	Sama Seperti Taman Gabusan bahwa TVRI Jogja berusaha mendekatkan diri

	<p>kepada berbagai aspek masyarakat begitu juga pemerintahanya Perbedaan adalah disini juga TVRI Juga melibatkan mahasiswa untuk ikut berperan dalam programnya bisa menjadi narasumber atau penonton</p>
	

Sumber: Arsip TVRI Jogja, 201

**Tabel 3.8**  
**Program TVRI Jogja Kethoprak**

<b>5. Kethoprak</b>	
<b>Judul Program</b>	Ranah Publik
<b>Deskripsi</b>	Kebudayaan dan Hiburan
<b>Format Program</b>	Drama
<b>Format Produksi</b>	Studio
<b>Durasi</b>	60 menit
<b>Sasaran</b>	UMUM
<b>Frekuensi Program</b>	Setiap hari Sabtu jam 19.00
<b>Latar Belakang</b>	<p>Kethoprak merupakan drama tradisional Jawa yang pada masanya menjadi tontonan yang merakyat. Kesenian ini efektif untuk menyampaikan pesan termasuk spirit nasionalisme melawan kaum penjajah pada masa perjuangan. Cerita yang diangkat cukup variatif mulai dari cerita babad sampai manak. Kethoprak perlu diangkat kembali agar generasi muda dapat melakukan transformasi dan melestarikan karya adiluhur</p>
<b>Tujuan</b>	<p>a. Melestarikan kesenian Kethoprak b. Memperkenalkan kultur sosial</p>

	<p>kehidupan masyarakat Jawa kepada pemirsa Muda</p> <p>c. Memberikan Hiburan kepada masyarakat</p>
<b>Kekhasan Program</b>	<p>Ketoprak bekerja sama dengan budayawan misal mas nyoto sebagai ide cerita yang artinya Secara keseluruhan, tontonan tersebut dibuat khusus untuk guyonan jogja dan memang menghibur, layak di tonton, memberikan pesan moral yang tak mengurui dan bisa menjaga budaya yang mungkin sudah langka di negri ini.</p>



Sumber: Arsip TVRI Jogja, 2015

Sesuai dengan penjelasan sebelumnya mengenai strategi program bahwa TVRI jogja membagi ketegori porgramnya menjadi 3 kategori yaitu:

a. Program share yang tinggi

Implementasinya adalah misal program pangkur jengkleng yang mempunyai jumlah penoton rata-rata 121,987. Pangkur jengkleng dibuat dengan tujuan

melestarikan kembali komedi dagelan mataram yang dibalut dengan *tune* karawitan. Pangkur jengkleng hadir setiap senin,selasa dan jumat. Tujuan dari hadirnya program Pangkur jengkleng adalah untuk menghibur dan melesterikan kembali dagelan mataram.

Angkringan adalah termasuk program yang mempunyai jumlah penoton yang termasuk tinggi rata-rata 38,851 penonton. Seperti yang dijelaskan pada tabel diatas angkringan adalah program untuk menyampaikan kritik, saran, sindiran, cercaan dengan gaya guyon parikena. Gaya bicara yang blak-blakan, ceplas-ceplos, penuh kritik, sering bercanda namun tetap pada konsep untuk menyampaikan saran pada situasi yang sedang berlangsung. Selain yang dijelaskan pada tabel diatas program pendopo kang tedjo, unggulan TVRI Jogja

b. Nilai publik yang tinggi

Mempunyai nilai publik yang tinggi adalah tugas dari sendiri yaitu TVRI mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat. Khususnya di TVRI Jogja hadirilah program seperti Taman Gabusan, Dialog publik, Yogyakarta untuk

dalam upaya memndukung pemeintah daerah Yogyakarta

Misal Taman gabusan adalah sebuah program dari TVRI Jogja yang berusaha mengungkapkan keberagaman potensi kabupaten Bantul dan melihat sejauh mana peran pemerintah daerah Bantul dalam pemberdayaan daerahnya. Taman gabusan dikemas dalam format program Talkshow dan hadir setiap Selasa jam tujuh malam.

c. Komersial

Aset utama dari institusi publik adalah dukungan publik. Selain itu dukungan bersifat finansial sangat juga dibutuhkan karena untuk menghidupi TVRI jogja itu sendiri.

Menurut keterangan RM Kristiyadi selaku kepala seksi Program TVRI Jogja Bahwa

Ketiga point diatas program share yang tinggi, nilai publik yang tingi dan komersil merupakan saling berkesinambungan, jika TVRI Jogja mempunyai nilai share programnya tinggi semua maka dapat dipastikan nilai kepublikan itu akan turun karena kita mengikuti kemauan pasar. Kita (TVRI Jogja) tidak mengikuti pasar karena harus sesuai dengan fungsi dari lembaga penyiar publik. (Wawancara dengan Bapak Kristiyadi 8 November 2016)

Proses kreatif pengembangan program di TVRI Jogja harus megikuti adat/kebudayaan masyarakat

Yogyakarta maka dari TVRI jogja menggunakan sistem keterbukaan komunikasi kepada budayawan, akademisi untuk mendukung setiap program dari TVRI jogja agar tidak menjadi salah persepsi program. Misal dalam proses pengembangan naskah “Ketoprak” TVRI jogja mengundang penulis naskah lokal seperti Mas Nyoto dan Mas Bayu agar berkolaborasi dan saling mengisi antara tujuan dari program dari TVRI Jogja dan budaya yang berkembang di Yogyakarta.



## **G. Analisis Data**

### **1. Segmentasi**

Menurut H. Djaslim Saladin dalam Bukunya dasar-dasar manajemen pemasaran bahwa segmentasi adalah proses dari keseluruhan pasar yang heterogen untuk suatu produk atau jasa dibagi dalam beberapa segmen, setiap segmenya cenderung serupa dalam seluruh aspek yang penting. Segmentasi artinya membagi pasar yang lebih spesifik dengan menempatkan program acara yang sesuai dengan segmen yang dipilih (Saladin, 2003: 45).

Sebagai televisi lokal berbasis lembaga penyiar publik TVRI Jogja melakukan segmentasi berlandaskan tugas dan fungsinya sebagai Lembaga Penyiar Publik. Segmentasi TVRI Jogja dilakukan agar dapat mempermudah proses kreatif di TVRI Jogja sesuai teori segmentasi Saladin diatas. Segmentasi dibutuhkan TVRI Jogja agar segmen yang dijadikan sebagai sasaran pemasaran produknya dapat memenuhi visi misi dari TVRI sebagai lembaga penyiar publik.

Berdasarkan hasil analisa dalam penentuan segmentasinya TVRI Jogja sangat tepat dengan membedakannya menjadi programa dan program mengingat setiap TVRI diamanahkan oleh Peraturan Pemerintah No.13 tahun 2005 tentang tugas dan fungsi TVRI sebagai lembaga penyiar publik TVRI yang salah satu isinya TVRI mempunyai tugas uuntuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Programa adalah visi siaran atau tayangan yang ditayangkan oleh TVRI Jogja secara keseluruhan sedangkan secara program adalah satu acara yang mewakili dari seluruh rangkaian acara TVRI Jogja. Secara program TVRI Jogja mempunyai target seluruh segmen masyarakat Yogyakarta mengingat salah satu bunyi tugas dan fungsi TVRI sebagai lembaga penyiar publik adalah untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat.

Segmentasi adalah Menurut Kasali (1998), segmentasi adalah proses mengkotak-kotakan pasar yang sangat heterogen ke dalam kelompok-kelompok “potential costumers” yang memiliki kesamaan kebutuhan dan/atau kesamaan karakter yang memiliki respon yang sama dalam membelanjakan uangnya. Karena sifatnya yang homogen, maka akan sulit bagi produsen untuk melayaninya, oleh karena itu pemasar harus memilih segmen-segmen tertentu saja dan meninggalkan bagian pasar lainnya (Kasali, 1998: 118).

Program adalah representasi pemilihan segmen yang dituju oleh TVRI Jogja yang diwujudkan menjadi sebuah acara. Setiap acara di TVRI Jogja mempunyai segmen tersendiri yang diatur menjadi pola siaran. Morissan mengemukakan dasar-dasar dalam menentukan segmentasi dapat dibagi kedalam beberapa variabel diantaranya terdiri atas demografi, geografis, geodemografis dan psikografi (Morissan, 2008: 178).

a) Segmentasi Demografis

Segmentasi audiens berdasarkan demografi pada dasarnya adalah segmentasi yang didasarkan pada peta kependudukan, misalnya: usia, jenis kelamin, besarnya anggota keluarga, pendidikan, jenis pekerjaan yang semua ini

disebut variabel-variabel demografi. Jika dilihat dari sisi demografi audiens, segmentasi berdasarkan usia TVRI Jogja adalah sangat efektif menjangkau pensiunan/tidak bekerja sebesar 25,1% dan pekerja Informal sebesar 20,1% sedangkan ibu rumah tangga hanya 16,6%, pengusaha 18,9% dan pelajar 18,7%. Dilihat dari segi pendidikan TVRI Jogja efektif menjangkau lulusan SD sebesar 26,1% dan akademik 21,5% sementara SMA hanya 17,8%, SMP 18,2% dan SD tidak lulus 16%.

Sedangkan dari status ekonomi sosial TVRI jogja sangat efektif menjangkau kelas Menengah sebesar 51%, Bawah 21,1% dan kelas atas sebesar 27,9%. Dengan adanya data ini sangat terlihat segmentasi yang dilakukan TVRI Jogja cenderung merata disemua segmenya tidak ada yang sangat menonjol hal ini membuktikan bahwa segmentasi yang dilakukan TVRI Jogja telah tepat tidak ada dominan disatu segmen sesuai visi-misi lembaga penyiar publik yaitu menyentuh lapisan masyarakat.

b) Geografis

Menurut Morissan segmentasi ini membagi-bagikan khalayak audien berdasarkan jangkauan geografis. Pasar Audiens dibagi ke dalam beberapa unit geografis yang berbeda yang mencakup wilayah sebuah negara, provinsi, kabupaten, kota hingga kelingkungan perumahan. Segmentasi geografis yang dilakukan TVRI jogja efektif menjangkau seluruh kawasan Dearah Istimewa Yogyakarta meliputi Bantul, Sleman, Wonosari dan sebagian wilayah provinsi Jawa Tengah, yakni Kabupaten Magelang, kota Magelang, Temanggung, Wonosobo, sebagian Klaten, Sebagian Purworejo dan sebagian Karanganyar.

TVRI Jogja bisa bersiaran disebagian wilayah Jawa tengah karena pemancaran siaran TVRI Jogja dipancarkan di kanal 22 UHF dari bukit Patuk Gunung Kidul. TVRI Jogja telah menentukan segmentasi audien berdasarkan dengan melihat sisi geografis yakni ditentukan dari wilayah dan potensi audiens yang dapat dijangkau oleh TVRI Jogja.

c) Geodemografis

Geodemografis merupakan gabungan dari segmentasi geografi dengan segmentasi demografi. Menurut Morissan konsep ini merupakan mereka yang menempati geografi yang sama dan memiliki karakter-karakter demografi yang sama pula. Namun wilayah tempat tinggal harus sesempit mungkin, misalnya kawasan-kawasan pemukiman atau kelurahanan dikota-kota besar.

Secara Geodemografis lokasi yang dijangkau oleh TVRI Jogja masih sangat luas yakni seluruh wilayah Yogyakarta dan sebagian wilayah Jawa tengah. Pemilihan audiens yang tinggal disuatu wilayah geografis tertentu yang diyakini memiliki karakter yang sama belum dilakukan oleh TVRI Jogja. Jika TVRI Jogja ingin membagi audiens secara geodemografis artinya TVRI Jogja harus membagi dengan wilayah yang lebih mendetail mungkin misalnya perkota sama desa (Morissan, 2008: 188).

Segmentasi yang dilakukan oleh TVRI Jogja bisa dibilang luas dan hampir mencakup seluruh segi usia, wilayah dan tingkat sosial kemasyarakatan padahal seperti yang terdapat dalam buku media penyiaran oleh Morrisian bahwa apabila segmentasi terlalu luas dan heterogen jangkauannya akan mempersulit bagi stasiun penyiaran untuk melayani semuanya. Namun seperti diungkapkan oleh

Maryanta selaku kepala bagian program dan tata usaha bahwa TVRI memang berkewajiban melayani seluruh lapisan masyarakat sesuai Peraturan Pemerintah No.13 tahun 2005 tentang Tugas Dan fungsi TVRI Sebagai Lembaga Penyiar Publik TVRI.

## 2. Targetting

TVRI Jogja mentargetkan audiensnya sesuai dengan konsep besar positioning TVRI Jogja yaitu dekat dengan masyarakat. Konsep besar dekat dengan masyarakat diturunkan melalui setiap programnya, memang berdasarkan analisis oleh Nielsen pemirsa TVRI Jogja memang efektif menjangkau laki-laki dewasa 50 tahun lulusan SD dan pensiunan namun pada tahun 2015 TVRI Jogja mulai melibatkan anak muda sebagai meningkatkan target audiensnya.

Menurut Kasali dalam bukunya membidik pasar Indonesia bahwa targetting merupakan bagian dari kegiatan penciptaan dan penyampaian nilai kepada konsumen. Targetting adalah tahap yang disebut juga selecting karena marketer harus menyeleksi. Menyeleksi disini artinya harus berani memiliki keberanian untuk memfokuskan kegiatan pada beberapa bagian saja (segmen) dan meninggalkan bagian lainnya (Kasali, 1998: 371).

Secara program TVRI Jogja sudah mempunyai pemilihan target yang cukup lengkap sebenarnya, semisal angkringan mempunyai target pemirsa muda, lalu ranah publik dengan target audiens dewasa dan akademis, info tani dan taman gabusan mempunyai target audiens para pendatang dan pengusaha. TVRI Jogja berusaha melihat celah didalam pertelevisan khususnya yang belum tergarap

stasiun lain khususnya stasiun TV swasta misal sektor kebudayaan dan pendidikan. Misal hadirnya program ketoprak, angkringan dan Pangkurjengkeng.

Pemilihan target penonton TVRI Jogja terlihat tidak konsisten dalam menargetkan pemirsannya karena menyentuh seluruh masyarakat dan dimana target penonton justru lebih banyak mengarah kepada orang tua. Jika melihat pengertian *targetting*, adalah proses pemilihan segmen yang dipilih biasanya hanya terdiri dari satu atau lebih dimana media penyiaran harus menetapkan tujuan dan sasaran berdasarkan target audien yang sudah dicapai serta harapan apa yang diharapkan (Morrison, 2008: 193).

Jika secara spesifik memang sulit melihat target audiens dari TVRI Jogja karena memang diatur bahwa target audiens setiap TVRI diatur oleh Peraturan Pemerintah. Begitupun target dari penonton TVRI Jogja adalah ditegaskan oleh Peraturan Pemerintah no.13 tahun 2005 tentang Fungsi TVRI yaitu menyentuh seluruh lapisan masyarakat.

### 3. Positioning

Setelah mengetahui target yang dibidik maka tindakan selanjutnya adalah menciptakan kesan dan tanggapan diproduk siar sehingga menciptakan ingatan dipikiran penonton. Bentuk tanggapan dan siar tersebut dilakukan dalam bentuk *positioning*. Bahwa *positioning* tak lain adalah segala upaya untuk mendesain produk dan mereka kita agar dapat menempatkan sebuah posisi yang unik dibenak pelanggan. (Hermawan, Yuswodhy, Jacky, Taufik, 2005: 57).

TVRI Jogja sebagai media daerah merupakan kepanjangan tangan dari TVRI Nasional maka dari itu TVRI Jogja memiliki kewajiban untuk turut mendukung visi dari TVRI Nasional yaitu terwujudnya TVRI sebagai media utama penggerak pemersatu bangsa. Terwujudnya TVRI Jogja adalah sebagai media televisi publik yang independen, profesional, terpercaya dan pilihan masyarakat DIY.

Faktor yang melatarbelakangi pengambilan positioning TVRI Jogja sebagai media daerah adalah karena TVRI Nasional itu sendiri, menurut Wardhani TVRI telah menjadi Lembaga penyiaran publik (LPP) yang jika mengacu kepada konsep Public Service Broadcasting (PSB) dikategorikan sebagai National Public Service Broadcasting adalah sistem penyiaran yang dikontrol oleh publik, sedangkan pendanaan dan struktur administrasinya diatur oleh peraturan yang mengikat oleh negara (Wardhani 2013: 3). Public Service Broadcasting didasarkan pada prinsip-prinsip pelayanan universalitas, keragaman program, yang mengutamakan kepentingan publik. Akar Public Service Broadcasting umumnya dapat ditelusuri dari dokumen Royal Charter tentang pembentukan British Broadcasting Corporation (BBC).

Hal ini sebenarnya sesuai dengan regulasi di Indonesia yang mendefinisikan LPP-TVRI sebagai lembaga penyiaran publik yang menyelenggarakan kegiatan penyiaran televisi bersifat independen, netral tidak komersial dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat UU No. 32 tahun 2002 pasal 11 (1) Lembaga Penyiaran Publik adalah lembaga

penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, berfungsi memberikan layanan.

Strategi positioning antara lembaga penyiar publik dan penyelenggara televisi swasta tidak bisa disamakan. Konsep yang digunakan adalah, media audience as public khalayak sebagai warga negara dilayani, dididik, diberitahu dan tentu dihibur dalam konteks penyiaran yang memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan Negara (Rachmatie, 2006: 283).

Berbeda dengan positioning penyelenggara swasta, konsep ketika memandang khalayak adalah audience as market. Media komersil mentransfer informasi yang bermakna kepada warga negara hanya sebagai kepentingan pendukung untuk membuat konsumen sadar tentang produk dan jasa dan mengikat perhatian mereka dengan program hiburan. Perbedaan antara audience as public (citizen) dan audiens as market (costumer) penting untuk penyiaran yang akan berkiprah dipelayanan publik (Rachmatie, 2006: 283-284).

TVRI Jogja dirasa sangat tepat ketika mem-positioning-kan diri agar dekat dengan masyarakat Yogyakarta karena sesuai dengan tujuan peraturan pemerintah No.13 tahun 2005 yaitu sebagai pelayan informasi, perekat sosial serta melestarikan budaya dan bangsa untuk kepentingan seluruh rakyat Indonesia dan menjangkau seluruh kawasan Indonesia. Misal dengan menggunakan slogan dan stasiun ID yang baru semenjak tahun 2015 dengan tagline “Jogja Makin Istimewa” yang bisa diartikan TVRI mendukung program pemerintah DIY dan sebagai pelayan Informasi.



Darmanto (2000:13) menjelaskan bahwa didalam stasiun penyiaran terdapat beberapa implementasi atau wujud positioning yang diperlukan diataranya adalah slogan, stasiun image, monitoring station ID dan creativity. TVRI Jogja sebagai salah satu televisi penyiaran juga menggunakan beberapa strategi diatas untuk mengenalkan dirinya sebagai sebuah televisi kepada masyarakat diantaranya :

- 1) Melalui slogan TVRI Jogja “Jogja Makin Istimewa”. TVRI Jogja ingin mempertegas identitas TVRI Jogja yang mengikuti perubahan culture. Perubahan slogan dari sebelumnya “Media Publik Kita” menjadi Slogan baru “Jogja Makin Istimewa” dirasa tepat karena dalam rangka mendukung pemerintahan Yogyakarta untuk mere-branding kota Yogyakarta menjadi baru yang sebelumnya “Never Ending Asia”. Perubahan slogan juga sesuai dengan fungsi TVRI Jogja sebagai LPP dan Implementasi dalam UU Nomor 32 Tahun 2002 tentang penyiaran dan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang pengelolaan pemerintahan daerah mengelola wilayah sendiri termasuk pengelolaan informasi publik dalam rangka peningkatan pelayanan kepada masyarakat. Informasi merupakan kunci perubahan, terutama informasi melalui media. Oleh karena itu TVRI Jogja memiliki peranan media yang sangat besar dalam memberikan informasi sehingga dengan cepat informasi bergulir ke seluruh penjuru tanpa batas jarak dan waktu. Selain hadir pada layar TVRI Jogja slogan ini hadir juga didalam berbagai media promo pada TVRI Jogja seperti spanduk, poster dan company profile dan cukup efektif untuk memperkenalkan branding baru TVRI Jogja “Jogja Makin Istimewa”.

2) Membuat Stasiun Image dengan slogan baru “Jogja Makin Istimewa” merupakan langkah yang tepat karena TVRI Jogja ingin berusaha membuat identitas yang baru. Perubahan identitas ini dapat dirasakan diantaranya pada logo baru TVRI Jogja yang memakai huruf “Jogja Istimewa” brand Yogyakarta yang baru. Membuat stasiun ID baru “Jogja Pancen Istimewa” dirasakan berhasil. Keberhasilan tersebut terlihat dari respon positif saat Stasiun ID “Jogja Pancen Istimewa” di unggah ke dalam media sosial banyak komentar positif yang masuk diantaranya mengatakan jinglenya bagus, lucu dan beda. Untuk mendukung positioningnya TVRI Jogja melakukan kegiatan promosi yang berguna mendukung stasiun image yang baru bentuk promosi yang dilakukan di TVRI Jogja bukan dalam pengertian dengan profit semata tapi bagaimana masyarakat bisa lebih care dan mau menonton TVRI Jogja dan juga sebagai cara TVRI Jogja mengkomunikasikan pesanya kepada masyarakat semisal dengan sistem komunitas.

Menggunakan sistem komunitas merupakan cara yang efektif, dikarenakan cara ini melibatkan langsung para komunitas dalam proses kreatif walaupun hanya sekedar menonton dan karena pada kenyataannya penonton yang ingin menonton langsung di studio TVRI Jogja untuk tahun depan sudah penuh hal itu berimplikasi bahwa minat menonton langsung program di TVRI Jogja sangat tinggi.

Selain itu juga membuka kegiatan seperti praktek kerja lapangan dan penelitian di TVRI Jogja juga merupakan kegiatan promosi efektif ditambah yang tujuannya untuk melaksanakan visinya di dunia pendidikan. Kegiatan ini

mendapat respon positif dibuktikan dengan jumlah mahasiswa yang ingin mengikuti magang dan kerja praktek di TVRI Jogja tidak pernah sepi

3) Sebagai bahan monitoring TVRI Jogja selalu memperhatikan reaksi pasar terhadap program-program yang disiarkan. Memanfaatkan media internet seperti Youtube, Twitter Website dan media sosial. TVRI Jogja kini bisa disaksikan secara streaming di <http://tvri.co.id/stasiun/yogyakarta>, TVRI jogja kini bisa disaksikan sekalipun kita sedang diluar negeri.

Namun memang ada kekurangan pada TVRI Jogja dalam memanfaatkan media sosial diantaranya TVRI Jogja kurang aktifnya chanel Youtube resmi, kebanyakan acara-acara TVRI Jogja yang ada pada Youtube hasil upload 4 bulan yang lalu bahkan 3 tahun yang lalu. Facebook dari TVRI Jogja dirasakan kurang update dan terdapat 2 akun yang mengaku akun resmi dari TVRI Jogja. Padahal dari media sosial TVRI jogja dapat berkomunikasi langsung dengan para peontonya, membangun komunikasi tanya jawab atau kritik dan saran.

4) Dari segi creativity pada tahun 2015, ketika dalam proses pembuatan stasiun ID yang baru TVRI Jogja “Pancen Istimewa”, adalah pengambilan keputusan yang tepat dengan melibatkan anak muda dalam proses kreatifnya. Terbukti Stasiun ID baru itu bernafaskan sesuatu yang berbeda dari TVRI Jogja. Jika dilihat dari materi video “Jogja Pancen Istimewa” dilihat dari liriknya yang easy listening, musik rap dan pengambilan gambar yang bagus sangat terlihat bahwa TVRI Jogja tidak main-main dalam proses pembuatannya stasiun ID yang barunya dan terbukti viewers dimedia sosial mencapai 15-ribuan orang dengan komentar yang positif.

Dalam hal creativity programnya TVRI Jogja pun bisa dikatakan sudah cukup komplit untuk mewakili visi dari lembaga penyiar publik semisal Angkriangan, Kethoprak, Taman Gabusan, Ruang Publik, Zona Musik dari segala segmen sudah terpenuhi. Untuk saat ini program yang bermuatan hiburan memang presentasinya lebih besar baik dalam jumlah program dan penonton dibanding yang bermuatan pendidikan atau kepublikan tinggi hal ini seharusnya dapat dirubah dengan meningkatkan program yang bermuatan pendidikan atau setidaknya seimbang.

Agar ber-imbang penulis mencoba menjabarkan apakah positioning TVRI Jogja dekat dengan masyarakat sudah memenuhi ke-idealan dari sudut pandang sebagai lembaga penyiar publik. Lembaga penyiaran publik adalah lembaga penyiaran yang mempunyai visi untuk memperbaiki kualitas kehidupan publik, kualitas kehidupan suatu bangsa, dan juga kualitas hubungan antarbangsa pada umumnya, serta mempunyai misi untuk menjadi forum diskusi dan pelayanan kebutuhan publik (Adhrianti, 2008: 286).

Publik sesungguhnya menaruh harapan begitu tinggi terhadap televisi lokal. Kehadirannya di dunia penyiaran diharapkan dapat memberi alternatif tontonan dan dapat mengakomodasi khazanah lokalitas Globalisasi juga memberikan dampak pada TV lokal diIndonesia yang mau tidak mau harus menampilkan produk impor agar lebih diminati oleh pemirsanya. Minimnya kreatifitas dari pelaku-pelaku TV lokal membuat program-program yang dihasilkan masih belum mencukupi untuk keseluruhan volume materi program yang harus diisi ( Yantos, 2015:101-102).

Menurut Harmens Tahir (2002:154, 159) televisi publik mengacu kepada sistem benefolent, dalam arti merupakan suatu organisasi nirlaba yang dibentuk oleh publik, dimiliki oleh publik dan juga dikontrol public. Ketentuan siaran TV publik bervariasi dari satu negara ke negara lain, misalnya disini penulis menjelaskan apakah TVRI Jogja sudah memenuhi ketentuan ideal sebagai sebuah lembaga penyiar publik memakai ketentuan ideal TV Publik Resolusi Eropa 1996 (Adhrianti, 2008:187) :

a. TV publik mendukung terwujudnya masyarakat informasi, sebagai agen pemersatu pluralisme berbagai kelompok dalam masyarakat untuk pembentukan opini publik. Dengan membuat perubahan slogan baru tahun 2015 TVRI Jogja “Jogja Makin Istimewa” slogan tersebut merupakan sebuah representasi bagaimana TVRI Jogja memiliki peranan media yang tepat dan sangat besar dalam memberikan informasi sehingga dengan cepat informasi bergulir ke seluruh penjuru masyarakat jogja hanya dengan melihat TVRI Jogja.

b. TV publik menyiarkan program siaran yang bermutu untuk segala lapisan masyarakat. Dengan konsep besar dari TVRI Jogja yaitu dekat dengan masyarakat maka TVRI Jogja sudah mempunyai landasan filosofis yang tepat. Dilihat dari strategi programnya TVRI Jogja berusaha untuk melayani seluruh segmen di Yogyakarta, berdasarkan data segmentasi TVRI Jogja terlihat sudah melayani seluruh lapisan masyarakat dan mempunyai nilai yang sama rata tidak ada yang dominan namun memang harus selalu dievaluasi agar terus membuat program yang baik.

- c. TV publik mampu melayani kepentingan kelompok penduduk minoritas. Dengan mempunyai program “Kami Bisa” yang meyeoroti kaum disabilitas TVRI Jogja telah melayani kepentingan penduduk yang minoritas
- d. TV publik menyiarkan informasi yang independen dan objektif, sehingga menjadi referensi bagi publik dalam mengantisipasi perubahan yang sangat cepat. Dengan strategi program yang tepat yaitu share yang tinggi dan nilai publik yang tinggi maka hadirilah program seperti Jogja dalam berita, Yogyakarta, Info Tani, Ranah Publik, Dialog hari ini, TVRI Jogja memberikan ruang untuk berdiskusi bagi publik, ruang sosialisasi kebijakan antara pemerintah dan publik dalam mengantisipasi perubahan.
- e. TV publik berperan penting untuk mendorong pelaksanaan debat publik dalam rangka mewujudkan demokrasi. Kegiatan menyiarkan kampanye debat publik atau debat terbuka sebenarnya sudah dilakukan oleh TVRI Jogja terkahir adalah debat publik putaran kedua pasangan calon bupati dan wakil bupati dalam Pemilihan Bupati dan Wakil Bupati Bantul Tahun 2015 yang difasilitasi oleh KPU Kabupaten Bantul dan TVRI Jogja telah melaksakan debat publik namun sifatnya hanya siaran ulang.
- f. TV publik menjamin bahwa masyarakat memperoleh akses layanan yang menjadi kegemaran sebagian besar masyarakat. Menggunakan sistem komunitas merupakan cara yang efektif untuk TVRI Jogja membuka ruang akses layanan, dikarenakan cara ini melibatkan langsung masyarakat yang dibentuk oleh komunitas utnuk memperoleh akses di TVRI Jogja. Bahkan komunitas dilibatkan dalam proses kreatif. TVRI Jogja membuka program penelitian, PKL dan Studi

Tour yang berarti TVRI Jogja membuka akses layanan dalam bentuk apapun asal bermanfaat bagi masyarakat dan TVRI Joga sendiri.

#### 4. Formating

Menentukan format stasiun merupakan hal yang dilakukan sebagai salah satu strategi para pengelola televisi untuk bersaing dalam menarik penonton. Formating sangat diperlukan dalam menentukan program yang akan dibuat oleh stasiun televisi. Dengan format yang jelas maka akan mempermudah dalam proses pembuatan program. Format stasiun penyiaran dapat didefinisikan sebagai upaya pengelola media untuk memproduksi program siaran yang dapat memenuhi kebutuhan audien (Morissan, 2009: 220).

Berdasarkan pendekatan strateginya yaitu dekat dengan masyarakat maka format TVRI Jogja adalah dekat dengan masyarakat. Menurut Sri Sartono ditinjau dari pendekatan produksinya format program siaran TV dapat dikategorikan menjadi dua karya yaitu karya jurnalistik dan karya artistik. Karya artistik adalah program TV yang diproduksi melalui pendekatan based on creative atau pendekatan artistik contohnya :

##### a. Pendidikan/Agama (mimbar, Monolog, Khotbah dan sebagainya)

Wujud program seperti ini sudah disajikan oleh TVRI Jogja diantaranya dengan hadirnya program sentuhan qolbu setiap jumat, Jawa Dwipa merupakan program yang disajikan oleh TVRI Jogja.

##### b. Hiburan ( kuis, videoklip, drama, komedi, sinetron dan sebagainya)

Format Program ini menyampaikan sajian visual dan biasanya diiringi musik-musik tertentu dan format ini merupakan format program andalan di TVRI Jogja karena menjadi salah satu nilai share yang paling tinggi semisal angkringan, pangkur jengkleng atau pentas musik

c. Seni dan Budaya/Feature

Strategi Format seni dan budaya di TVRI Jogja merupakan penggabungan antara format hiburan dan seni budaya karena pesan kebudayaan disampaikan secara implisit atau halus. Dengan menggunakan instrument acara semisal set angkringan, pemain, dan bintang tamu dan ide cerita berdasarkan kebudayaan diharapkan penonton bisa menonton hiburan-hiburan yang sehat. Maka hadirilah program seperti Angkringan, pendopo kang Tedjo.

d. Iklan/Public Service: Spot Komersil, Program layanan masyarakat

TVRI Jogja membagi strategi programnya menjadi 3 macam yaitu share yang tinggi, nilai publik yang tinggi dan komersil. Analisis penulis berdasarkan program layanan masyarakat TVRI Jogja mempunyai program seperti Info Tani, Ranah Publik, Dialog hari ini, TVRI Jogja memberikan ruang untuk berdiskusi bagi publik, ruang sosialisasi kebijakan antara pemerintah dan publik dalam mengantisipasi perubahan guna menjadi program pelayan masyarakat.

e. Iptek : Dokumenter/kuis

Format ini didesain agar sasaran program mempunyai keterampilan tertentu, memiliki informasi, pengembangan teknologi dan budaya. Format program ini di TVRI Jogja adalah program Agri Tekno dimana program yang berisi tentang



perkembangan dunia pertanian melalui bisnis dan teknologi atau Jogja insight merupakan program TVRI Jogja yang membahas tentang kawasan wisata, budaya dengan menggunakan monolog dan host berbahasa Inggris. Kuis Cerdas TVRI Jogja juga merupakan salah satu format acara kuis TVRI Jogja dan pesertanya adalah bisa pelajar/mahasiswa/masyarakat Yogyakarta yang berisi tentang pemecahan masalah dan tanya jawab.

Sesuai dengan teori bahwa format siaran harus disusun secara jeli selain waktu kapan penyajian yang tepat urutan format siaran juga sangat mempengaruhi minat penonton. Format adalah suatu metode yang sederhana untuk menyajikan informasi melalui media televisi dan untuk itu dibedakan antara isi dan gaya. Isi dapat diberlakukan kepada setiap format seperti keinginan penulis terhadap materi dan formatnya (Nostran dalam Darwanto, 1994: 225).

Pola siaran harian adalah strategi TVRI Jogja dalam mengelola acaranya. Dengan landasan Sebagai TV Lokal Publik harus mampu memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat baik sebagai media pendidikan penerangan, hiburan maupun promosi. Keberadaan TV Lokal Publik tidak dapat memihak pada satu kepentingan. Oleh sebab itu, program siaran TV Lokal Publik harus disusun sedemikian rupa sehingga tujuan pemenuhan informasi bagi masyarakat dapat tercapai (Yantos, 2015: 97).

## 5. Programing

Programing dimulai dengan menyeleksi materi/bahan program yang disesuaikan dengan pasar/segmen yang telah ditentukan. Menurut Sutrisno dalam buku pedoman praktis penulisan skenario televisi video (1993), mendefinisikan bahwa

program televisi ialah bahan yang telah disusun dalam satu format sajian dengan unsur video yang ditunjang unsur audio yang secara teknis memenuhi persyaratan layak siar telah memenuhi standar estetik dan arsitek yang berlaku (Sutrisno, 1993: 9).

Strategi programming TVRI Jogja sangat tepat karena TVRI Jogja bisa membaginya antara kebutuhan penonton dan fungsi dari lembaga penyiar publik itu sendiri. Pola siaran yang dilakukan TVRI Jogja dibagi menjadi 2 kategori yaitu share yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan sebagai sebuah televisi yang harus mempunyai masa penonton dan nilai publik yang tinggi sesuai dengan landasan sebagai TV lokal publik berbasis lembaga penyiar publik yaitu harus mampu memenuhi kebutuhan informasi bagi masyarakat baik sebagai media pendidikan penerangan, hiburan maupun promosi. Keberadaan TV Lokal Publik tidak dapat memihak pada satu kepentingan. Oleh sebab itu, program siaran TV Lokal Publik harus disusun sedemikian rupa sehingga tujuan pemenuhan informasi bagi masyarakat dapat tercapai (Yantos, 2015: 97).

Implementasinya adalah misal program dengan jumlah share yang tinggi yaitu pangkur jengkleng yang mempunyai jumlah penonton rata-rata 121,987. Pangkur jengkleng dibuat dengan tujuan melestarikan kembali komedi dagelan mataram yang dibalut dengan tune karawitan. Pangkur jengkleng hadir setiap senin, selasa dan jumat. Tujuan dari hadirnya program Pangkur jengkleng adalah untuk menghibur dan melestarikan kembali dagelan mataram.

Mempunyai nilai publik yang tinggi adalah tugas dari sendiri yaitu TVRI mempunyai tugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat. Khususnya di TVRI Jogja hadirnya program seperti kami bisa, program itu khusus untuk disabilitas. Program tersebut walaupun nilai share yang kecil tetap harus diproduksi karena mempunyai nilai kepublikan yang tinggi.

Proses kreatif pengembangan program di TVRI Jogja juga dilakukan secara tepat karena harus mengikuti adat/ kebudayaan masyarakat Yogyakarta yang berlaku tidak boleh sembarangan maka dari TVRI jogja menggunakan sistem keterbukaan komunikasi kepada budayawan, akademisi untuk mendukung setiap program dari TVRI jogja agar tidak menjadi salah persepsi. Misal dalam proses pengembangan naskah “Kethoprak” TVRI jogja mengundang penulis naskah lokal seperti Mas Nyoto dan Mas Bayu agar berkolaborasi dan saling mengisi antara tujuan dari program dari TVRI Jogja dan budaya yang berkembang di Yogyakarta.