

LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

No	KETERANGAN
1	STRATEGI
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi apa yang digunakan TVRI jogja dalam mengkomunikasikan pesanya? 2. Beda TVRI Jogja dari stasiun TV Lokal lainnya apa saja? 3. Apakah Makna Perubahan Logo, tagline dan Jingle dari TVRI Jogja? 4. Apa saja faktor yg menentukan dalam membuat sebuah program di TVRI Jogja? 5. Apakah perubahan logo tvri jogja sebuah strategi atau memang hanya mengikuti jogja?
2	SEGMENTASI
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah TVRI Jogja sudah mawadahi kepentingan Publik sesuai Tujuan LPP? 2. Bagaimana TVRI jogja melakukan Penilaian khalayak dengar /Segmentasi? 3. Bagaimana cara memeta-metakan pasar segmentasi dari TVRI Jogja? 4. Siapa Segmen Yang di tuju dari TVRI Jogja?
3	TARGETTING
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penonton seperti apa yang Ditargetkan oleh TVRI Jogja? 2. Bagaimana Proses pemilihan target audiens di TVRI Jogja? 3. Apakah TVRI jogja tanggap terhadap suara penonton dalam menentukan program acara? 4. Apa saja Indikator keberhasilan Program TVRI jogja?
4	POSITIONING
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pentingnya Positioning Bagi TVRI Jogja? 2. Faktor yang melatarbekangi Positioning TVRI Jogja? 3. Maksud Tagline Baru dari TVRI Joga” Makin Istimewa” 4. Bagaimana promosi yang dilakukan TVRI Jogja? 5. Bagaimana Cara Mempertahankan Positioning TVRI Jogja? 6. Bagaimana Strategi TVRI Jogja untuk bersaing dengan TV lain? 7. Adakah evaluasi yang terkait mengenai positioning atau TVRI? 8. Bagaimana TVRI Jogja menerapkan Positioning agar mudah dimengerti?
5	PROGRAMING
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang mendasari terbuatnya sebuah program 3. Bagaimana agar Program TVRI Jogja sesuai dengan amanat TVRI sebagai Lembaga penyiar publik 4. Apakah pogram acara TVRI Jogja diproduksi Sendiri atau bekerja sama dengan pihak lain 5. Apakah Penerapan Programing TVRI Jogja sudah sesuai dengan yang diharapkan 6. Bagaimana Penggolongan acara di TVRI Jogja? 7. Bagaimna strategi programing TVRI Jogja agar tidak membosankan
6	FORMATING
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Format Acara Apa yang menjadi Unggulan TVRI Jogja? 2. Bagaimana Proses Pengembangan Naskah Di TVRI Jogja? 3. Bagaimana Pola acara Harian dari TVRI Jogja?
7	TANGGAPAN MASYARAKAT
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapat tentang TVRI Jogja?

	2. Program Favorit di TVRI Jogja (kritiknya dan saran) ? 4. Kritik dan Saran Untuk TVRI Jogja?
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------

TRANSKRIP WAWANCARA

Dengan Bapak Maryanta Selaku Kepala Bidang Program Dan Pengembangan Usaha TVRI Jogja

No	Keterangan
	STRATEGI
1	<p>Strategi apa yang digunakan TVRI jogja dalam mengkomunikasikan pesanya? Jawab: konsep besarnya adalah TVRI dekat dengan masyarakat, dekat dengan <i>culture</i> Jogja dan dituangkan dalam konsep programnya misal acara ketoprak, pangkur jenglong, pendopo kang tejo itu adalah acara-acara yang dekat dengan masyarakat mengingat pesan dari Lembaga Penyiar Publik itu sendiri</p>
2	<p>Beda TVRI Jogja dari stasiun TV Lokal lainnya apa saja? Jawab: Tentu tidak bisa disamakan antara penempatan <i>positioning</i> penyiaran Swasta dan kita (TVRI) sebagai Lembaga Penyiar Publik. TVRI Sebagai lembaga penyiar publik mempunyai fungsi dan tugas yang sudah diamanahkan oleh undang-undang no. 32 tahun 2002 dan dengan tujuan penyiaran TVRI Jogja sesuai PP no 13 tahun 2005. TVRI harus berpegang teguh pada tugas dan fungsinya sebagai lembaga penyiar publik. Nilai tambah dari TVRI Jogja adalah kotanya, Jogja adalah kota yang sangah khas. Misal Permasalahan UGM mungkin bisa me-nasional, permasalahan keraton Jogja pasti bisa menasional , ke istimewaannya itulah juga yang menjadi nilai tambah dari TVRI Jogja. TVRI jogja punya dayar tawar yang tinggi.</p>
3	<p>Apakah Makna Perubahan Logo, tagline dan Jingle dari TVRI Jogja dan Apakah peubahan logo tvri jogja sebuah strategi atau memang hanya mengikuti jogja Jawab: 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.</p> <p>Visi :Terwujudnya TVRI Stasiun D.I Yogyakarta sebagai media Televisi Publik yang independen, profesional, terpercaya dan pilihan masyarakat DIY , dalam keberagaman usaha dan program yang ditujukan untuk melayani kepentingan masyarakat dalam upaya memajukan kesejahteraan umum</p> <p>Misi :</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Mengembangkan TVRI Stasiun D.I Yogyakarta menjadi media perekat sosial sekaligus media kontrol sosial yang dinamis serta menyajikan hiburan yang sehat dengan mengoptimalkan potensi daerah dan kebudayaan yang tumbuh dan berkembang di DIY. b. Memberdayakan TVRI Stasiun D.I Yogyakarta menjadi pusat pembelajaran

	<p>demokratisasi dan transparansi informasi dalam rangka mewujudkan masyarakat madani.</p> <p>c. Memberdayakan TVRI Stasiun D.I Yogyakarta menjadi media untuk membangun citra positif DIY sebagai pusat budaya, pendidikan dan pariwisata ditingkat nasional, regional maupun di dunia internasional melalui jejaring TVRI Nasional.</p>
	SEGMENTASI
4	<p>Apakah TVRI Jogja sudah mewadahi kepentingan Publik sesuai Tujuan LPP?</p> <p>Jawab :</p> <p>Tentu itu yang menilai publik apakah sudah terwadahi apa belum namun 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.</p>
5	<p>Bagaimana cara memeta-metakan pasar segmentasi dari TVRI Jogja dan Siapa Segmen Yang di tuju dari TVRI Jogja</p> <p>Jawab :</p> <p>Tujuan kami adalah bukan rating , tujuan kami adalah sebagai lembaga penyiar publik . dan didalam lembaga penyiar publik terdapat beberpa fungsi seperti sebagai kegiatan pendidikan , seni budaya serta kegiatan ekonomis sesuai fungsi publik dari lembaga penyiar publik maka dari itu mau tidak mau kami menyentuh semua segmen tetapi pastinya setiap acara pasti mempunyai segmen tersendiri , Segmen kita Umum karena harus menjangkau semua umur dalam artian Programanya kita semua segemen tapi pastinya dalam setiap program punya segmen tersendiri , karena positioning kita tetap harus mengacu pada Lembaga penyiar publik itu sendiri</p>
	TARGETTING
6	<p>Penonton seperti apa yang Ditargetkan oleh TVRI Jogja</p> <p>Jawab :</p> <p>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</p>
7	<p>Apa saja Indikator keberhasilan Program TVRI jogja?</p> <p>Jawab :</p> <p>Keberhasilan program tentunya bisa dengan rating salah satunya tapi tidak selalu soal rating , rating kita program angkriangan misalnya 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% bisa menjadi salah satu indikator tapi di TVRI Jogja semua tidak selalu tentang rating karena amanah kita sebagai lembaga penyiar publik, kita akan terus membuat acara yang punya nilai publik tinggi sekalipun jumlah penontonya tidak begitu banyak</p>

	POSITIONING
8	<p>Pentingnya Positioning Bagi TVRI Jogja?</p> <p>Jawab :</p> <p>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</p>
9	<p>Faktor yang melatarbekangi Positioning TVRI Jogja?</p> <p>Jawab :</p> <p>Ada dua kepentingan ketika kita melakukan positioning dan perlu dibedakan antara pengambilan positioning swasta dan TVRI selaku Lembaga Penyiar Publik yaitu yang pertama secara strategis kita mendekati diri kepada pemerintahannya yaitu pemerintahan kota Yogyakarta kita harus mendukung seluruh kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintahan Yogyakarta yang kedua kita berusaha mendekati diri kepada publik dalam artian dekat dengan masyarakat Yogyakarta</p>
10	<p>Maksud Tagline Baru dari TVRI Joga” Makin Istimewa”?</p> <p>Jawab :</p> <p>Itu merupakan branding baru, dulu kan jogja never ending asia sekarang menjadi jogja makin istimewa dan juga terkait dengan pariwisata. Ditambah upaya sebagai dekat dengan publiknya dan juga fungsi dari lembaga penyiar publik . 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</p>
11	<p>Bagaimana promosi yang dilakukan TVRI Jogja?</p> <p>Jawab :</p> <p>Membuat Stasiun ID baru yaitu “ Jogja Pancen Istimewa” dibuat lebih muda dan segar dengan musik rapper dibantu oleh Bagus, Alex YOI dan Shidiq, TVRI Jogja Menggunakan Logo baru TVRI Jogja, Memanfaatkan media internet seperti Youtube, Twitter Website dan media sosial. TVRI Jogja kini bisa disaksikan secara streaming, 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. 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</p>

	akhir/skripsi,
12	<p>Bagaimana Cara Mempertahankan Positioning TVRI Jogja?</p> <p>Jawab :</p> <p>TVRI Jogja selalu melakukan pembenahan citra TVRI dan budaya kerja organisasi terus dilaksanakan oleh TVRI Jogja, Re-evaluasi menyeluruh terhadap acara berita maupun non-berita. Evaluasi dilakukan disetiap akhir tahun dan Tahun ini sedang disiapkan oleh membuat Pola acara yang baru agar bisa meningkatkan bersaing degan TV Lokal lain di Yogyakarta</p>
13	<p>Bagaimana Strategi TVRI Jogja untuk bersaing dengan TV lain dan Adakah evaluasi yang terkait mengenai positioning atau TVRI?</p> <p>Jawab :</p> <p>Dalam rangka meningkatkan kualitas TVRI Jogja, kita juga (TVRI Jogja) melakukan pelatihan-pelatihan dengan TVRI pusat setiap tahunnya, Karyawan TVRI Jogja dikirm 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.</p>
FORMATTING DAN PROGRAMING	
14	<p>Bagaimana Format yang diambil dalam penyusunan program di TVRI Jogja?</p> <p>Jawab</p> <p>Format yang diusung oleh TVRI Jogja hampir lengkap dari mulai talkshow, komedi , berita, dokumenter ada di TVRI Jogja namun secara umum TVRI dalam melaksanakan strategi programnya harus sesuai dengan PP no.13 tahun 2005 tentang fungsi lembaga penyiar publik yang dilanjutkan menjadi sebuah <i>editorial policy</i> 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.</p>
15	<p>Apa yang mendasari terbuatnya sebuah program?</p> <p>Jawab :</p> <p>Keberadaan TVRI pada dasarnya UUD NO32 ,lalu dewan pengawas mengeluarkan buku cetak biru Di dalam buku Cetak Biru terdapat Kebijakan LPP TVRI tersebut, terdapat beberapakebijakan yang ditetapkan oleh TVRI selama periode 2011-2016 berlangsung. Kebijakan tersebut di antaranya berisi tentang latar belakang TVRI, Dasar Hukum, Maksud & Tujuan, Sistematika, Kebijakan Umum (yang terdiri dari: visi, misi, nilai dasar, budaya kerja, tujuan dan sasaran strategis), Kebijakan Penyiaran (yang terdiri dari: kerangka filosofis & arah penyiaran, penyelenggaraan penyiaran, etika siaran dan rincian kebijakan siaran), Kebijakan Pengembangan Kelembagaan & Sumber Daya (yang terdiri dari: pengembangan kelembagaan dan pengembangan sumber daya) dan penutup</p>
16	<p>Bagaimana agar Program TVRI Jogja sesuai dengan amanat TVRi sebagai Lembaga penyiar publik</p> <p>Jawab :</p> <p>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</p>

	<p>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.</p>
17	<p>Apakah program acara TVRI Jogja diproduksi sendiri atau bekerja sama dengan pihak lain</p> <p>Jawab:</p> <p>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 adapun bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam hal ini pemerintah daerah istimewa Yogyakarta dalam bentuk program berita, sosialisasi kebijakan, Iklan Layanan Masyarakat dan siaran interkatif tentang layanan pemerintah.</p> <p>Dan juga Bekerja sama dengan pihak swasta dalam bentuk penayangan hasil produksi (Production House), promosi produk dan sponsorship.</p>

Wawancara dengan Bapak RM Kristiyadi selaku kepala seksi Program TVRI Jogja

No	Keterangan
1.	STRATEGI POSITIONING
	<p>Apa saja faktor yg menentukan dalam membuat sebuah program di TVRI Jogja</p> <p>Jawab :</p> <p>TVRI Jogja mempunyai 3 ketegori program yaitu mempunyai share yang tinggi, nilai kepublikan dan komersil. <i>Share</i> yang tinggi ibaratya bahwa berdakwah harus mempunyai 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.</p> <p>Keberadaan TVRI pada dasarnya UUD NO32 ,lalu dewan pengawas mengeluarkan buku cetak biru Di dalam buku Cetak Biru terdapat Kebijakan LPP TVRI tersebut, terdapat beberapa kebijakan yang ditetapkan oleh TVRI selama periode 2011-2016 berlangsung. Kebijakan tersebut di antaranya berisi tentang latar belakang TVRI, Dasar Hukum, Maksud & Tujuan, Sistematika, Kebijakan Umum (yang terdiri dari: visi, misi, nilai dasar, budaya kerja, tujuan dan sasaran strategis), Kebijakan Penyiaran (yang terdiri dari: kerangka filosofis & arah penyiaran, penyelenggaraan penyiaran, etika siaran dan rincian kebijakan siaran), Kebijakan Pengembangan Kelembagaan & Sumber Daya (yang terdiri dari: pengembangan kelembagaan dan pengembangan sumber daya) dan penutup.</p>
2.	<p>Bagaimana TVRI Jogja menerapkan <i>Positioning</i> agar mudah dimengerti termasuk penggolongan acara ?</p> <p>Jawab :</p> <p>Cara termudahnya adalah melalui programnya maka dari itu TVRI Jogja membagi programnya kedalam 3 kategori program itu, <i>Positioning</i> kita khususnya TVRI Jogja sebenarnya Khas, maksudnya <i>positioning</i> kita diikat oleh UUD sebagai TVRI yang harus menjalin persatuan dan sebagai alat pemersatu bangsa dan mendidik walaupun pastinya kita harus meningkatkan secara konten tapi memang kita dibatasi oleh UUD , Sebenarnya kita sudah melewati berbagai era yang sangat menggoyahkan postioning misal eranya operasabun (sinetron) semua Tv Swasta berlomba membuat sinetron bagus, lalu era mistis semua TV Swasta berlomba membuat konten mistis karena goalnya mereka (Tv sawasta) adalah keuntungan, Namun TVRI tidak membuat progam-program seperti itu karena yang pertama sudah diatur oleh UUD dan TVRI berkewajiban Berpikir secara rasional maka dari itu kita harus konsisten dalam membuat program agar mudah dibaca oleh masyarakat.</p>
3.	<p>Bagaimana TVRI Jogja melakukan Segmentasi</p> <p>Jawab :</p> <p>Segmentasi Audiens TVRI Jogja sudah diatur dan sesuai dengan Peraturan Pemerintah No.13 tahun 2005 tentang fungsi lembaga penyiar publik dan setiap daerah diberikan kebijakannya masing –masing namun harus sesuai dengan editorial policy yang diberikan oleh dewan pengawas dengan nama buku biru. Agar berimbang TVRI Jogja melakukan strategi programnya menjadi nilai share yang tinggi, nilai kepublikan dan komersil. Secara Programa TVRI mempunyai Segemen Umum karena memegang Prinsip Lembaga Penyiar Publik maka kita diwajibkan menjangkau semua segemen menjangkau semua umur tetapi dalam merumuskan program-program atau acara tentu punya segmen tersendiri .</p>

	<p>Format setiap program yang dibuat berbeda karena menyangkut strategi komunikasi , misal segmen anak muda tentu strategi komunikasinya anak muda misal stylenya, set panggungnya , gaya penyajiannya kemudian kontent nya , anglenya, sudut pandang pengupasan materi harus anak muda dan itu wilayah kreatifitas . Maka setiap Program mempuyai segmen yang berbeda tinggal wilayah kreatifitas yang harus dieksekusi oleh produser dan tim</p>
4.	<p>Apakah Penerapan Proqraming TVRI Jogja sudah sesuai dengan yang diharapkan Jawab :</p> <p>Tentu dengan strategi program kita TVRI Jogja sudah berusaha untuk menyentuh lapisan masyarakat sesuai dengan amanat sebagai Lembaga Penyiar Publik walaupun Sesuai data Nielsen target penonton TVRI adalah usia lanjut , menengah kebawah. Yogyakarta ini menarik karena apa yang dipermasalahkan dijogja bisa jadi itu masalah nasional , nilai tambah dari TVRI Jogja adalah kotanya, Jogja adalah kota yang sangah khas. Misal Permasalahan UGM mungkin bisa me-nasional, permasalahan keraton Jogja pasti bisa menasional , ke istimewaan itulah juga yang menjadi nilai tambah dari TVRI Jogja. TVRI jogja punya daya tawar yang tinggi.</p>
5	<p>Bagaimana strategi proqraming TVRI Jogja agar tidak membosankan Jawab :</p> <p>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 . Pola tersebut dibuat sedemikian rupa agar penoton tidak merasa monoton dan bisa menghafal jadwal acara TVRi Jogja</p>
6	<p>Bagaimana Proses Pengembangan Naskah Di TVRI Jogja Jawab :</p> <p>Proses kreatif pengembangan program di TVRI Jogja harus megikuti adat/kebudayaan masyarakat Yogyakarta maka dari TVRI jogja menggunakan sistem keterbukaan komuunikasi 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.</p>

Wawancara dengan Annisa Diana Haq selaku penonton TVRI Jogja

No	Tanggapan Masyarakat
1	<p>Pendapat tentang TVRI Jogja dan Program Favoritnya</p> <p>Jawab :</p> <p>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</p>
2	<p>Kritik Terhadap TVRI Jogja</p> <p>Jawab :</p> <p>Kalau bisa gambarnya dibagusin lagi jadi betah buat diliat lama-lama dan ditambah Acaranya kalo bisa banyakin juga bahasa Indonesia dan kartunya atau semacam boneka-boneka lakon bahasa jawanya</p>

Wawancara dengan Siti Jaryati selaku penonton TVRI Jogja

No	Tanggapan Masyarakat
1	<p>Pendapat tentang TVRI Jogja dan Program Favoritnya</p> <p>Jawab :</p> <p>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 dan wisata daerahnya</p>
2	<p>Kritik Terhadap TVRI Jogja</p> <p>Jawab :</p> <p>Tidak ada kritik , obrolan angkring tvri yogyakarta merupakan sebuah acara yang sudah berkesan di hati untuk saya, keluarga & masyarakat jogja pada umumnya.saya sudah menjadi penggemar & penikmat obrolan angkring sejak dulu di zaman belum sekolah sampe sekarang sudah lulus kuliah.</p>