

**STRATEGI KREATIF PROGRAM “ANGKRINGAN”
TVRI YOGYAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI PROGRAM KONTEN LOKALNYA**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Wardah Akmaliah Rahmat

19107030009

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Wardah Akmaliah Rahmat
NIM : 19107030009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri serta bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahuioleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 10 Mei 2023

Yang Menyatakan,



Wardah Akmaliah Rahmat

NIM.19107030009

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Wardah Akmaliah Rahmat
NIM : 19107030009
Prodi : Ilmu Komunikasis
Judul :

STRATEGI KREATIF PROGRAM ANGKRINGAN TVRI YOGYAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM KONTEN LOKALNYA

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Yogyakarta, 10 Mei 2023
Pembimbing

Rahmah Attaymini, M.A
NIP. 19921216 201903 2 015



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-697/Un.02/DSH/PP.00.9/07/2023

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Kreatif Program "Angkringan" TVRI Yogyakarta dalam Mempertahankan Eksistensi Program Konten Lokalnya

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WARDAH AKMALIAH RAHMAT
Nomor Induk Mahasiswa : 19107030009
Telah diujikan pada : Rabu, 14 Juni 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A.
SIGNED

Valid ID: 64b0681b5ab81



Penguji I
Mokhammad Mahfud, S.Sos.I. M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64ae0e78ba5a8



Penguji II
Alip Kunandar, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64a3d439be2f3



Yogyakarta, 14 Juni 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64b6197fc34d9

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah:286)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi. Tak ada mimpi yang patut untuk diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya apa yang kau harapkan.”

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini, Saya Persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya (Rahmat Idrus dan Hari Yeni)

&

Almamater Tercinta,

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta

&

TVRI Yogyakarta

&

Diri Saya Sendiri

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, Puji Syukur akan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya kepada penyusun sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI KREATIF PROGRAM ANGKRINGAN DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PROGRAM KONTEN LOKALNYA”**. Sholawat serta salam semoga selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan di dunia dan di akhirat serta kita nantikan syafaatnya di Yaumul Akhir.

Penyusunan skripsi membahas mengenai strategi kreatif yang digunakan oleh salah satu program yang ada di TVRI Yogyakarta, yakni program Angkringan dalam mempertahankan eksistensinya sebagai program konten lokal. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati, tanpa mengurangi rasa hormat, penyusun mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Mochamad Sodik, S. Sos., M. Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
2. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S. Sos., M. Sn., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,
3. Ibu Rahmah Atayymini, S. I. Kom., M. A. selaku dosen pembimbing

skripsi yang telah mengikhhlaskan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing saya dalam pengerjaan skripsi dengan baik,

4. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S. Sos.,M. Sn., selaku dosen penguji I,
5. Bapak Alip Kunandar, S. Sos., M. Si selaku dosen Penguji II,
6. Bapak Dr. Rama Kertamukti, S.Sos.,M.Sn., selaku dosen pembimbing akademik,
7. Segenap Dosen dan Tenaga Kependidikan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
8. Para Narasumber Ibu Dra Sri Widati, Bapak Ari Purnomo dan para pihak TVRI Yogyakarta yang telah berkenan untuk membantu dan bekerjasama dalam proses pengerjaan skripsi ini,
9. Bapak Hazwan Iskandar Jaya, S.P selaku Komisioner KPID DIY Koordinator Bidang Kelembagaan, atas bantuannya untuk melengkapi wawancara penelitian saya,
10. Kedua orang tua saya, Bapak Rahmat Idrus dan Ibu Hari Yeni yang sangat saya cintai, terima kasih atas semua dukungan baik secara materil dan moril dan doa yang tiada hentinya hingga detik ini. Juga telah sabar menunggu saya selama berproses dari awal memulai kuliah hingga saat ini berhasil mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Terimakasih banyak atas dukungan dan kepercayaan penuh terhadap saya sebagai anak perempuan pertama di dalam keluarga. Semoga kedepannya, gelar ini dapat bermanfaat bagi diri saya, bagi adik-adik saya, bagi keluarga dan juga bagi orang lain.
11. Adik-adik saya Amanda Safira, Muhammad Al-Farabi, dan Najwa Muzayyanah yang selalu memberi semangat kepada kakak,
12. Sahabat saya Nurul Pratiwi Tahir yang sudah membantu saya dalam proses pengerjaan skripsi ini, yang sabar menemani saya selama

penelitian di bulan puasa, yang merangkap jadi partner dalam segala hal, menjadi kakak yang selalu mengingatkan saya. Terimakasih sudah kebersamai hingga akhir,

13. Teman-teman penghuni Aspuri Andi Depu Sulawesi Barat khususnya para penghuni Lantai 2 Tiwi, Kenny, Lutfi, Sarifah, dan Kak Tajriani, terimakasih atas kebersamaan, kegilaan dan kenangan yang luar biasa,
14. Keluarga Ikatan Pelajar Mahasiswa Mamuju Yogyakarta, terimakasih karena telah menjadi rumah ketiga selain di asrama putri, memberikan banyak pengalaman hidup yang berharga, senang sekali bisa menjadi bagian dari keluarga IPMAJU,
15. Sahabat seperjuangan saya semasa MA, Serli, Ara, Inna, Febby, Dian, Alif, Agus, Oci, Rahmat, Tasrif, Canni, Arfandi, yang betul-betul mengajarkan tentang arti dari sebuah persahabatan walaupun banyak masalah yang telah dilalui Bersama, baik itu masalah internal maupun eksternal. Semoga persahabatan kita bisa tetap kekal.
16. Saras, satu-satunya teman seperjuangan sejak masa PBAK sampai saya berada di titik ini. Yang senantiasa sabar menemani saya dan membantu saya saat berada dalam kesulitan, dan orang dibalik kelulusan tes ICT yang sungguh penuh dengan drama,
17. Teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 yang telah berjuang bersama selama 4 tahun ini. Terima kasih telah mau menempuh jalan yang sama namun dengan tujuan dan nasib yang berbeda-beda.
18. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, Semoga Allah SWT membalas dan menerima amal baik yang diberikan. Aamiin.
19. Dan tak lupa pula terimakasih sebanyak-banyaknya untuk diri saya sendiri, yang telah bertahan dalam menikmati proses panjang skripsi

ini yang ditemani dengan lagu-lagu Blackpink. Semoga skripsi ini menjadi karya terbaik saya, dan memotivasi saya untuk lebih belajar lagi dalam membuat karya lainnya.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan demikian, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan.

Yogyakarta, 10 Mei 2023

Penyusun,



Wardah Akmaliah Rahmat



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
<i>Abstract</i>	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Tinjauan Pustaka	12
F. Landasan Teori	24
G. Kerangka Pemikiran.....	39
H. Metode Penelitian.....	40
BAB II	50
GAMBARAN UMUM	50
A. Sejarah TVRI Yogyakarta	50
B. Makna Logo TVRI Yogyakarta.....	52
C. Visi Misi LPP TVRI Yogyakarta.....	53
D. Struktur Organisasi TVRI Yogyakarta.....	54
E. Pola Siaran TVRI Yogyakarta.....	56
F. Jangkauan Siaran	57
G. Sejarah Program “Angkringan” TVRI Yogyakarta	59
H. Alamat dan Website Stasiun TVRI Yogyakarta.....	62
I. Tim Produksi Program Angkringan TVRI Yogyakarta.....	62
BAB III.....	63
HASIL DAN PEMBAHASAN	63

A. Strategi Kreatif Program Angkringan dalam Mempertahankan Eksistensi Program Konten Lokalnya.....	67
B. Analisis SWOT Program Angkringan TVRI Yogyakarta.....	86
C. Refleksi Surah Al-Baqarah Ayat 219-220 Terhadap Spirit Kreativitas dalam Perspektif Tafsir An-Nuur.....	95
BAB IV	101
PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan	101
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2 Matriks SWOT.....	30
Tabel 3 Narasumber Wawancara	42
Tabel 4 Jangkauan Siar TVRI Yogyakarta	58
Tabel 5 Analisis Matriks SWOT.....	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Pertama TVRI Yogyakarta	52
Gambar 2 Logo Kedua TVRI Yogyakarta	52
Gambar 3 Logo Terbaru TVRI Yogyakarta.....	53
Gambar 4 Pola Siaran TVRI Yogyakarta	57
Gambar 5 Proses Syuting “Angkringan” TVRI Yogyakarta	66
Gambar 6 Dokumentasi Program Angkringan.....	72
Gambar 7 Dokumentasi Program Angkringan Diiringi oleh Gank-X	75
Gambar 8 Salah Satu Cuplikan Program Angkringan TVRI Yogyakarta di Youtube.....	76
Gambar 9 Playlist Program Angkringan di Setiap Episode	77
Gambar 10 Pemain Angkringan Merupakan Kunci Berhasilnya Program	79
Gambar 11 Dokumentasi Setting Gerobak Angkringan TVRI Yogyakarta Dulu	82
Gambar 12 Dokumentasi Setting Dekorasi Angkringan Dulu.....	83
Gambar 13 Dokumentasi Setting Tempat dan Ligthing Program Angkringan Sekarang .	83
Gambar 14 Dokumentasi Proses Brainstorming Pemain dan Tim Produksi Angkringan TVRI Yogyakarta.....	85
Gambar 15 Para Pemain Program Angkringan TVRI Yogyakarta.....	87
Gambar 16 Dokumentasi Program Angkringan dengan	90



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Pemikiran Peneliti	39
Bagan 2 Struktur Organisasi TVRI Yogyakarta	55



Abstract

The Special Region of Yogyakarta is the only region with a Regional Regulation that regulates the broadcasting organization. The DIY Regional Regulation No. 13 of 2016 on broadcasting management contains provisions on local content programming. Therefore, every broadcasting institution in the Special Region of Yogyakarta feels a significant impact from this regulation, including TVRI Yogyakarta. This research explains how the creative strategy of one of TVRI Yogyakarta's local content programs, Angkringan, maintains its existence as a local content program. This research used a descriptive qualitative method. Data collection techniques used were observation, interviews, and documentation. To ensure data validity, the researcher used source triangulation. The results of this study show that the creative strategy used by the Angkringan program of TVRI Yogyakarta in maintaining the existence of its local content program is through three ways, namely determining ideas, creative thinking, and brainstorming. In creative thinking, the SKAMPER concept is used to analyze the creative strategy. SKAMPER is a set of seven creative questions used to develop new ideas, including Substitution, Combination, Adaptation, Modification, Putting to other uses, Elimination, and Reverse. In this study, the SKAMPER concept was used to analyze the creative strategy used by the Angkringan program of TVRI Yogyakarta to maintain its existence as a local content program. The SWOT analysis technique was also used to analyze the program.

Keywords : Creative Strategy, Local Content, Angkringan TVRI Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu aspek kehidupan yang paling mendasar, penting dan kompleks. Kegiatan komunikasi tidak lepas dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi digunakan sebagai alat untuk mendapatkan informasi, baik secara langsung maupun tidak langsung seperti melalui media. Di era teknologi saat ini, banyak media yang memfasilitasi berlangsungnya komunikasi, salah satunya termasuk Televisi.

Pengertian penyiaran televisi menurut Undang-undang Nomor 32 tahun 2002 adalah media komunikasi massa dengar pandang, yang menyalurkan gagasan dan informasi dalam bentuk suara dan gambar baik secara umum, terbuka maupun tertutup, berupa program yang teratur dan berkesinambungan (2002). Media massa termasuk kedalam komponen komunikasi massa, yakni komunikasi yang dapat diakses oleh massa yang banyak dan luas. Media massa kini juga menjadi suatu hal yang dibutuhkan dalam kehidupan manusia, termasuk di Negara Indonesia.

Televisi kini bukan lagi menjadi barang mewah, tetapi sudah menjadi barang yang bisa dijumpai di berbagai tempat seperti halnya di rumah, di stasiun, di bandara, di ruang tunggu Rumah Sakit dan masih banyak lagi tempat yang menyediakan televisi sebagai fasilitas tambahan di kantor atau tempat usaha. Fungsi media televisi pun telah bertambah, Karena kini televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar, yang bisa

bersifat informatif, hiburan, maupun pendidikan, bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut. Hal inilah menyebabkan banyak lembaga penyiaran televisi bermunculan, selain siaran televisi yang berisi berita terkini. Daya tarik televisi mengandung unsur audio berupa suara dan *visual* yang disajikan dalam bentuk gambar hidup yang memberikan kesan mendalam bagi pemirsa atau khayalak. Selain itu, televisi memiliki keunggulan lainnya dikarenakan mempunyai berbagai macam pilihan program acara, mulai dari hiburan, olah raga, informasi, seni budaya, berita, dan lain sebagainya. Bahkan hingga saat ini, program acara televisi dapat ditonton menggunakan jaringan internet yang biasa juga disebut dengan istilah *live streaming* (Elvis Jirestiany & Muhsin, 2022).

TVRI telah menjadi Lembaga Penyiaran Publik (LPP) yang mengacu pada konsep *Public Service Broadcasting* (PSB) dikategorikan sebagai *National Public Service Broadcasting*, yang berarti sistem penyiarannya dikontrol oleh publik melalui Komisi Penyiaran Indonesia, sedangkan pendanaan dan struktur administrasinya diatur oleh peraturan yang sudah terikat. Menurut UU No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran Pasal 11 (1) Lembaga Penyiaran Publik adalah lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan fungsinya memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Berdasarkan peraturan ini, TVRI memiliki kewajiban memberikan independensi informasi, keberagaman program, menjangkau minoritas dan mendidik masyarakat melalui informasi. Semua faktor

tersebut tentunya juga harus didukung oleh pendanaan yang memadai dan kualitas teknik produksi siaran (Wardhani, 2014).

Implementasi program siaran lokal sudah diatur secara tegas berdasarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Pasal 36 ayat 2: “Isi siaran dari jasa penyiaran televisi yang diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Swasta dan Lembaga Penyiaran Publik wajib memuat sekurang-kurangnya 60 persen mata acara yang berasal dari dalam negeri”. Selain itu Peraturan KPI Nomor 02/P/KPI/03/2012 tentang Standar Program Siaran (SPS) Bab XXV (Program Lokal Dalam Sistem Stasiun Jaringan) Pasal 68 1: “Program siaran lokal wajib diproduksi dan ditayangkan dengan durasi paling sedikit 10 persen untuk televisi dan paling sedikit 60 persen untuk radio dari seluruh waktu siaran berjaringan perhari”; ayat 2: “Program siaran lokal sebagaimana yang dimaksud pada ayat 1 di atas paling sedikit 30 persen di antaranya wajib ditayangkan pada waktu prime time waktu setempat”; ayat 3: “Program siaran lokal sebagaimana yang dimaksud pada ayat 1 secara bertahap wajib ditingkatkan hingga paling sedikit 50 persen untuk televisi dari seluruh waktu siaran berjaringan perhari”. Regulasi lainnya yang mengatur mengenai hal di atas juga terdapat pada Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) Pasal 14 ayat 2: Isi siaran jasa penyiaran televisi yang diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Swasta wajib memuat sekurang-kurangnya 60 persen mata acara

yang berasal dari dalam negeri dari seluruh jumlah waktu siaran setiap hari (Supadiyanto, 2015).

Program acara televisi yang berbasis kearifan lokal memberikan gambaran komprehensif tentang sebuah tayangan yang mampu mengeksplorasi potensi wilayah setempat dan menjadi salah satu aset dokumentasi yang bermanfaat. Namun sampai saat ini, tidak sedikit stasiun televisi lokal maupun nasional belum banyak mengoptimalkan promosi dan pencitraan wilayah yang memiliki potensi sosial budaya dan kearifan lokal. Hal ini juga disebabkan banyak televisi lokal yang sudah beroperasi mengalami banyak kendala internal antara lain persoalan manajemen yang menyangkut sumber daya manusia, pendanaan, infrastruktur hingga sulitnya mendapatkan iklan (Juditha, 2015).

Daerah Istimewa Yogyakarta ialah salah satu provinsi di Indonesia yang berbasis kultural karena memiliki entitas dan identitas lokal yang kuat sehingga dalam penyelenggaraan tata pemerintahannya termasuk pembangunan di segala aspek terutama pada bidang pendidikan namun tetap bertumpu pada prinsip-prinsip kebudayaan. Namun demikian, DI.Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata, tujuan studi dan juga tujuan usaha, yang memungkinkan bertemunya budaya bukan saja dari seluruh pelosok tanah air tapi juga seluruh penjuru dunia, juga mengakomodir proses asimilasi dan akulturasi budaya. Karena itu, DI.Yogyakarta mempunyai kekayaan khazanah budaya dengan memegang teguh semboyan Bhineka Tunggal Ika yang selalu mengedepankan semangat Etho-

Nasionalisme dan mengesampingkan semangat *Ethno-Centrisme*. Adanya nilai-nilai kebudayaan Adiluhung tersebut tak hanya terlihat jelas di Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat saja, namun juga terlihat jelas dalam kehidupan bermasyarakat warga Daerah Istimewa Yogyakarta. Kebudayaan yang dimiliki oleh Daerah Istimewa Yogyakarta wajib dilindungi oleh seluruh elemen di era globalisasi dan teknologi seperti saat ini, yang dimana batas antara ruang dan waktu semakin tak terlihat.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan satu-satunya provinsi yang memiliki Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 13 Tahun 2016 yang mengatur tentang Penyelenggaraan Penyiaran. Di dalam Perda DIY tersebut, terdapat satu bab yang mengulik masalah Program Siaran Lokal. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa salah satu masalah yang biasa terjadi dalam penyiaran ialah durasi konten lokal dalam siaran berjejaring yang masih belum terpenuhi. Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002, Lembaga penyiaran wajib menyiarkan paling sedikit 1 (satu) program siaran yang menggunakan bahasa Jawa. Namun permasalahan yang masih banyak ditemukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah DIY (KPID DIY) selaku regulator yang mengatur dan mengawasi lembaga penyiaran yang ada di DIY, bahwa masih banyak lembaga penyiaran khususnya Televisi, yang belum maksimal sesuai dengan Peraturan Daerah DIY No 13 Tahun 2016 tentang Konten Lokal.

TVRI Yogyakarta merupakan TVRI stasiun lokal yang mempunyai jangkauan peliputan di wilayah Provinsi DI.Yogyakarta dan sekitarnya. TVRI Yogyakarta juga merupakan salah satu stasiun tv lokal tertua yang masih memegang teguh komitmen tinggi dalam menjaga DI.Yogyakarta sebagai daerah multikultural melalui program-program siaran lokal yang disiarkannya. Sehingga masyarakat dapat belajar dan memahami nilai-nilai budaya etnis yang beraneka ragam. Contohnya seperti program *Kuncung Bawuk, Angkringan, Yogyakarta, Sinden Ngetrend* dan masih banyak lagi program siaran lokal lainnya yang disiarkan oleh TVRI Yogyakarta pada setiap harinya. Penayangan program siaran lokal ini tujuannya tentu saja selain untuk memenuhi Perda DIY No 13 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Penyiaran, juga memiliki tujuan untuk mentransmisikan nilai-nilai budaya kepada generasi penerus, mengenalkan kreasi budaya leluhur pada etnis tertentu, dan juga dapat menarik perhatian wisatawan asing untuk datang dan mempelajarinya.

Begitu signifikan tayangan program siaran lokal yang disiarkan oleh TVRI Yogyakarta dalam berpartisipasi aktif menjaga DI.Yogyakarta sebagai daerah yang multikultural, salah satu program siaran yang menurut peneliti mewakili pemenuhan konten lokal di TVRI Yogyakarta adalah Program acara “Angkringan” yang bertahan hingga kini. Konsep yang ditawarkan juga sederhana, yakni mengusung konsep obrolan dan lawakan yang menggunakan campuran antara Bahasa Indonesia dan Bahasa Jawa. Adapun *setting* tempat yang digunakan adalah seperangkat gerobak

angkringan lengkap dengan sajian makanan khas angkringan yang biasa dijumpai di sepanjang jalan dan juga menjadi ciri khas dari Yogyakarta. Selain digunakan untuk menikmati makanan dan minuman khas angkringan, biasanya tempat ini pula yang dijadikan masyarakat sebagai tempat untuk bersantai dan saling bertukar pikiran. Adapun topik obrolan yang dibicarakan juga sangat beragam, baik dari masalah pribadi, keluarga, hobi, politik, pendidikan, sosial-budaya dan masih banyak lagi. Dari fenomena di kehidupan dunia nyata inilah yang membuat TVRI Yogyakarta terinspirasi untuk membuat program yang bernama “Angkringan”.

Hanya saja seiring berjalannya waktu, industri media dalam perjalanannya dihadapkan pada perubahan teknologi ke digital dan masuknya era konvergensi media. Dalam membahas mengenai konvergensi, televisi sebagai perwakilan media massa konvensional harus menerima kenyataan adanya media baru dengan meluasnya komputer, internet dan *smartphone*. Media baru telah melakukan transisi yang luar biasa, dimana ia mengubah modus komunikasi yang aslinya dalam bentuk cetak dan elektronik, sekarang berubah menjadi interaktif. Hadirnya layanan seperti Youtube, *Podcast* dan video *streaming* lainnya tidak dapat dipungkiri telah merubah cara orang menonton, dan semua ini menjadi tantangan berat bagi industri pertelevisian (Mulyadi, 2019). Dan TVRI sebagai stasiun televisi Lembaga Penyiaran Publik juga mengalami tantangan tersendiri di tengah permasalahan industri media, yakni semakin banyaknya stasiun-stasiun televisi yang memiliki berbagai macam program

yang dapat menarik perhatian khayalak. Sedangkan penonton TVRI kini bersifat terbatas dan tertentu. Anak muda zaman sekarang belum tentu ada yang menonton TVRI dikarenakan telah hadir media baru yang telah disebutkan sebelumnya tadi, contohnya seperti Podcast dan konten-konten kreatif lainnya yang biasa dijumpai di media sosial. Sedangkan masalah yang terdapat pada TVRI Yogyakarta sendiri, salah satunya ialah program “Angkringan” TVRI Yogyakarta yang mengalami regenerasi pemain dan konsep acara. Adanya regenerasi pemain dan perubahan konsep acara ini disebabkan oleh persaingan antara TV lokal swasta di DI.Yogyakarta yang menyiarkan program yang hampir serupa dengan program “Angkringan” TVRI Yogyakarta tersebut. Maka dari itu, penulis tertarik untuk mengkaji tentang strategi kreatif apa yang digunakan oleh TVRI Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi program program “Angkringan” sebagai konten lokalnya, karena penulis merasa bahwa program tersebut merupakan salah satu program konten lokal terbaik yang patut dijadikan contoh oleh Lembaga Penyiaran khususnya Televisi yang ada di DI.Yogyakarta untuk mencerminkan nilai dari Perda DIY No.13 Tahun 2016 tentang Konten Lokal.

Dalam perspektif ayat Al-Qur’an sudah banyak menjelaskan bahwa kreatif sangat dibutuhkan. Salah satu contoh ayat yang membahas tentang kreativitas, bahkan menjadi perintah untuk berfikir kreatif terdapat dalam QS. Al-Baqarah ayat 219-220:

... كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٣٠﴾ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ... ﴿٣١﴾

Artinya : “.... Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu agar kamu memikirkan, Tentang dunia dan akhirat ...”

Pada ayat ini, Allah memerintahkan kepada manusia agar mengolah apa yang sudah Allah ciptakan kepadanya dengan menggunakan cara berfikir. Karena pada dasarnya manusia diberi akal untuk mengasah otak. Dengan manusia yang berusaha menggunakan akalnya, maka itu adalah perintah yang sudah ditetapkan Allah agar manusia dapat berkembang (Firmansyah, 2021).

Dalam tafsir An-Nuur karya Tengku Muhammad Hasbie Ash-Shidieqy, menjelaskan tentang surah Al-Baqarah ayat 219-220. Yang mana ayat ini menjelaskan supaya kamu memikirkan urusan-urusan dunia dan akhirat sehingga pada kita sebagai manusia dan hamba Allah dapat terkumpul kemaslahatan spiritual dan kemaslahatan fisik (duniawi) yang menjadikan hidup menjadi seimbang. Uniknya, pada penafsiran ayat ini, Ash-Shidieqy mengaitkan (*munasabah*) dengan ayat lainnya pada surat lain. Seperti QS Al-Baqarah: 267,215; Ali Imran: 92; dan Al-Maidah: 90-91.

Ayat ini memberi pengertian bahwa Islam menuntun umatnya kepada wawasan berpikir yang luas dan mempergunakan akal untuk mendapatkan kemaslahatan dunia dan akhirat secara seimbang. Karena itu, para ulama berkata:

“Segala macam keahlian (profesi), perindustrian yang dibutuhkan manusia dalam penghidupannya termasuk dalam fardhu (kewajiban) agama. Apabila dilalaikan oleh suatu umat dan tak ada anggota komunitas umat yang menguasai dan menjalankan keahlian itu, durhakalah umat seluruhnya.”

Dengan demikian, penulis mendapatkan manfaat dari penafsiran ayat diatas, bahwa dalam hal kreativitas, seorang muslim dituntut untuk tetap mempertimbangkan antara *maslahat* dan *mudharatnya*. (Firmansyah, 2021)

Setelah dikaji, mungkin hal ini dapat menjadi referensi bagi stasiun TV lokal lainnya dalam mengembangkan program konten lokal yang telah diatur menurut Perda DIY No 13 Tahun 2016. Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dikemukakan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Kreatif Program “Angkringan” TVRI Yogyakarta dalam Mempertahankan Eksistensi Program Konten Lokalnya”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, terkait dengan signifikannya tayangan program konten lokal TVRI Yogyakarta ditengah permasalahan Stasiun Televisi Berjaringan lainnya masih belum maksimal program konten lokalnya, maka terumuskanlah sebuah masalah yakni: **“Bagaimana Strategi Kreatif Program Angkringan TVRI Yogyakarta dalam Mempertahankan Eksistensi Program Konten Lokalnya?”**

C. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan tentu saja mempunyai sasaran yang hendak dicapai atau menjadi tujuan penelitian. Tujuan penelitian dimaksudkan untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang terjadi. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini, ialah untuk menganalisis Strategi Kreatif yang digunakan oleh TVRI Yogyakarta dalam Mempertahankan Eksistensi Program Konten Lokalnya.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis yang berupa bahan referensi bagi Ilmu Komunikasi, khususnya dalam Komunikasi Penyiaran dan diharapkan dapat memberikan pengembangan-pengembangan baru bagi strategi kreatif Stasiun Televisi Lokal di DIY lainnya dalam memaksimalkan siaran konten lokalnya dan dapat digunakan untuk mahasiswa yang menggeluti studi keilmuan khususnya pada bidang komunikasi.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi TVRI Yogyakarta dan Lembaga Penyiaran lainnya dalam memaksimalkan dan mempertahankan eksistensi siaran konten lokal yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Tinjauan Pustaka

Sebelum menentukan judul dan melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu menelusuri beberapa sumber hasil penelitian terdahulu yang sudah pernah dibuat oleh peneliti lain. Dari beberapa contoh terlihat ada keterkaitan dari sasaran dalam penelitian yang telah dibuat namun terdapat perbedaan dalam masalah yang diteliti. Adapun hasil penelitian yang telah ditemukan ialah sebagai berikut:

Pertama, Jurnal Penelitian (Populis, Volume 15, Nomor 2, November 2022) yang ditulis oleh Dortje. L. Y. Lopulalan dan Selvianus Salakay dengan judul **“Mengemas Konten Lokal dalam Pelestarian Budaya pada Stasiun NetTV Ambon”** Pada penelitian ini membahas tentang Net TV Ambon dalam memberikan fungsi media yang informatif dan edukatif dalam menyajikan konten program berkonsep kearifan lokal dalam kemasan karakter tokoh, kemasan acara serta muatan lokal sebagai salah satu strategi pelestarian budaya daerah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling yang terdiri dari Liaison officer Net TV Ambon, Operator Transmisi NetTV Ambon dan PH (production house). Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis dari Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyajian konsep konten local yang dikerjakan dan diproduksi oleh sumber daya lembaga penyiaran daerah memberi peluang bagi Net TV Ambon untuk menunjukkan eksistensinya dalam menyajikan program siaran lokal yang sarat dengan

nilai-nilai budaya daerah dan bernuansa kearifan lokal. Adapun persamaan yang terdapat dalam penelitian ini dengan penelitian penulis ialah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dalam menganalisis permasalahannya. Selain itu, terdapat persamaan lainnya pada obyek penelitiannya yakni membahas tentang konten lokal. Namun perbedaannya berada pada permasalahannya, dalam penelitian Dortje dan Selvianus membahas tentang bagaimana Stasiun Net TV Ambon mengemas konten lokal dalam pelestarian budaya seakan-akan bahwa hal ini baru dilaksanakan, sedangkan dalam penelitian penulis ialah bagaimana strategi kreatif program Angkringan TVRI Yogyakarta dalam memaksimalkan dan mempertahankan eksistensi program konten lokalnya sebagai Lembaga Penyiaran Publik (Lopulalan & Selvianus Salakay, 2022).

Kedua, Jurnal Penelitian (Komunikasi Pemberdayaan, Volume 1, Nomor 1, Juni 2022) yang ditulis oleh Elvis Jirestiany dan Habib Muhsin dengan judul **“Analisis Strategi Manajemen Kresna Tv Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Program Acara Konten Lokal”** Pada penelitian ini membahas tentang strategi manajemen yang dilakukan oleh Kresna TV dalam usaha mempertahankan eksistensi program acara konten lokal. Untuk itu, tim produksi dari Kresna TV harus menjalankan manajemen kreatif untuk mencapai tujuan mereka dalam membuat program acara berkonten lokal. Tim produksi berusaha memberikan yang terbaik bagi khalayaknya melalui sajian yang sudah terkonsep sebelumnya. Penelitian ini dilakukan di stasiun televisi lokal Kresna TV di Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan wawancara secara detail kepada pengelola Kresna TV. Hasil penelitian yang diperoleh bahwa manajemen kreatif dalam program acara Kresna TV sangatlah penting. Merancang sebuah program harus benar-benar matang, agar pada saat proses produksi sampai program acara berjalan akan disukai oleh para audiens terutama program acara konten lokal. Program acara Kresna TV menyajikan konten yang mengandung unsur lokal sesuai dengan budaya Yogyakarta melalui pembawa acara yang menggunakan bahasa Jawa dan topik yang disajikan sesuai wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Program acara yang disajikan bertujuan untuk menghibur dan memberikan informasi kepada audiens dengan menampilkan program acara konten lokal.

Adapun persamaan yang terdapat pada penelitian ini dengan penelitian penulis ialah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dan obyek penelitiannya membahas tentang mempertahankan program konten lokal. Hanya saja perbedaannya terletak pada subyek penelitiannya yakni penelitian ini meneliti di Stasiun Kresna TV Yogyakarta sedangkan penulis meneliti di Stasiun TVRI Yogyakarta. Tak hanya itu, perbedaan juga terdapat pada teori yang digunakan, pada penelitian ini membahas tentang strategi manajemen Kresna TV dalam mempertahankan eksistensi program konten lokalnya, sedangkan pada penelitian penulis membahas tentang teori strategi kreatif program

Angkringan TVRI Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi program konten lokalnya (Elvis Jirestiany & Muhsin, 2022)

Ketiga, Jurnal Penelitian (KASTA, Volume 1, Nomor 1, Desember 2021) yang ditulis oleh Aidil Haris, dkk Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau yang berjudul “**Strategi Regulasi Penyelenggaraan Penyiaran Berbasis Kearifan Lokal di Provinsi Riau**” Penelitian ini membahas tentang strategi regulasi penyelenggaraan penyiaran yang berbasis kearifan lokal di Provinsi Riau. Hal ini berdasar oleh tidak ada regulasi penyelenggaraan penyiaran yang berbasis kearifan lokal di Provinsi Riau. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan subjektif dan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dengan cara menganalisis data secara kualitatif. Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat diketahui bahwa strategi penyusunan regulasi penyelenggaraan penyiaran yang berbasis kearifan lokal di Provinsi Riau dapat ditelaah melalui pendekatan filosofis, sosiologis dan juga yuridis.

Adapun persamaan yang terdapat pada penelitian ini dengan penulis ialah sama-sama menggunakan metode penelitian deksriptif kualitatif dan subyek penelitiannya membahas tentang konten lokal. Hanya saja perbedaannya terletak pada strategi yang digunakan. Pada penelitian Aidil Haris dkk, menggunakan strategi regulasi penyelenggaraan penyiaran, sedangkan pada penelitian penulis menggunakan strategi kreatif Program

Angkringan TVRI Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi program konten lokalnya (Haris et al., 2021).

Keempat, Jurnal Penelitian (COMMUNICATION, Volume 12, Nomor 1, April 2021) yang ditulis oleh Shinta Kristanty dan Gemilang Awal Ramadhan mahasiswa Universitas Budi Luhur dengan judul **“Penerapan Strategi Kreatif Dalam Mempertahankan Program “Buah Hatiku Sayang” di Televisi Republik Indonesia”** Penelitian ini membahas tentang bagaimana penerapan unsur kreativitas dalam mempertahankan suatu program televisi Buah Hatiku Sayang di Televisi Republik Indonesia. Dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi kreatif dalam mempertahankan program televisi Buah Hatiku Sayang. Konsep yang digunakan adalah strategi kreatif program televisi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Adapun persamaan yang terdapat pada penelitian Shinta dan Gemilang dengan penelitian penulis ialah sama-sama menggunakan metode Penelitian Deskriptif Kualitatif dan Strategi kreatif dalam menganalisis obyek penelitiannya. Sedangkan perbedaannya, pada penelitian Shinta dan Gemilang, penelitiannya terfokus pada program umum yang bukan konten lokal seperti di penelitian penulis. Dan juga penelitian Shinta dan Gemilang tidak menggunakan Analisis SWOT dalam menganalisis penerapan strategi kreatif programnya (Shinta Kristanty & Gemilang Awal Ramadhan, 2021).

Kelima, Jurnal Penelitian (e-Proceeding of Management, Volume 8, Nomor 6, Desember 2021) Yang ditulis oleh Desi dan Sylvie Mahasiswa

Universitas Telkom Bandung dengan judul “**Analisis Tahapan Strategi Kreatif Dan Strategi Kreatif Pesan Iklan “Ankle Week” Pada Instagram Kasual Periode Iklan 15 Juli – 29 Juli 2020**” Penelitian ini membahas tentang sebuah *brand fashion* lokal yang bernama KASUAL beriklan melalui sosial media Instagram dalam upaya meningkatkan penjualan. Adapun iklan “*Ankle Week*” dianggap sebagai iklan dan kampanye tersukses yang pernah KASUAL produksi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui tahapan strategi kreatif dan strategi pesan kreatif yang terdapat pada iklan “*Ankle Week*” tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan paradigma post-positivistik.

Adapun persamaan yang terdapat pada penelitian Desi dan Sylvie ini dengan penelitian penulis ialah pada teori yang digunakan yakni sama-sama menggunakan teori Strategi Kreatif dalam menganalisis obyek penelitiannya. Dan juga sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Hanya saja, pada penelitian Desi dan Sylvie, Penelitiannya fokus terhadap sebuah iklan *brand fashion* yang bernama KASUAL, dan juga tidak menggunakan Analisis SWOT dalam menganalisis Strategi Kreatifnya. Tidak seperti pada penelitian penulis yang menggunakan Analisis SWOT dalam menganalisis strategi kreatif yang digunakan program Angkringan TVRI Yogyakarta sebagai program konten lokal (Natalia & Nurfebiaraning, 2021).

Tabel 1
Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian	Perbandingan
			Persamaan dan Perbedaan
1	Dortje. L. Y. Lopulalan dan Selvianus Salakay, Jurnal Populis, Volume 15, Nomor 2, November 2022 yang berjudul “Mengemas Konten Lokal dalam Pelestarian Budaya pada Stasiun NetTV Ambon”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyajian konsep konten lokal yang dikerjakan dan diproduksi oleh sumber daya lembaga penyiaran daerah memberi peluang bagi Net TV Ambon untuk menunjukkan eksistensinya dalam menyajikan program siaran lokal yang sarat dengan nilai-nilai budaya daerah	- Persamaannya terletak pada penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif dalam menganalisis permasalahannya. Selain itu, terdapat persamaan lainnya pada obyek penelitiannya yakni membahas tentang konten lokal. - Perbedaannya dengan penelitian penulis ialah,

		dan bernuansa kearifan lokal.	Dortje dan Selvianus membahas tentang bagaimana Stasiun Net TV Ambon mengemas konten lokal dalam pelestarian budaya seakan-akan bahwa hal ini baru dilaksanakan.
2	Elvis Jirestiany dan Habib Muhsin, Jurnal Penelitian Komunikasi Pemberdayaan, Volume 1, Nomor 1, Juni 2022 dengan judul (Analisis Strategi Manajemen Kresna Tv Dalam Upaya Mempertahankan	Hasil penelitian yang diperoleh bahwa manajemen kreatif dalam program acara Kresna TV sangatlah penting. Merancang sebuah program harus benar-benar matang, agar pada saat proses produksi sampai program acara berjalan akan	- Persamaannya terletak pada penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif dan obyek penelitiannya membahas tentang mempertahankan program konten lokal.

	<p>Eksistensi Program Acara Konten Lokal)</p>	<p>disukai oleh para audiens terutama program acara berkonten lokal. Program acara Kresna TV menyajikan konten yang mengandung unsur lokal sesuai dengan budaya Yogyakarta melalui pembawa acara yang menggunakan bahasa Jawa dan topik yang disajikan sesuai wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.</p>	<p>- Perbedaannya dengan penelitian Elvis dan Habib pada subyek penelitiannya yakni penelitian ini meneliti di Stasiun Kresna TV Yogyakarta sedangkan penulis meneliti di Stasiun TVRI Yogyakarta. Tak hanya itu, perbedaan juga terdapat pada teori yang digunakan, pada penelitian ini membahas tentang strategi manajemen Kresna TV dalam mempertahankan</p>
--	--	---	---

			eksistensi program konten lokalnya.
3	Aidil Haris, dkk, Jurnal Penelitian KASTA, Volume 1, Nomor 1, Desember 2021 yang berjudul (Strategi Regulasi Penyelenggaraan Penyiaran Berbasis Kearifan Lokal di Provinsi Riau)	Hasil penelitian menyebutkan bahwa secara filosofis, sangatlah rasional jika penyelenggaraan penyiaran dan penataan konten siaran di Provinsi Riau harus berlandaskan pada nilai-nilai filosofis kultural masyarakat Melayu Riau yang tercantum dalam Tunjuk Ajar Melayu. Hal ini bertujuan agar tatanan masyarakat kehidupan semakin lebih baik ketika diterpa oleh konten	- Persamaannya terletak pada penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dan subyek penelitiannya membahas tentang konten lokal. - Perbedaannya terletak pada strategi yang digunakan. Pada penelitian Aidil Haris dkk, menggunakan strategi regulasi penyelenggaraan penyiaran.

		penyiaran yang sehat.	
4	Shinta Kristanty dan Gemilang Awal Ramadhan, Jurnal Penelitian COMMUNICATION, Volume 12, Nomor 1, April 2021 yang berjudul (Penerapan Strategi Kreatif Dalam Mempertahankan Program “Buah Hatiku Sayang” di Televisi Republik Indonesia).	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa program Buah Hatiku Sayang Mengembangkan ide yang sudah ada dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi setiap saat, yaitu memeriksa untuk memberikan penilaian tentang mutu dan kualitas pada tema-tema yang dibawakan. Dengan melakukan perencanaan untuk mengevaluasi, kelemahan yang ada disetiap acaranya serta ancaman-	- Persamaannya terletak pada penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif dan sama-sama menggunakan Strategi Kreatif dalam menganalisis obyek penelitiannya. - Perbedaannya terletak pada penelitiannya yang terfokus pada program umum yang bukan konten lokal seperti di penelitian penulis, dan juga tidak

		<p>ancaman yang ada.</p> <p>Ide program yang sudah didapatkan lalu mereka kembangkan agar ide kreatif benar-benar dapat memberikan hasil dan bermanfaat</p>	<p>menggunakan Analisis SWOT dalam menganalisis Strategi Kreatifnya.</p>
5	<p>Desi Natalia, Sylvie Nurfebiaraning, Jurnal e-Proceeding of Management, Volume 8, Nomor 6, Desember 2021, dengan judul (Analisis Tahapan Strategi Kreatif Dan Strategi Kreatif Pesan Iklan “Ankle Week” Pada Instagram Kasual Periode Iklan 15 Juli – 29 Juli 2020)</p>	<p>Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa KASUAL berhasil mengolah tujuan dan pesan menjadi iklan menarik yang berhasil membawa audiensnya melakukan pembelian. Dengan gaya baru dalam penyampaian iklannya, iklan “Ankle Week” dieksekusi dengan</p>	<p>- Persamaannya terletak pada penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif dan sama-sama menggunakan teori Strategi Kreatif dalam menganalisis obyek penelitiannya.</p> <p>- Perbedaannya terletak pada Penelitiannya</p>

		kombinasi beberapa gaya eksekusi pesan, yaitu animation, personality symbol, dan imagery. Strategi periklanan yang digunakan dalam iklan “Ankle Week” merupakan iklan dengan menggunakan pendekatan preemptive dalam penyampaian pesan iklannya.	fokus terhadap sebuah iklan <i>brand fashion</i> yang bernama KASUAL, dan juga tidak menggunakan Analisis SWOT dalam menganalisis Strategi Kreatifnya.
--	--	--	--

Sumber : Olahan Peneliti

F. Landasan Teori

1. Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa

Salah satu media komunikasi massa yang masih sangat dekat dengan masyarakat ialah televisi. Komunikasi massa media televisi bersifat periodik. Media televisi sebagai media komunikasi massa melibatkan banyak orang dengan organisasi yang kompleks serta memiliki pembiayaan yang besar. Sehingga pesan-pesan yang disampaikan

melalui media massa tersebut hanya dapat didengar dan dilihat sekilas. Namun, pesan-pesan yang disampaikan oleh televisi tidak hanya didengar, tetapi juga dapat dilihat dalam gambar yang bergerak atau yang biasa dikenal dengan sebutan *audiovisual* (Wahyudi, 1991).

Adapun peran media massa baik itu peran secara umum maupun peran yang praktis. Jika secara umum, peran media massa dapat bermanfaat dan menunjang di bidang pendidikan, sosialisasi, motivasi, dapat menjadi bahan atau topik diskusi, dapat memajukan kebudayaan ataupun integrasi. Jika dilihat peran secara khusus, diantaranya adalah dapat mengetahui pesan dan bahaya produk atau sebuah kegiatan tertentu, dan peningkatan juga dapat dilakukan dan disebarluaskan melalui media massa khususnya televisi ini (Ferry, 2014).

Menurut Ardianto, fungsi televisi memiliki fungsi yang sama dengan fungsi media massa lainnya, seperti surat kabar atau radio. Yakni memberikan informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk. Akan tetapi, media televisi juga lebih dominan berfungsi sebagai penghibur, karena tujuan utama masyarakat memilih menonton televisi karena mayoritas untuk memperoleh hiburan lalu selanjutnya untuk memperoleh informasi (Ardianto et al., 2014).

Televisi sebagai media massa berfungsi sebagai penyampai informasi. Program yang ditayangkan oleh televisi seperti *news*, *entertainment*, bahkan acara komedi pun mampu memberikan informasi yang sekiranya diperlukan oleh khayalak. Menurut Effendy, Televisi

adalah televisi siaran yang merupakan media dari jaringan komunikasi dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung secara satu arah, komunikatornya melembaga, pesan yang bersifat umum, sasarannya menyebar dan serempak dan komunikasinya bersifat heterogen (Effendy, 2015).

Kelebihan media televisi terletak pada kekuatannya menguasai jarak dan ruang, sasaran yang dicapai untuk mencapai massa cukup besar. Nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan sangat cepat. Menurut Effendy, sama halnya dengan media massa lain, televisi pada umumnya memiliki lima fungsi pokok yakni Fungsi Informasi (*The Information Function*), Fungsi Pendidikan (*The Education Function*), Fungsi Hiburan (*The Entertaint Function*), Fungsi Mempengaruhi, dan Kontrol Sosial (Effendy, 2015).

Pada industri penyiaran, strategi sangat diperlukan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lainnya. Tak hanya itu, industri penyiaran juga merupakan industri yang kreatif. Sehingga strategi yang digunakan pun harus menggunakan strategi yang kreatif.

2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif ialah suatu upaya bagaimana pesan dapat diterima baik oleh target audiens, sedangkan taktik kreatif adalah bagaimana sebuah pesan iklan disampaikan (Belch George E & Belch, 2015). Strategi pada hakekatnya ialah suatu perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*Management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi,

untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai sebuah peta jalan yang menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan tentang bagaimana taktik operasionalnya. Maka dari itu, perlu dilakukan analisis SWOT dalam penerapan strategi kreatif.

a. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*)

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah sebuah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan sebuah strategi dari suatu perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Swardono, 2002). Keempat faktor inilah yang membentuk akronim SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). SWOT adalah singkatan dari lingkungan *Internal Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal yang *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis (Rangkuty, 2008). Proses ini melibatkan adanya penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan tidak mencapai tujuan tersebut. Berikut adalah penjelasan dari empat faktor analisis SWOT tersebut:

1. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan merupakan sumber daya/ kapabilitas yang dikendalikan oleh perusahaan atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibanding dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan. Kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli dan pemasok dan faktor- faktor lain.

Faktor- faktor kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi adalah kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada

pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan (Siagian, 2018).

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan keterbatasan/ kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya/ kapabilitas suatu perusahaan relatif terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Dalam praktek keterbatasan

dan kelemahan -kelemahan tersebut bisa terlihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminati oleh konsumen atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai (Fred, 2011).

3. Peluang (*Opportunities*)

Adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan -kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang. Contohnya seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi suatu perusahaan (Mashuri & Nurjannah, 2020).

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Ancaman merupakan penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatnya kekuatan tawar-menawar dari pembeli/ pemasok utama, perubahan teknologi, dan direvisinya atau pembaharuan peraturan, dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan perusahaan (Sedarmayanti, 2014).

Konsep dasar pendekatan SWOT terlihat sederhana apabila kita dapat mengetahui kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) suatu organisasi atau perusahaan dan mengetahui peluang (*opportunity*) dari luar organisasi yang menguntungkan serta mengetahui ancaman (*threat*) yang merugikan dalam suatu organisasi atau perusahaan.

Tabel 2
Matriks SWOT

Internal / Eksternal	<i>Strengths-S</i> Kekuatan	<i>Weakness-W</i> Kelemahan
<i>Opportunities-O</i> Peluang	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats-T</i> Ancaman	Strategi ST Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : (Nourlette, 2017)

b. Strategi Kreatif

Kata Strategi berasal dari Bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Dengan demikian, strategi yang dimaksudkan adalah memimpin tentara. Kemudian muncul kata *strategos* yang artinya memimpin tentara tingkat atas. Dalam strategi ada prinsip yang harus dicamkan, yakni “Tidak ada sesuatu yang berarti dari segalanya kecuali mengetahui apa yang akan dikerjakan oleh musuh, sebelum mereka mengerjakannya”(Cangara, 2014).

Sedangkan kata kreatif atau kreativitas menurut Munandar ialah suatu kemampuan untuk menghasilkan bahkan menciptakan sesuatu yang baru. Kreativitas ialah sebuah kemampuan untuk membuat sebuah kombinasi yang mempunyai makna sosial didalamnya (Rino Richardo et al., 2014). Adapun pengertian kata kreatif ialah sebuah istilah yang biasa digunakan pada produk siaran televisi hiburan non-drama. Yang dimana orang bertugas untuk mencari ide, mengumpulkan fakta-fakta dan daya, kemudian dituangkan dalam bentuk konsep, naskah, *rundown*, dan mendampingi pengisi acara dalam pelaksanaan produksi suatu program tersebut (Latief, 2015).

Dalam industri penyiaran, strategi digunakan dalam berkompetisi dengan stasiun penyiaran lainnya dalam rangka memperebutkan *audiens*. Satu stasiun penyiaran selalu merencanakan programnya secara strategis, yakni dengan

merancang suatu program acara dengan sebaik mungkin, sehingga tetap menarik dan menjaga ketertarikan khayalak ataupun audiensnya. (Hidajanto Djamal & Andi Fachruddin, 2011)

Strategi kreatif merupakan sebuah hasil terjemahan dari berbagai informasi mengenai suatu produk, pasar, dan konsumen sasaran kedalam suatu posisi tertentu yang didalamnya terdapat komunikasi yang dipakai untuk merumuskan suatu tujuan iklan dalam mengembangkan periklanan tersebut. Sebuah iklan dipastikan memerlukan strategi kreatif agar dapat menarik perhatian dari khayalak yang dipakai oleh para pemasar (Velda Ardia & Fanisah Nur Fadilah, 2018).

Namun, karena industri penyiaran merupakan industri kreatif, maka strategi yang digunakan pun harus strategi yang kreatif. Menurut Fred Wibowo, kunci sukses dari setiap program televisi ialah karena sebagian berkat perencanaan dan sikap kreatif menjadi faktor yang paling penting dalam memproduksi program televisi. (Wibowo, 2007)

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan konsep strategi kreatif yang dituliskan Rusman Latief dalam bukunya, yang mengatakan bahwa kreatif berarti harus memiliki hal-hal sebagai berikut: (Rusman Latief & Yusiatie Utud, 2015)

1. Ide

Ide ialah suatu pemikiran yang dirancang sedemikian rupa untuk diungkapkan kepada orang lain. Jika ada suatu pemikiran yang tidak dirancang dalam suatu susunan yang sistematis, tidak disampaikan kepada pihak lain, maka hal tersebut tidak dapat dikatakan sebuah ide.

2. Berpikir Kreatif

Alex F. Osborn adalah seorang ahli yang banyak mempelajari tentang berpikir kreatif. Salah satu teknik berpikir kreatif yang dikembangkan oleh Osborn kemudian dikembangkan kembali oleh Eberle yang melahirkan sebuah istilah SKAMPER. SKAMPER juga disebut sebagai daftar periksa (*check list*) yaitu teknik berfikir mengembangkan ide-ide atau untuk mencegah agar ide-ide tersebut tidak terlupakan.

Pada awalnya, SKAMPER dikembangkan untuk kreatif produk-produk kebutuhan rumah tangga, bukan untuk kreatif program televisi. Hanya saja, karena memiliki kelebihan dan dapat digunakan untuk berbagai permasalahan, termasuk dalam proses mendapatkan ide-ide kreatif yang menjadi roh dalam industri pertelevisian.

Berikut uraian arti dari istilah SKAMPER tersebut:

(S) Substitusi bermaksud apa yang bisa diganti? Program siaran televisi yang sudah ada, apanya yang bisa diganti? Dengan

menjawab pertanyaan tersebut, bisa dibuat program yang baru dan berbeda dengan mengganti atau beberapa unsurnya.

(K) Kombinasi dimaksudkan menggabungkan sesuatu yang sudah ada dengan yang lainnya sehingga menjadi baru. Kombinasi dapat dilakukan pada format program, pengisi acara, dan konsep penyajian.

(A) Adaptasi bermaksud apa yang dapat dipinjam dari program lain. Contohnya seperti ide, metode kerja ataupun pengisi acara.

(M) Modifikasi bermaksud perubahan. Pertanyaannya apa yang dapat diubah? Modifikasi sebenarnya mirip dengan adaptasi. Hanya saja modifikasi lebih berpacu pada ATM (Amati, Tiru, dan Modifikasi). Dengan mengamati sebuah program, menirunya kemudian memodifikasinya.

(P) Penggunaan lain bermaksud bisa dipakai untuk apa dan untuk apa lagi? Penggunaan lain juga hampir mirip dengan kreatif adaptasi.

(E) Eliminasi artinya mengurangi. Dalam produksi program televisi dengan melakukan pengurangan pada beberapa *items* dan materinya.

(R) *Reverse* artinya menata ulang. Atau dengan pertanyaan apa yang bisa ditata ulang? Kreativitas program televisi menata ulang dapat dilakukan pada *setting* atau dekorasi, susunan acara (*rundown*), *property*, *lighting*, posisi kamera dan lain sebagainya

tanpa mengurangi atau menambah materi yang sudah ada tapi dengan menyusun ulang yang berbeda dengan sebelumnya. (Rusman Latief & Yusiatie Utud, 2017)

3. *Brainstorming*

Brainstorming atau sumbang saran merupakan sebuah teknik yang digunakan untuk menghasilkan ide, dimana proses menghasilkan ide tersebut dilakukan dalam sebuah grup yang tidak lebih dari 15 orang. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan saran sebanyak-banyaknya dalam waktu sesingkat-singkatnya mengenai pemecahan masalah yang menimpa bidang pekerjaan yang bersangkutan.

Brainstorming juga dapat digunakan untuk memecahkan suatu masalah yang menghasilkan suatu gagasan yang mencoba mengatasi segala hambatan dan kritik. Mendorong timbulnya dengan banyak gagasan, termasuk gagasan yang menyimpang liar, dan berani. Dengan harapan bahwa gagasan tersebut dapat menghasilkan gagasan yang baik dan kreatif. (Rusman Latief &

Yusiatie Utud, 2017)

Dalam praktiknya, stasiun televisi sangat membutuhkan strategi kreatif dalam mengemas produksi programnya. Hal tersebut juga tak luput dari produksi program konten lokal yang membutuhkan strategi kreatif di dalamnya.

3. Konten Lokal

Seiring berkembangnya media penyiaran, banyak media lokal yang belum memahami peraturan penyiaran, salah satunya yakni mengenai konten lokal. Konten lokal merupakan acuan yang harus ada di dalam media penyiaran lokal. Yang dapat berupa bentuk produksi atau informasi yang dihasilkan dari daerah tersebut berupa program acara lokal. Bentuk dari tayangan ini memiliki kedekatan dengan masyarakat lokal.

Konten lokal didefinisikan oleh *Bhattacharjee* dan *Mendel* ialah program yang diproduksi di bawah kontrol kreatif dari warga. Selain itu, konten lokal terdiri dari beberapa jenis program antara lain fiksi, film, seri, dokumenter, program seni dan acara pendidikan, olahraga, peristiwa, *game*, *advertising*, *teleshopping* atau teleteks jasa (Juditha, 2015).

Konten lokal diperkenalkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) melalui Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) di tahun 2012. Pengertian Program lokal pada Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) adalah program siaran dengan muatan lokal yang mencakup program siaran jurnalistik, program siaran faktual, dan program siaran nonfaktual dalam rangka pengembangan potensi daerah setempat serta dikerjakan dan diproduksi oleh sumber daya dan lembaga penyiaran daerah setempat.

Peraturan mengenai program siaran lokal tertera pada Standar Program Siaran (SPS) pada bab XVV tentang program siaran lokal dalam stasiun jaringan pasal 68.

1. Program siaran lokal wajib diproduksi dan ditayangkan dengan durasi paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) untuk televisi dan paling sedikit 60% (enam puluh per seratus) untuk radio dari seluruh waktu siaran berjaringan per hari.
2. Program siaran lokal sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) diatas paling sedikit 30% (tiga puluh per seratus) di antaranya wajib ditayangkan pada waktu *prime time* waktu setempat.

Program siaran lokal sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) secara bertahap wajib ditayangkan hingga paling sedikit 50% (lima puluh per seratus) untuk televisi dari seluruh waktu siaran berjaringan per hari (KPID Jawa Timur, 2017).

Sesuai dengan undang-undang diatas, ditegaskan bahwa kearifan lokal yang harus diberi porsi lebih besar. Seni budaya tradisional daerah setempat dan juga keragaman tempat-tempat wisata di daerah merupakan bagian dari kearifan lokal ini. Tak dapat dipungkiri bahwa dengan adanya tayangan konten lokal ini memberikan manfaat besar bagi pendidikan, hiburan, maupun sebagai media pengikat kedekatan antara televisi lokal dengan khayalaknya (Juditha, 2015).

Berkaitan dengan regulasi konten lokal dalam siaran, televisi juga memiliki peran penting dalam membangun suatu daerah. Disamping

itu, televisi lokal juga ikut dalam melestarikan budaya lokal, dan eksplorasi potensi daerah dengan mengeksposnya kepada khayalak. Oleh karena itu, konten lokal berbasis kearifan lokal setempat menjadi hal yang penting bagi televisi lokal. Televisi lokal juga menjadi alternatif sebagai penyampai pesan dan juga menampun kearifan lokal dinamika masyarakat.

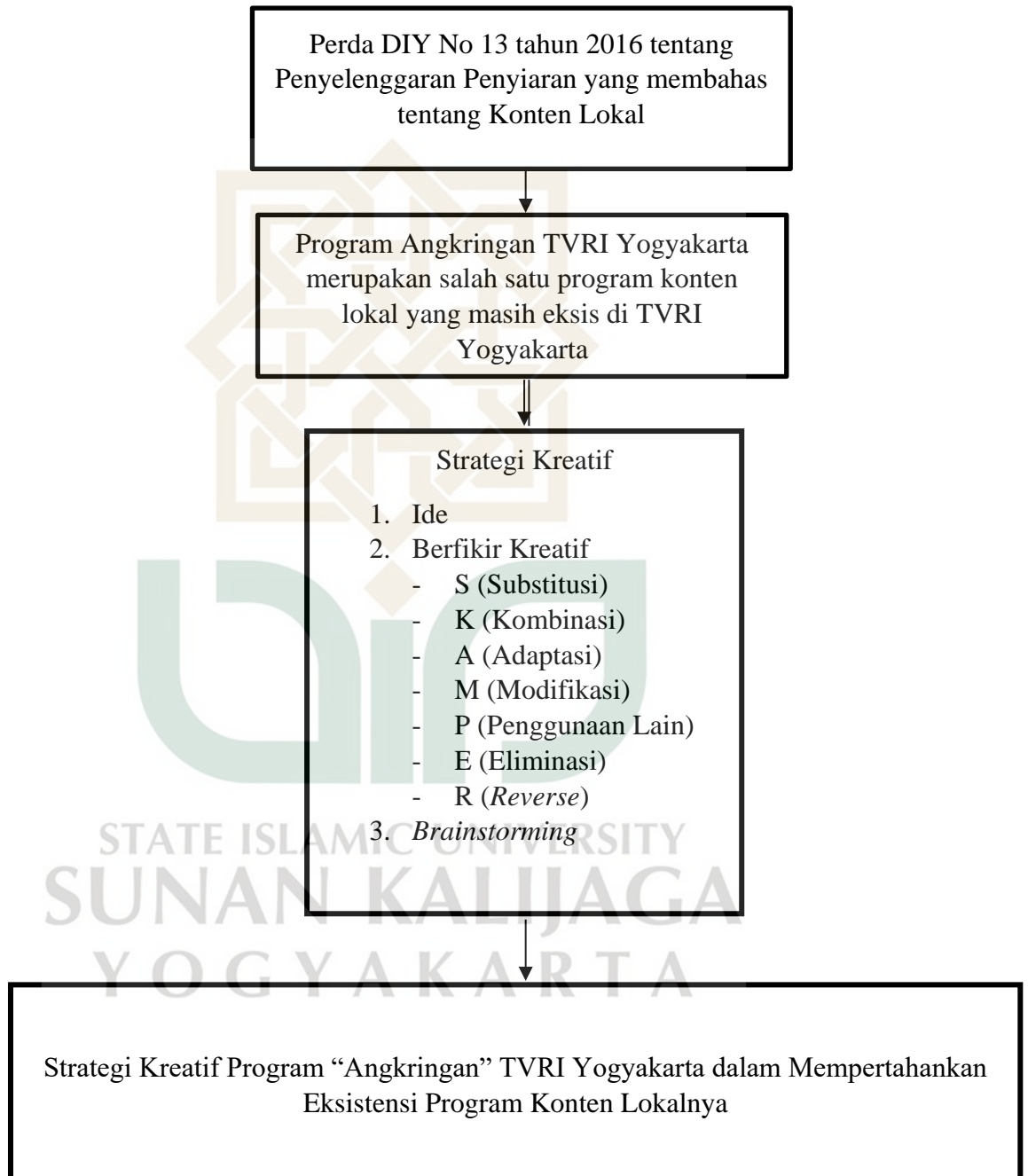
Program acara televisi yang berbasis kearifan lokal memberikan gambaran komprehensif tentang tayangan yang mampu mengeksplorasi potensi wilayah setempat dan menjadi salah satu aset dokumentasi yang bermanfaat. Namun sampai saat ini, masih jarang ditemukan lembaga penyiaran televisi lokal maupun nasional yang mampu mengoptimalkan promosi dan pencitraan wilayah yang memiliki potensi sosial budaya dan kearifan lokal. Tak hanya televisi sebagai lembaga penyiaran, ada pula radio yang masih tidak sesuai dengan peraturan dalam P3SPS yang mengatur tentang kearifan lokal atau konten lokal tersebut (Juditha, 2015).

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

G. Kerangka Pemikiran

Bagan 1

Kerangka Pemikiran Peneliti



Sumber: (Olahan Peneliti)

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan jenis data kualitatif yaitu penelitian yang menekankan kepada pemahaman mengenai masalah-masalah yang ada dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau *natural setting* yang holistik, kompleks, dan rinci (Anggito, 2018). Metode penelitian kualitatif muncul karena terjadi perubahan paradigma dalam melihat suatu realitas, fenomena ataupun gejala. Dalam paradigma ini, realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang holistik/utuh, kompleks, dinamis dan penuh makna. Paradigma itulah yang biasa disebut dengan paradigma postpositivisme. Yang dimana dalam memandang gejala, bersifat lebih tunggal, statis, dan konkrit. Paradigma postpositivisme mengembangkan metode penelitian kualitatif, dan postpositivisme mengembangkan metode kuantitatif (Sugiyono, 2021). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian deskriptif kualitatif ini adalah agar dapat mendeskripsikan apa-apa saja yang saat ini sedang berlaku. Didalamnya, terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi yang tengah terjadi. Atau dengan kata lain, penelitian deskriptif ini bertujuan untuk

memperoleh segala informasi mengenai situasi dan keadaan yang ada (Mardialis, 2014).

Alasan penulis menggunakan penelitian deskriptif kualitatif ialah agar dapat mengetahui secara mendalam tentang bagaimana strategi yang digunakan oleh TVRI Yogyakarta sebagai Lembaga Penyiaran Publik untuk mempertahankan eksistensi program konten lokalnya. Menurut penulis, penelitian menggunakan format dan jenis seperti ini akan mendapatkan hasil yang absah karena telah melalui proses observasi, wawancara, studi dokumen, dan triangulasi data.

2. Subyek dan Obyek Penelitian

a. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh sebuah informasi atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan sebuah keterangan tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Dan dalam sebuah penelitian, subyek memiliki peran yang strategis, karena pada subyek penelitian tersebut data tentang variabel penelitian itulah yang akan diamati (Fitriah, 2017). Dalam penelitian ini, yang penulis jadikan sebagai sumber informasi (Subyek Penelitian) adalah Tim Produksi Program Angkringan, yakni Ketua Tim Pelaksana Produksi dan Pranata Siaran Ahli Madya, Sutradara dan Penulis Naskah Angkringan TVRI Yogyakarta, Jadi subyek penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Narasumber Wawancara

No	Nama	Jabatan
1.	Dra. Sri Widati	Ketua Tim Pelaksana Produksi & Pranata Siaran Ahli Madya
2.	Ari Purnomo	Sutradara & Penulis Naskah Program “Angkringan”

Sumber : Olahan Peneliti

b. Obyek Penelitian

Obyek penelitian dalam penelitian kualitatif menurut Spradley adalah dinamakan dengan situasi sosial, yang terdiri dari tiga komponen yakni *place* (tempat), *actor* (pelaku), dan *activities* (aktivitas) (Sugiyono, 2014). Obyek penelitian juga biasa disebut dengan fokus masalah yang pada akhirnya akan dicarikan jawabannya. Maka dari itu, yang menjadi obyek penelitian pada penelitian penulis ialah bagaimana strategi kreatif yang digunakan oleh program Angkringan TVRI Yogyakarta untuk mempertahankan eksistensi program konten lokalnya.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2, yakni data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang diperoleh dan dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber datanya melalui observasi dan wawancara. Sementara data sekunder ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Contohnya seperti buku, jurnal, dan lain sebagainya (Siyoto, 2015).

b. Teknik Pengumpulan Data

Tujuannya untuk memperoleh data yang lengkap, akurat, obyektif, dan dapat dipertanggung jawabkan serta sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa pengumpulan data sebagai berikut:

1) Observasi

Teknik observasi ialah teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena-fenomena yang nantinya akan diteliti.

Observasi dalam sebuah penelitian ialah sebagai pemusatan perhatian terhadap suatu obyek yang melibatkan seruh indera untuk memperoleh data (Siyoto, 2015). Pada penelitian ini, penulis melakukan observasi terhadap beberapa program-program konten lokal yang disiarkan oleh TVRI Yogyakarta.

2) Wawancara

Adalah sebuah cara untuk mengumpulkan data yang dilakukan melalui komunikasi verbal dan memperoleh informasi langsung dari sumbernya. (Siyoto, 2015). Teknik wawancara melakukan pengumpulan data dengan cara tanya jawab sepihak yang prosesnya dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Dalam pelaksanaannya, biasa dilakukan melalui meri pertanyaan secara lisan dengan menggunakan *instrument interview guide* yang isinya berupa daftar pertanyaan lisan dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban maupun keterangan.

Teknik wawancara ini digunakan untuk memperoleh data tentang latar belakang berdirinya TVRI Yogyakarta dan juga strategi yang digunakan oleh TVRI Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi program konten lokalnya. Yang

menjadi informan dalam teknik wawancara ini adalah Ketua Tim Pelaksana Produksi yang juga merangkap sebagai Pranata Siaran Ahli Madya TVRI Yogyakarta, dan Sutradara sekaligus Penulis Naskah Program “Angkringan”.

3) Dokumentasi

Dokumentasi ialah pengumpulan data dengan mencari informasi-informasi dari catatan atau dokumen yang ada dan dianggap relevan dengan masalah penelitian. Baik itu berupa

teks maupun foto-foto yang dinilai berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti (Rukin, 2019). Sumber-sumber dokumen yang diperoleh penulis pada penelitian ini adalah naskah-naskah program konten lokal, brosur, dan buku profil TVRI Yogyakarta.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam beberapa kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan membuat sebuah kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2021).

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yang pada prosesnya merupakan penggambaran atau deskripsi keadaan suatu obyek dan subyek penelitian secara apa adanya. Proses analisis data dimulai dengan cara menyusun semua data yang telah dikumpulkan sesuai dengan urutan pembahasan yang telah direncanakan. Secara sistematis, langkah-langkah menganalisis data dapat diurutkan sebagai berikut:

- 1) Mengumpulkan data yang telah diperoleh melalui hasil wawancara, observasi dan studi dokumen.

- 2) Menyusun seluruh data yang telah diperoleh sesuai dengan pembahasan
- 3) Melakukan interpretasi terhadap data yang telah tersusun.
- 4) Menjawab rumusan masalah.

Sedangkan Miles dan Huberman membagi analisis data dalam penelitian kualitatif menjadi empat tahap, yakni: (Sugiyono, 2021)

- 1) Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Kegiatan utama pada setiap penelitian ialah mengumpulkan data. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau gabungan dari ketiganya (triangulasi). Biasanya pengumpulan data dilakukan selama sehari-hari hingga berbulan-bulan. Sehingga data yang diperoleh akan banyak. Pada tahap awal, peneliti akan melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial atau obyek yang diteliti., semua yang dilihat dan didengar direkam semua. Dengan demikian, peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi.

- 2) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Seperti yang telah dikemukakan diatas, semakin lama peneliti ke lapangan maka data yang diperoleh akan semakin banyak, kompleks, dan juga rumit. Untuk itu, perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, fokus terhadap hal-hal

yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan akan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, mencarinya jika diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

3) Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya ialah penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dalam hal ini, Miles and Huberman menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif ialah teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan peneliti untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

4) Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/ Verification*)

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi, apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal

didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

5. Metode Keabsahan Data

Dalam penyusunan penelitian ini, teknik yang penulis gunakan untuk memeriksa keabsahan data ialah triangulasi data. Salah satu cara yang paling penting dan mudah dalam uji keabsahan hasil penelitian adalah dengan melakukan triangulasi peneliti, metode, teori, dan sumber data, agar membuat penulis yakin terhadap kebenaran dan kelengkapan data (Afrizal, 2014).

Keabsahan data merupakan suatu padanan dari konsep validitasi dan disesuaikan dengan tuntutan penegetahuan, kriteria dan paradigma. Uji validitas atau keabsahan data dinilai sangat penting dalam sebuah penelitian. Hal ini karena penelitian yang dilakukan tidak diragukan dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Moleong menjelaskan triangulasi merupakan salah satu teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk dijadikan pembanding terhadap data tersebut (Fitriah, 2017).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi. Triangulasi ialah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sumber lain sebagai pembanding, yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2018). Alasan

peneliti menggunakan triangulasi karena teknik ini membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Sumber yang didapatkan peneliti ialah dari salah satu Komisioner KPID DIY, yakni bapak Hazwan Iskandar Jaya, S.IP.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah penulis mengetahui dan menganalisa strategi kreatif program angkringan TVRI Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi program konten lokalnya. Sebelum menetapkan strategi yang tepat, perlu dilakukan analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities, Threats*) sebagai penguat untuk menemukan strategi apa yang tepat digunakan. Program Konten Lokal TVRI Yogyakarta, yang dibahas pada penelitian ini ialah program Angkringan. Teori strategi kreatif yang digunakan oleh peneliti ialah yang dituliskan oleh Rusman Latief dalam bukunya yang berjudul *Siaran Televisi Non-Drama*, terdiri dari menentukan ide, berfikir kreatif yang berpatokan pada konsep teori SKAMPER, dan melakukan *brainstorming* sebagai bahan evaluasi program. Menentukan strategi kreatif menjadi hal yang penting demi keberhasilannya suatu program, terkhusus pada program Angkringan tersebut.

Berangkat dari fenomena Peraturan Daerah (Perda) DIY yang mengatur tentang Penyiaran khususnya Program Konten Lokal pada No.13 Tahun 2016, yang memberikan pengaruh besar terhadap seluruh lembaga penyiaran khususnya yang ada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. TVRI Yogyakarta menjadi salah satu lembaga penyiaran yang memiliki dampak terhadap hadirnya Perda DIY yang mengatur tentang konten lokal tersebut.

Dalam praktiknya, lembaga penyiaran merupakan sebuah industri kreatif. sehingga program-program yang dihasilkan oleh lembaga penyiaran juga berasal dari pemikiran-pemikiran kreatif orang yang berada didalamnya. Sehingga dapat dipastikan bahwa strategi kreatif memang sangat diperlukan oleh Lembaga Penyiaran khususnya televisi. Tidak hanya sebagai alat untuk mempromosikan dan menaikkan *rating* program saja, akan tetapi juga dapat menemukan solusi untuk memecahkan suatu masalah atau kelemahan yang ada dalam program tersebut.

Pada analisis strategi kreatif yang digunakan oleh program “Angkringan” menghasilkan kesimpulan bahwa:

1. Tema program Angkringan merupakan hasil dari penentuan ide yang melihat dari permintaan pasar dan fenomena-fenomena yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat.
2. Berfikir kreatif merupakan hal mendasar yang juga sangat penting demi berhasilnya suatu program. Penulis menilai bahwa teknik SKAMPER cocok digunakan sebagai suatu landasan program khususnya pada program Angkringan dalam merumuskan strategi kreatifnya.

(S) Substitusi : Strategi kreatifnya ialah dengan cara melibatkan pemain-pemain diluar pemain utama untuk menambah dinamika dan variasi.

(K) Kombinasi : Mengkombinasikan program komedi namun juga mengandung unsur *talkshow* sehingga selain menampilkan hiburan, tetapi program Angkringan juga mengandung edukasi.

(A) **Adaptasi** : Ide-ide yang didapatkan oleh penulis naskah program Angkringan merupakan hasil adaptasi dari fenomena-fenomena yang sedang hangat diperbincangkan di tengah masyarakat.

(M) **Modifikasi** : Menghadirkan *Live music* yang membawa suasana baru. Yakni mengundang Gank-X untuk terlibat dalam program Angkringan hingga saat ini.

(P) **Penggunaan Lain** : Dengan memanfaatkan teknologi yakni melalui media Youtube untuk memasarkan dan menayangkan Program Angkringan pada akun Youtube TVRI Yogyakarta.

(E) **Eliminasi** : Mengurangi porsi pemain yang sedang tidak dalam *on the mood* demi kelancaran berjalannya proses produksi, dan menyederhanakan materi serta mengurangi *jokes* yang berlebihan.

(R) **Reverse** : Nama yang berubah dari Obrolan Angkring menjadi “Angkringan” dan dilakukan penataan ulang setting tempat menjadi tampilan yang lebih *fresh* dengan menghadirkan *background* suasana di Tugu Yogyakarta dan penambahan *lighting* studio dalam proses produksi.

3. Melakukan *brainstorming* sebagai bahan evaluasi untuk menemukan solusi dari suatu masalah, dan dapat mengatasi kelemahan yang terdapat pada program Angkringan tersebut.

B. Saran

Hadirnya Perda DIY No.13 Tahun 2016 yang mengatur tentang Penyiaran terutama Program Konten Lokal membawa dampak yang begitu besar bagi setiap lembaga penyiaran. Khususnya pada TVRI Yogyakarta merupakan TV

Publik yang juga bertugas untuk memelihara kearifan lokal. Namun, disela tugas dan fungsi yang diberikan pada setiap TVRI di daerah-daerah juga terkadang ada *relay* dari Stasiun TVRI Pusat yang menghilangkan kesempatan TVRI daerah menampilkan program siarannya. Melihat hal tersebut, dan berdasar dari hasil penelitian terhadap strategi kreatif program Angkringan TVRI Yogyakarta dalam mempertahankan eksistensi program konten lokalnya, maka peneliti ingin memberikan beberapa saran, yakni:

1. Kepada TVRI Yogyakarta, khususnya tim produksi Program Angkringan untuk meningkatkan dan memvariasikan strategi kreatif yang digunakan untuk menemukan solusi dari kelemahan programnya.
2. *Upgrading* lawakan-lawakan yang sering digunakan dalam per-episodenya, seharusnya mengikuti dengan perkembangan zaman sehingga terlihat lebih modern.
3. Memaksimalkan kerjasama dengan instansi pemerintah maupun non pemerintahan. Sehingga masyarakat tetap memiliki alasan yang kuat untuk menonton program konten lokal Angkringan tersebut.
4. Kepada TVRI Pusat, untuk menyiapkan jadwal pengganti jika ingin *relay* program siaran. Sehingga TVRI Stasiun di daerah-daerah tidak kehilangan tempat untuk mengembangkan atau memperkenalkan tentang kearifan lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* (Raja Grafindo (ed.)).
- Albi Anggito, & Johan Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Belch George E, & Belch, M. A. (2015). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (10th ed.). McGraw-Hill Irwin.
- Drs. J.B Wahyudi. (1991). *Komunikasi Jurnalistik*. Alumni.
- Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, & Siti Karlinah. (2014). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (4th ed.). Simbiosia Rekatama Media.
- Elvis Jirestiany, & Muhsin, H. (2022). Analisis Strategi Manajemen Kresna TV Dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Program Acara Konten Lokal. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(1), 1–9.
- Erwin Mulyadi. (2019). Industri Media Televisi Di Tengah Era Digitalisasi Dan Konvergensi Media Baru. *Journal Visioner: Journal of Television*, 04, 1–10.
- Ferry R. P. P. S. (2014). Media Televisi Kajian Peran Media Massa dan Pengaruhnya bagi Remaja. *Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora*, 14(1), 33–44. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/ragam/article/view/490>
- Firmansyah, R. (2021). Spirit Kreativitas Masa Pandemi Perspektif Al-Azhar dan An- Nuur: Telaah QS. Al-Baqarah (2): 219-220. *Gunung Djati Conference Series*, 4, 793–800.
- Fred, R. D. (2011). *Manajemen Strategik*. Salemba Empat.
- Fred Wibowo. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Pinus Book Publisher.
- Freddy Rangkuty. (2008). *The Power Of Brand Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Haris, A., Hanafi, K., Amalia, A., Fatwa, I., & Novchi, R. W. (2021). Strategi Regulasi Penyelenggaraan Penyiaran Berbasis Kearifan Lokal di Provinsi Riau. *KASTA*, 1(1), 65–74.
- Haulah Citra Kusuma Wardhani. (2014). Strategi Pemrograman Lembaga Penyiaran Publik Tvri. In *Universitas Airlangga* (Vol. 3, Issue September). <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/16581>
- Hidajanto Djamal, & Andi Fachruddin. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Kencana.
- Juditha, C. (2015). Televisi Lokal Dan Konten Kearifan Lokal (Studi Kasus Di Sindo Tv Kendari) Local Television and Local Wisdom Content (Case Study in Sindo Tv Kendari). *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan*, 16(1), 49–64.
- KPID Jawa Timur. (2017). *P3SPS Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar*

- Program Siaran Tahun 2012*. Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Timur.
- Lexy J Moleong. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Lopulalan, D. L. Y., & Selvianus Salakay. (2022). *Mengemas Konten Lokal dalam Pelestarian Budaya pada Stasiun NetTV Ambon*. 15(2), 126–131.
- Mardialis. (2014). Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal. In *Bumi Aksara* (1st ed., Vol. 26). Bumi Aksara.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Mufid, M. (2010). *Komunikasi & Regulasi Penyiaran* (Cetakan ke). Kencana.
- Muhammad Fitriah, & Lutfiyah. (2017). *Metodologi penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Keras dan Studi Keras*. CV Jejak.
- Natalia, D., & Nurfebriaraning, S. (2021). Analisis Tahapan Strategi Kreatif Dan Strategi Kreatif Pesan Iklan “ Ankle Week ” Pada Instagram Kasual Periode Iklan 15 Juli – 29 Juli 2020 the Analysis of Creative Strategy Steps and Creative Message Strategies of " Ankle Week " Ads on Kasual Instagram. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 8872–8882.
- Nourlette, R. R., & Hati, S. W. (2017). Penentuan Strategi Dengan Pendekatan Analisis Swot Pada Hotel Nongsa Point Marina & Resort Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 5(1), 82. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v5i1.174>
- Onong Uchjana Effendy. (2015). *Dinamika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Prof. Dr. H.M. Taufik, M. A. (2012). *Kreativitas Jalan Baru Pendidikan Islam* (Mukhlis Muma Leon (ed.)). Kurnia Kalam Semesta.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2014). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta CV.
- Prof. H. Hafied Cangara, M.Sc., P. . (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Cetakan Ke). Rajawali Pers.
- Rino Richardo, Mardiyana, & Dewi Retno Sari Saputro. (2014). Tingkat Kreativitas Siswa Dalam Memecahkan Masalah Matematika Divergen Ditinjau Dari Gaya Belajar Siswa (Studi Pada Siswa Kelas IX MTs Negeri Plupuh Kabupaten Sragen Semester Gasal Tahun Pelajaran 2013/ 2014. *Elektronik Pembelajaran Matematika*, 2(2), 141–151.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendikia Indonesia.
- Rusman Latief, & Yusiatie Utud. (2015). *Siaran Televisi Non-Drama* (1st ed.). Prenadamedia Group.
- Rusman Latief, & Yusiatie Utud. (2017). *Kreatif Siaran Televisi* (1st ed.).

Prenadamedia Group.

Sandu Siyoto. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.

Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. PT. Refika Aditama.

Shinta Kristanty, & Gemilang Awal Ramadhan. (2021). Penerapan Strategi Kreatif Dalam Mempertahankan Program “Buah Hatiku Sayang” di Televisi Republik Indonesia. *Communication*, 12(1), 21.
<https://doi.org/10.36080/comm.v12i1.1330>

Sondang P.Siagian. (2018). *Manajemen Stratejik*. Bumi Aksara.

Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (M. S. Sofia Yustiyani Suryandari, S.E. (ed.); Cetakan ke). Alfabeta CV.

Supadiyanto. (2015). Implementasi Program Siaran Lokal Pada Stasiun Televisi Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *An-Nida*, 7 No.2, 66.
<https://doi.org/https://doi.org/10.34001/an.v7i2.749>

Suparyanto, & Rosad. (2020). RENSTRA KPID DIY 2020-2023. *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.

Swardono. (2002). *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*. UPP AMP YKPN.

TVRI Yogyakarta. (2021). *Makna Arti Logo TVRI Yogyakarta*. Tvri.Go.Id.

UU Republik Indonesia. (2002). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran*.

Velda Ardia, & Fanisah Nur Fadilah. (2018). STRATEGI KREATIF IKLAN E-COMMERCE BLANJA.COM DI YOUTUBE UNTUK MEMENANGKAN HATI KONSUMEN. *Jurnal PERSPEKTIF Komunikasi*, 2(2).
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/perspektif/article/view/3955>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA