

**UPAYA PEMBENTUKAN CITRA TV LOKAL MELALUI PROGRAM  
SIARAN**  
**(Studi pada Stasiun TVRI Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Sosial Islam (S.Sos.I)

Oleh

**Agus Setiaji**

Nim: 04210085

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNSN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2009**



Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03 / R0

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi

Lamp :

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara :

Nama : Agus Setiaji

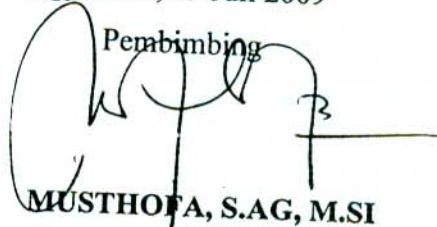
NIM : 04210085

Judul Skripsi : "Upaya Pembentukan Citra TV Lokal Melalui Program Siaran".  
(Studi pada Stasiun TVRI Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah Jurusan / Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Starta Satu dalam Ilmu Sosial Islam.

Dengan ini kami mengharap agar Skripsi / Tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.  
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 29 Juli 2009

  
Pembimbing  
**MUSTHOFA, S.AG, M.SI**  
NIP. 196801031995031001



DEPARTEMEN AGAMA RI  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

**FAKULTAS DAKWAH**

Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230  
Yogyakarta 55221

**PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR**

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/1342/2009

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

**UPAYA PEMBENTUKAN CITRA TV LOKAL MELALUI PROGRAM SIARAN  
(Studi Pada TVRI Yogyakarta)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Agus Setiaji  
NIM : 04210085  
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 25 Agustus 2009  
Nilai Munaqasyah : B

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

**TIM MUNAQASYAH :**

Pembimbing  
  
Musthofa, S.Ag., M.Si.  
NIP. 19680103 199403 1 001

Pengaji I  
  
Khoiro Ummati, S.Ag., M.Si.  
NIP. 19710328 199703 2 001

Pengaji II  
  
Khadiq, S.Ag., M.Hum.  
NIP. 19700125 199903 1 001

Yogyakarta, 15 Oktober 2009  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



## **MOTO**

*“Media tak selalu lahir atas nama produksi dan komersil  
Ada sisi lain tentang keberpihakannya terhadap kedewasaan publik  
Itu yang diharapkan “*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan Skripsi ini untuk

*Ayah, Ibunda, dan saudara2ku tercinta yang senantiasa mencurahkan segenap cinta kasih sayang, do'a dan daya upaya untuk membekali penulis dalam mengarungi bahtera kehidupan ini.*

*Almamaterku Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah menjadi bagian dari perjalananku didunia.*

## **ABSTRAKSI**

### **UPAYA PEMBENTUKAN CITRA TV LOKAL MELALUI PROGRAM SIARAN**

(Studi pada Stasiun TVRI Yogyakarta)

**Agus Setiaji**

Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya pembentukan citra TVRI Yogyakarta melalui acara yang di tayangkan.

Penelitian ini dilaksanakan di TVRI Stasiun D.I.Yogyakarta jalan Magelang kilometer 4,5 Yogyakarta.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggambarkan sejarah berdirinya TVRI Yogyakarta dan program siaran serta data lain dalam penelitian berdasarkan fakta yang ada.

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah Teknik Wawancara, Teknik Dokumentasi, Teknik Observasi.

TVRI Yogyakarta sebagai salah satu televisi lokal yang berada di Yogyakarta sampai saat ini masih dapat eksis di tengah banyaknya bermunculan stasiun-stasiun televisi lokal lainnya. Stasiun televisi ini merupakan cabang dari TVRI Pusat Jakarta sehingga segala sesuatu menyangkut perencanaan maupun pelaksanaan program harus di komunikasikan terlebih dahulu dengan TVRI Pusat Jakarta. Sebagai anak cabang Yogyakarta, TVRI Yogyakarta mengembangkan misi berat yaitu dapat menjadi televisi publik yang menyajikan hiburan sehat, menjadi pusat pembelajaran demokratisasi dan meningkatkan citra DIY sebagai kota budaya, pendidikan dan pariwisata.

Sebanyak 90 % program Siaran TVRI Yogyakarta menurut isinya bersifat lokal. TVRI Yogyakarta selalu berusaha untuk mengekplorasi potensi lokal budaya Yogyakarta yang ada. Maka bila dilihat secara seksama hampir keseluruhan acara tak akan lepas dari koridor budaya Yogyakarta dengan mengangkat isu budaya, pendidikan dan pariwisata. Isi dari setiap program selalu disesuaikan dengan berbagai isu yang tengah berkembang di masyarakat Yogyakarta tentunya.

TVRI Yogyakarta berusaha untuk meningkatkan citranya, agar masyarakat setia terus melihat stasiun televisi tersebut. Salah satunya yang dapat mempengaruhi dalam pembentukan citra adalah pengemasan acara yang dibuat. Televisi harus sekreatif mungkin mengambil alternatif lain apakah memanfaatkan media lain atau melakukan reportase kepentingan publik, untuk menyiapkan program siaran yang menarik.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt., yang telah melimpahkan nikmat-Nya yang tidak terbilang. Shalawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan yang lurus untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ketua dan Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Musthofa, S.ag, M.Si selaku pembimbing skripsi.
4. Alm. Dra. Endang Sulistyasari, Ms selaku pembimbing skripsi terdahulu.
5. Ibu Khoiro Ummatin, S.ag, M.Si selaku pembimbing Akademik.

6. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Bapak Djuminto, selaku Kepala Seksi program TVRI Stasiun D.i.Yogyakarta.
8. Bapak Saktiono, Selaku Humas TVRI Stasiun D.i.Yogyakarta.
9. Ayah, bunda, dan Nenekku tercinta yang senantiasa mencerahkan segenap cinta kasih sayang, do'a dan daya upaya untuk membekali penulis dalam mengarungi bahtera kehidupan ini.
10. kakaku yang selalu ada dalam setiap dukungan serta motivasi.
11. Teman-teman Japemethe FC, Ferry, Arif, Armand, Bo2n, Abdy, Antok, Dimaz
12. Teman-teman Bidik Community, Budi, Tajri, Mohan, Agung, Afwan, Burhan, Brama, Petrik, Armand, Farhan. Teruslah berkarya teman,,,
13. Anak-anak KPI\_C, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
14. Anak-anak MLTZ Community, Bagol, Adi, Bung Bram, Bung Jack, Yuliz, inoe, Edi, Indra, Ayez, Boz, Arif, Andre, Meji, Antok(Udi\_sp,Panjoel,kipli,Ucil, Tyok)
15. My pren kentel, Hakim, Yayak, Alam, akhirnya qta lulus Cuueeyyy...!!!!!!
16. Dan *untukmu*, Tingkyuu..ya, dengan penuh iklhas km bantu aku mulai dari nganter bimbimbingan, cari refrensi, ngetik. Dan tentunya hal2 lain juga, sekarang giliranmu untuk menyelesaikan ini!!!,,
17. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Kepada semua pihak tersebut, semoga amal baik yang telah diberikan dapat diterima oleh Allah swt. dan mendapat limpahan rahmat dari-Nya, *āmīn*.

**Agus Setiaji**  
NIM. 04210085

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	Hal i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMPAHAN .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	ix

## BAB I : PENDAHULUAN

<b>A. Penegasan Judul .....</b>	1
<b>B. Latar Belakang Masalah .....</b>	4
<b>C. Rumusan Masalah.....</b>	7
<b>D. Tujuan Penelitian .....</b>	7
<b>E. Kegunaan Penelitian .....</b>	7
<b>F. Telaah Pustaka .....</b>	8
<b>G. Landasan Teori .....</b>	12
1. Citra ( <i>Image</i> ) .....	12
2. Citra perusahaan ( <i>Corporate Image</i> ) .....	14

3. Program Televisi dalam peningkatan citra perusahaan ....	17
---	----

<b>H. Metode Penelitian .....</b>	20
1. Jenis Penelitian .....	20
2. Teknik Pengumpulan Data .....	21
3. Sumber Data .....	22
4. Tekhnik Analisis Data .....	23
5. Lokasi Penelitian .....	24
6. Waktu Penelitian .....	24
7. Keabsahan Data .....	24

## **BAB II : GAMBARAN UMUM TVRI YOGYAKARTA**

<b>A. Deskripsi Objek Penelitian.....</b>	26
1. Sejarah Berdirinya TVRI Yogyakarta .....	26
2. Logo dan Slogan TVRI Yogyakarta .....	28
3. Visi dan Misi TVRI Yogyakarta .....	30
4. Struktur Organisasi .....	31
5. Alamat TVRI Yogyakarta .....	32
<b>B. Deskripsi Program TVRI Yogyakarta.....</b>	32
1. Gambaran umum program TVRI Yogyakarta .....	32

2. Deskripsi program unggulan TVRI Yogyakarta peningkat	
citra Perusahaan .....	43

### **BAB III : UPAYA TVRI YOGYAKARTA DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF**

A. Mengemas program Siaran sesuai dengan Visi dan Misi	
Perusahaan .....	52
B. Melakukan kerja sama dengan merek lain ( <i>co-branding</i> )	
1. Kerja sama dengan Masyarakat .....	62
2. Kerjasama dengan media atau institusi lain .....	65
C. Menyusun komposisi program untuk meningkatkan citra	
Positif .....	68

### **BAB IV : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	79
B. Saran-saran .....	80
C. Kata Penutup .....	81

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **INTERVIEW GUIDE**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Penegasan Judul**

Judul Skripsi ini **"UPAYA PEMBENTUKAN CITRA TV LOKAL MELALUI PROGRAM SIARAN (Studi pada Stasiun TVRI Yogyakarta)"**. Untuk Menghindari kesalahpahaman, penulis perlu menjelaskan dan memberikan batasan mengenai istilah-istilah yang ada dalam judul dan kemudian menegaskannya sebagai berikut:

#### **1. Upaya Pembentukan**

Kata " Upaya" dalam Kamus Bahasa indonesia berarti suatu usaha untuk mencapai hasil yang lebih baik dan maksimal dalam meningkatkan taraf hidup seseorang atau organisasi.<sup>1</sup> Pembentukan merupakan usaha yang terarah pada tujuan tertentu guna membimbing faktor-faktor pembawaan hingga terwujud dalam sutau aktifitas.<sup>2</sup>

Jadi upaya pembentukan adalah suatu usaha yang dilakukan oleh individu atau organisasi dalam membimbing faktor-fakor pembawaan dengan terarah guna mencapai hasil yang lebih baik dan maksimal dalam meningkatkan taraf hidup seseorang atau organisasi.

---

<sup>1</sup> Achamd Maulana,dkk, *Kamus Ilmiah Populer*, (Yogyakarta : Absolut, 1996), hlm.365

<sup>2</sup> M.Sastrapradja, *Kamus istilah Pendidikan dan Umum*, (Surabaya;Usaha nasional,1996),hlm.366.

## 2. Citra

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya terhadap fakta-fakta atau kenyakinan.

Bill Canton dalam Sukatendel mengatakan :

*“Image: the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consciously created of an object, person or organization”*

(Citra adalah kesan, perasaan gambaran diri publik terhadap perusahaan: kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi).<sup>3</sup>

Jadi yang dimaksud dalam penelitian ini citra merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap suatu obyek tertentu, sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obyek tersebut akan ditentukan oleh citra yang di bangun oleh Stasiun TVRI Yogyakarta melalui program yang ditayangkan.

## 3. TVRI Yogyakarta

TVRI Yogyakarta merupakan TVRI stasiun lokal yang mempunyai jangkauan peliputan di wilayah propinsi DIY dan sekitarnya. Jangkauan siaran TVRI Yogyakarta meliputi seluruh DIY dan sebagian wilayah propinsi Jawa Tengah, yakni Kabupaten Magelang, Kota Magelang, Temanggung, Wonosobo, sebagian Klaten, sebagian Purworejo, sebagian Karanganyar.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Soemirat,Soleh dan Elviriano, *Dasar-Dasar Publik Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2002),hlm.111-112.

<sup>4</sup> <http://www.tvrijogja.co.id>.Akses 19 April 2009.

#### **4. Program Siaran**

Program merupakan acara-acara, rancangan mengenai hal-hal yang dikerjakan menjadi rancangan tentang apa yang akan di tayangkan untuk sebuah Stasiun televisi, produk yang dihasilkan adalah program-programnya.<sup>5</sup>

#### **5. Televisi Lokal**

Televisi lokal merupakan media penyiaran televisi yang hanya dapat menjangkau suatu daerah (daya jangkau siaran maksimum dalam satu propinsi/kota), dengan kemampuan pancar sekitar 20 kilowatt. Televisi lokal merupakan lembaga penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia, dari segi acara, televisi lokal banyak menggambarkan wajah kampung halaman yang memiliki aspek kedekatan dengan masyarakat. Hal itu dapat terlihat dari banyaknya acara yang mengedepankan adat budaya setempat.

Berdasarkan pemaknaan istilah-istilah yang ada dalam judul, penulis dapat tegaskan bahwa yang dimaksud dengan judul tersebut adalah “Upaya Pembentukan Citra TV Lokal Melalui Program Siaran”. Karena itu skripsi ini mempunyai penekanan pada upaya TVRI Yogyakarta dalam membentuk citranya melalui Program Siaran sebagai Stasiun Televisi lokal yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

---

<sup>5</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka,1996),hlm.804.

## B. Latar Belakang Masalah

Daerah Istimewa yogyakarta merupakan salah satu propinsi di Indonesia yang berbasis kultural karena memiliki entitas dan identitas lokal yang kuat sehingga dalam penyelenggaraan tata pemerintahannya termasuk pembangunan di segala aspek terutama pendidikan, tetap bertumpu pada prinsip-prinsip kebudayaan.

Namun demikian DIY sebagai daerah tujuan wisata, tujuan studi juga tujuan usaha, yang memungkinkan bertemuanya budaya bukan saja dari seluruh pelosok tanah air tapi juga seluruh penjuru dunia, juga mengakomodir proses asimilasi dan akulterasi budaya. Karena DIY mempunyai kekayaan khasanah budaya dengan memegang teguh semboyan Bhineka Tunggal Ika yang selalu mengedepankan semangat *Etho-Nasionalisme* dan menggesampingkan semangat *Etho-Centrisme*.

Oleh sebab itu perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutupi suatu fakta. Oleh karena itu, sangat penting bagi suatu organisasi untuk mampu menjadikan orang-orang lain memahami sesuatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra lembaga atau perusahaan yang diwakilinya. Perusahaan atau organisasi yang ingin meningkatkan citra harus dapat mengidentifikasi sasaran khalayak yang jelas, dan khalayak dapat diartikan sebagai calon pembeli produk atau jasa yang ditawarkan itu kemungkinan diterima atau menolak pesan-pesan yang disampaikan.

Khalayak sasaran tersebut terdiri dari individu-individu, kelompok masyarakat tertentu yang sangat mempengaruhi keputusan komunikator tentang

apa yang dikatakan (*what*), bagaimana mengatakan (*why*), kapan mengatakan (*when*), di mana pesan tersebut disampaikan (*where*) dan kepada siapa pesan tersebut disampaikan (*who*) sehingga dapat berpengaruh terhadap citra perusahaan. Dari identifikasi terhadap khlayak sasaran tersebut, dapat digunakan untuk menentukan program kerja dan tujuan apa yang hendak dicapai hal ini dapat dilakukan melalui analisis citra atau tanggapan khalayak.<sup>6</sup>

Citra sebuah perusahaan haruslah disesuaikan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini yang telah melahirkan masyarakat informasi yang makin besar tuntutannya akan hak untuk mengetahui dan hak untuk memperoleh informasi. Dan informasi telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat serta telah menjadi komoditas penting dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Arus informasi yang semakin pesat mengharuskan beberapa pihak untuk menciptakan sesuatu yang baru di dunia informasi.

Sejak awal berdirinya TVRI merupakan sebuah media penggerak partisipasi masyarakat dan sarana mobilisasi untuk mendukung kebijaksanaan pemerintah. Program-program yang disuguhkan pun kebanyakan untuk usia 30 tahun keatas sehingga acara untuk anak-anak dan remaja masih dirasa kurang. Hingga kini TVRI Yogyakarta yang merupakan Stasiun Produksi Keliling TVRI Pusat masih dikuasai oleh pemerintah. Eksistensi TVRI stasiun Yogyakarta saat ini mengalami

---

<sup>6</sup> Jefkins, Frank, *Public Relations*, (Jakarta : Erlangga, 2002), hlm.86.

tantangan serius terlebih lagi semenjak munculnya TV lokal di tengah persaingan industri pertelevision Indonesia.<sup>7</sup>

TVRI Yogyakarta berusaha untuk meningkatkan citranya, agar masyarakat setia terus melihat stasiun televisi tersebut. Salah satunya yang dapat mempengaruhi dalam pembentukan citra adalah pengemasan acara yang dibuat. Televisi harus sekreatif mungkin mengambil alternatif lain apakah memanfaatkan media lain atau melakukan reportase kepentingan publik di media televisi tersebut untuk mendapatkan simpati publik , mengadakan program *off-air*, melakukan kerja sama dengan merek lain (*co-branding*). Dan yang terakhir adalah menyiapkan program siaran yang menarik. Melalui acara yang dibuat sekreatif mungkin serta tidak monoton dari hari kehari diharapkan dengan hal tersebut dapat meningkatkan jumlah perhatian penonton terhadap acara di TVRI stasiun Yogyakarta yang dapat membantu membangun citranya.

Program di TVRI Yogyakarta boleh menjadi alternatif tontonan yang memberikan nuansa tersendiri bagi masyarakat Jogja. Sebagai kota pelajar, penduduk Jogja sangat majemuk terdiri dari masyarakat berbagai daerah dan suku bangsa di Indonesia. Keragaman inilah yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen TVRI Yogyakarta agar acara yang dikemas dapat membantu meningkatkan citra stasiun televisi tersebut.

Disisi lain televisi juga merupakan sebuah perusahaan yang tidak lepas dari orientasi ekonomi. Untuk menarik para sponsor, televisi selalu berusaha menghadirkan acara-acara yang digemari masyarakat.

---

<sup>7</sup> tvrijogja,*OP.cit.* Akses 20 Maret 2009.

Program-program yang dihadirkan merupakan cerminan dari stasiun televisi tersebut, yang juga berarti citra stasiun televisi sebagai sebuah perusahaan dengan *corporate image* yang ingin dibentuk dapat dilihat dari program-program yang ditayangkan. Citra yang sesuai dengan tujuan perusahaan dapat berarti kepercayaan dan keberhasilan perusahaan menarik minat masyarakat terutama segmentasi dan target *audience*.<sup>8</sup>

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti dapat merumuskan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimana upaya pembentukan citra TV lokal, melalui program siaran pada Stasiun TVRI Yogyakarta ?

### D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan salah satu pedoman dalam kegiatan penelitian agar dapat dicapai sasaran yang diharapkan. Adapun tujuan yang hendak dicapai penelitian ini adalah :

Mengetahui bagaimana upaya TVRI Yogyakarta membentuk citra melalui program siarannya.

### E. Kegunaan penelitian

Kegunaan penelitian ini dapat disebutkan sebagai berikut :

---

<sup>8</sup> Anggoro, M, Linggar, *Teori dan Profesi kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2005),hlm.112.

## 1. Manfaat Teoritis

- a. penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi ilmiah dibidang pertelevision, terutama yang berkaitan dengan pembentukan citra perusahaan.
- b. penelitian diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan komunikasi dakwah islam berbasis kultural.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan, khususnya TVRI Yogyakarta dalam menentukan program-program yang sesuai dengan keinginan penonton sehingga dapat meningkatkan *good corporate image* perusahaan.
- b. Dapat dijadikan pertimbangan bagi TVRI yogyakarta dan stasiun-stasiun lain untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas penayangan program-program budaya.

## F. Telaah Pustaka

Pada bagian ini akan dibahas penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan konsep penelitian ini. Penelitian yang dimaksud yaitu :

Penelitian oleh Evi Indah Sri Astuti yang berjudul "Pengaruh Terpaan Program Jogja Nyasar Terhadap Pembentukan *Coorporate Image* Penonton Jogja

TV". Obyek dari penelitian ini adalah pemirsa yang diundang oleh Jogja TV karena memenangkan kuis Jogja Nyasar.<sup>9</sup>

Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah teori *Uses and Gratifications* yang berasumsi bahwa asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial dapat menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber lain, membawa pada pola terpaan media yang berlainan (keterlibatan pada media lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk yang tidak diinginkan.

Penelitian di atas temasuk jenis penelitian survai dan merupakan penelitian kuantitatif. Bersifat *explanatory (explanatory research)* atau penelitian penjelasan. Dalam penelitiannya, peneliti menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesa. Hasil dari penelitian adalah bahwa program Jogja Nyasar mempunyai pengaruh terpaan terhadap pembentukan *coorporate image* terhadap perusahaan dan program ini sangat berpengaruh signifikan terhadap pembentukan image Jogja TV.

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Ramedhon mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga tahun 2008 yang berjudul "*Peran TVRI Yogyakarta Dalam Menjaga Citra DIY Sebagai Daerah Multikultural*".<sup>10</sup>

Skripsi ini membahas tentang bagaimana TVRI Yogyakarta menjalankan peranannya untuk menjaga citra DIY sebagai Daerah Multikultural.

---

<sup>9</sup> Evi Indah Sri Astuti, "Pengaruh Terapan Program Jogja Nyasar Terhadap Pembentukan Cooporate Image Penonton Jogja TV", *Jurnal Komunikasi*, 2006,hlm.461.

<sup>10</sup>Ahmad Ramedhon, *Peran TVRI Yogyakarta Dalam Menjaga Citra DIY Sebagai Daerah Multikultural*, *Skripsi*, Jurusan komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Tahun, 2008.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, penelitian tidak mencari atau menjelaskan hubungan serta tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TVRI membantu menjaga citra DIY sebagai daerah multikultur dengan beberapa acara kebudayaan yang ditayangkan di TVRI Yogyakarta.

Namun, penelitian ini lebih fokus terhadap acara TVRI dan kurang membahas peran TVRI Yogyakarta yang signifikan dalam menjaga citra DIY sebagai daerah multikultural.

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Franky mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada tahun 2005 yang berjudul "*Peran Public Relations Dalam Menjaga Citra Positif dan Proses Reorganisasi Perusahaan*".<sup>11</sup>

Metode yang digunakan adalah tipe desain kasus tunggal holistik, karena unit analisis kasus yang diteliti bersifat tunggal, dan penelitian ini hanya mengkaji sifat umum program yang bersangkutan. Hasil dari penelitian tersebut yaitu Departemen *Public Relations* RCTI yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen sejak awal berdirinya RCTI, yaitu *Public Relations* model informasi publik (*Public Information Model*). Pemilihan *Public Relations* model informasi publik ini di landasi oleh keinginan Departemen *Public Relations* RCTI untuk dapat memberikan informasi yang seakurat mungkin tentang segala sesuatu mengenai perusahaan RCTI kepada publiknya.

---

<sup>11</sup>Franky, *Peran Public Relations Dalam Menjaga Citra Positif dan Proses Reorganisasi Perusahaan*, Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas Gadjah Mada, tahun, 2005.

Menerapkan *Public Relations* model ini, Departemen *Public Relations* RCTI berharap dapat memunculkan rasa cinta dan perasaan memiliki RCTI di dalam hati pemirsanya.

Yang terakhir adalah Skripsi Muhammad Saufan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi APMD yang berjudul "*Pelaksanaan Kegiatan External Public Relations Dalam Usaha Meningkatkan Citra Hotel Sahid Yogyakarta*"<sup>12</sup>. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif kualitatif, hasil penelitian dari skripsi ini adalah *Public Relations Officer* Hotel Sahid Yogyakarta dalam menjalankan kegiatan agar institusinya disukai oleh publik bukanlah persoalan jangka pendek.

Ada empat tahapan yang melandasi *Public Relations Office* dalam menjalankan External Public Relations, tahap pertama adalah mengidentifikasi atau pemecahan masalah, artinya setelah masalah dapat teridentifikasi maka dapat dirancang pemecahannya, yakni melalui tahap perencanaan kegiatan, kemudian mengkomunikasikannya atau pemilihan media, dan yang terakhir adalah tahap evaluasi atau mengetahui efek dari kegiatan yang telah dilaksanakan apakah ditanggapi positif atau negatif.

Sedang perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang disusun oleh penulis adalah obyek dari penelitian ini adalah Upaya Pembentukan Citra TVRI Yogyakarta Sebagai Stasiun Televisi Lokal di DIY. Dipilihnya obyek tersebut karena TVRI yogyakarta, merupakan stasiun televisi daerah yang pertama kali mengudara yakni tahun 1965 dan telah memiliki penonton setia karena sedari

---

<sup>12</sup> Muhammad Saufan, *Pelaksanaan Kegiatan External Public Relations Dalam Usaha Meningkatkan Citra Hotel Sahid Yogyakarta, Skripsi*, Program Studi Ilmu komunikasi, APMD tahun,2002.

awal masyarakat sudah sangat mengenal keberadaan TVRI Yogyakarta. Sampai sekarang TVRI Yogyakarta masih tetap eksis ditengah banyak munculnya stasiun lokal di DIY.

## G. Landasan Teori

Untuk dapat menemukan jawaban dari permasalahan-permasalahan yang terlah dirumuskan, perlu dipilih teori-teori yang relevan, permasalahan tentang Upaya Pembentukan citra TVRI yogyakarta melalui program siarannya dapat dijawab berlandaskan teori-teori tentang tata cara bagaimana upaya pembentukan beberapa teori yang relevan adalah:

### 1. Citra (*Image*)

Citra merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan seseorang terhadap suatu obyek tertentu. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu obyek akan ditentukan oleh citra obyek tersebut yang menampilkan kondisi terbaiknya.

*Bill Canton* dalam Sukatendel mengatakan *image* adalah : *the impression, the feeling, the conception which the public has of a company; a consiouslly created of an object, person or organization*".

Jadi Citra adalah kesan, perasaan gambaran diri publik terhadap perusahaan : kesan yang sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasiUngkap Sukantendel, *image* itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif.<sup>13</sup>

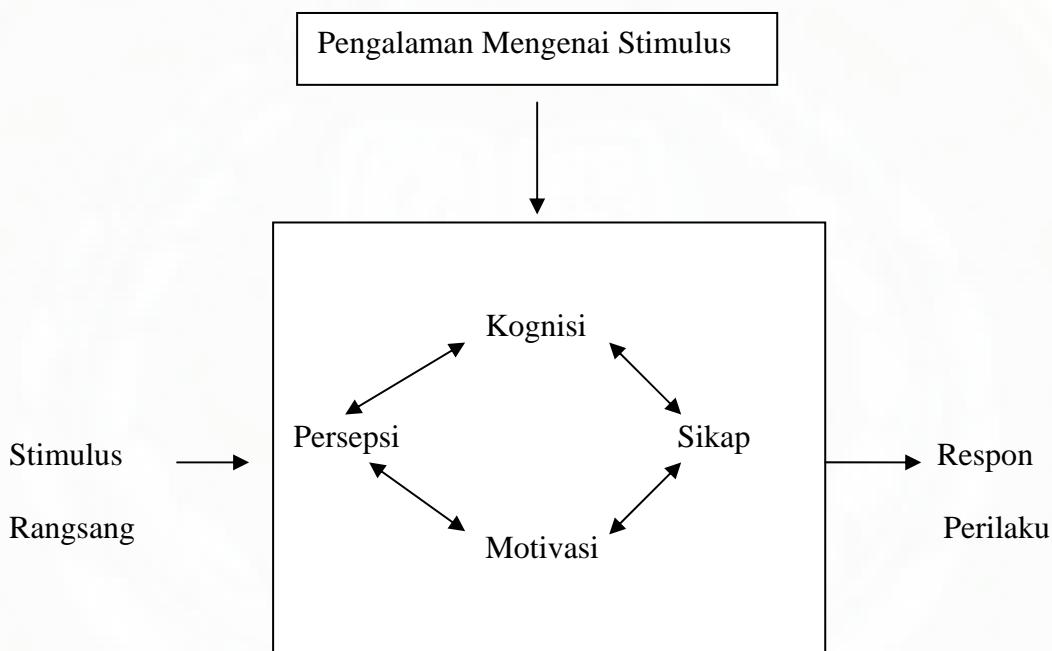
---

<sup>13</sup> Soemirat, Soleh dan Elviriano, *Op.cit*, hlm.111-112.

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh S. Nimpoeno, dalam laporan penelitian tentang Tingkah Laku Konsumen, sebagai berikut :

**Gambar 1**

**Model Pembentukan Citra**



*Public relations* digambarkan sebagai input – output, proses *intern* dalam model ini adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu, citra itu sendiri digambarkan melalui persepsi-kognisi-motivasi-sikap. Model pembentukan citra ini menunjukkan bagaimana stimulus yang berasal dari luar diorganisasikan dan mempengaruhi respons. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada individu dapat diterima atau ditolak. Jika rangsang ditolak proses selanjutnya tidak akan berjalan,

hal ini menunjukkan bahwa rangsang tersebut tidak efektif dalam mempengaruhi individu karena tidak ada perhatian dalam individu tersebut.

Sebaliknya, jika rangsang ini diterima oleh individu, berarti terdapat komunikasi dan terdapat perhatian dari organisme, dengan demikian proses selanjutnya dapat berjalan. Empat komponen persepsi-kognisi-motivasi-sikap diartikan sebagai citra individu terhadap rangsang. Ini disebut sebagai '*picture in our head*' oleh Walter Lipman.

Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang. Kemampuan mempersepsi itulah yang dapat melanjutkan proses pembentukan citra, proses pembentukan citra (*image*) pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu.<sup>14</sup>

## **2. Citra perusahaan (*Corporate Image*)**

Apa yang dimaksud dengan citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan hanya sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal, seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial dan komitmen mengadakan riset.

---

<sup>14</sup> *Ibid*, hlm.114-116

Citra publik mengenai organisasi ilmu oleh opini kelompok-kelompok yang meliputi para anggota, para penerima derma, para karyawan, masyarakat di sekitarnya, dan para pendukung financial. Perusahaan-perusahaan komersial dan industrial bergantung pada opini yang baik dari kelompok-kelompok pekerja, pemegang saham, masyarakat sekitar, para pemasok, konsumen, distributor, dan para petugas pemerintah.<sup>15</sup>

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan atau perilaku tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra suatu perusahaan atau lembaga di benak publiknya dibutuhkan adanya suatu penelitian. Melalui penelitian, suatu lembaga bisa mengetahui secara pasti sikap publik terhadap lembaganya, mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai oleh publiknya.

Penelitian citra menurut H. Fraizer Moore dalam S. Soemirat & E. Arianto, menentukan sosok institusional dan citra perusahaan dalam pikiran dengan mengetahui secara pasti sikap masyarakat terhadap sebuah organisasi, bagaimana mereka memahami dengan baik, dan apa yang mereka sukai dan tidak sukai tentang organisasi tersebut. Penelitian citra memberi informasi untuk mengevaluasi kebijaksaan, memperbaiki kesalahpahaman, menentukan daya tarik pesan hubungan masyarakat dan meningkatkan citra hubungan masyarakat dalam pikiran publik.

---

<sup>15</sup> Moore, H. Frazier, *Humas : "Prinsip, Kasus dan Masalah"*, (Bandung: SATU, Remaja Rosdakarya, 1987),hlm.55-56.

Menurut Wasesa, dalam bukunya yang berjudul *Strategi Publik Relations*, Ada enam titik yang dapat dijadikan panduan untuk membangun citra positif.<sup>16</sup>

a. Memetakan Persepsi

Ini diawali dengan mengadakan audit tentang citra suatu perusahaan di masyarakat. Berangkat dari hasil audit yang telah diperoleh, kita coba petakan posisi perusahaan. Kalau kita mau melakukan sesuatu, dari mana titik berangkatnya. Titik itu lantas disikronisasikan dengan visi manajemen.

b. Menyesuaikan Dengan Visi Manajemen

Kesesuaian dengan aktivitas manajemen paling atas (*top management*) merupakan hal yang mutlak perlu. Inilah sebabnya kita harus meyakinkan manajemen terlebih dahulu tentang pentingnya penyusunan sebuah program termasuk didalamnya program *Public Relations*.

c. Pahami Audiens

Sebelum semua program dibuat, kita harus tahu persis audiens yang akan menjadi target program yang akan kita buat. Karena, sebetulnya program yang harus dibuat adalah berdasarkan kebutuhan audiens, bukan sebaliknya. Inilah salah satu hal yang menentukan apakah program akan sukses atau gagal.

---

<sup>16</sup> Wasesa, Silih Agung, *Strategi Publik Relations*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005),hlm. 264-268.

d. Fokus

Pada saat kita menyiapkan program masyarakat, kita harus fokus pada titik pengembangan tertentu. Fokus menjadi penting karena untuk menghindari jebakan permintaan sesaat dari direksi ataupun para komisaris yang masih baru. Fokus jugalah yang nantinya akan menentukan bagaimana kita mengkomunikasikan program tersebut. Dengan fokus, kita menjadi lebih mudah menilai informasi sebuah program untuk pencitraan.

e. Kreativitas

Untuk melakukan komunikasi yang baik diperlukan kreativitas. Kreativitas juga mengisyaratkan kreatif dalam hal apa sehubungan dengan program yang akan dibuat untuk meningkatkan citra perusahaan.

f. Konsistensi

Program yang dibuat untuk meningkatkan citra perusahaan harus dijalankan secara konsistensi karena menyangkut sejauh mana perusahaan dapat mengubah dan meningkatkan citranya.

### **3. Program Televisi dalam Peningkatan Citra Perusahaan**

Citra tidak bisa dipilah secara kaku pada area baik dan buruk. Citra harus dikembangkan berdasarkan pada perkembangan bisnis yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang baru tumbuh membutuhkan pencitraan yang berbeda dengan perusahaan yang sudah masuk dalam kematangan,

Citra positif adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai oleh perusahaan.

Semua stasiun televisi baik swasta maupun lokal berlomba-lomba agar dapat meraih perhatian pemirsa sebanyak-banyaknya. Apalagi persaingan yang ketat tengah terjadi antara televisi lokal dan televisi swasta. Karena itu televisi lokal bekerja keras agar dapat menarik perhatian masyarakat. Salah satu caranya adalah dengan menyuguhkan berbagai program acara yang menarik yang terkait dengan unsur budaya masyarakat setempat. Hal ini sangat berguna demi mendukung terciptanya citra positif stasiun televisi lokal sebagai jendela bagi masyarakat setempat untuk menengok kampung halaman sendiri.

Sebagaimana dikutip Nippon Hoso Kyoku (NHK) dalam Wibowo, menciptakan sepuluh kriteria untuk mengukur kualitas suatu program televisi, yaitu.<sup>17</sup>

- a Kesatuan antara gagasan dan kebenaran.
- b Kesatuan antara kemampuan daya cipta dan kemampuan teknis.
- c Relevan untuk setiap masa.
- d Memiliki tujuan yang jelas dan luhur.
- e Mendorong kemauan belajar dan mengetahui.
- f Mereduksi nafsu dan kekerasan.
- g Keaslian (originalitas).
- h Menyajikan nilai-nilai universal.

---

<sup>17</sup> Wibowo, Fred, *Dasar-Dasar Produksi Program TV*, (Jakarta : Grasindo, 1997), hlm.157

- i Menampilkan sesuatu yang baru dalam gagasan, format dan sajian.
- j Memiliki kekuatan mendorong perubahan yang positif.

Kesepuluh kriteria tersebut memiliki bobot nilai yang sama. Perbedaan kualitas program ditentukan oleh beberapa banyak sebuah program memenuhi kesepuluh kriteria tersebut. Makin banyak kriteria yang dipenuhi, makin tinggi bobot kualitas program. Landasan kriteria ini lebih jelas dan konkret sebagai sarana penilaian program. Sedang dalam garis besarnya, program televisi membagi programnya dalam dua hal seperti yang diungkapkan oleh Wasesa yaitu<sup>18</sup>:

a. Program Interaktif

Program ini melibatkan sebanyak mungkin audiens, baik yang ada di studio televisi ataupun pemirsa di rumah.

Selain itu program ini juga dimaksudkan untuk meningkatkan rasa kepemilikan (*sense of belonging*) pemirsa terhadap acara tersebut. Diharapkan, program ini juga akan menggiring pemirsa menjadi sangat dekat dengan stasiun televisi yang melaksanakan program tersebut.

b. Program Non-Interaktif

Program non-interaktif memiliki porsi terbesar dalam televisi di Indonesia, selain biayanya relatif murah, penyelenggarannya pun lebih mudah karena ada kesempatan untuk melakukan editing sebelum program tersebut ditayangkan.

---

<sup>18</sup> Wasesa, Silih Agung, *Op cit.* hlm.285-287.

Menurut Silih Agung Wasesa, secara garis besar, salah satu bentuk program TV yang bisa dimanfaatkan oleh untuk mengoptimalkan peningkatan citra adalah Program Non-Berita. bahwa program-program non-berita sering kali disebut sebagai *Entertainment Program*, atau program yang mampu menghibur pemirsa. Untuk meningkatkan rating, biasanya program dibuat semaksimal mungkin agar bisa ditonton oleh semua umur. Tapi itu tidak mudah, karena itu artinya harus Ditayangkan pada jam-jam utama (*prime time*) yaitu jam 7-10 malam.<sup>19</sup>

## **H. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif , penelitian tidak mencari atau menjelaskan hubungan serta tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.<sup>20</sup> Penelitian ditujukan untuk :

- a Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
- b Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.

---

<sup>19</sup> *Ibid*.hlm.289.

<sup>20</sup> Rakhmat, Jalaludin, "Metode Penelitian Komunikasi", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002),hlm.24.

- c Menentukan apa yang dilakukan orang lain atau menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu akan datang.

Disini deskriptif diartikan melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu. Pelitian ini sama dengan analisis deskriptif dalam statistik, sebagai lawan dari analisis inferensial. Pada hakikatnya, metode deskriptif mengumpulkan data secara univariat. Karakteristik data diperoleh dengan ukuran-ukuran kecenderungan pusat (*central tendency*) atau ukuran sebaran (*dispersion*). Menurut tipe atau jenisnya, penelitian ini bukan saja menjabarkan (*analisis*), tetapi juga memadukan (*sintesis*). Bukan saja melakukan klarifikasi tetapi juga organisasi.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang lengkap, akurat, obyektif, dan dapat dipertanggung jawabkan serta sesuai maksud tujuan penelitian, penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:<sup>21</sup>

### a. Teknik Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan jalan tanya jawab dengan narasumber yang meliputi penanggung jawab *public relations*, kepala seksi produksi, dari stasiun TVRI Yogyakarta yang dilakukan oleh penulis dalam bentuk pertanyaan baik yang telah dirumuskan atau yang nantinya akan muncul secara spontan. Teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara bebas terpimpin, karena dalam wawancara bebas

---

<sup>21</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Reseach Jilid 2*, (Yogyakarta: Andy Offset,2002),hlm.19.

terpimpin unsur kebebasan masih dipertahankan, sehingga kewajaran dapat dicapai secara maksimal dan memudahkan diperolehnya data mendalam.<sup>22</sup>

b. Teknik Dokumentasi

Teknik mencari data dari sumber-sumber dokumenter berupa catatan, surat kabar, majalah, naskah-naskah, brosur dan lain sebagainya. Sumber-sumber dokumentasi yang paling utama dari penelitian ini adalah naskah-naskah acara budaya untuk Upaya Pembentukan Citra TVRI Yogyakarta Sebagai Stasiun Televisi Lokal di DIY, brosur dan buku profil TVRI yogyakarta.

c. Teknik Observasi

Dengan cara mengamati langsung kejadian yang berkaitan dengan pembentukan citra dari stasiun TVRI Yogyakarta. Penulis datang ke stasiun televisi tersebut dan mengamati secara langsung peristiwa apa saja yang berhubungan dengan topik permasalahan dalam penelitian ini yaitu upaya yang telah dilakukan TVRI Yogyakarta dalam membentuk citra melalui acara yang dibuat.<sup>23</sup>

### **3. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini antara lain sebagai berikut:

---

<sup>22</sup> Dudung Abdurrahman, *Pengantar Metodelogi Penelitian*, (Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta, 2003),hlm.57-58.

<sup>23</sup> Lexy J Meolong, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm.135.

#### a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari narasumber melalui wawancara. Adapun yang dijadikan sebagai narasumber dalam wawancara tersebut adalah penanggung jawab bidang *public relations*, dan kepala seksi produksi stasiun TVRI Beberapa narasumber tersebut diharapkan dapat membantu untuk mendapatkan data mengenai masalah yang sedang diteliti.

#### b. Data Sekunder

Yaitu data yang digunakan untuk melengkapi data primer. Data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumentasi baik berupa judul skripsi, naskah-naskah dan VCD acara-acara yang relevan dengan Citra TVRI Yogyakarta sebagai Stasiun televisi Lokal.

### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif. Data kualitatif yaitu data yang bersifat deskriptif. Data yang pada umumnya berbentuk uraian kalimat. Kalimat merupakan informasi mengenai keadaan bagaimana keadaan sumber data, dalam hubungannya dengan masalah yang diselidiki.

Analisis data dilakukan dan dimulai sejak data dikumpulkan sampai akhir penelitian di lapangan. Proses analisis data diawali dari menelaah data yang ada secara keseluruhan baik yang diperoleh dari proses wawancara, observasi, catatan dilapangan. Selanjutnya data disusun dan dirangkum ke dalam satuan-satuan yang dikategorisasikan. Penelitian ini menggunakan analisis data

secara kulitatif, jadi data yang diperoleh selama penelitian di lapangan akan disajikan dalam bentuk uraian yang dijelaskan dan disusun secara sistematis untuk memudahkan pemahaman dan penjelasan mengenai pembentukan *corporate image* dari stasiun TVRI Yogyakarta melalui acara yang dibuat.

Analisis juga dilakukan untuk mengetahui implementasi kebijakan dari stasiun TVRI Yogyakarta yang dilakukan, faktor-faktor yang menjadi penghambat atau yang mendukung, serta kebijakan apa yang paling tepat dan efektif untuk dapat membuat sebuah acara yang menarik sehingga dapat meningkatkan citra stasiun televisi tersebut.

## 5. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sekertariat Kepala Stasiun pada bagian *public relations*, dan kepala seksi produksi TVRI stasiun Yogyakarta jalan Magelang kilometer 4,5 Yogyakarta.

## 6. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni sampai bulan Juli 2009. Hal ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui secara jelas bagaimana upaya dari TVRI Stasiun Yogyakarta dalam mengemas setiap acara yang berguna untuk meningkatkan *image* stasiun televisi tersebut.

## 7. Keabsahan Data

Dalam penelitian keabsahan data dapat diukur dari adanya wawancara dengan narasumber, yang mana dalam hal ini terjadi kesepakatan data yang dibutuhkan. Penulis juga melaukan observasi dengan terjun langsung di

lapangan untuk mengamati permasalahan yang mempengaruhi topik penelitian. Penelitian ini menggunakan metode triangulasi dengan memanfaatkan penggunaan sumber dalam memeriksa keabsahan data hasil penelitian.

Sedang jenis triangulasi dengan sumber yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dengan kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.<sup>24</sup>

Setelah memahami penjelasan validitas data dengan metode triangulasi secara teoritis diatas, maka riilnya dalam pelaksanaan penelitian dapat dijelaskan bahwa penulis menggunakan beberapa cara yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara. Penulis melakukan perbandingan mengenai beberapa hasil wawancara tentang pembentukan *corporate image* stasiun televisi.

Keabsahan data yang diperoleh penulis terbukti benar, dimana penulis langsung memperoleh data pengamatan dilapangan yang memperlihatkan secara langsung pelayanan yang baik oleh TVRI Stasiun Yogyakarta kepada masyarakat yang berkunjung ke TVRI Yogyakarta yang sesuai dengan data hasil wawancara.

---

<sup>24</sup> C. Moelong, L, J, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002),hlm. 17.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Televisi merupakan alat komunikasi yang mudah dalam penyampaian informasinya. Karena dianggap sebagai suatu media yang mudah dimengerti dalam penyampain pesannya. Produk nyata dari televisi adalah sebuah program siaran yang dapat dijadikan sebagai acuan bagi masyarakat dalam memberi sebuah citra bagi stasiun televisi tersebut. Bagi stasiun televisi lokal seperti TVRI Yogyakarta yang telah lama eksis di Yogyakarta harus dapat mengembangkan kreatifitas segmentasi tayangan agar dapat menghasilkan suatu program siaran yang berkualitas sehingga dapat membentuk citra positif dari masyarakat.

TVRI Yogyakarta sendiri yang merupakan cabang dari TVRI Pusat Jakarta milik Pemerintah serta berbasis sebagai televisi publik pembentukan citra melalui program siaran diutamakan untuk dapat menyampaikan informasi yang berkenaan tentang kebijakan-kebijakan pemerintah kepada masyarakat serta karena sebagai televisi lokal maka TVRI Yogyakarta haruslah dapat ikut serta melestarikan budaya-budaya Yogyakarta melalui program-program siarannya.

Sebagian besar siaran dari TVRI Yogyakarta bersifat informatif budaya lokal walaupun terdapat beberapa program hiburan tetapi selalu diberikan unsur-unsur yang mendidik bagi masyarakat.

Hal ini sesuai dengan citra yang ingin dibentuk adalah sebagai media penyiaran publik yang dapat memberikan pencerahan bagi masyarakat berupa informasi yang dibutuhkan. Karena itu strategi pencapaian citra positif bagi TVRI

Yogyakarta melalui program siaran adalah dengan menghasilkan dan menayangkan program-program yang sifatnya informasi, hiburan dan pendidikan.

Sebanyak 90 % program TVRI Yogyakarta menurut isinya bersifat lokal. TVRI Yogyakarta selalu berusaha untuk mengekplorasi potensi lokal budaya Yogyakarta yang ada. Maka bila dilihat secara seksama hampir keseluruhan acara tak akan lepas dari koridor budaya Yogyakarta dengan mengangkat isu budaya, pendidikan dan pariwisata. Isi dari setiap program selalu disesuaikan dengan berbagai isu yang tengah berkembang di masyarakat Yogyakarta tentunya.

Terlepas dari visi dan misi yang diusung oleh stasiun televisi tersebut, TVRI Yogyakarta tetaplah merupakan sebuah media televisi yang berbasis lokal. Media tersebut memanfaatkan budaya Yogyakarta untuk kemudian dapat dikemas menjadi sebuah tontonan yang menarik sehingga dapat membantu meningkatkan citranya. Sebagian besar program yang ditayangkan digunakan untuk mendidik dan memajukan masyarakat dalam mencapai kesejahteraan dengan melaksanakan program siaran yang meliputi budaya, pendidikan dan informasi yang mengambarakan identitas daerah Yogyakarta.

## B. Saran-saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka sebagai penutup penelitian skripsi ini, penulis akan menyampaikan sedikit saran, antara lain sebagai berikut :

- a. Dalam memproduksi setiap acara-acaranya hendaknya TVRI Yogyakarta lebih dapat mengembangkan kreatifitasnya agar dapat memberikan warna

baru pada program-program siaran yang dihasilkan. Sehingga program-program siaran tidak selalu monoton dan tentunya dapat menjangkau semua lapisan masyarakat tidak terbatas pada umur saja.

b. Sumber Daya Manusia merupakan salah satu faktor terpenting agar sebuah stasiun televisi apalagi berbasis lokal dapat berkreasi dengan menghasilkan inovasi-inovasi yang cemerlang. Maka dari itu TVRI Yogyakarta memberikan kesempatan bagi generasi-generasi muda untuk ikut berbaur dalam memajukan stasiun televisi tersebut.

### C. Kata Penutup

Segala Puji bagi Alloh SWT yang telah menuntun penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan melewati beberapa proses yang harus penulis tempuh. Meski beberapa kendala, halangan dan ujian silih berganti datang, namun penulis sangat bersyukur semua dapat terlewati tentu dengan pertolongan Alloh melalui orang-orang yang selalu setia membantu dan memberikan dukungan, semangat serta kontribusi fikiran dan motivasi pada penulis.

Dengan tetap mengharapkan dukungan, kritik serta saran yang membangun, penulis mencoba untuk terus melakukan perbaikan dari penulisan skripsi ini, berbagai macam panduan, bimbingan dan arahan coba penulis cermati dan pelajari demi tercapainya kelengkapan dalam penulisan skripsi ini. Bagi para pembaca, jika masih ditemukan adanya kekurangan yang penulis tuliskan, semoga dapat lebih dicermati dan dapat dilakukan perbaikan untuk penulisan skripsi selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Soemirat, Soleh dan Elviriano, 2002, *Dasar-Dasar Publik Relations*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sunardi Wirodono, 2006, *Matikan TV\_Mu*, Resist Book, Yogyakarta.
- Anggoro, M. Linggar, 2005, *Teori dan Profesi Kehumasan serta aplikasinya di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta.
- C. Moelong, L, J, 2002, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Jefkins, Frank, 2002, *Public Relations*, Erlangga, Jakarta.
- Moore, H. Frazier, 1987, *Humas : Prinsip, Kasus dan Masalah : SATU*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rakhmat, Jalaludin, 2002, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya Bandung.
- \_\_\_\_\_, 2001, *Psikologi Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Ruslan, Rosady, 2003, *Metode Penelitian Publik Relations dan Komunikasi*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Wasesa, Silih Agung, 2005, *Strategi Publik Relations*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Wahidin, Samsul, 2006, *Filter Komunikasi Media Elektronik*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Wibowo, Fred, 1997, *Dasar-Dasar Produksi Program TV*, Grasindo, Jakarta.

\_\_\_\_\_, 2007, *Tekhnik Produksi Program Televisi*, Pinus Book Publisher, Yogyakarta

Sutrisno Hadi, 2002, *Metodologi Reseach Jilid 2*, Andy Offset, Yogyakarta.

Dudung Abdurrahman, 2003, *Pengantar Metodelogi Penelitian*, Kurnia Alam Semesta, Yogyakarta.

Lexy J Meolong, 2002, *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, bandung.

#### **Sumber-sumber lain :**

Ahmad Ramedhon, 2008, *Skripsi*, “Peran TVRI Yogyakarta Dalam Menjaga Citra DIY Sebagai Daerah Multikultural”, Jurusan komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Tahun, Yogyakarta.

Franky, 2005, *Skripsi*, “Peran Public Relations Dalam Menjaga Citra Positif dan Proses Reorganisasi Perusahaan”, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Muhammad Saufan, 2002, *Skripsi*, “Pelaksanaan Kegiatan External Public Relations Dalam Usaha Meningkatkan Citra Hotel Sahid Yogyakarta”, Program Studi Ilmu komunikasi, APMD, Yogyakarta.

Astuti, Evi Indah Sri, 2006, *Skripsi*, ”Pengaruh Terpaan Program Jogja Nyasar Terhadap Pembentukan Coorporate Image Penonton Jogja TV”, UPN Veteran, Yogyakarta.

Achamid Maulana, dkk, 1996, *Kamus Ilmiah Populer*, Absolut, Yogyakarta.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1996, *Kamus Besar Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Agus Setiaji  
Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 23 April 1986  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat Asli : Jl. Sarju Wirosari, Kecamatan Patean Kabupaten Kendal Jawa Tengah  
Alamat Domisili : Jl. Taman Sisiwa, Gang Warsakusumo No 1023 Tuntungan Yogyakarta  
No HP : 0856 4337 1619  
e-mail : uchiha\_905@yahoo.co.id  
Motto Hidup : Biarpun jalan itu panjang, kita akan merintisnya berlahan-lahan  
Status : Belum Nikah  
Nama Orang Tua : Ayah : Purwadi  
Ibu : Sutyem

### **Riwayat Pendidikan:**

1. Sekolah Dasar Negeri 2 Wirosari Patean : 1992-1998
2. Sekolah Menengah Pertama (SMP) Negeri 1 Patean Kendal : 1998-2001
3. Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Temanggung : 2001-2004
4. Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta : 2004-.....

### **Pengalaman Organisasi**

1. Anggota Keluarga Pelajar Mahasiswa (KPM) Bambu Runcing Temanggung : 2005-2006
2. Anggota Komunitas Film Dokumenter Yogyakarta (BIDIK Community) : 2008

### **Pengalaman Kerja**

- Operator Celluler : 2005  
Waiter Kedai Nusantara : 2008