

STRATEGI RBTV DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI TELEVISI LOKAL BERNILAI BUDAYA

AYU WIDHIYANTI PRASETYO

e-mail : ayuwidhiyanti.p05@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia
Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRAK

Televisi adalah alat elektronik yang berfungsi sebagai sarana informasi dan hiburan bagi masyarakat. Salah satu televisi lokal yang sampai hari ini mengudara di Yogyakarta adalah RBTV. Stasiun televisi RBTV berbeda dengan yang lain karena didirikan sebagai stasiun televisi lokal swasta dan secara konsisten menyiarkan program lokal bernilai budaya. Hal tersebut membuat perspektif pengelola RBTV telah mengakui bahwasanya sebagai televisi lokal yang di-branding sebagai televisi yang mengangkat nilai budaya lokal dari awal berdirinya RBTV telah berhasil mempertahankan eksistensinya dan tidak mengalami perubahan fokus siaran dari awal berdirinya hingga saat ini sebagai televisi lokal bernilai budaya. Tujuan pada penelitian ini mengidentifikasi strategi televisi lokal RBTV dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal bernilai budaya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori ekologi media John W. Dimmick & Rothenbuhler yang menyatakan bahwa media membutuhkan tiga sumber penunjang hidupnya yang pertama yaitu type of content (isi program), type of audience (target khalayak), dan capital (modal). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara serta dokumentasi, serta penelitian ini akan menggunakan analisis data model interaktif yakni reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa RBTV membuat strategi perencanaan program bernilai budaya dengan melakukan meeting bersama divisi produksi program untuk mengumpulkan ide-ide dan tema untuk program bernilai budaya yang mau diproduksi, lalu memproduksi program tayangan bernilai budaya sendiri seperti program leye-leye yang dikemas dengan presenter yang menggunakan bahasa Jawa dan berbusana Jawa sebagai ciri khas program bernilai budaya yang diproduksi oleh RBTV, kemudian RBTV membuat jadwal untuk program tayangan bernilai budaya dan mengevaluasi program bernilai budaya serta kinerja pekerja. Selanjutnya, dalam indikator kedua jenis khalayak sasaran, RBTV membuat strategi untuk mengidentifikasi segmentasi dan target audien pada tayangan program bernilai budaya dengan membagi berdasarkan jenis kelamin, usia dan status ekonomi sosial masyarakat. Hal tersebut dilakukan RBTV untuk memastikan bahwa tayangan yang diproduksi sesuai dengan target sasaran audien program bernilai budaya yang mereka produksi. Selain itu, RBTV membangun positioning untuk menciptakan citra positif yang dikenal khalayak penonton sebagai televisi bernilai budaya melalui tagline “asli Jogja”. Terakhir, sumber modal atau pendapatan RBTV memiliki strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan pemasukan dan pendapatannya dengan bekerja sama dengan perusahaan swasta, pemerintah maupun UMKM lokal dan juga komunitas yang ada di Yogyakarta.

Kata Kunci : Strategi, Eksistensi, RBTV, Ekologi Media.

RBTV's Strategy in Maintaining Its Existence as a Culturally Valuable Local Television

AYU WIDHIYANTI PRASETYO

e-mail : ayuwidhiyanti.p05@gmail.com

Communication Studies Program, Faculty of Communication and Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ABSTRACT

Television is an electronic device that serves as a means of information and entertainment for the community. One of the local television stations that is still broadcasting in Yogyakarta today is RBTV. The RBTV station is different from others because it was established as a private local television station and consistently broadcasts local programs with cultural value. This has led the RBTV management to recognize that as a local television station branded as one that promotes local cultural values, RBTV has successfully maintained its existence and has not changed its broadcast focus from its inception to the present as a local television station with cultural value. The objective of this research is to identify the strategies of the local television RBTV in maintaining its existence as a culturally valuable local television station. The method used in this research is descriptive qualitative research employing the media ecology theory by John W. Dimmick & Rothenbuhler, which states that media requires three essential sources for its survival: type of content (program content), type of audience (target audience), and capital. (modal). This research uses data collection techniques such as observation, interviews, and documentation, and it will employ an interactive data analysis model, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study show that RBTV developed a cultural value program planning strategy by holding meetings with the program production division to gather ideas and themes for the cultural value programs to be produced. They then produced their own cultural value programs, such as the "leyeh-leyeh" program, which featured presenters using the Javanese language and dressed in traditional Javanese attire as a hallmark of the cultural value programs produced by RBTV. Subsequently, RBTV created a schedule for the cultural value programs and evaluated both the cultural value programs and employee performance. Next, in the second indicator of target audience types, RBTV developed a strategy to identify segmentation and target audiences for cultural value programs by dividing them based on gender, age, and socio-economic status of the community. This is done by RBTV to ensure that the programs produced align with the target audience for the cultural value programs they produce. In addition, RBTV builds positioning to create a positive image recognized by the audience as a culturally valuable television station through the tagline "asli jogja." Lastly, the source of capital or revenue for RBTV has a marketing strategy used to increase its income and revenue by collaborating with private companies, the government, local SMEs, and also communities in Yogyakarta.

Keywords: *Strategies, Existence, RBTV, Media Ecology.*