

# STRATEGI RBTV DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SEBAGAI TELEVISI LOKAL BERNILAI BUDAYA

Ayu Widhiyanti Prasetyo

PT. Reksa Birama Media (RBTV)

Email [Ayuwidhiyanti.p05@gmail.com](mailto:Ayuwidhiyanti.p05@gmail.com)

## ABSTRAK

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. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa RBTV membuat strategi perencanaan program bernilai budaya, lalu memproduksi program tayangan bernilai budaya sendiri, kemudian RBTV membuat jadwal untuk program tayangan bernilai budaya dan mengevaluasi program bernilai budaya. Selanjutnya, RBTV membuat strategi untuk mengidentifikasi segmentasi dan target audien pada tayangan program bernilai budaya. 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.

## *Abstract*

*RBTV television station is different from others because it was established as a private local television station and consistently broadcasts local programs with cultural values. This makes the perspective of the RBTV manager has recognized that as local television that is branding as television that promotes local cultural values from the beginning of its establishment RBTV has succeeded in maintaining its existence*

*and has not changed its broadcast focus from the beginning of its establishment to the present as local television with cultural values. The purpose of this research is to identify RBTV's local television strategy in maintaining its existence as a local television with cultural values. The method used in this research is descriptive qualitative research using John W. Dimmick & Rothenbuhler's media ecology theory which states that the media needs the first three sources of life support, namely type of content (program content), type of audience (target audience), and capital. This research uses observation, interview and documentation data collection techniques. The results of this study show that RBTV makes a cultural value program planning strategy, then produces its own cultural value broadcast program, then RBTV makes a schedule for cultural value broadcast programs and evaluates cultural value programs. Furthermore, RBTV makes a strategy to identify segmentation and target audiences for cultural value programs. In addition, RBTV builds positioning to create a positive image known to the audience as cultural value television through the tagline "asli jogja". Finally, RBTV's source of capital or income has a marketing strategy that is used to increase its income and revenue by cooperating with private companies, government and local umkm and also communities in Yogyakarta.*

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

## **PENDAHULUAN**

Televisi adalah alat elektronik yang berfungsi sebagai sarana informasi dan hiburan bagi masyarakat. Pertama kali dibuat pada tahun 1926, televisi komersil pertama kali disiarkan pada tahun 1947 dan menyiarkan berbagai peristiwa menarik di seluruh dunia, seperti pembunuhan Lady Di, pemakaman John F Kennedy, dan Perang di Kosovo, dan lain sebagainya. Jumlah rumah yang memiliki televisi di seluruh dunia hanya berkisar 8000 pada akhir PD II, tetapi dua pertiga dari semua rumah di abad ke-20 sudah memilikinya. Saat ini, hampir setiap rumah di seluruh dunia memiliki televisi. Setiap orang yang memiliki televisi biasanya menghabiskan waktu luangnya untuk bersantai dengan keluarga dan menonton bersama. Televisi menawarkan

banyak program dari pagi hingga malam, sehingga kita dapat mengakses berita dan hiburan yang sesuai dengan kebutuhan kita.

Banyak negara di Asia mulai membangun stasiun TV setelah melihat manfaatnya. Mereka melihat bagaimana TV dapat membangun bangsa dengan menyebarkan informasi, diskusi, dan perdebatan, serta menciptakan gambar tentang pemerintahan, politik, pendidikan, budaya, dan hiburan di seluruh dunia. Sejak 4 agustus 1962 bertepatan dengan pembukaan Asean Games atau Pesta Olahraga Se-Asia IV dimulainya industri televisi pertama di Indonesia yakni TVRI. Namun, karena TVRI didirikan sebagai televisi pemerintahan, sehingga acara yang disiarkan lebih seremonial dan congdong

kepada pemerintah saja. Namun semakin berkembangnya pertumbuhan ekonomi dan zaman, akhirnya kelompok usaha Bimantara diberi izin oleh pemerintah untuk beroperasi sebagai stasiun penyiaran, stasiun televisi swasta pertama di Indonesia, yang diberi nama "Rajawali Citra Televisi Indonesia" yang (juga dikenal sebagai RCTI), didirikan pada tanggal 24 Agustus 1989. Selain RCTI, televisi swasta lainnya mulai mengambil alih pertelevisian Indonesia dengan model penyiaran yang lebih beragam dan menarik. Beberapa di antaranya adalah "Televisi Pendidikan Indonesia" atau TPI, "Surya Citra Televisi" atau (SCTV), "Andalas Televisi", juga dikenal sebagai (ANTV), Indosiar, TransTV, dan GlobalTV, yang kini berganti nama menjadi (GTV). Kini dapat disimpulkan kehadiran televisi swasta mengubah dunia pertelevisian di tanah air semakin beragam.

Televisi lokal merupakan stasiun penyiaran televisi daerah dengan jangkauan sekala terbatas yang ada di tiap provinsi. Perkembangan jumlah televisi lokal yang ada di Indonesia dari tahun ke tahun semakin maju pesat. Keberadaan televisi lokal dapat membantu menjaga dan melestarikan keberadaan kebudayaan daerah khususnya pada nilai-nilai seni dan kebudayaan daerah Jogjakarta dan Jawa

tengah. Dengan banyaknya budaya yang diimpor ke Indonesia, tentunya generasi muda atau milenial harus mengenal dan mencintai budaya bangsanya.

Televisi lokal memiliki peran untuk meningkatkan identitas sebuah daerah, di mana program acara yang ditampilkan mewujudkan budaya yang mengekspresikan berbagai nilai seni dan budaya masing-masing seperti penggunaan bahasa daerah pada tiap program yang dimiliki dan membuat program yang mengusung kesenian daerah. Seni dan kebudayaan adalah identitas yang dimiliki oleh suatu daerah, di Indonesia sendiri memiliki banyak kesenian dan budaya daerah yang tentunya memiliki ciri dan karakteristik yang berbeda-beda. Keunikan seni dan budaya di setiap daerah ini menandakan sebuah identitas tempat tersebut bagian besar dari Indonesia yang menggunakan dan menjadikan seni dan budaya daerah menjadi karakter yang unik dari daerahnya, di sisi lain seni dan budaya daerah juga berfungsi sebagai pemersatu suku, mempererat tali kekrabatan dan juga untuk pengetahuan sejarah serta bukti nyata peninggalan nenek moyang dalam bentuk seni dan budaya.

Kebudayaan dari suatu daerah memegang peran penting sebagai identitas,

karakteristik, instrument, alat komunikasi, dll. Kekayaan yang sangat luar biasa ini tanpa kita sadari lambat laun mulai memudar dan punah dengan seiring waktu berkembangnya zaman. Namun dengan adanya media televisi daerah yang mengangkat nilai dan kebudayaan pada program siarannya ini bisa menjadi wadah dalam melestarikan seni dan budaya daerah yang mulai pudar, salah satu stasiun televisi lokal Jogja khususnya RBTv ternyata melakukan berbagai inovasi terkini pada tiap program siarannya dengan memasukkan unsur budaya, seni dan bahasa daerah, hal tersebut terus dilakukan RBTv sejak awal berdirinya hingga hari ini untuk melestarikan dan mempertahankan eksistensinya sebagai televisi lokal yang bernilai budaya.

Stasiun televisi Reksa Birama TV, atau RBTv, adalah stasiun televisi lokal yang beroperasi di Kota Yogyakarta. Dengan nama perusahaan PT Retjo Buntung Yogyakarta (juga dikenal sebagai RB Group hingga tahun 2012) dan STMIK AMIKOM Yogyakarta berkolaborasi untuk mendirikan RBTv. Saat ini pada tahun 2023 AMIKOM memiliki 70% kepemilikan, Retjo Buntung memiliki 5%, dan Kompas TV memiliki 25%. RBTv didirikan oleh dua orang putra daerah Yogyakarta, yang bernama Wahyu

Sudarmawan, S.E, S.H, M.Si, dan Aris Yudanto, S.H., mereka mendirikan stasiun televisi siaran lokal ini dengan tujuan untuk membantu membangun daerah dengan kemampuan dan pengetahuan mereka untuk menciptakan stasiun televisi yang melestarikan dan mengedepankan kebudayaan daerah melalui program tayangannya.

Program RBTv yang memasukkan unsur kebudayaan di dalamnya juga beragam, seperti program acara leleh-leleh yang menyajikan program acara musik campursari, program morning beat, embun hati, warna warni jogja, pelangi jogja, dll. Masing –masing dari program acara tersebut memasukkan unsur kebudayaan di dalamnya seperti penggunaan bahasa jawa dan lagu jawa, busana daerah dan kesenian jawa. Disamping menciptakan dan menayangkan program-program kebudayaan RBTv juga berusaha untuk terus memproduksi program-program siaran yang berkualitas dan tidak serta merta membuat program berunsur budaya lokal saja tanpa memikirkan kualitas pada acaranya. Hal ini didukung dengan sarana dan prasarana dari RBTv yang sudah setara dengan televisi milik “Nasional” di dunia digital di zaman sekarang saat ini dan dengan perangkat teknologi modern di bidang komputasi dan grafis.

RBTV yang mampu mempertahankan eksistensinya hingga saat ini sebagai televisi yang bernilai budaya daerah tak lepas dari berbagai strategi yang terus dikembangkan kemudian di susun untuk membuat inovasi dan karakteristik pada program-program tayangannya. Tanpa strategi yang cukup, RBTV sebagai televisi lokal akan kesulitan bertahan dengan banyaknya stasiun televisi nasional dan tantangan persaingan dengan stasiun televisi lokal di wilayah yang sama dengan inovasi dan citra yang berbeda.

Berikut profil umum stasiun TV swasta milik lokal di kota Yogyakarta:

**Tabel. 1 Televisi Swasta Lokal di Yogyakarta**

NO	Lembaga Penyiaran	Nama Stasiun Televisi
1	Lembaga Penyiaran Publik TVRI	TVRI Stasiun Yogyakarta
2	PT. Yogyakarta Tugu Televisi	Jogja TV
3	PT. Reksa Birama Media	RBTV
4	PT. Arah Dunia Televisi	ADI TV
5	PT. Mega Adi Citra Yogyakarta	KRESNA TV
6	PT. Jogja Citra Nuansa Nusantara Televisi	NUSA TV/RTV
7	PT. Mitra Televisi Yogyakarta	NET. TV

(sumber: KPID DIY 2023)

Berdasarkan tabel di atas, salah satu televisi lokal yang sampai hari ini

mengudara di Yogyakarta adalah RBTV atau Reksa Birama Media. Dari ketujuh televisi lokal tersebut, RBTV berbeda dengan yang lain karena didirikan sebagai stasiun televisi lokal swasta dan secara konsisten menyiarkan program lokal dengan fokus pada nilai dan budaya lokal dan sesuai dengan taglinenya yaitu “asli jogja”. Sangat berbeda dengan televisi lokal lainnya seperti ADI TV yang berfokus lebih kepada konten pendidikan dan keagamaan namun kini hanya berfokus pada konten keagamaan saja dan berita-berita lokal melalui platform media sosial. Hal tersebut membuat perspektif pengelola RBTV telah mengakui bahwasanya sebagai televisi lokal yang di-branding sebagai televisi bernilai budaya dari awal berdirinya, RBTV telah berhasil mempertahankan eksistensinya dan tidak mengalami perubahan fokus siaran dari awal berdirinya hingga saat ini sebagai televisi bernilai budaya. Jadi dapat disimpulkan televisi lokal swasta di Yogyakarta yang masih terus mempertahankan eksistensinya sebagai televisi bernilai budaya daerah adalah RBTV.

### **Permasalahan dan Tujuan Kajian**

Perbedaan RBTV dengan televisi lainnya dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal bernilai budaya yang

berbeda dengan televisi lokal lainnya ini menarik perhatian peneliti untuk mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana dan apa saja strategi yang dilakukan RBTV dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya dengan menggunakan teori ekologi media. Dengan demikian untuk membahas permasalahan diatas maka penulis tuangkan dalam judul “Strategi RBTV dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Televisi Lokal yang Bernilai Budaya”.

### **Kerangka Teori**

Strategi merupakan istilah yang berasal dari Yunani adalah *Strategia* yang memiliki arti sebagai ilmu perang atau panglima perang. Berdasarkan istilah tersebut maka strategi adalah seni perancangan operasi yang ada di dalam peperangan, seperti tak-tik dalam mengatur posisi atau siasat berperang. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu teknik yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu

menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Menurut WF Glueck dan LR Jauch dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Strategi dan kebijakan perusahaan” strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, luas, dan saling berinteraksi yang menghubungkan keunggulan dari strategi lembaga, keorganisasian ataupun didalam perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan dari lembaga tersebut dapat dicapai dengan kerjasama yang tepat.

Empat definisi dari eksistensi. Pertama, eksistensi adalah sesuatu yang ada; kedua, eksistensi benar-benar ada; ketiga, eksistensi adalah pengalaman yang menunjukkan bahwa itu benar-benar ada; dan keempat, eksistensi adalah kesempurnaan. Eksistensi secara umum berarti keberadaan. Paul Ricoeur mendefinisikan "eksistensi" sebagai individu. Dengan kata lain, orang yang berada di sini mengatur semua tingkah laku dan persepsi saya agar masyarakat tahu bahwa saya ada.

Aristoteles mengatakan bahwa eksistensi adalah cara untuk melihat manusia pada keberadaannya sendiri, atau bagaimana masyarakat di sekitarnya

mengakui keberadaannya. Menurut aliran ini, semakin diakui seseorang, semakin di kenal dia. Aliran ini tidak memperhitungkan materi seseorang atau kualitas yang menjadikannya berharga dalam kemanusiaan. Namun, menurut Abraham Maslow, pengakuan tentang eksistensi adalah kebutuhan tertinggi manusia, melebihi kebutuhan sandang, pangan, papan, dan rasa aman.

Menurut Asosiasi Televisi Lokal Indonesia, sebuah stasiun televisi lokal adalah sebuah stasiun televisi yang hanya memiliki studio siaran di lokasi tertentu dan memiliki daya jangkauan siaran lokal atau dalam satu provinsi atau kota saja. Namun dalam UU Penyiaran terbaru yang berisi tentang. Menurut Pasal 7 ayat (4a) bagian Keempat(a) dari Undang-Undang Penyiaran Nomor 17 tahun 2024 berbicara tentang "Lembaga Penyiaran Publik lokal, provinsi, kabupaten, atau kota di Indonesia dapat mendirikan Lembaga Penyiaran Publik Lokal yang sudah terdapat RRI dan TVRI dengan ketentuan: RRI di wilayah tersebut hanya melakukan relai siaran dan jumlah waktu siaran kurang dari 12 jam atau menggunakan teknologi digital".

Televisi lokal dan media massa lainnya melakukan tugas yang sama:

memberikan informasi, mempersuasi, dan menghibur audiens. Selain itu, televisi lokal biasanya sangat mempertahankan kemajuan budaya dan bahasa lokal. Berita dan konten yang disiarkan baik secara lisan maupun tulisan lebih menekankan pada hal-hal yang penting bagi masyarakat di daerah tersebut. TV lokal memiliki kemampuan untuk menanamkan identitas lokal pada khalayak audiensnya dan menyiarkan acara yang memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat lokal. Kekuatan sebenarnya dari TV lokal terletak pada segmentasi dan programnya. Televisi lokal memiliki isi berita yang bernilai budaya menjurus dan disesuaikan dengan kebutuhan dan kepentingan masyarakat lokal. Ini adalah ciri yang membedakan TV lokal bernilai budaya dari TV swasta yang bersiaran nasional.

Berikut adalah ciri-ciri yang membedakan TV lokal dari TV swasta:

1. Ditangani secara langsung oleh badan organisasi lokal;
2. Isi disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan lokal dan bernilai budaya lokal;
3. Berita mencakup peristiwa, kegiatan, masalah, dan figur dari masyarakat lokal.

4. Dibandingkan dengan khalayak media massa nasional, khalayak audien kurang bervariasi.
5. Khalayak audien hanya terbatas pada masyarakat di daerah tempat siaran media massa tersebut disiarkan.

### **Metode Kajian**

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian deskriptif kualitatif, yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti menekankan sifat realitas yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti yaitu staf PT. Reksa Birama Media (RBTv).

Metode penelitian yang digunakan yaitu induktif dari konsep baru yang berasal dari wawancara, pengamatan observasi, dan analisis literatur dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan fakta dan menyajikan data untuk memahami fenomena yang terjadi dalam strategi RBTv dalam

mempertahankan eksistensi sebagai televisi budaya daerah.

### **Hasil Kajian**

Untuk tetap menjadi televisi lokal yang bernilai budaya, RBTv membutuhkan rencana manajemen yang matang dan terencana agar dapat terus memproduksi program lokal yang erat dengan nilai budaya. Selain itu, RBTv harus dapat mempertahankan penontonnya dan mendapatkan uang dari iklan untuk membiayai operasionalnya. Peneliti meneliti strategi RBTv untuk mengetahui bagaimana cara RBTv dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya daerah. Dengan menggunakan teori ekologi media. Menurut Dimmick dan Rohtenbuhler, untuk mempertahankan eksistensi dan kelangsungan hidupnya diperlukan sumber penunjang hidup untuk media.

Dengan demikian, peneliti menemukan langkah-langkah yang diambil RBTv untuk mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya. Pertama, Strategi perencanaan program bernilai budaya dalam menghadapi dinamika publik dan perkembangan teknologi yang pesat, RBTv perlu menerapkan strategi yang tepat agar dapat mempertahankan

eksistensi mereka sebagai televisi lokal bernilai budaya. Salah satu upaya utama yang dilakukan adalah dengan melakukan meeting bersama manajer produksi program dan staf untuk merencanakan pembuatan program tayangan bernilai budaya. Sebelum memutuskan untuk membuat program tayangan RBTv akan melakukan strategi perencanaan serta mengumpulkan ide-ide yang terbaik dan sesuai pada visi dan misi mereka sebagai televisi yang bernilai budaya hingga akhirnya mereka melakukan produksi pada program tersebut.

Pada Devisi program RBTv yang sudah melewati fase perencanaan hingga masuk pada tahap memproduksi program tayangan. Selanjutnya program tersebut masuk pada bagian produksi. Salah satu program RBTv yang bernilai budaya adalah program *Leyeh –Leyeh* yang dimana program itu adalah salah satu program tayangan yang dimiliki RBTv sebagai program bernilai budaya. Karena mengusung budaya lokal jawa, dengan pembawa acara yang memakai baju daerah jawa, menggunakan bahasa jawa serta membuat dagelan khas jogja dan juga diwarnai dengan menyetel lagu-lagu campursari yang beragam. Setelah melakukan perencanaan program dengan mengumpulkan ide-ide terbaiknya barulah

RBTv memilih ide dan tema terbaik tersebut untuk nantinya program tersebut masuk pada tahap produksi. Pada tahap selanjutnya RBTv juga selalu menampilkan presenter atau pembawa acara pada program berbeda dengan selalu menggunakan baju batik atau baju adat jawa pada tiap tayangan programnya. Hal tersebut dapat diartikan bahwa RBTv konsisten kepada visi dan misi mereka dalam mencitrakan diri sebagai televisi bernilai budaya.

Produksi sebuah program acara yang bernilai budaya juga sangat bergantung pada seberapa antusias penontonnya, seberapa menarik iklan, dan seberapa sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Untuk mengetahui seberapa antusias pemirsanya, lihat jumlah penontonnya. Program RBTv ditujukan untuk semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Karena itu, RBTv memiliki kemampuan untuk membuat program yang berkonten daerah lokal dan bernilai budaya yang dapat diterima oleh semua penontonnya.

RBTv Membuat Jadwal Program Bernilai Budaya yang melakukan Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program menurut rencana yang sudah ditetapkan. Manajer program bekerja sama dengan bagian trafik untuk menentukan

jadwal penayangan dan berbicara dengan manajer pemasaran untuk menyiapkan promo untuk program. Bagaimana menata atau menyusun berbagai program adalah bagian penting dari strategi penayangan program yang baik. Untuk itu, RBTV mengatur jadwal penayangan program berdasarkan segmentasi pemirsanya yang berarti bahwa audien setiap siaran berbeda-beda namun tetap pada wilayah dan masyarakat Jawa yang berbudaya. Contohnya, waktu pagi tidak dapat digunakan untuk anak usia 5-12 tahun karena anak-anak pada usia tersebut akan berada di sekolah pada waktu pagi, sehingga segmentasi yang lebih masuk adalah untuk ibu-ibu rumah tangga yang berada di rumah. Namun, pada hari Sabtu, anak-anak usia 5-12 tahun tidak akan bersekolah pada hari tersebut, sehingga segmentasi ini dapat dilakukan di pagi hari. Karena RBTV hanya menyiarkan 19 jam setiap hari, yaitu dari pukul 06.00 hingga 00.00 WIB, maka programnya dibagi menjadi bagian-bagian waktu tertentu. Seperti berikut:

1. Waktu siaran yang paling banyak menarik penonton adalah Prime Time. Selain itu, segmentasi penontonnya beragam dari orang tua hingga anak-anak, karena program prime time dapat dinikmati oleh semua kalangan,

termasuk anak-anak. Program utama RBTV adalah Kabar Jogja Inspiratif dan Terpercaya Malam, Musik Box, dan Kidhung, yang disiarkan dari pukul 19.00 hingga 00.00 WIB.

2. Waktu hari didefinisikan sebagai waktu siaran di mana sebagian besar orang bekerja dan anak-anak sekolah. Jadi segmentasinya lebih ditujukan untuk ibu rumah tangga dan anak-anak yang belum sekolah. Program pagi RBTV disiarkan dari pukul 05.00 hingga 16.00 WIB. Program-programnya termasuk Embun Hati, Leyeh-Leyeh, Kabar Jogja Pagi, Ragam Info, dan Obrolan Pagi.
3. Fringe Time adalah waktu siaran saat masyarakat biasanya pulang bekerja dan anak-anak pulang sekolah. Program acara yang ditampilkan juga lebih tenang. Fringe time di RBTV berlangsung dari pukul 16.00 hingga 19.00 WIB. Beberapa program di antaranya adalah Pelangi Jogja dan Resense Film.

Selain menyesuaikan jadwal siaran sesuai segmentasinya, RBTV juga menempatkan program unggulan di jam-jam prime time.

RBTV juga melakukan pengawasan dan mengevaluasi program bernilai budaya

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan telah mencapai rencana dan tujuan mereka. Evaluasi acara periodik terhadap individu dan departemen memungkinkan manajer umum untuk membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Pengawasan dilakukan dengan melacak hasil dan kinerja pekerjaan, seperti jumlah dan demografi penonton program bernilai budaya yang bersangkutan dan tingkat penjualan iklan stasiun penyiaran. Melakukan evaluasi program bernilai budaya juga sangat penting dilakukan untuk mempertahankan kualitas program bernilai budaya yang sudah ada dan mempertahankan kepercayaan klien yang bekerja sama dan memasang iklan.

Strategi yang dilakukan RBTv dalam indikator kedua adalah, Memilih Segmentasi Penonton Program Bernilai Budaya, dimana media penyiaran bergantung pada seberapa baik mereka memahami khalayak mereka. Sebagai media berbasis lokal dan dikenal dengan program-program tayangan yang memadukan ciri khas Yogyakarta sebagai kota kesenian dan berbudaya, RBTv diharapkan dapat membuat program yang sesuai dengan budaya lokal. Untuk melakukannya, RBTv

harus mengidentifikasi segmentasi penontonnya.

Salah satu disiplin yang digunakan dalam pemetaan khalayak RBTv adalah geodemografis, yang merupakan gabungan dari disiplin geografis dan demografis. Karena RBTv adalah stasiun televisi swasta lokal Yogyakarta, masyarakat Yogyakarta memiliki kebutuhan yang sama untuk informasi tentang hal-hal seperti berita, kebudayaan, hiburan, dan sebagainya. Khalayak RBTv dibagi berdasarkan berbagai fitur.

**Tabel 4 Segmentasi Audien Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Persentase %
Laki-laki	40
Perempuan	60
<b>Total</b>	<b>100%</b>

**Tabel 5 Segmentasi Audiens Berdasarkan Usia**

Umur	Persentase %
< 17 Tahun	10
17 – 25 Tahun	20
26 – 39 Tahun	25
40 – 50 Tahun	30
> 50 Tahun	15
<b>Total</b>	<b>100%</b>

(SES) **Tabel 6 Segmentasi Audiens Berdasarkan**

Status Ekonomi Sosial (SES)	Persentase %
A : >3.000.000	5%
B : 2.000.000 – 3.000.000	10%
C1: 1.500.000 – 2.000.000	25%
C2 : 1.000.000 – 1.500.000	25%
D : 700.000 – 1.000.000	20%
E : <700.000	15%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Tabel di atas menunjukkan persentase segmentasi penonton RBTv yang mencakup semua kalangan. Ada kalangan dengan persentase yang tinggi dan kalangan dengan persentase yang rendah. Kalangan dengan persentase yang tinggi dianggap memiliki potensi yang lebih besar untuk pemasaran program RBTv.

Setelah membagi penonton menjadi segmen tertentu untuk program bernilai budaya mereka, stasiun penyiaran RBTv biasanya memilih satu atau lebih segmen penonton yang akan ditargetkan untuk tujuan program bernilai budaya yang akan diproduksi.

Kemudian RBTv juga membangun positioning audiens melalui *tagline*, sebagai televisi komersial pertama di Yogyakarta, ia

membuat televisi yang sesuai dengan masyarakat Yogyakarta, yang dikenal sebagai kota pelajar dan budaya. Akibatnya, taglinenya adalah "Asli Jogja", dan program-programnya mengutamakan nilai-nilai budaya Yogyakarta. *Tagline* Asli Jogja yang digunakan oleh RBTv dimaksudkan untuk menciptakan citra positif untuk perusahaan dan membuatnya diingat oleh masyarakat Yogyakarta, membedakannya dari TV lokal lainnya

Strategi yang dilakukan RBTv yang terakhir adalah strategi pemasaran pada program bernilai budaya, hal tersebut menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan RBTv sampai saat ini jelas adalah modal yang cukup. Pendapatan RBTv berasal dari iklan pemerintah dan swasta.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang penulis lakukan strategi komunikasi RBTv dalam mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya antara lain :

RBTv Melakukan strategi program yang didasarkan pada rencana RBTv untuk mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya, dikenal bahwa

RBTV terus membuat strategi untuk setiap program tayangan bernilai budaya mereka. Dalam tahap pertama, 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 yang seperti program leleh-leleh yang dikemas dengan presenter yang menggunakan bahasa jawa dan berbusana jawa sebagai ciri khas program bernilai budaya yang di produksi 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 sasar 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. Untuk mengiklankan produk serta jasanya. Semua strategi yang dilakukan RBTV untuk mempertahankan eksistensi sebagai televisi lokal yang bernilai budaya.

#### **Daftar Pustaka**

- Ahmad, A. (2022). “PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN INFORMASI: AKAR REVOLUSI DAN BERBAGAI STANDARNYA”. *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol. 13, No. 1, Hal: 137 – 149.
- Amir, A. A., & Prihatin Dwihtoro. (2024). Strategi Komunikasi Temanggung TV dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital. *Jurnal Audiens*, 5(1), 63–76. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i1.331>
- Agusta, R., & Ariyanto, S. P. (2023). Manajemen Produksi Tayangan Televisi “Talkcation” RBTV Jogja

- pada Periode Magang MBKM Tahun 2022. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(2), 216-231. <https://doi.org/10.24076/pikma.v5.i2.1063>
- Billah, M. Z., & Nuraeni. (2021). Strategi Televisi Lokal Dalam Mempertahankan Eksistensinya (Studi Deskriptif Pada Televisi Lokal Radar Tv Tasikmalaya), 6 (2), 56-84.
- Bagus, Lorens. (2020). "Kamus Filsafat". (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama). Edisi 1. Hal.183.
- Daparteman Pendidikan Nasional. (2022), "Kamus Besar Bahasa Indonesia". Diakses pada 24 Mei 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/nul>
- Database Peraturan Penyiaran, (2024), "PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 17 TAHUN 2024 TENTANG PERUBAHAN ATAS PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 11 TAHUN 2005 TENTANG PENYELENGGARAAN LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK", <https://peraturan.bpk.go.id/Details/282654/pp-no-17-tahun-2024>
- Effendy, Uchjana Onong. (2020). "Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek". (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya). Hal. 31.
- Fanadya, Eva Noviana. (2023). Antara Kepentingan Pasar versus Kepatuhan terhadap Hukum (Analisis Ekonomi Politik Siaran Lokal di Yogyakarta). *Jurnal Audiens*, 1(1), 35–43.
- Hariyani, Nunik. (2018). "Televisi Lokal dalam Perencanaan Strategi Kreatif Program Berbasis "Lokalitas" Sebagai Wujud Eksistensi Media Sosial", *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 14 (2), 25.
- Haque, M. G., dkk, (2021), "Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi", (Banten: Pascal Books, ), Hal. 68.
- Huberman, Miles. (2020). "Analisis Data Kualitatif". (Jakarta: Universitas Indonesia Press). Hal. 16.
- Iskandarwassid,. Sunendar, Dadang. (2019). "Strategi Pembelajaran Bahasa". (Bandung: Remaja Rosdakarya. Cet. 8, Hal. 2.
- KPID DIY, (2023). "Televisi Swasta Lokal di Yogyakarta".

Khadijah, S., Syarifudin, A., & Hamandia, M. R. (2024). Strategi Komunikasi PALTV dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal di Palembang. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(3), 14.

<https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i3.2487>

Morissan. (2019). “Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu”. (Jakarta: Kencana). Cet, ke-6, Hal. 113.