

**STRATEGI *POSITIONING* DALAM MEMPERTAHANKAN
EKSISTENSI JOGJA TV SEBAGAI TV BUDAYA TAHUN
2012-2014**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu
Komunikasi**

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Aulia Purqon

20110530117

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah di uji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program
Studi IlmuKomunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 21 Desember 2015
Tempat : Ruang Negosiasi Ilmu Komunikasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

(Dr. Suciati, S.Sos. , M.Si)

Penguji I

Penguji II

(Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn)

(Zuhdan Aziz,S.IP.,S.Sn., M.Sn)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
sarjana (S-1) pada tanggal 21 Desember 2015

Mengetahui,

(Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aulia Purqon

No. Mahasiswa : 20110530117

Jurusan : IlmuKomunikasi

Fakultas : ISIPOL

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi :Strategi *Positioning* dalam mempertahankan eksistensi
Jogja TV sebagai TV budaya tahun 2012-2014

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaanya.

Yogyakarta, 21 Desember 2015

Aulia Purqon

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini kupersembahkan kepada kedua orang tua, Ayahanda tercinta, Kamaluddin yang senantiasa telah mengajarkan nilai-nilai agama, kehidupan tentang tanggung jawab, kedisiplinan dan selalu berjuang agar anak-anaknya bisa sampai sarjana, serta kepada Ibunda tercinta, Tasmaniah yang telah mengajarkan kepada penulis untuk menjadi seseorang yang bertanggung jawab dengan keputusan yang penulis ambil, selalu sayang sama anak-anaknya dan menjadi seorang wanita, istri dan ibu yang luar biasa.

Selanjutnya saya persembahkan buat abang-abang saya yang selalu memotivasi dan membantu saya, kepada adik saya, buat keluarga saya, pacar saya dan semua teman-teman saya. Karya tulis ini juga ku persembahkan kepada Almamater, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menyelenggarakan pendidikan dengan menanamkan nilai-nilai Islam didalamnya. Semoga bermanfaat

MOTTO

Engkau tak dapat meraih ilmu kecuali dengan enam hal yaitu cerdas, selalu ingin tahu, tabah, punya bekal dalam menuntut ilmu, bimbingan dari guru dan dalam waktu yang lama.

(Ali bin Abi Thalib)

Ting-ting talingo tikus biar genting jangan sampai putus (sesulit-sulitnya dalam perkuliahan kamu harus berjuang jangan sampai putus kuliah) (Ayahanda Kamaluddin)

Jika niat sungguh-sungguh dan berusaha tanpa henti maka keberhasilan akan menghampirimu
(Penulis)

KATA PENGANTAR



السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul : Strategi *positioning* dalam mempertahankan eksistensi Jogja TV sebagai TV budaya tahun 2012-2014 Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan pengetahuan kepada semua elemen pada tingkatan masing-masing untuk mengetahui Strategi *positioning* Jogja TV serta caranya mengimplementasikan strategi tersebut.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

tumbuh menjadi pribadi yang tegar menjalani kehidupan serta tiada henti pula penulis mengucapkan syukur atas segala bentuk Nikmat yang telah diberikan.

1. Allah SWT, dengan berkat dan rahmat karuniaNya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh tanggung jawab, mengerti arti usaha keras tanpa mengeluh, mempelajari ilmu yang disediakan diberbagai tempat. Terima kasih atas perlindunganNya hingga detik ini, sehingga penulis dapat tumbuh menjadi pribadi yang tegar menjalani kehidupan

serta tiada henti pula penulis mengucapkan syukur atas segala bentuk Nikmat yang telah diberikan.

2. Ayah (Kamaluddin) dan Ibu (Tasmaniah) serta abang pertama saya (Akhmad Ansori) abang kedua saya (Indrayadi) adik perempuan saya (Nanda Putri Rizki) dan Keluarga besar saya. Terima kasih banyak atas segala bentuk dukungan, kucuran tenaga dan apapun proses yang berhubungan dengan segala hal atas penulis.
3. Ibu Dr. Suciati, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing satu yang penuh kesabaran selalu memberikan motivasi, arahan, saran serta perbaikan yang sangat berguna bagi penulis.
4. Bapak Budi Dwi Arifianto, S.Sn, M.Sn selaku dosen pembimbing dua yang penuh kesabaran selalu memberikan motivasi, arahan, saran serta perbaikan yang sangat berguna bagi penulis.
5. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Sn selaku penguji skripsi yang telah banyak memberikan masukan yang sangat berguna untuk mendapatkan hasil akhir yang baik atas penyusunan skripsi yang dilakukan oleh peneliti.
6. Coney Fransiska yang selalu membantu, mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini, selalu ada suka maupun duka dengan hati dan ketulusannya menyemangatkan saya.
7. Bapak Eka Susanto, Handi Wisnu, Prasityo dan semua karyawan yang telah memberi kesempatan buat peneliti untuk meneliti *positioning* di Jogja TV.
8. Kakak Desi Yuliana yang mendukung dan membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.

9. Seluruh Dosen jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan banyak ilmu pengetahuan serta menanamkan nilai-nilai luhur dan islami kepada diri peneliti
10. Seluruh karyawan Jogja TV, Karyawan UMY, serta pak Jono, Pak Yuni dan mbak siti yang memberi bantuan dan segala informasi yang saya butuhkan selama di kampus.
11. Seluruh rekan di jurusan ilmu komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, khususnya pada konsentrasi *public relations* angkatan 2011
12. Seluruh teman-teman saya, teman-teman kos Arrohmah2 yang dari awal saya ngekos sampai sekarang. Ari satria, Webi, Aran, Nanik, Ade, Andika, Berto, Andi, Fauzan, Tio, Gilang, Yunus, Royki, Basofi, Oris, Fahmi, Risko, Aji, Iqbal, Bayu, Rizki, Roni, Tegar, Assad , Mumu Zaki, Arkham, Ucok, Har, Robi, Ando, Orin, Dwi, Ivan, Ari Rusmana, Yoga, Evan, Gigih, Riki, dan Semua teman saya yang tak disebuti satu per satu namanya. Mbok Warti yang selalu baik hati dan membantu saya selama di Jogja ini.

Penulis menyadari, penulisan laporan ini masih jauh dari sempurna, masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu demi kemajuan dan perkembangan diri, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 21 Desember 2015

Aulia Purqon

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABLE.....	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Karangka Teori	11
1. Pengertian Strategi	11
2. Strategi STP (<i>Segmentasi, Targeting, dan Positioning</i>).....	13
a. <i>Segmentasi</i>	14
b. <i>Targeting</i>	16
c. <i>Positioning</i>	19
d. <i>Formatting</i>	24
F. Metode Penelitian	25
1. Jenis Penelitian.....	25
2. Obyek penelitian	26
3. Teknik Pengambilan Informan.....	26

4. Teknik pengumpulan data	27
5. Teknik Analisis Data.....	29
6. Validitas Data.....	30
BAB II DESKRIPTIF	32
A. Gambaran Umum	32
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaa	32
2. Visi, Misi, dan Tujuan PT Yogyakarta Tugu Televisi.....	32
3. Logo Jogja TV dan Artinya.....	34
4. Struktur dan <i>Job Description</i> Public Relations Jogja TV	37
5. Deskripsi Acara Jogja TV	50
6. Persentase Program	57
7. S-T-P_F.....	57
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	60
A. Sajian Data	60
1. Perbedaan Jogja TV dengan televisi lainnya	61
2. Cara mengkomunikasikan ke masyarakat	62
3. <i>Tagline</i> , program dan logo setasiun Jogja TV	65
4. <i>Event-event marketing</i> Jogja TV	70
5. <i>Positioning</i> Jogja TV memberikan hal yang positif buat Konsumen	73
6. Strategi kreatif Jogja TV	77
7. Menerapkan <i>Positioning</i> agar mudah dimengerti oleh Konsumen	79
8. Mengatasi masalah dimata konsumen ketika terjadi kesamaan acara	81
9. Arti penting <i>positioning</i> bagi setasiun Jogja TV.....	82
10. Faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan <i>positioning</i> Jogja TV ..	83
11. Tanggapan dari masyarakat <i>positioning</i> Jogja TV.....	85
12. Program unggulan Jogja TV	86
B. Analisis Data	87
BAB IV PENUTUP	117

A. Kesimpulan	117
B. Saran	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Jogja TV.....	35
Gambar 3.1 Logo Jogja TV.....	67
Gambar 3.2 Program Wayang.....	68
Gambar 3.3 Program Klinong-klinong Campursari.....	69
Gambar 3.4 Program Pawartos Ngayogyakarta.....	69
Gambar 3.5 Cuplikan Program Adzan.....	70
Gambar 3.6 Live streaming Jogja TV	76
Gambar 3.7 Maskot Pak Blangkon.....	79
Gambar 3.8 Event-event campursari.....	97
Gambar 3.9 Kuis- kuis	98
Gambar 3.10 <i>Event</i> Wayang	98
Gambar 3.11 <i>Event</i> Senam.....	99
Gambar 3.12 Logo Jogja TV.....	103
Gambar 3.13 Maskop Pak Blangkon	104

DAFTAR TABLE

Tabel 1.1 Struktur Organisasi PT. Yogyakarta Tugu Televisi.....	38
Tabel 1.2 Persentase Program.....	57
Tabel 2.1 Jadwal Acara Jogja TV Setiap Mingguanya.....	113
Tabel 2.2 Persentase Program Budaya Jogja TV.....	115

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Konsentrasi Public Relation

Aulia Purqon

STRATEGI *POSITIONING* DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI JOGJA TV SEBAGAI TV BUDAYA TAHUN 2012-2014.

Tahun Skripsi: 2015 xix+115 Halaman+2 Tabel +15 gambar

Daftar Pustaka: 18 Buku (Tahun 1986-2013) + 11 Sumber Internet

Televisi tumbuh pesat dari masa kemasa, akibatnya tingkat persaingan antar stasiun televisi semakin tajam, indikasinya adalah semakin banyak munculnya stasiun televisi lokal di daerah-daerah maka semakin beragam *positioning* yang dilakukan oleh masing-masing stasiun televisi. Sebagai salah satu televisi lokal di Jogja, Jogja TV melakukan strategi *positioning* untuk mempromosikan, mengenalkan dan menanam *imagenya* kepada masyarakat Jogja dan sekitarnya.

Karangka teori yang digunakan adalah *segmentasi, targeting, positioning* dan *forming*. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian mengambil tempat di kantor JogjaTV Jl. Wonosari Km. 9 Sendang Tirto Brebah, Sleman, Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis dokumen dan wawancara terhadap sumber yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

Segmentasi yang dilakukan Jogja TV adalah ke seluruh lapisan masyarakat. *Targeting* yang ingin dicapai adalah ke seluruh lapisan masyarakat yang membutuhkan hiburan dan informasi lokal. *Positioning* Jogja TV adalah menggunakan logo dan slogan “Tradisi Tiada Henti” dengan mengandalkan kearifan lokal, tradisi serta budaya adiluhung yang kuat. *Forming* stasiun adalah stasiun lokal yang berformat budaya dengan menyajikan program-program kebudayaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *positioning* yang dilakukan Jogja TV menggunakan *event-event marketing* yang berbentuk kegiatan budaya, menggunakan strategi kreatif *door to door* dengan pak blangkon dan melakukan kegiatan-kegiatan *off air* yang bekerja sama dengan masyarakat, mahasiswa dan instansi pemerintahan.

Kata Kunci :*Positioning*, Budaya, Eksistensi

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta
faculty of Social Science and Political Science
Concentration Public Relations

Aulia Purqon

**POSITIONING STRATEGY IN MAINTAINING THE EXISTENCE AS TV
TV JOGJA CULTURE YEAR 2012-2014.**

Thesis Year: 2015 xviii + 115 pages + 2 Table +15 picture

Bibliography: 18 Books (Years 1986-2013) + 11 Internet Resources

Television over time, grew rapidly, consequently the level of competition among television stations increasingly sharp, the indication is the emergence of a growing number of local television stations in areas where the more diverse positioning undertaken by each television station. As one local television Jogja, Jogja TV perform positioning strategy to promote, introduce and cultivate his image to the people of Yogyakarta and surrounding areas.

The theoretical framework used is segmentation, targetting, positioning and formatting. The research method used in this research is descriptive qualitative. Location of research taking place in the office JogjaTV Jl. Wonosari Km. 9 Sendang Tirto Brebah, Sleman, Yogyakarta. This research was conducted using the method of analysis of documents and interviews with sources that are relevant to the problems studied.

Segmentation is done Jogja TV is to the whole society. Targeting to be achieved is to all the people who need entertainment and local information. Positioning Jogja TV is to use the logo and the slogan "Tradition None Stop" by relying on local wisdom, traditions and high culture is strong. Formatting station is a local station that is formatted culture by presenting cultural programs. Results from this study showed that the positioning is done Jogja TV using marketing events that shaped cultural activities, using a strategy of creative door to door with a mr. blangkon and perform activities off the water that works with communities, students and government agencies.

Keywords: Positioning, Culture, Existence