

# SURVEI INDEKS KUALITAS PROGRAM DAN BERITA TVRI

---

TELEVISI REPUBLIK INDONESIA

# METODOLOGI

---

Penjelasan mengenai metode pengambilan data dan rincian responden survei

# METODOLOGI

## TEKNIK PENGAMBILAN DATA

Survei Indeks Kualitas Program dan Berita TVRI dilaksanakan dengan mengombinasikan **metode kuantitatif** dan **kualitatif**

- ✓ Metode kuantitatif dilakukan dengan cara membagikan **kuesioner** lewat **medium daring** untuk menjangkau responden dari **seluruh Indonesia**
- ✓ Metode kualitatif dilakukan dengan cara mengadakan **diskusi kelompok terfokus** (FGD) di tiga daerah target yang sulit dijangkau medium daring, yakni **Nusa Tenggara Barat, Sumatera Utara** dan **Kalimantan Tengah**

**Teknik pengambilan data untuk survei ini adalah *convenience sampling***

- ✓ Teknik ini dianggap sesuai dengan tujuan utama survei ini, yakni **memperoleh sebanyak-banyaknya respon** dari penonton TVRI dengan menggunakan **biaya** dan **waktu** yang **minimum**
- ✓ Temuan survei ini tidak dapat di-klaim sebagai **mewakili** aspirasi **seluruh penonton TVRI** di Indonesia, namun dapat digunakan sebagai **rujukan yang substansial** untuk menentukan arah perkembangan TVRI

# METODOLOGI

## RESPONDEN SURVEI DARING DAN FGD

**Total terdapat 1,836 responden yang mengisi survei daring tentang perilaku menonton televisi**

- ✓ Setelah dilakukan **cleanup** untuk menghilangkan duplikasi, jumlah responden survei ini menjadi sebanyak **1,740 orang**
- ✓ Dari 1,740 orang tersebut, **1,290 orang** merupakan **penonton TVRI** dan **450 orang** mengaku **tidak menonton TVRI**

**Sementara untuk FGD, jumlah informan yang berhasil diajak berdiskusi mencapai 29 orang, dengan 9 orang dari Mataram, 11 orang dari Medan dan 9 orang dari Palangka Raya**

- ✓ 14 orang dari informan FGD merupakan **anggota komunitas pecinta TVRI** dari masing-masing kota
- ✓ Sementara 15 orang lainnya merupakan **masyarakat umum** yang terdiri dari tokoh masyarakat, tokoh agama, mahasiswa, akademisi, aktivis lokal dan ibu rumah tangga

# RINGKASAN EKSEKUTIF

---

Temuan, kesimpulan dan rekomendasi dari Survei  
Indeks Kualitas Program dan Berita TVRI

# RINGKASAN EKSEKUTIF SURVEI DARING

PROFIL RESPONDEN &  
PERILAKU MENONTON

## Mayoritas responden survei termasuk golongan usia **dewasa awal (<35 th)**

- ✓ Dengan demikian, **persepsi** dan **sentimen** mereka terhadap pertelevisian cukup mencerminkan tren **terkini**
- ✓ Sementara dari segi **tingkat penghasilan**, mayoritas responden termasuk golongan **menengah ke bawah**
- ✓ Mayoritas responden berjenis kelamin **perempuan** dan kebanyakan merupakan **ibu rumah tangga** atau **pekerja swasta**

## **Perilaku menonton** responden teramati **serupa** dengan temuan **tahun lalu**

- ✓ Mayoritas responden **tidak menonton TV lebih dari 4 jam** setiap harinya dan acara **berita** merupakan tayangan yang paling banyak mereka tonton
- ✓ Namun ketika ditanya **acara favorit** mereka secara spesifik, mayoritas responden menyebutkan acara dengan genre **talkshow** (Ini Talkshow, ILC)
- ✓ Dari semua acara berita di televisi, "**Dunia Dalam Berita**" merupakan yang paling banyak disebut responden, menegaskan status ikoniknya

## **Channel TV** yang paling banyak ditonton oleh responden dalam sebulan terakhir (April-Mei 2019) adalah **RCTI, Trans 7 dan NET TV**

- ✓ Namun ketika ditanya **channel favorit**, **NET TV** dan **TVRI** menjadi dua channel yang paling banyak dipilih responden
- ✓ Hal ini menunjukkan bahwa NET TV dan TVRI memiliki **tingkat penerimaan yang tinggi** dari orang-orang yang menontonnya, meskipun jumlah penonton mereka **tidak sebanyak RCTI dan Trans 7**

# RINGKASAN EKSEKUTIF SURVEI DARING PERSEPSI TVRI

Sebanyak **74%** responden masih **menonton TVRI** dalam sebulan terakhir **(April-Mei 2019)**

- ✓ Namun mayoritas responden **tidak** menonton TVRI **lebih dari 2 jam** setiap harinya
- ✓ Terlihat adanya **apresiasi** terhadap **perubahan TVRI** dalam setahun terakhir dengan **lebih sedikit** responden yang mengasosiasikan kata '**monoton**' dengan TVRI dan juga komentar positif mengenai **kualitas tayangan** yang sudah **HD**
- ✓ Akan tetapi kata '**Jadul**' masih erat terasosiasi dengan TVRI

Ketika ditanya mengenai alasan menyukai TVRI, terlihat bahwa TVRI masih memiliki **niche** di penggemar acara **kebudayaan**

- ✓ Akan tetapi, nama acara TVRI yang paling banyak disebut oleh responden adalah "**Dunia Dalam Berita**," menegaskan statusnya sebagai acara TVRI paling **ikonik**

Kemudian dari **26%** responden yang sudah **tidak lagi menonton TVRI**, mayoritas menyebut **konten TVRI tidak menarik dan tidak variatif**

- ✓ Ketika ditanya hal yang dapat membuat mereka **mau menonton TVRI**, mayoritas menyebutkan **tayangan kebudayaan** dan **kualitas gambar** yang lebih baik
- ✓ Berdasarkan respon tersebut, dapat diasumsikan bahwa **responden** yang **tidak menonton** TVRI masih **belum mengamati perubahan** yang terjadi pada TVRI
- ✓ Hal ini menguatkan **pentingnya** bagi TVRI untuk lebih proaktif dalam **mempromosikan tayangannya**, terutama dengan menggarisbawahi **perubahan-perubahan** yang telah dinanti oleh masyarakat

# RINGKASAN EKSEKUTIF DISKUSI TERFOKUS RESPON TERHADAP PERUBAHAN

## Diskusi kelompok terfokus di tiga kota menemukan beberapa permasalahan yang menyertai perubahan signifikan TVRI

- ✓ **Migrasi** TVRI ke medium **digital** menjadi **pain point baru** bagi masyarakat di **Mataram** karena mereka menjadi **kesulitan mengakses TVRI** dengan TV analog
- ✓ Aplikasi **TVRI Klik** sebagai alternatif menonton TVRI **belum tersosialisasikan** dengan baik dan tetap **tidak dapat diakses** mereka yang tidak memiliki **smartphone** atau **akses internet**
- ✓ Informan di tiga kota juga **mengeluhkan perubahan jam tayang** TVRI yang mengharuskan slot '**Prime Time**' untuk menayangkan acara **TVRI Pusat**
- ✓ Mereka meng-klaim bahwa perubahan jam tayang ini dapat **mengurangi minat masyarakat daerah** untuk menonton TVRI

## Temuan paling utama dari FGD adalah bahwa TVRI masih **perlu meningkatkan lagi engagement dengan publik**

- ✓ **Perubahan-perubahan** yang didemonstrasikan oleh TVRI hari ini merupakan sesuatu yang sudah **banyak ditunggu** masyarakat
- ✓ Akan tetapi, **belum** banyak orang yang **mengetahui** hal ini karena perhatian mereka sudah tersedot oleh media-media **hiburan lainnya** yang sangat aktif dalam **merebut perhatian** mereka
- ✓ Dengan demikian, TVRI perlu **meningkatkan upayanya** untuk **merebut perhatian** audiens, terutama lewat **media sosial** yang menjadi **ruang interaksi utama** bagi kebanyakan masyarakat hari ini

# RINGKASAN EKSEKUTIF

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Survei ini telah menunjukkan bahwa terdapat **apresiasi** terhadap **kemajuan-kemajuan** yang ditunjukkan oleh TVRI hari ini

- ✓ Sayangnya masih banyak orang yang **belum mengetahui** perubahan-perubahan yang terjadi dalam TVRI saat ini.
- ✓ Terkait temuan ini, TVRI perlu Memaksimalkan **pemanfaatan media sosial** dengan membangun **narasi komunikasi** dan **brand personality** yang unik, sekaligus meningkatkan **interaksi** di media sosial.

Dalam hal **keunikan**, hasil survei ini dan sebelumnya mengkonfirmasi bahwa **budaya dan kearifan lokal** merupakan **identitas dan aset terbesar TVRI**

- ✓ Untuk memperlihatkan keunikan ini, TVRI perlu memproduksi **program unggulan** selain "Dunia dalam Berita" yang dapat mengundang lebih banyak orang untuk **membicarakan TVRI**, khususnya dari kalangan anak muda.
- ✓ TVRI juga harus berfokus untuk **mempromosikan** program unggulan tersebut lewat berbagai media, termasuk **media sosial** dan '**off-air promotion**' seperti TVRI Goes to Campus

Meskipun sudah banyak **kemajuan-kemajuan positif** yang dapat diamati dari TVRI hari ini, kata '**Jadul**' masih erat **terasosiasi** dengan TVRI

- ✓ Untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan kesan 'jadul' tersebut, TVRI perlu melahirkan **TV personality/host** yang '**berkarakter**' kuat
- ✓ Personality/host ini kemudian harus mampu menjadi **bintang baru** di dunia pertelevisian sekaligus menjadi **wajah baru** bagi TVRI

# PROFIL RESPONDEN

---

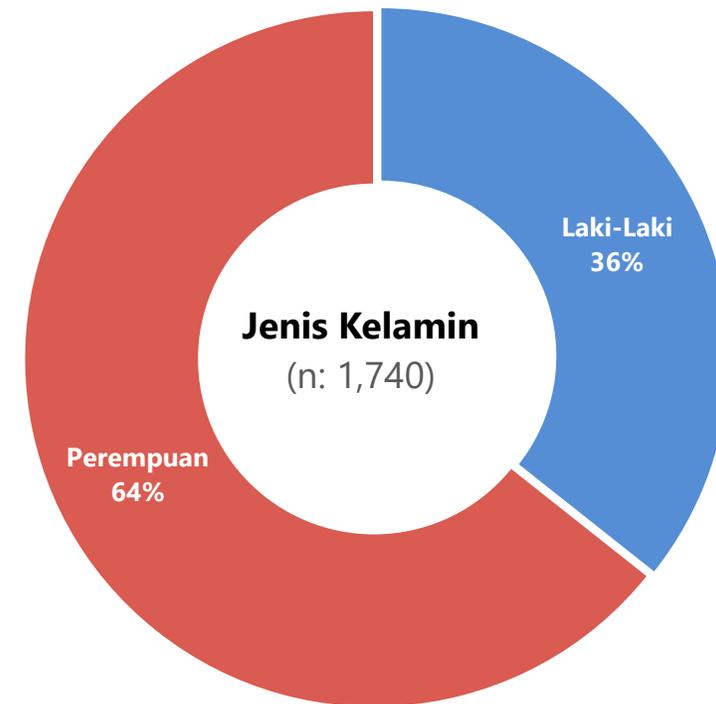
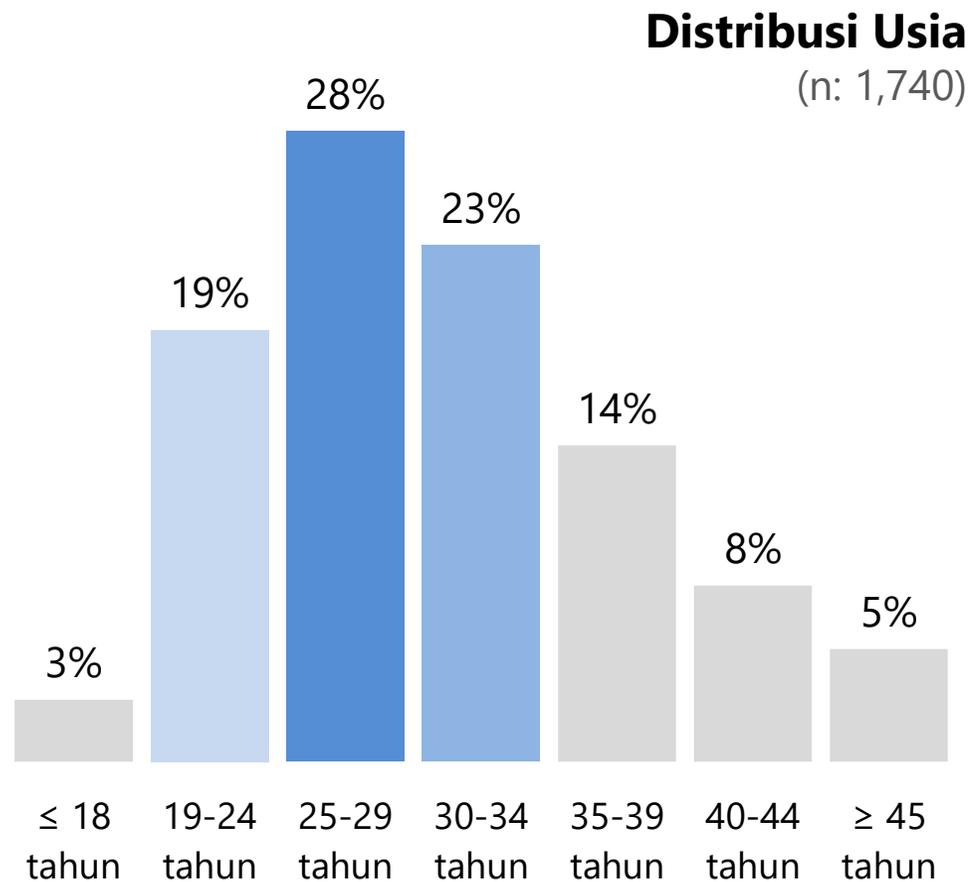
Demografis dan rincian lainnya mengenai responden survei

# PROFIL RESPONDEN

## USIA DAN JENIS KELAMIN

Mayoritas responden (70%) berada pada kelompok usia **dewasa awal (19-35 tahun)**.

✓ Sementara dari segi jenis kelamin, mayoritas responden (64%) adalah **Perempuan**

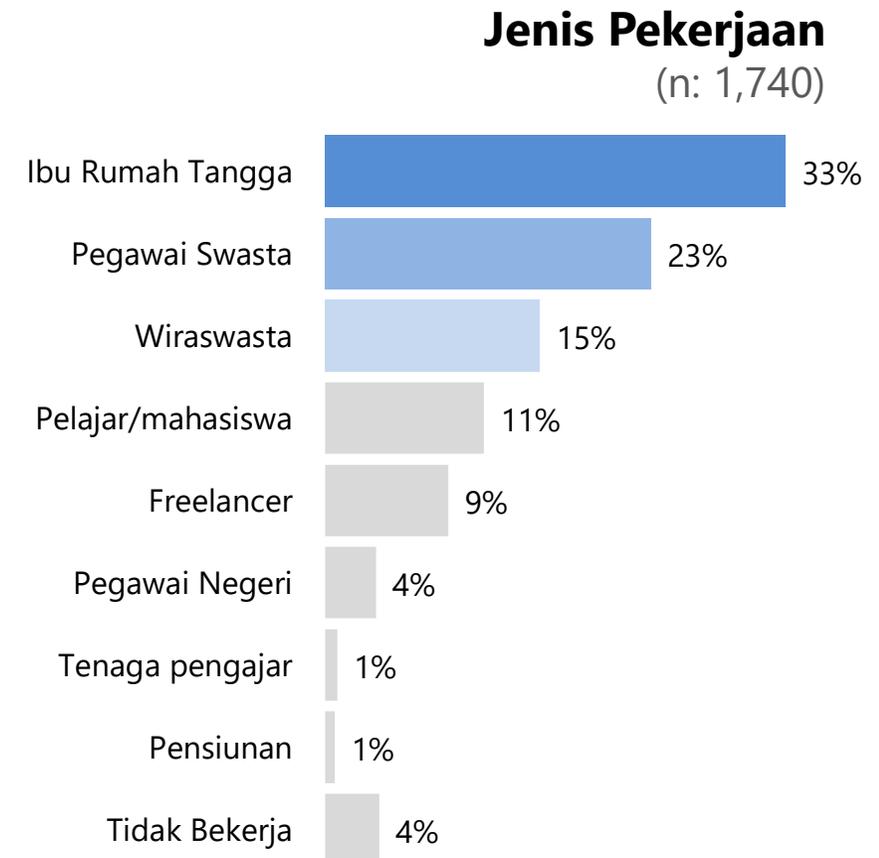
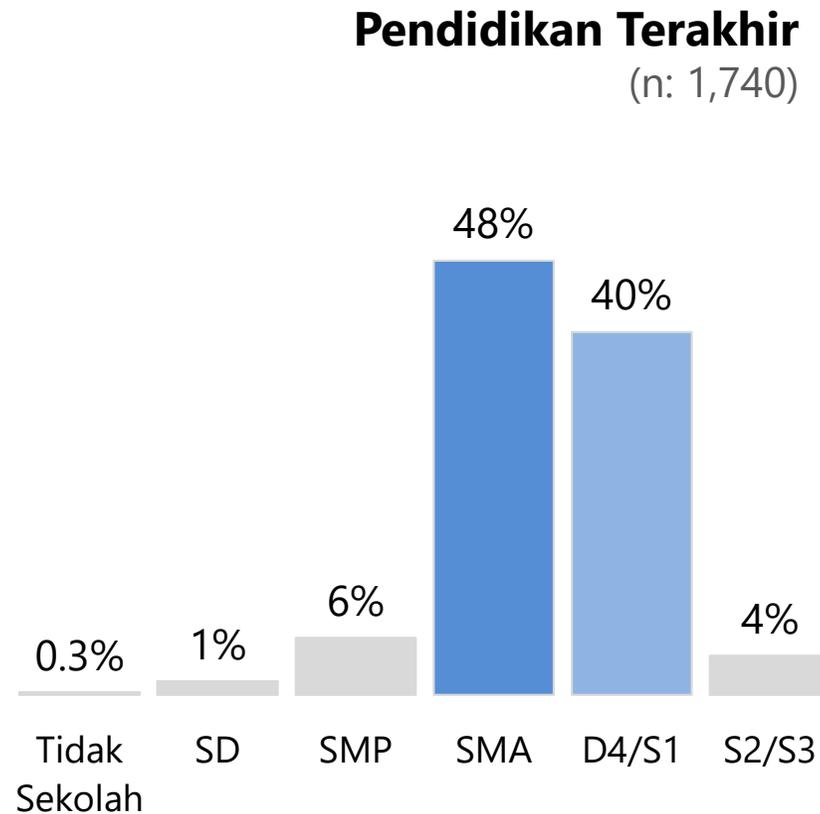


# PROFIL RESPONDEN

## TINGKAT PENDIDIKAN DAN PEKERJAAN

Mayoritas responden (91%) dalam survei ini termasuk golongan berpendidikan tinggi yang telah lulus **SMA** dan **D4/S1**

- ✓ Sementara itu, responden dalam penelitian ini umumnya merupakan **Ibu rumah tangga** (33%) dan **pegawai swasta** (23%)



# PROFIL RESPONDEN

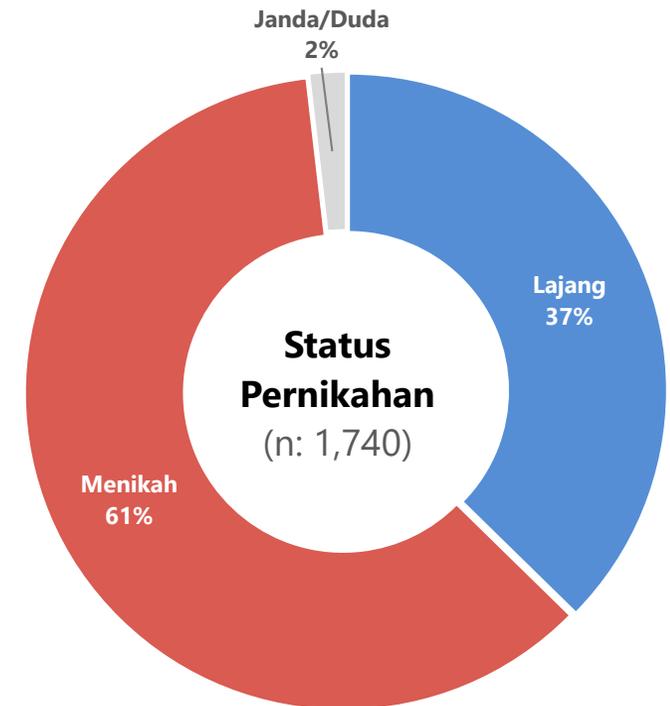
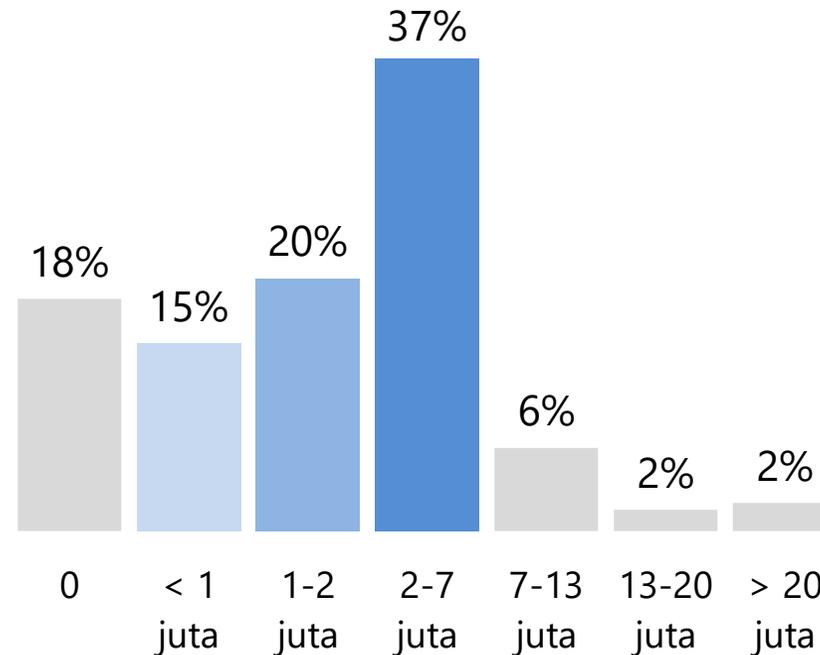
## PENGHASILAN DAN STATUS PERNIKAHAN

Dilihat dari tingkat penghasilannya, kebanyakan responden merupakan orang yang baru **pertama kali bekerja** atau **tidak bekerja sama sekali**

- ✓ Tingginya prevalensi **ibu rumah tangga** kemungkinan berkontribusi terhadap angka ini
- ✓ Hal ini juga tercerminkan dalam status pernikahan dimana 61% responden mengaku sudah **menikah**

### Penghasilan Per Bulan

(n: 1,740)



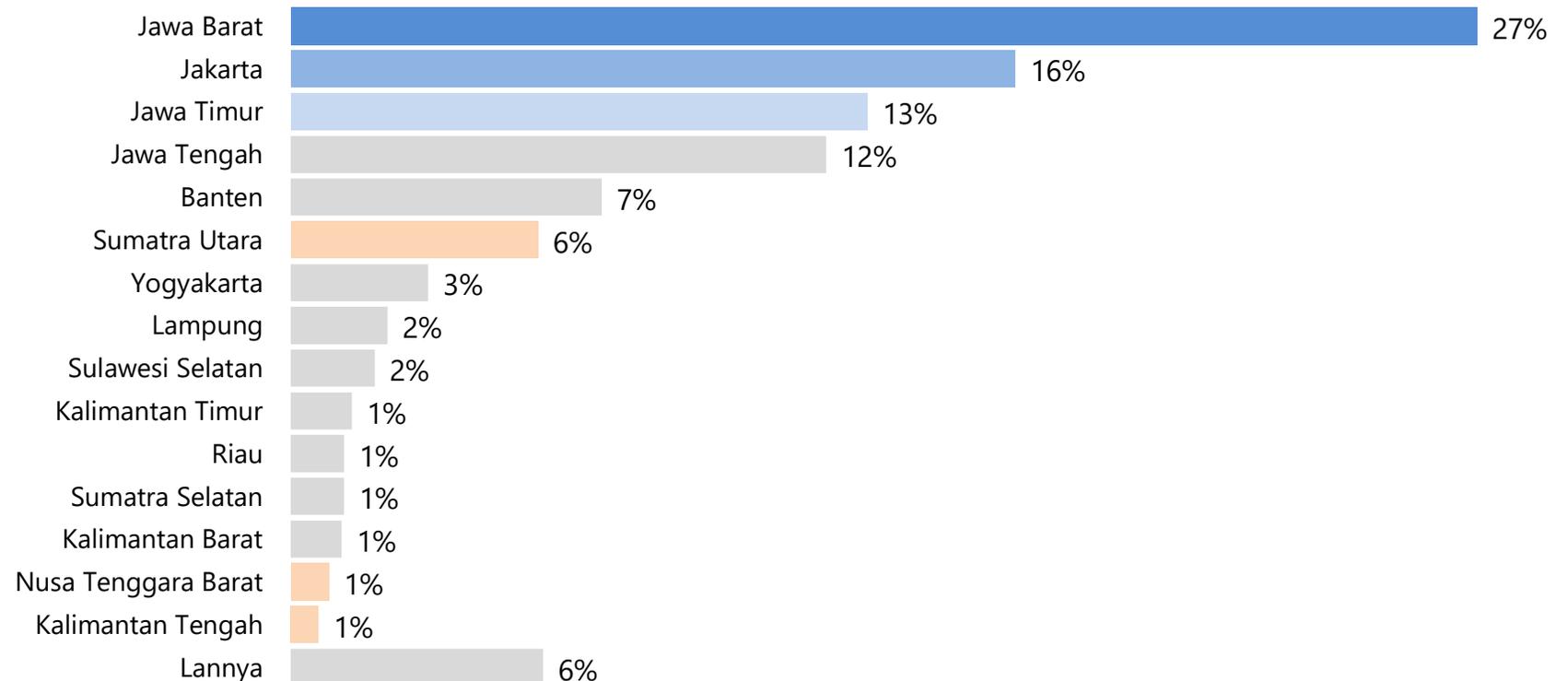
# PROFIL RESPONDEN

## TEMPAT TINGGAL

Mayoritas responden tersebar di **pulau Jawa**, dimana Jawa Barat (27%), DKI Jakarta (16%) dan Jawa Timur (13%) merupakan tiga populasi terbesar

- ✓ Sayangnya, tidak cukup banyak responden yang berasal dari tiga **daerah target** TVRI (NTB, Sumatera Utara, Kalimantan Tengah)
- ✓ Data mengenai ketiga daerah tersebut akan diperkaya melalui temuan dari **diskusi terfokus** (FGD)

### Tempat Tinggal (n: 1,740)



# PROFIL MENONTON TV

---

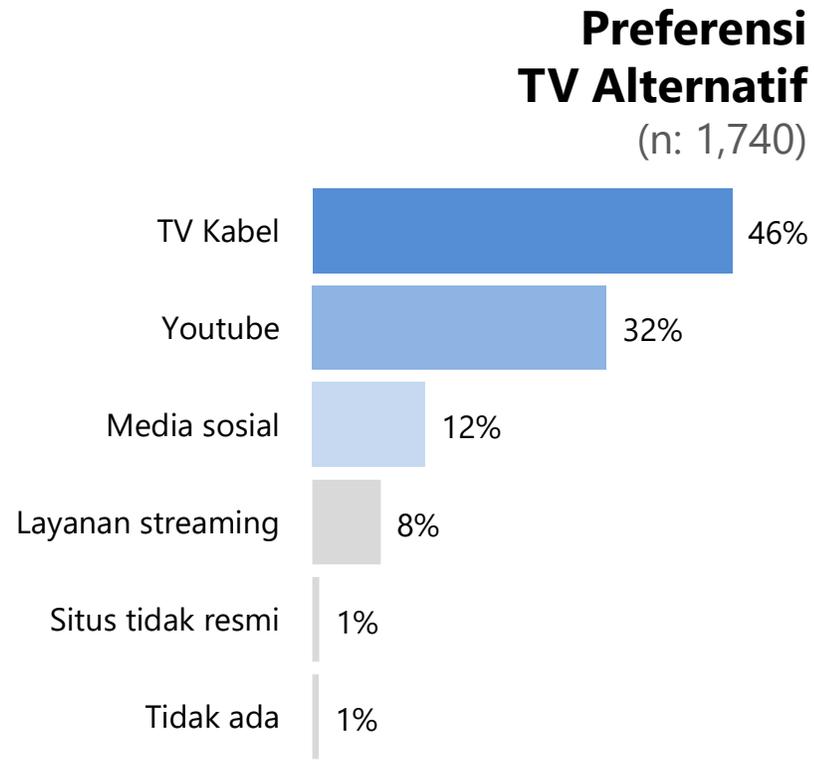
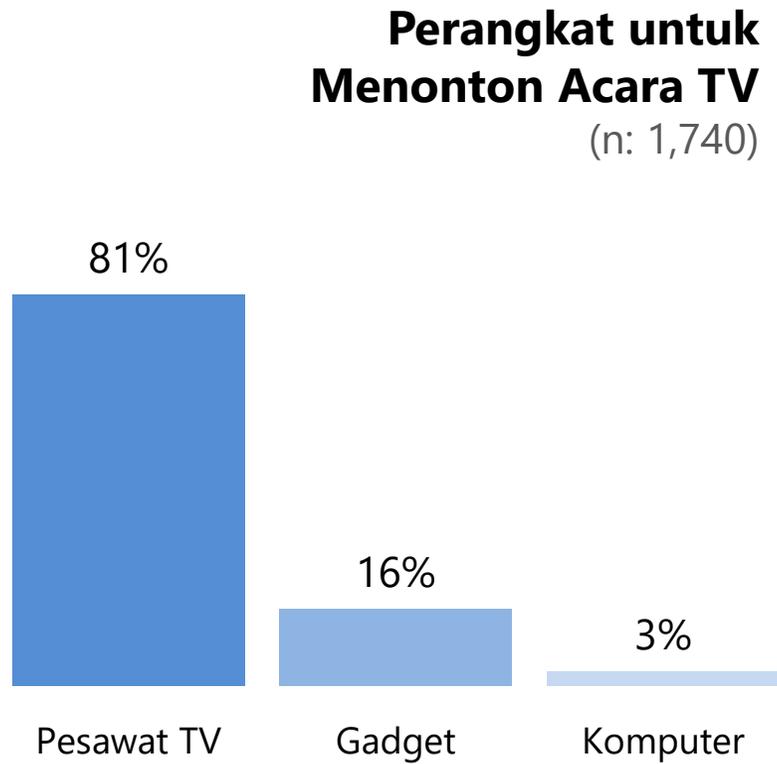
Kebiasaan responden dalam menonton TV beserta informasi lainnya yang terkait

# PROFIL MENONTON TV

PERANGKAT MENONTON  
DAN TV ALTERNATIF

## Pesawat TV masih menjadi perangkat utama yang dipilih responden untuk menonton acara TV

- ✓ Hal ini mengindikasikan bahwa kebanyakan responden **tidak begitu tertarik** untuk menonton acara TV ketika menggunakan perangkat alternatif
- ✓ Dari segi TV alternatif, **TV Kabel** juga masih menjadi pilihan utama, namun jumlah responden yang lebih memilih **media baru** (Youtube, Medsos, Streaming) jauh lebih besar
- ✓ Temuan ini menguatkan argumen mengenai pentingnya **mempromosikan tayangan TVRI** di ranah media baru



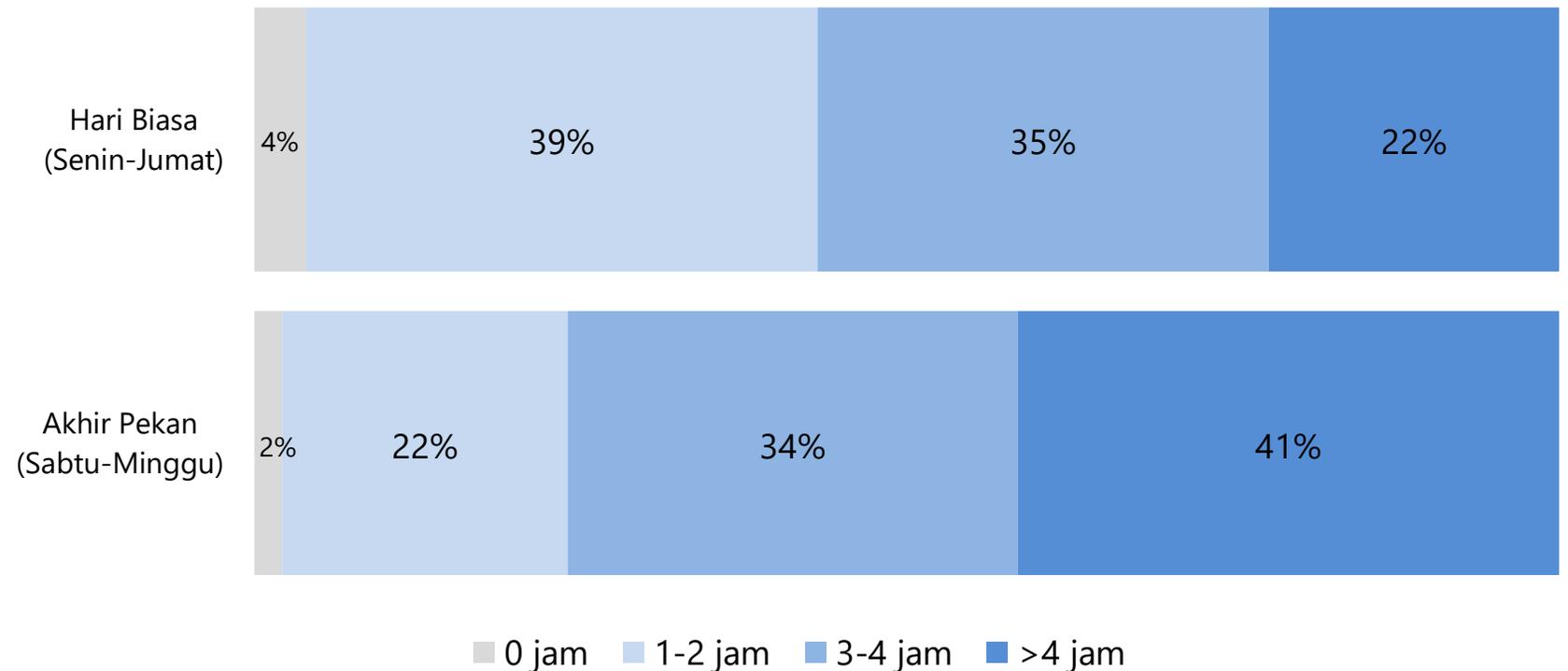
# PROFIL MENONTON TV FREKUENSI MENONTON

Secara umum, mayoritas responden dalam survei ini tidak menonton TV lebih dari **4 jam** setiap harinya

- ✓ Terdapat peningkatan signifikan dari jumlah responden yang menonton lebih dari **4 jam** di **akhir pekan**
- ✓ Temuan ini memperlihatkan bahwa menonton TV hanyalah **satu dari banyak pilihan** hiburan yang dikonsumsi responden setiap harinya

## Frekuensi Menonton TV Berdasarkan Hari

(n: 1,740)



# PROFIL MENONTON TV

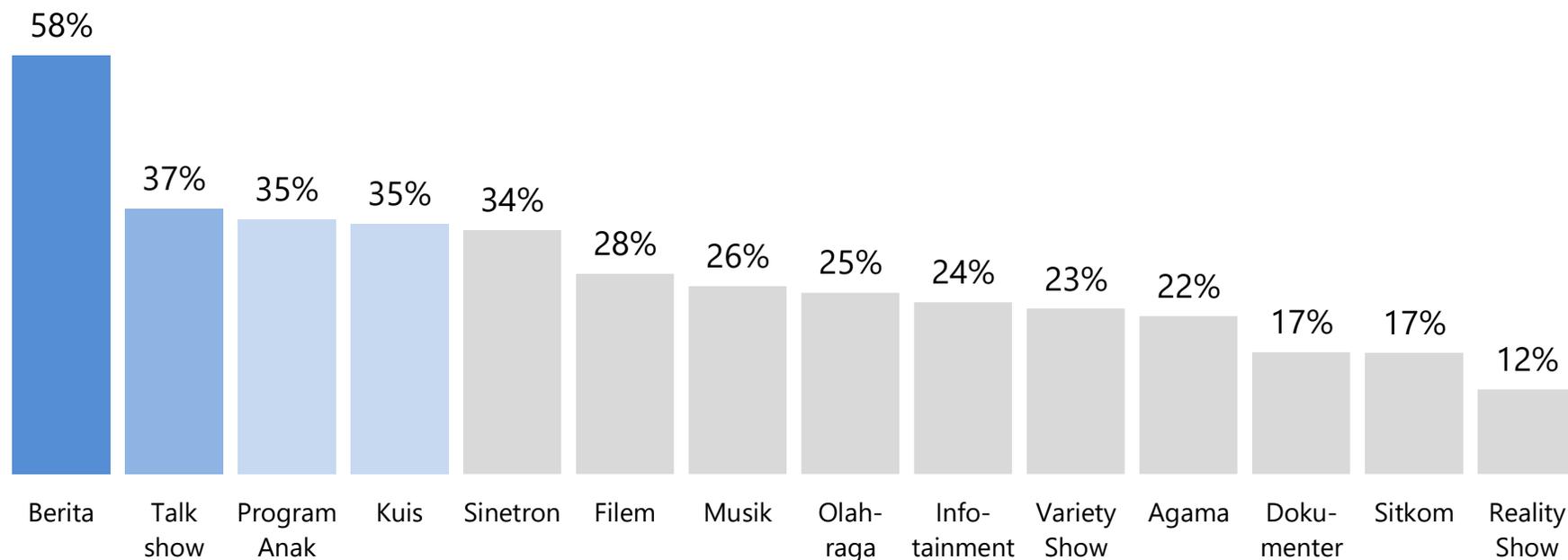
## JENIS ACARA POPULER

Acara **berita** merupakan yang paling banyak ditonton oleh responden dalam sebulan terakhir (April-Mei 2019), jauh di atas jenis acara lainnya

- ✓ Hal ini dapat dijelaskan, mengingat mayoritas responden tidak begitu banyak menghabiskan **waktu untuk menonton TV** setiap harinya
- ✓ Selain itu, momen **Pemilu 2019** kemungkinan besar juga **berkontribusi** bagi tingginya antusiasme responden untuk mengonsumsi acara berita

### Jenis acara TV yang Ditonton Sebulan Terakhir\*

(n: 1,740)



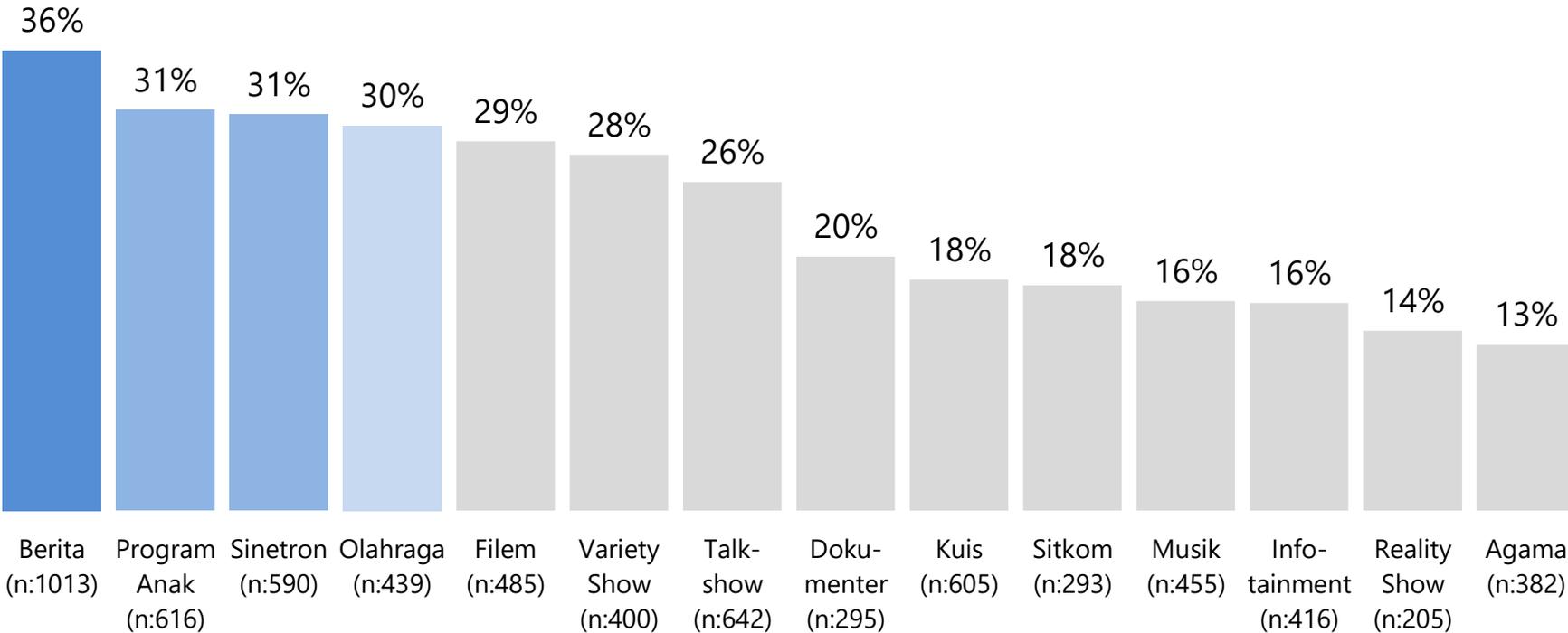
\*responden dapat memilih lebih dari satu jawaban

# PROFIL MENONTON TV INDEKS ACARA FAVORIT

Acara **berita** juga mendapatkan penerimaan yang sangat baik dengan **36%** dari **1,013 orang** yang menonton acara berita sebulan terakhir memilihnya sebagai acara favorit

- ✓ Sementara itu, jenis acara dengan penerimaan paling rendah adalah acara **keagamaan** dan **reality show**

Indeks Acara Favorit



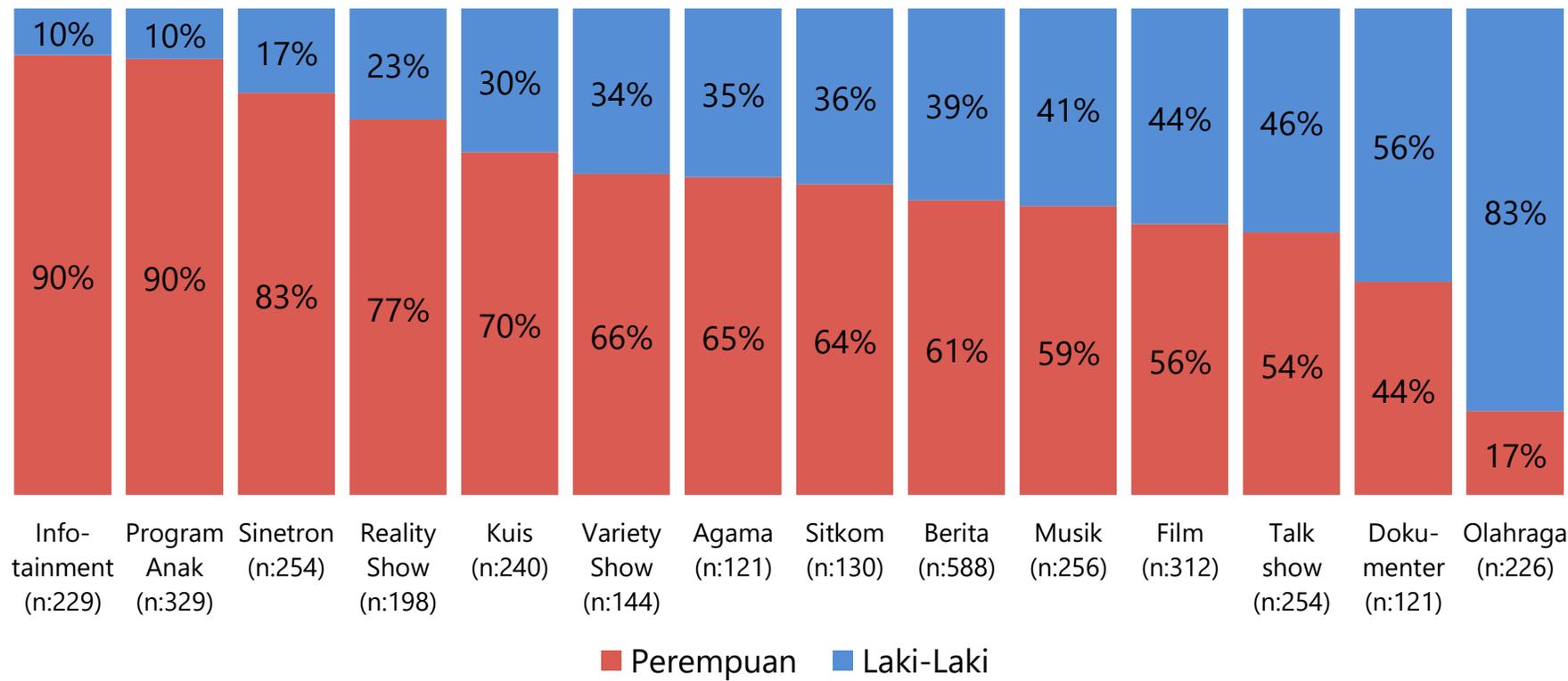
# PROFIL MENONTON TV

PREFERENSI JENIS ACARA  
DAN JENIS KELAMIN

Ketika dibandingkan dengan data **jenis kelamin**, terlihat bahwa acara TV di Indonesia masih mengalami **'genderisasi'**

- ✓ Acara yang paling digemari oleh responden **perempuan** adalah **infotainment**, **program anak** dan **sinetron**
- ✓ Sementara acara yang paling digemari oleh responden **laki-laki** adalah **olahraga** dan **dokumenter**
- ✓ Namun perlu dicatat bahwa data ini sangat dipengaruhi oleh kenyataan bahwa **mayoritas responden** survei ini adalah **perempuan**

**Jenis Acara Favorit dan Jenis Kelamin**

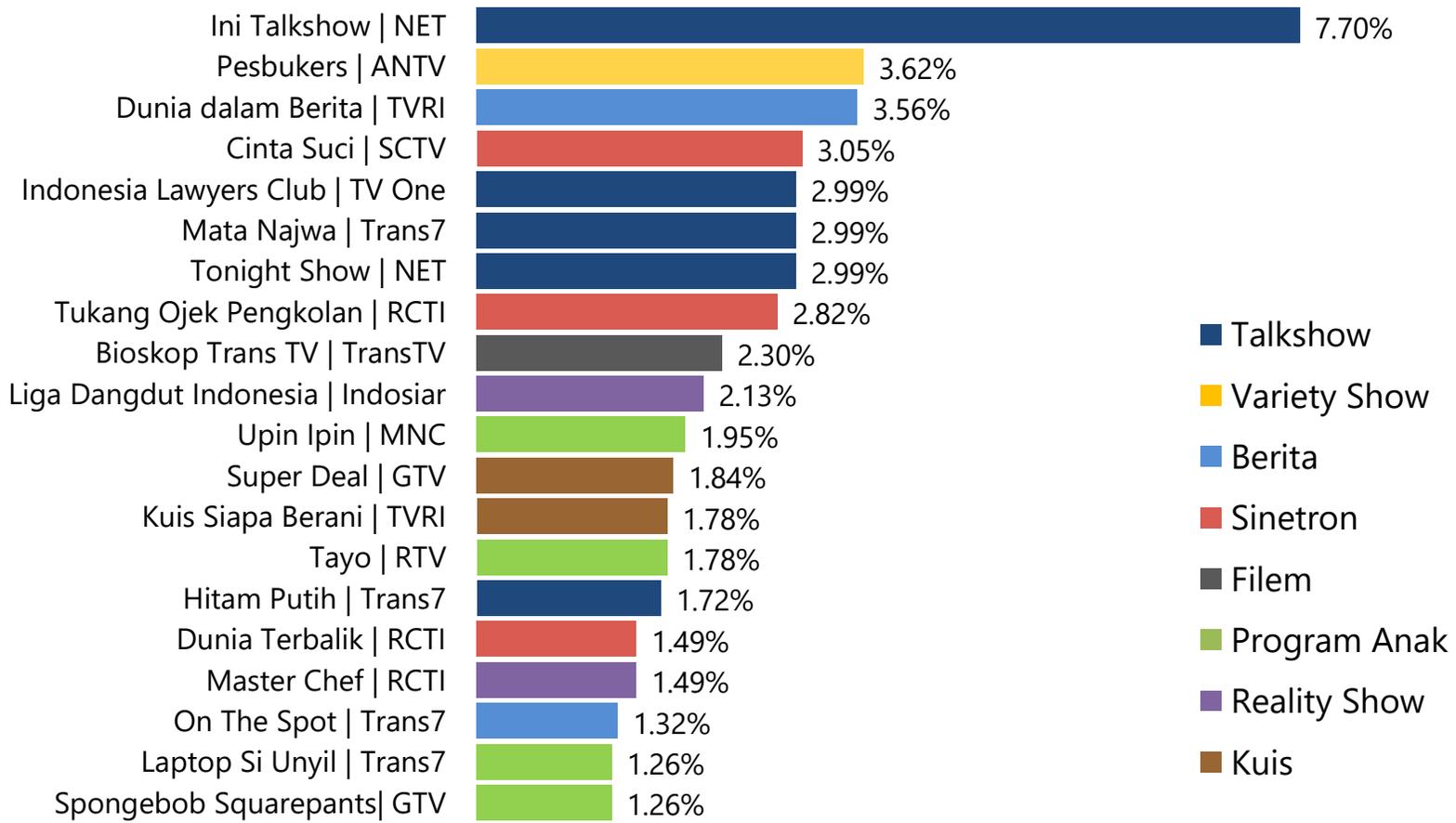


# PROFIL MENONTON TV TOP 20 ACARA TV FAVORIT

Namun ketika ditanya **acara favorit** mereka secara **spesifik**, mayoritas responden menyebutkan acara dengan genre **talkshow**

- ✓ Hal ini mengindikasikan bahwa responden cenderung **menonton segala jenis acara berita** tanpa terikat dengan salah satunya

**Top 20 Acara TV Favorit**  
(n: 1,740)



# PROFIL MENONTON TV

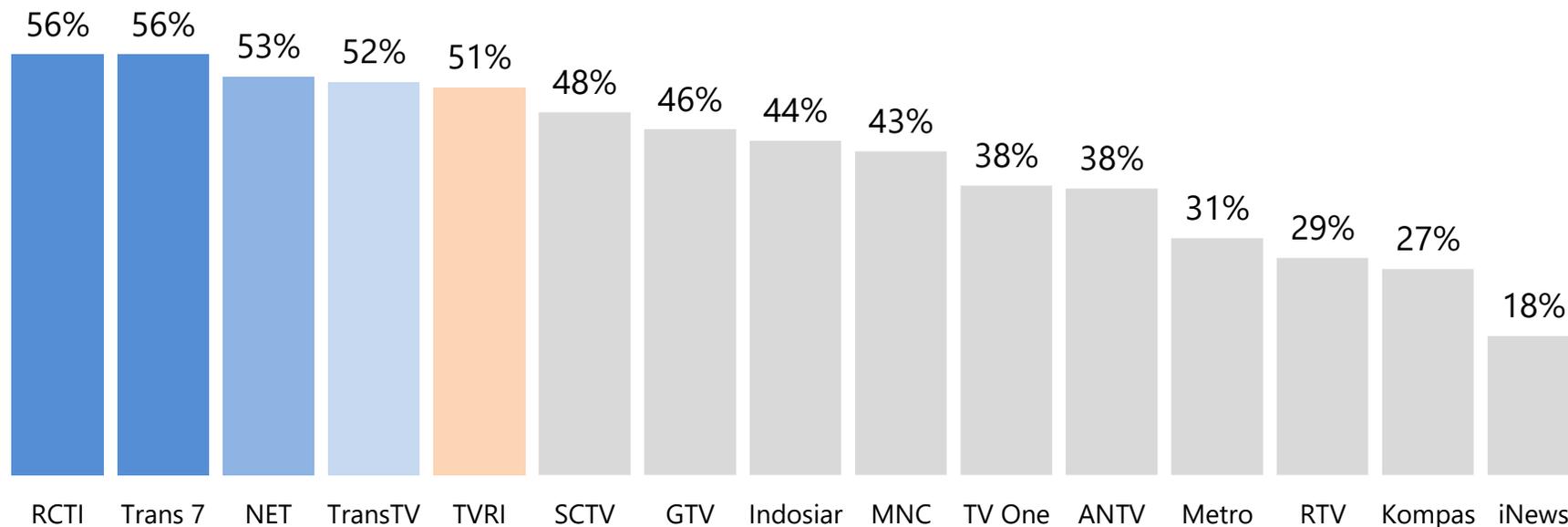
CHANNEL TV POPULER

**RCTI dan Trans 7** merupakan channel TV yang paling banyak ditonton oleh responden dalam sebulan terakhir (April-Mei 2019)

- ✓ **NET TV** yang tahun lalu menjadi channel paling banyak ditonton kali ini berada di posisi ketiga, disusul oleh **Trans TV** dan **TVRI**
- ✓ Momen **bulan Ramadhan** kemungkinan **berkontribusi** bagi tingginya responden yang menonton TVRI untuk menunggu **adzan maghrib**

## Channel TV yang Ditonton Sebulan Terakhir\*

(n: 1,740)



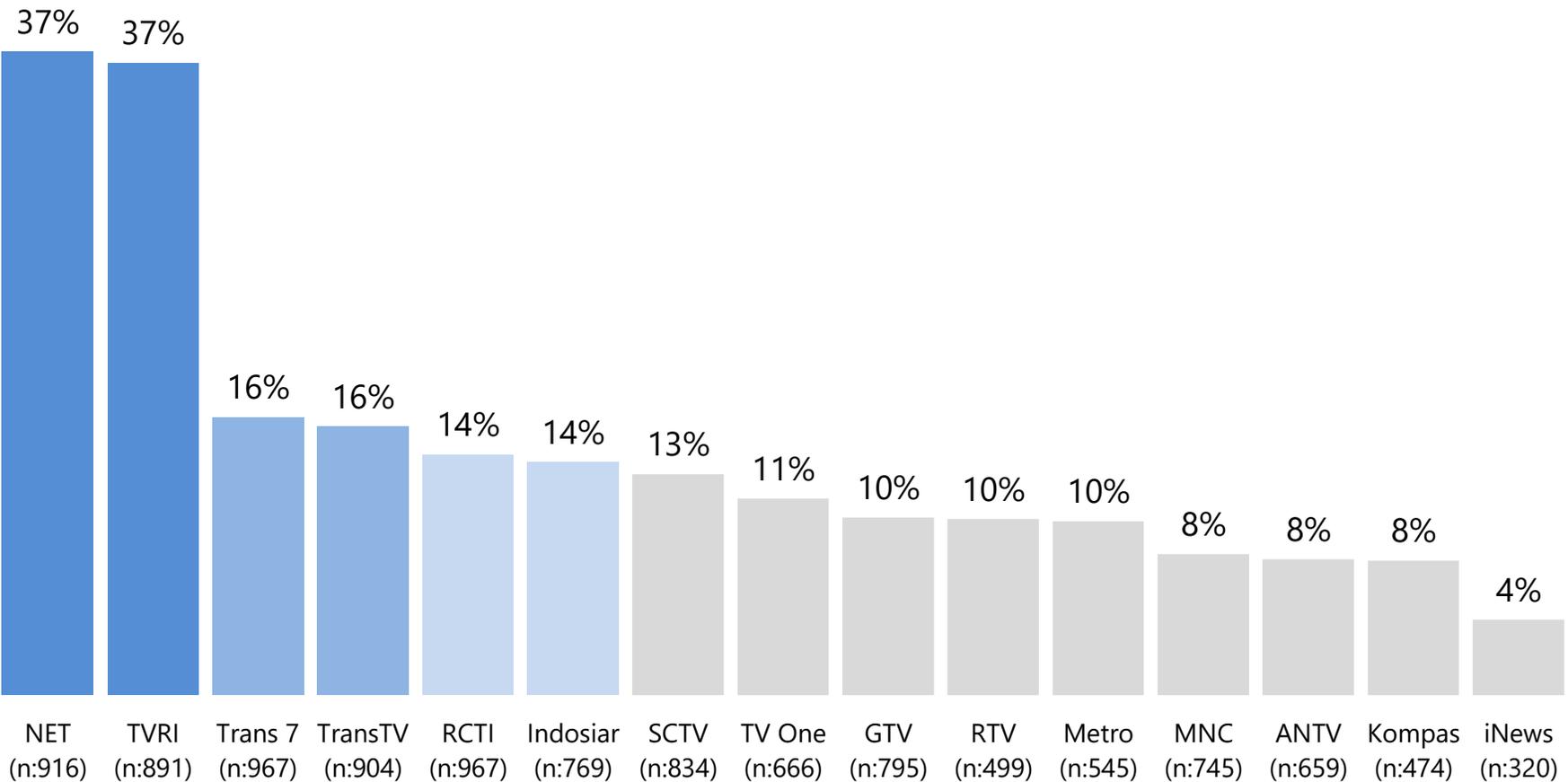
\*responden dapat memilih lebih dari satu jawaban

# PROFIL MENONTON TV INDEKS CHANNEL FAVORIT

Namun dari segi penerimaan, 37% responden yang menonton **NET TV** dan **TVRI** dalam sebulan terakhir memilih keduanya sebagai channel favorit

- ✓ Hal ini menunjukkan bahwa NET TV dan TVRI memiliki **potensi loyalitas penonton** yang jauh lebih tinggi dibandingkan stasiun televisi lainnya

Indeks Channel Favorit



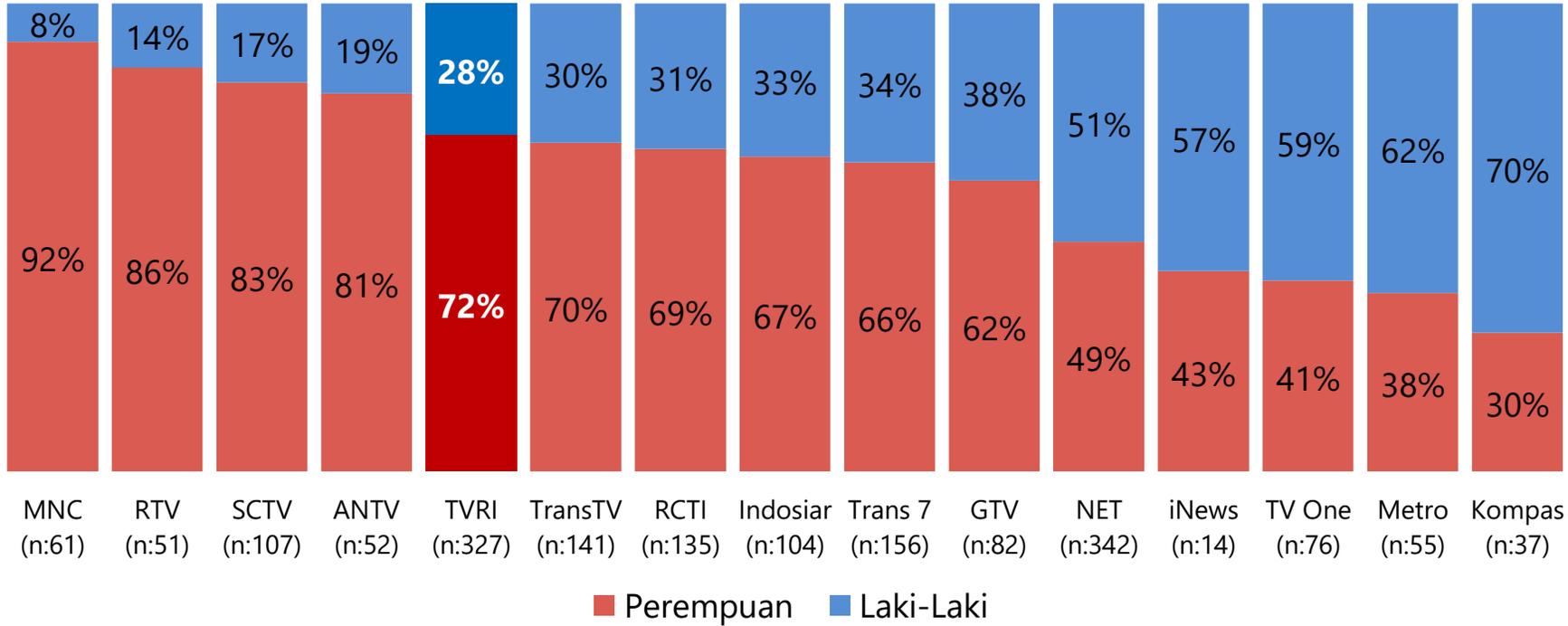
# PROFIL MENONTON TV

PREFERENSI CHANNEL TV  
DAN JENIS KELAMIN

## Sama halnya seperti acara TV, terdapat indikasi bahwa channel TV di Indonesia telah mengalami 'genderisasi'

- ✓ Channel yang paling digemari oleh responden perempuan adalah **MNC TV** dan **RTV** (program anak) serta **SCTV** (sinetron)
- ✓ Sementara itu, channel yang paling digemari oleh responden laki-laki adalah **Kompas TV**, **Metro TV** dan **TV One** (berita dan talkshow)
- ✓ Namun perlu dicatat bahwa data ini sangat dipengaruhi oleh kenyataan bahwa mayoritas responden survei ini adalah perempuan

**Channel TV Favorit dan Jenis Kelamin**  
(n: 1,740)



# PERSEPSI TVRI

---

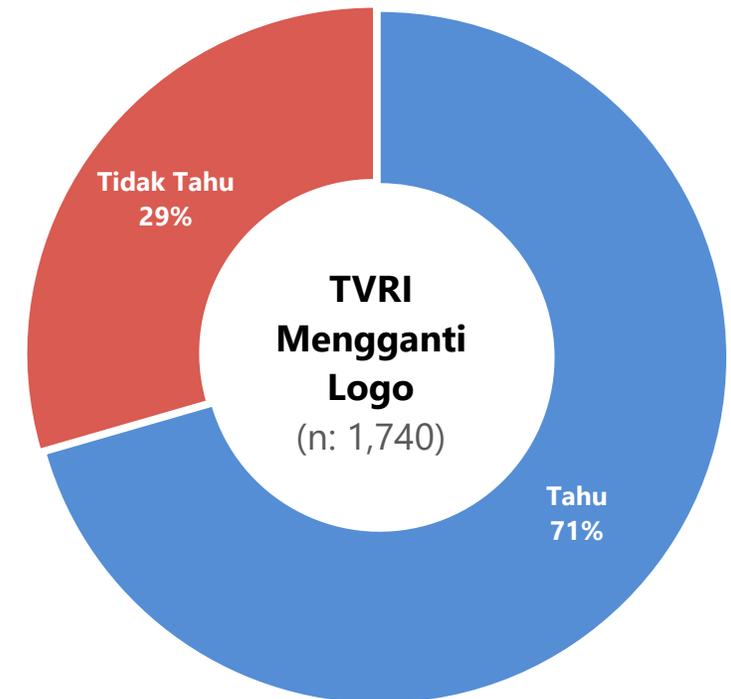
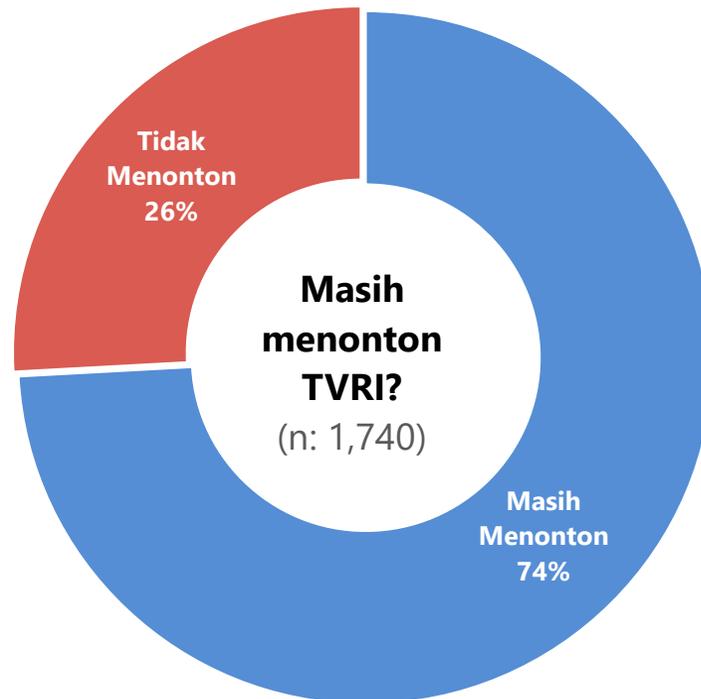
Persepsi dan masukan dari responden  
terhadap TVRI

# PERSEPSI TVRI

AWARENESS  
TERHADAP TVRI

Sebanyak **74%** responden masih **menonton TVRI** dalam sebulan terakhir (April-Mei 2019)

- ✓ Jumlah **responden yang mengetahui rebranding TVRI** juga **berkorelasi positif** dengan jumlah responden yang masih menonton dalam sebulan terakhir



# PERSEPSI TVRI ASOSIASI TVRI

Secara umum, TVRI masih erat terasosiasi dengan **televisi berita**

- ✓ Namun demikian, mayoritas impresi terhadap TVRI bersifat **positif**, seperti **nasionalis**, **mendidik** dan **terpercaya**
- ✓ Kata kunci '**jadul**' masih disematkan oleh responden, namun kata kunci '**monoton**' sudah **tidak lagi** mendominasi
- ✓ Hal ini menyiratkan **apresiasi** terhadap **variasi konten** yang ditawarkan TVRI hari ini

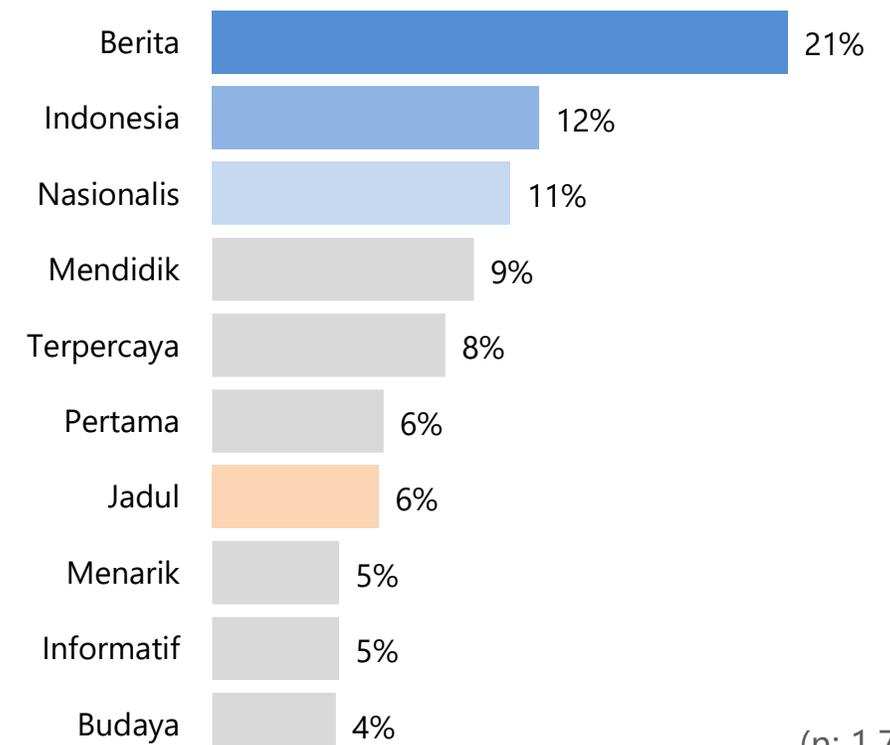
## Top Words



## Top Phrases



## Top Impression



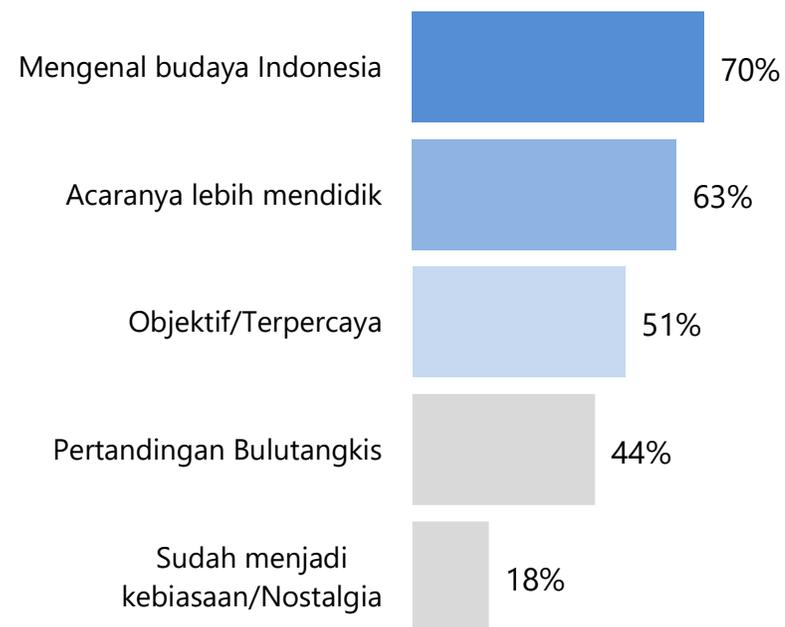
(n: 1,740)

# PERSEPSI TVRI RESPON PENONTON TVRI

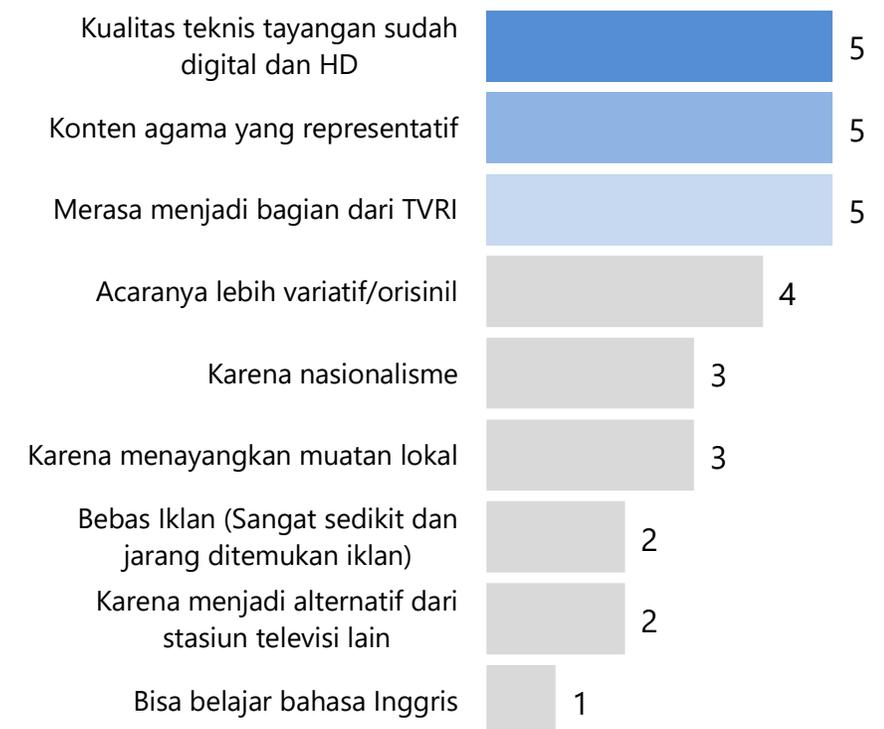
Responden umumnya menonton TVRI karena **mengapresiasi konten budayanya** yang dianggap **lebih mendidik** dari channel TV lain

- ✓ **Sedikitnya** responden yang menonton TVRI karena 'nostalgia' menyiratkan besarnya **apresiasi yang sungguh-sungguh** dari responden terhadap TVRI
- ✓ Selain itu, beberapa responden juga mengapresiasi **kualitas tayangan** yang sudah **digital** dan **HD**

**Alasan menyukai TVRI\***  
*aided response*  
(n: 1,290)



**Alasan menyukai TVRI**  
*unaided response*



\*responden dapat memilih lebih dari satu jawaban

# PERSEPSI TVRI

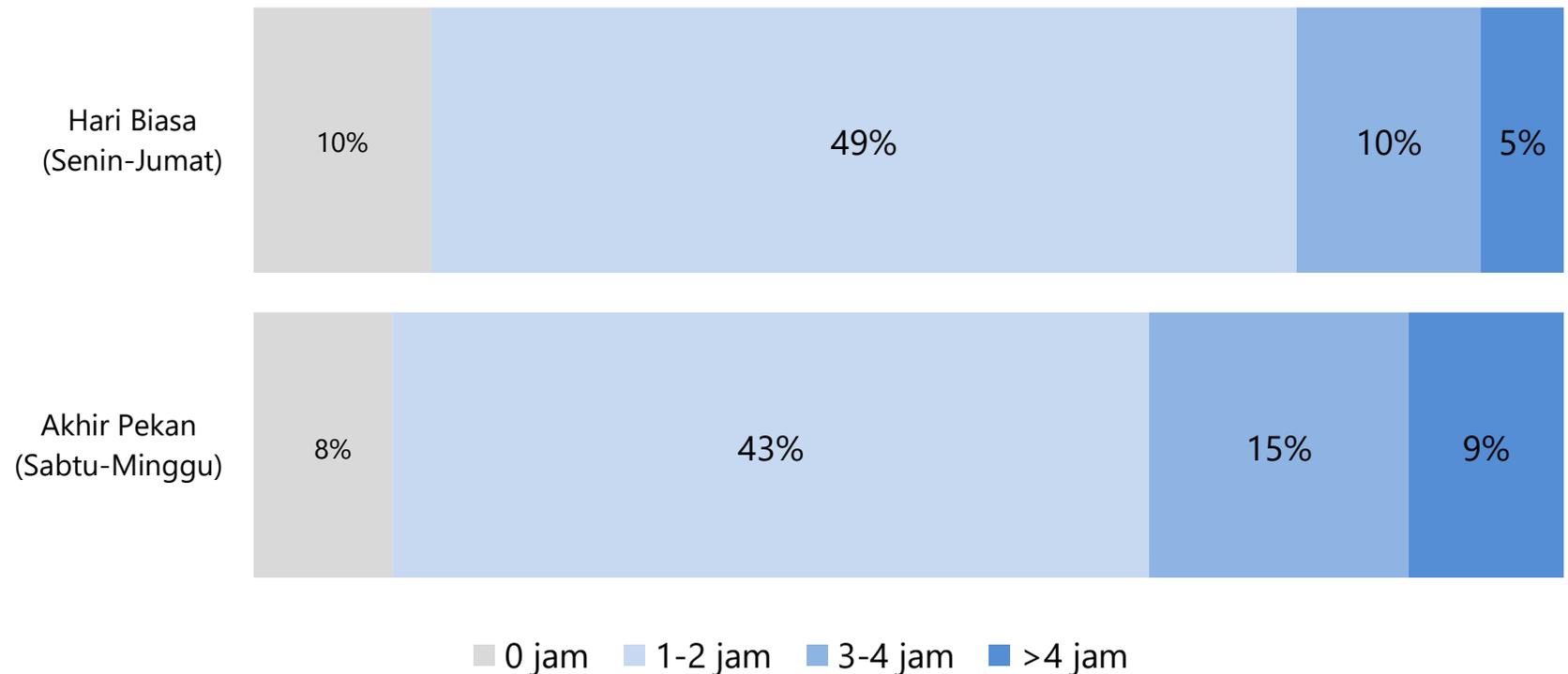
## FREKUENSI MENONTON TVRI

**Sayangnya, mayoritas responden tidak menonton TVRI lebih dari 2 jam**

- ✓ Hal ini berarti kebanyakan responden hanya memutar TVRI untuk menonton **satu acara spesifik**
- ✓ Kemudian tingginya prevalensi responden yang menonton TVRI sebanyak **0 jam** mengindikasikan bahwa mereka tidak menonton TVRI secara **rutin**

### Frekuensi Menonton TVRI Berdasarkan Hari

(n: 1,290)



# PERSEPSI TVRI

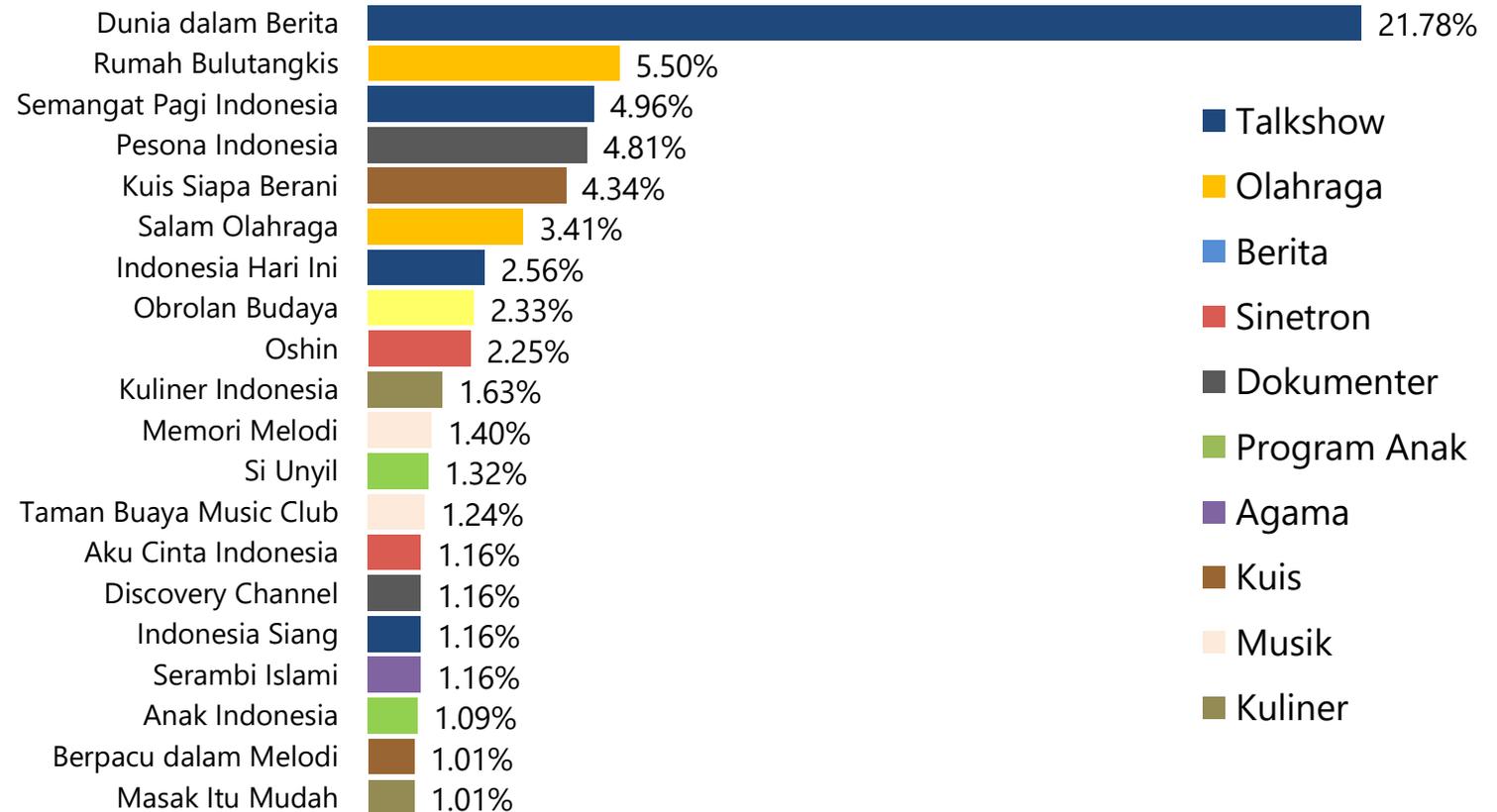
## PREFERENSI ACARA TVRI

**Dunia dalam Berita** merupakan acara yang paling banyak disebutkan oleh responden sebagai acara TVRI favorit

- ✓ Dapat diasumsikan bahwa **popularitas** acara “Dunia dalam Berita” merupakan faktor yang menyebabkan **asosiasi** TVRI sebagai **TV berita**
- ✓ Menariknya, sejumlah responden menyebutkan **acara-acara ikonik** TVRI yang **sudah tidak ditayangkan** lagi, seperti Si Unyil, A.C.I. dan Berpacu dalam Melodi

### Top 20 Acara TVRI Favorit

(n: 1,290)

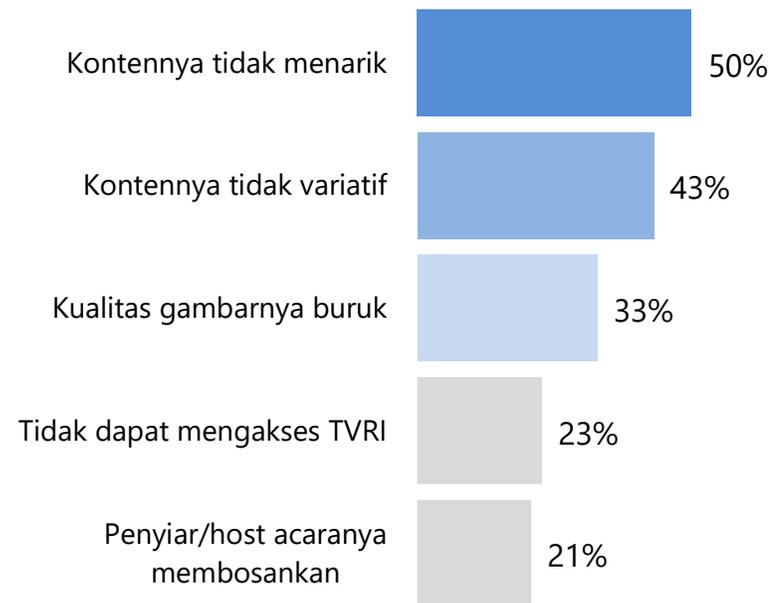


# PERSEPSI TVRI RESPON NON-PENONTON

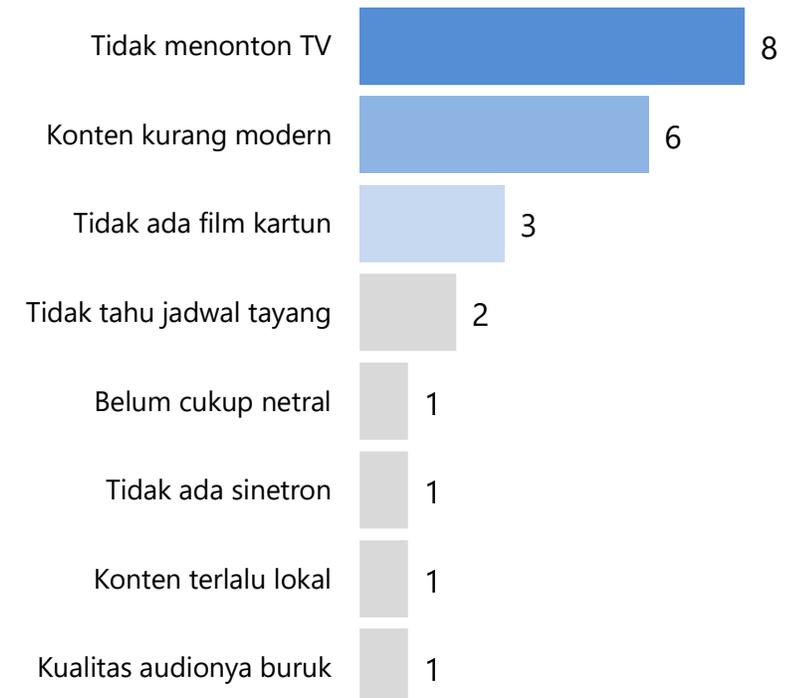
## Responden yang tidak menonton TVRI umumnya menganggap konten TVRI **tidak menarik** dan **tidak variatif**

- ✓ Dapat diasumsikan bahwa mereka menganggap konten yang “**mendidik**” bukan **sesuatu yang menarik** dan bahwa mereka **belum mengamati perubahan** yang terjadi pada variasi konten TVRI

**Alasan Tidak Menonton TVRI\***  
*aided response*  
(n: 450)



**Alasan Tidak Menonton TVRI**  
*unaided response*



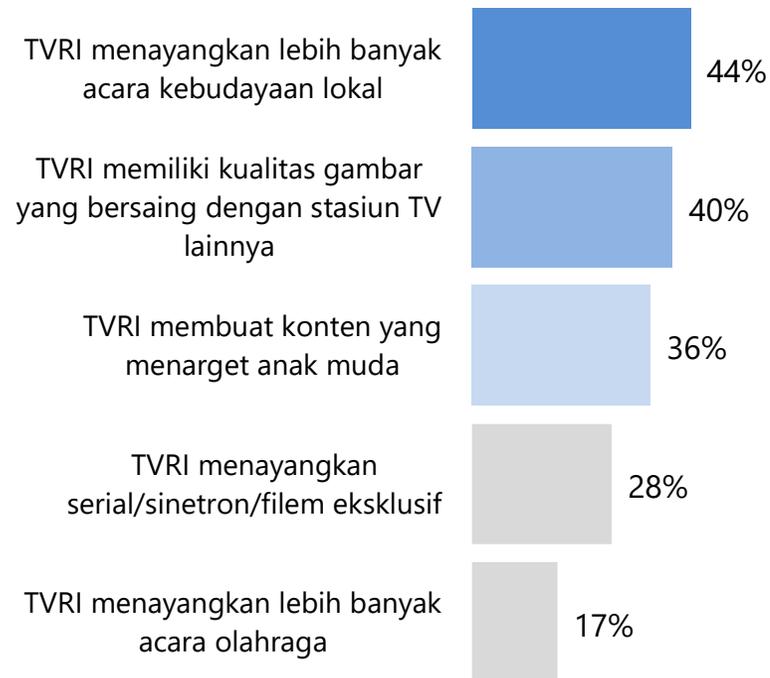
\*responden dapat memilih lebih dari satu jawaban

# PERSEPSI TVRI NON-PENONTON

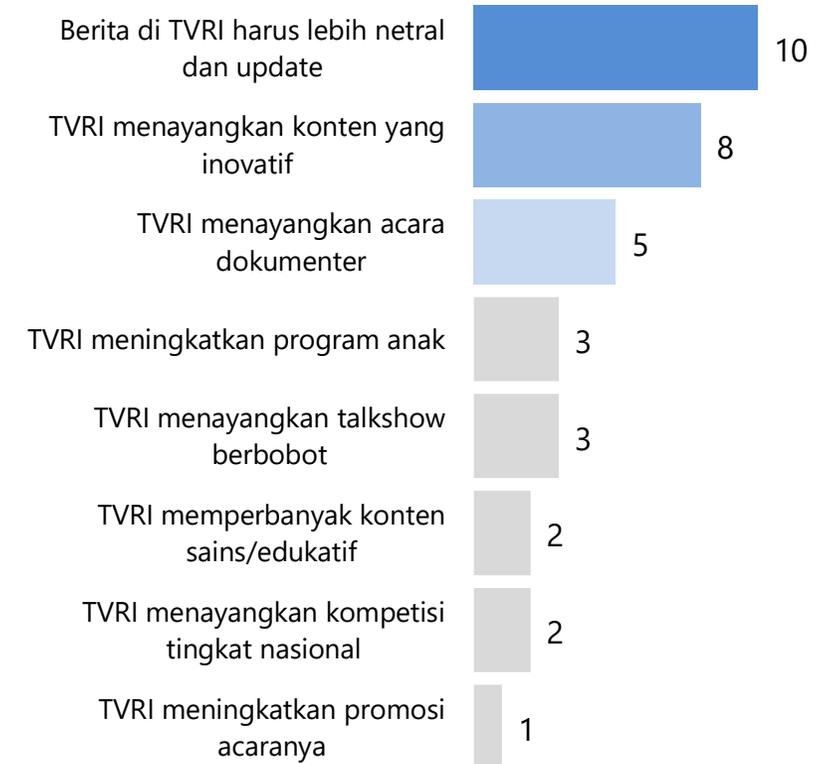
## Konten **budaya lokal** dan **kualitas gambar** yang lebih baik merupakan dua permintaan utama yang diinginkan dari non-penonton TVRI

- ✓ Kedua hal di atas sesungguhnya **sudah dimiliki TVRI**, sehingga penting bagi TVRI untuk **mempromosikan** kepada non-penonton bahwa TVRI sudah menyediakan apa yang mereka inginkan

### Agar Mau Menonton\* *aided response* (n: 450)



### Agar Mau Menonton *unaided response*



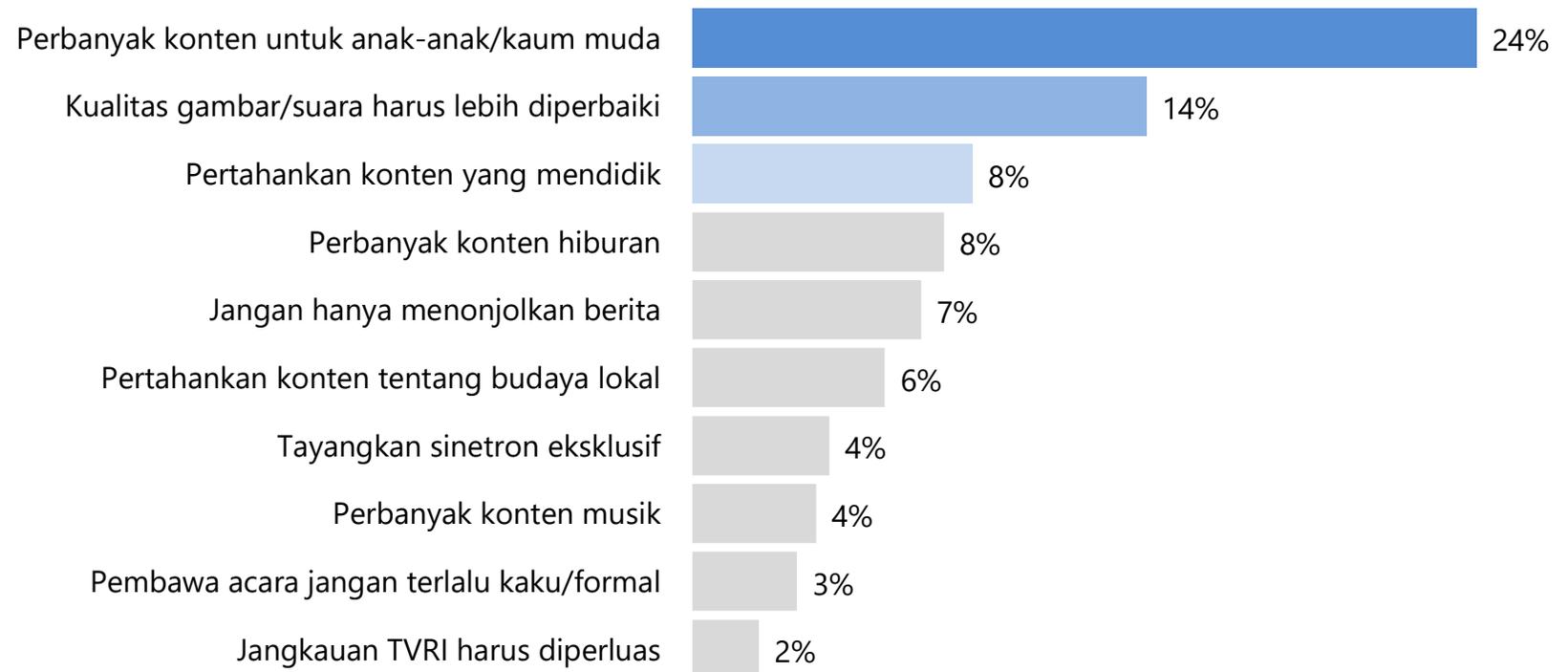
\*responden dapat memilih lebih dari satu jawaban

# PERSEPSI TVRI REKOMENDASI

## Secara umum, responden merekomendasikan agar TVRI **menyusul ketinggalannya** dari channel TV lain

- ✓ Terkait hal ini, responden mengusulkan agar TVRI memperbanyak konten yang menarget **anak-anak/kaum muda**, memperbaiki **kualitas teknis** dan menambah **konten hiburan**
- ✓ Akan tetapi, sebagian responden juga ingin agar TVRI tetap **mempertahankan** ciri khas-nya, yakni **konten yang mendidik** dan **berbudaya**

### Rekomendasi untuk TVRI (n: 1,740)



# ACARA UNGGULAN

---

Persepsi responden terhadap acara-acara unggulan  
TVRI Pusat, NTB, Sumut dan Kalteng

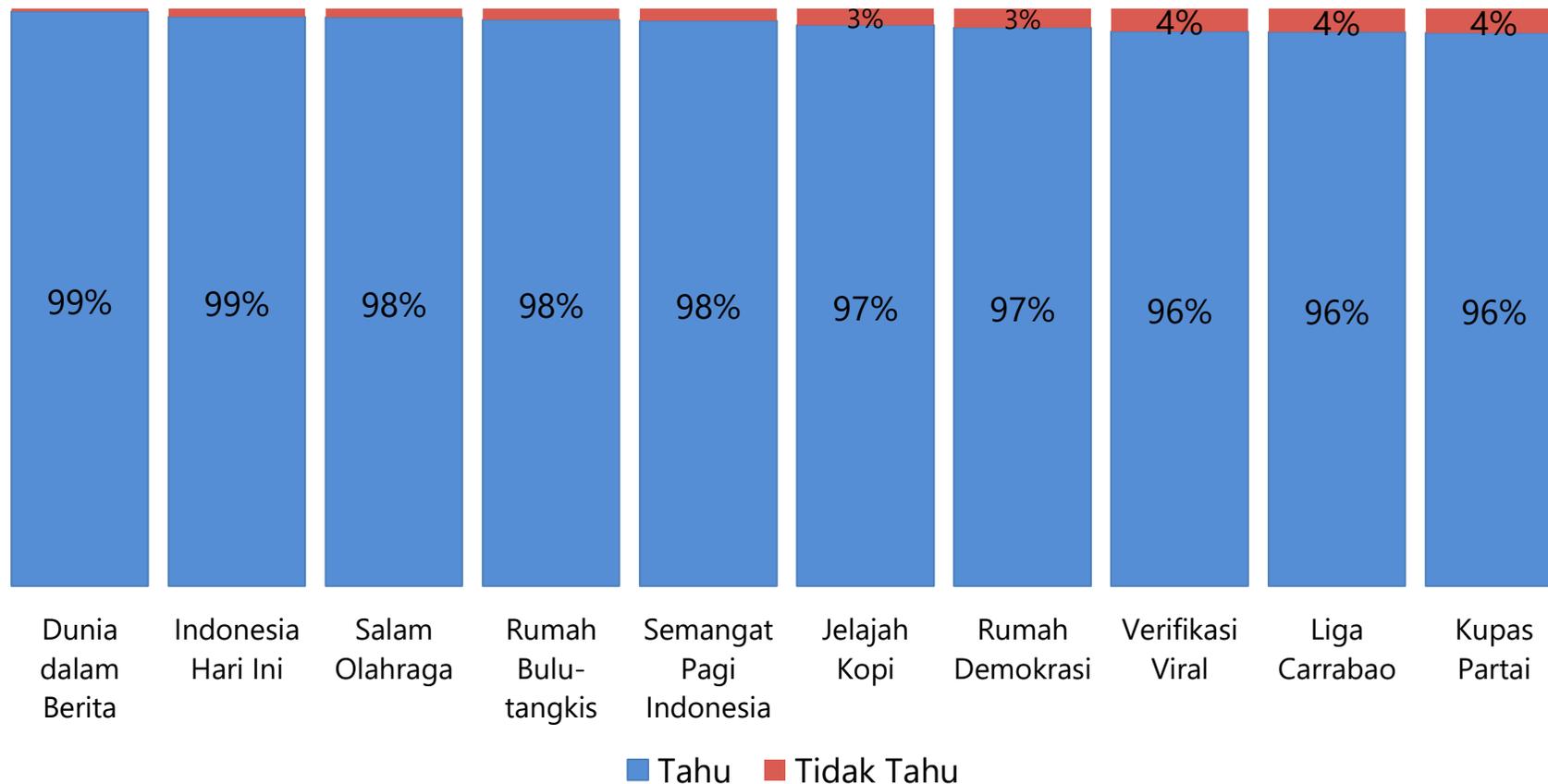
# ACARA UNGGULAN TVRI NASIONAL

Untuk TVRI Nasional, program “**Dunia dalam Berita**” merupakan yang paling dikenal

- ✓ Program TVRI Nasional yang **kurang begitu dikenal** adalah konten yang bersifat baru seperti “**Kupas Partai**” dan “**Verifikasi Viral**”

## Awareness terhadap Acara Unggulan TVRI Nasional

(n: 1,290)



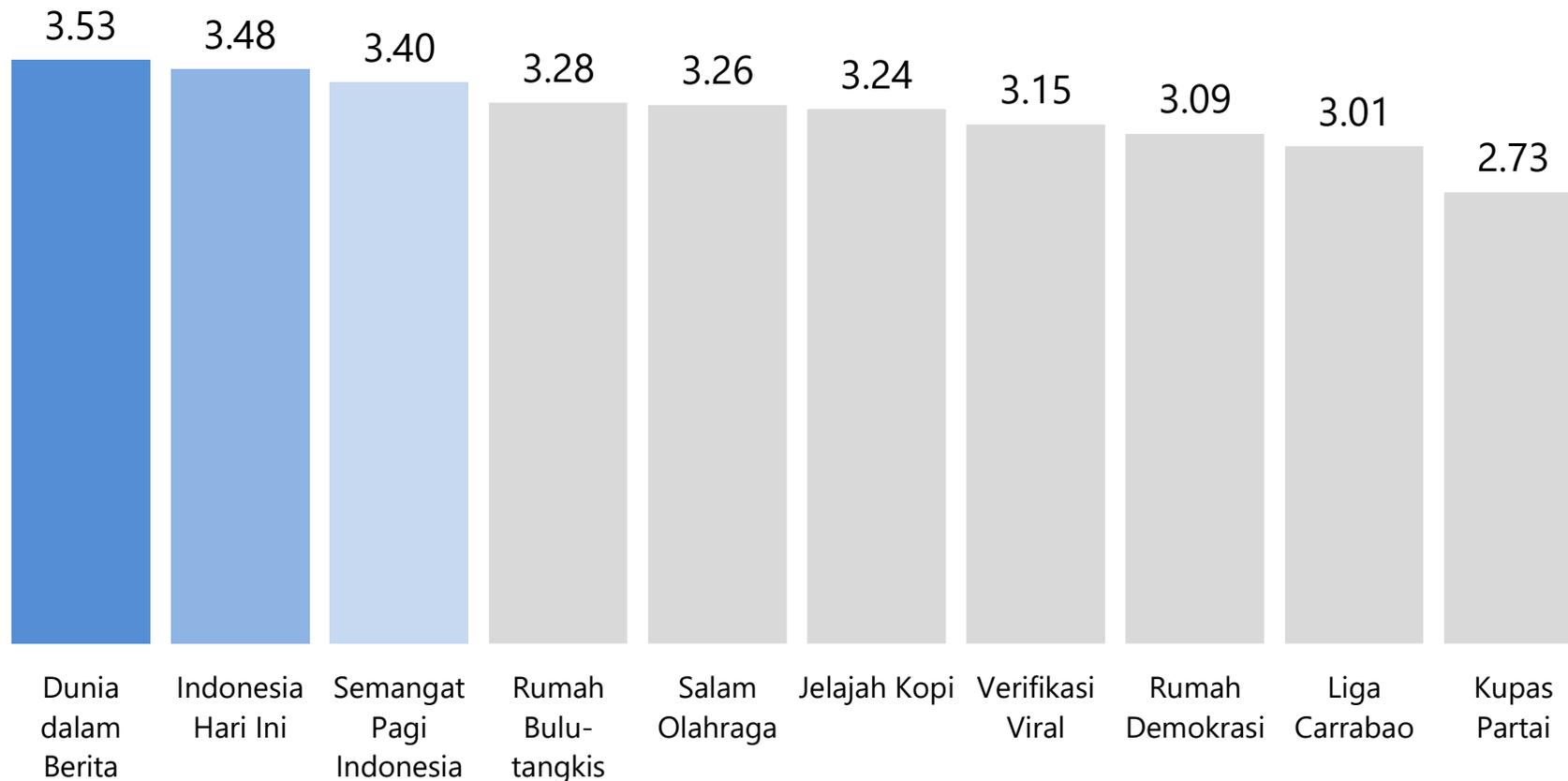
# ACARA UNGGULAN TVRI NASIONAL

Tiga program TVRI Nasional dengan skor tertinggi adalah **program berita**

- ✓ Sementara program dengan skor terendah adalah Liga "**Carabao**" dan Talkshow "**Kupas Partai**"

## Skor Acara Unggulan TVRI Nasional

(n: 1,290)

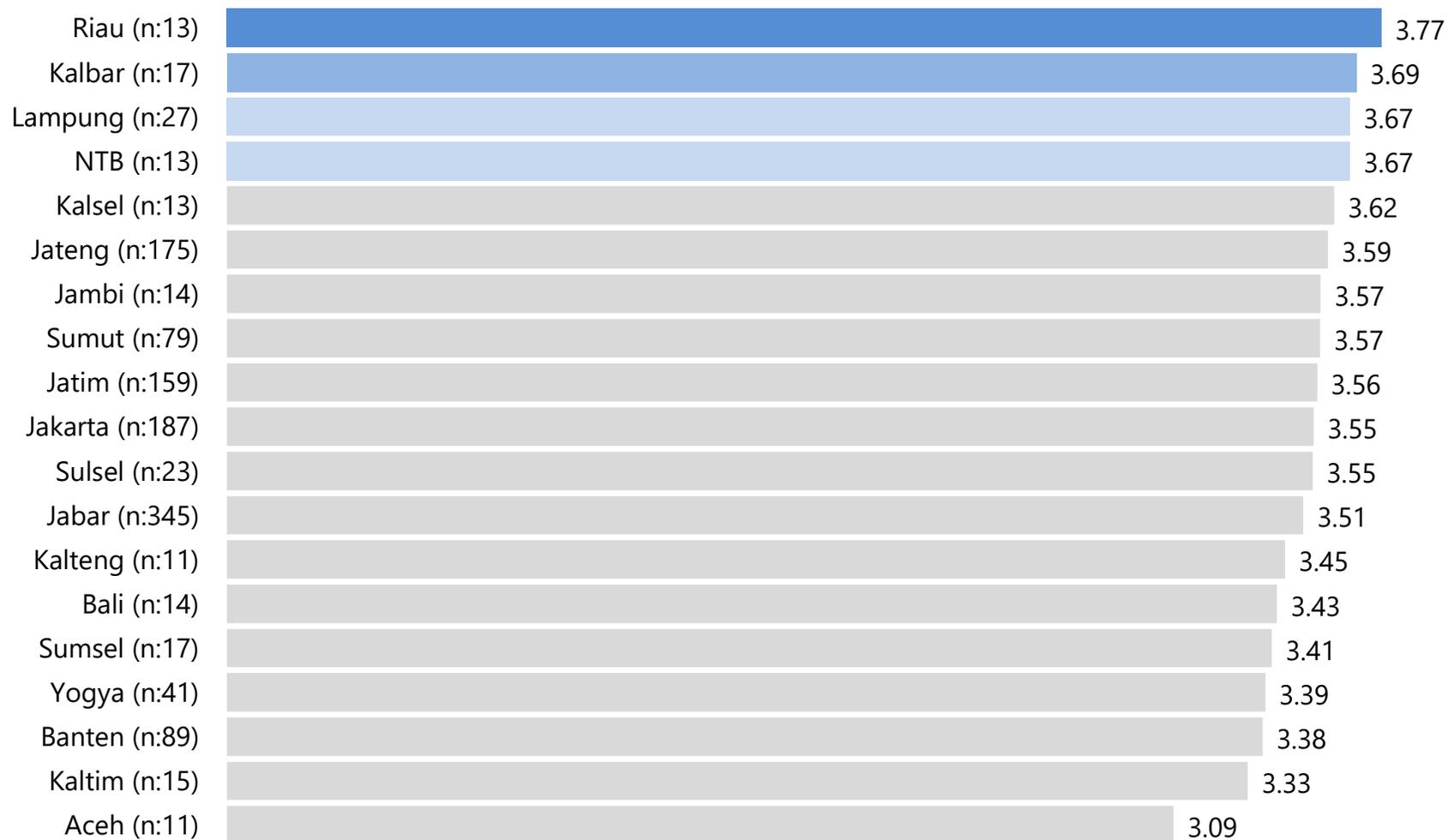


# ACARA UNGGULAN TVRI NASIONAL

## “Dunia Dalam Berita” paling disukai oleh responden asal **Riau** dan **Kalimantan Barat**

✓ Skor terendah untuk acara ini diberikan oleh responden asal **Aceh**

### Skor Acara “Dunia Dalam Berita” Per Daerah

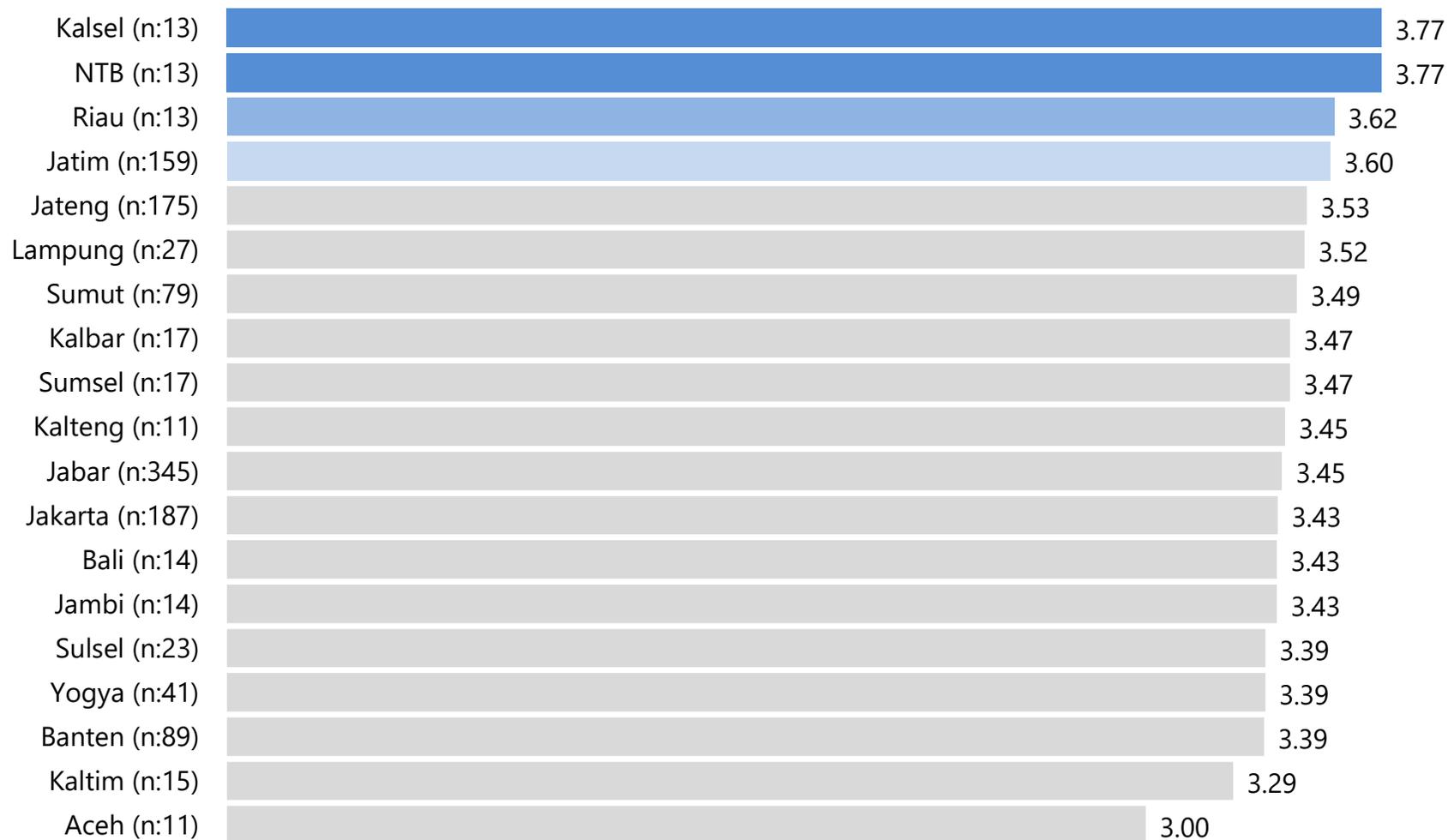


# ACARA UNGGULAN TVRI NASIONAL

## “Indonesia Hari ini” paling disukai oleh responden asal **Kalimantan Selatan, Nusa Tenggara Barat dan Riau**

✓ Skor terendah untuk acara ini diberikan oleh responden asal **Aceh**

### Skor Acara “Indonesia Hari Ini” Per Daerah

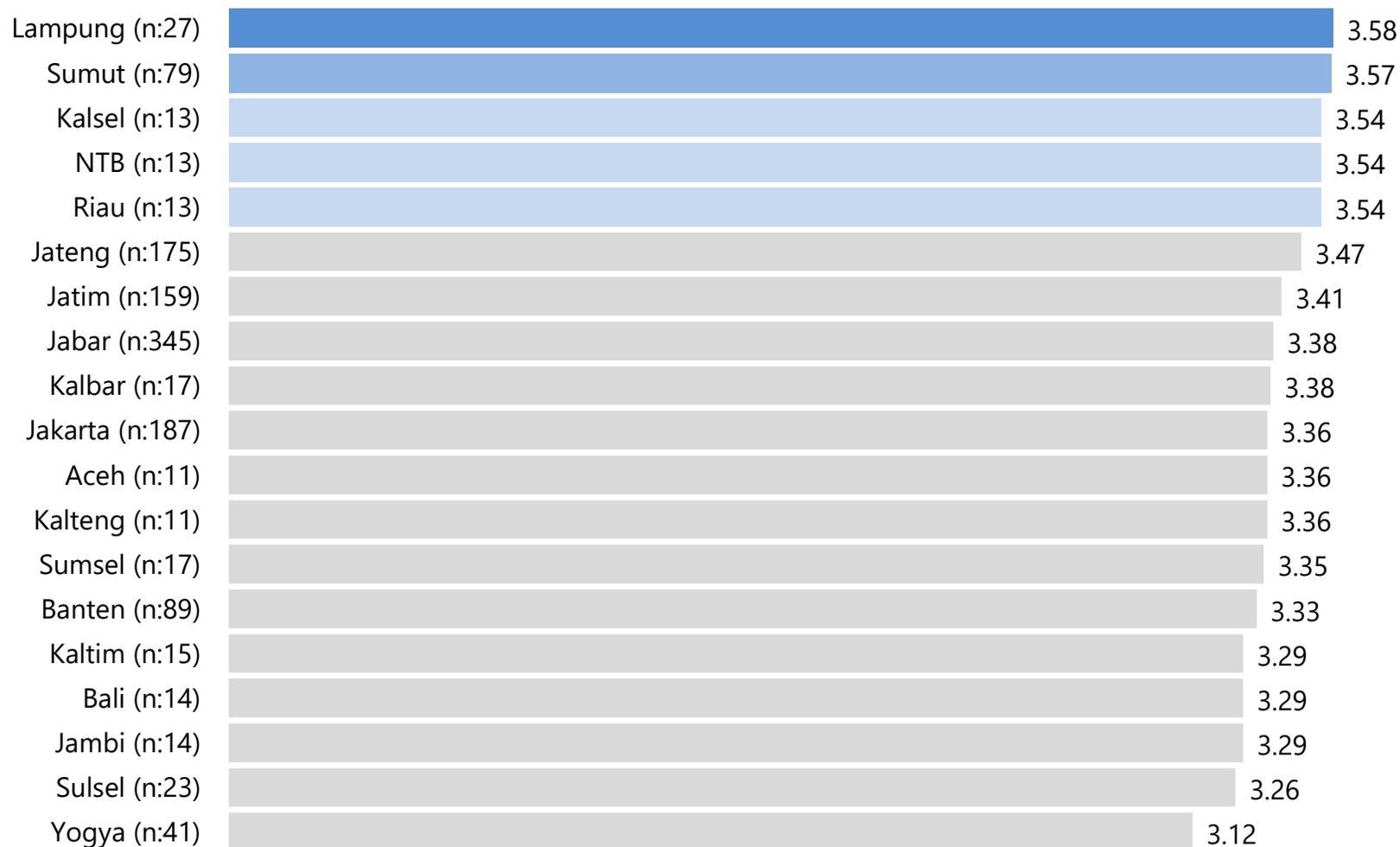


# ACARA UNGGULAN TVRI NASIONAL

## “Semangat Pagi Indonesia” paling disukai oleh responden asal Lampung dan Sumatera Utara

✓ Skor terendah untuk acara ini diberikan oleh responden asal Yogyakarta

### Skor Acara “Semangat Pagi Indonesia” Per Daerah

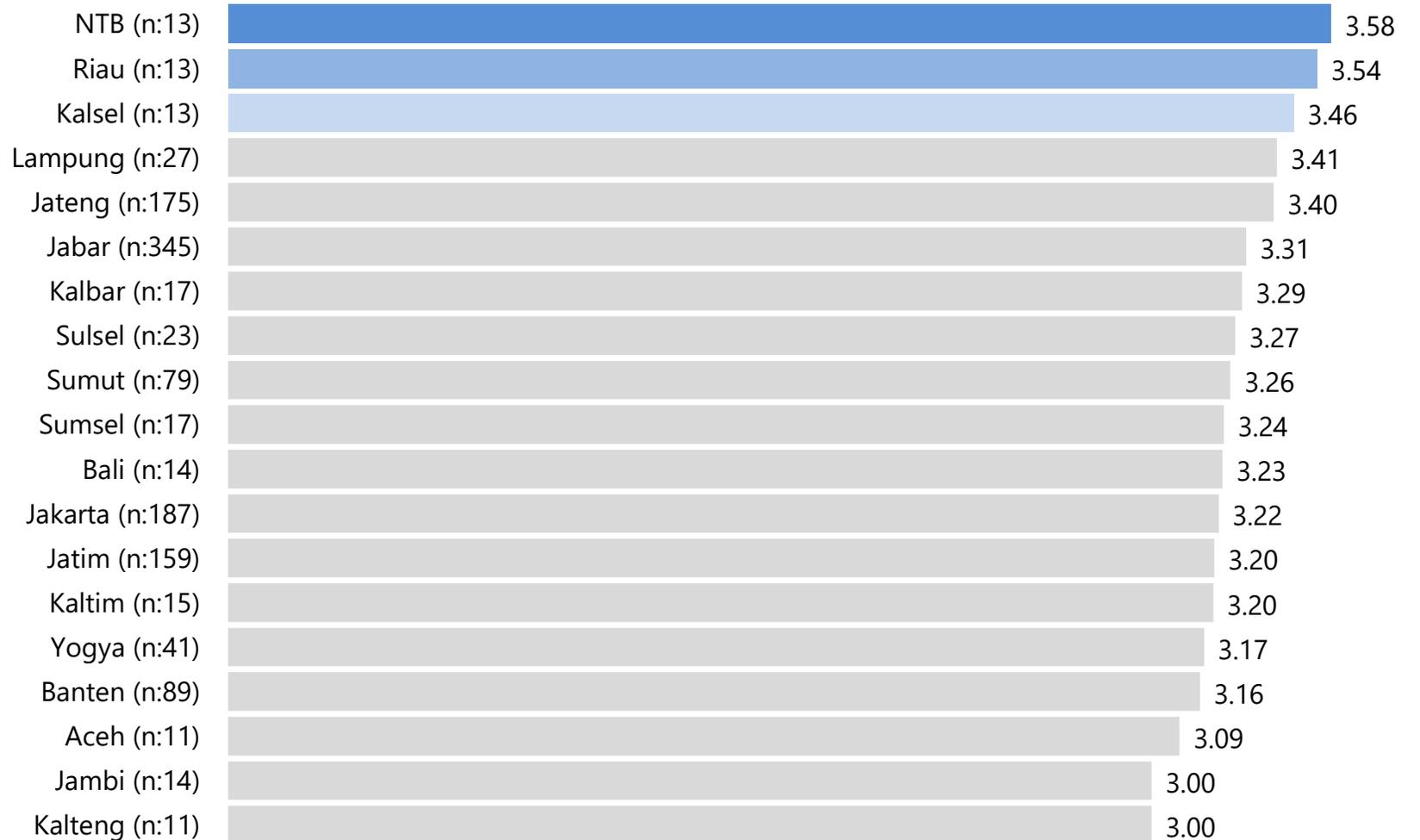


ACARA  
UNGGULAN  
TVRI NASIONAL

“Rumah Bulutangkis” paling disukai oleh responden asal NTB dan Riau

- ✓ Skor terendah untuk acara ini diberikan oleh responden asal Kalimantan Tengah dan Jambi

Skor Acara “Rumah Bulutangkis” Per Daerah

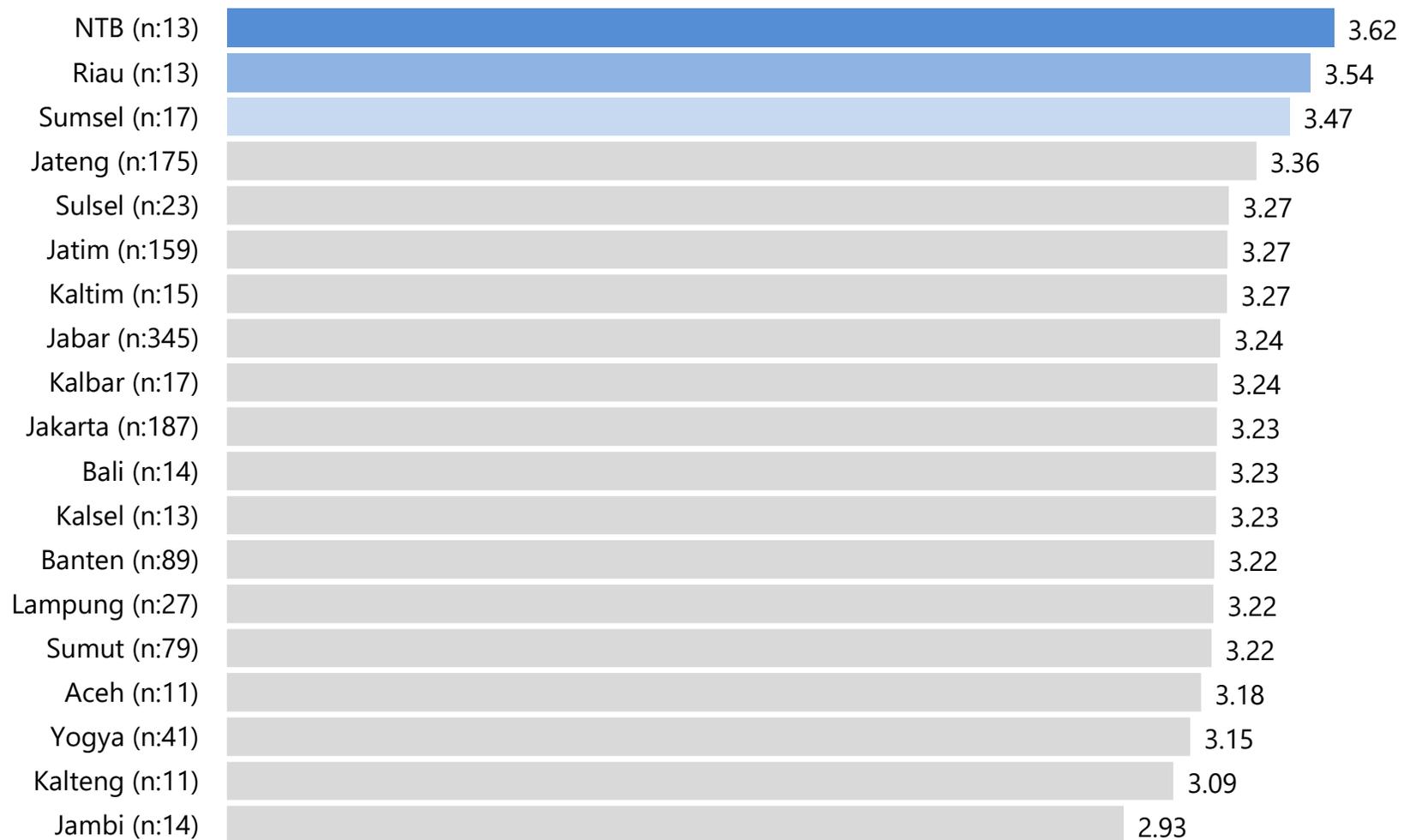


# ACARA UNGGULAN TVRI NASIONAL

“Salam Olahraga” paling disukai oleh responden asal **Nusa Tenggara Barat** dan **Riau**

✓ Skor terendah untuk acara ini diberikan oleh responden asal **Jambi**

## Skor Acara “Salam Olahraga” Per Daerah

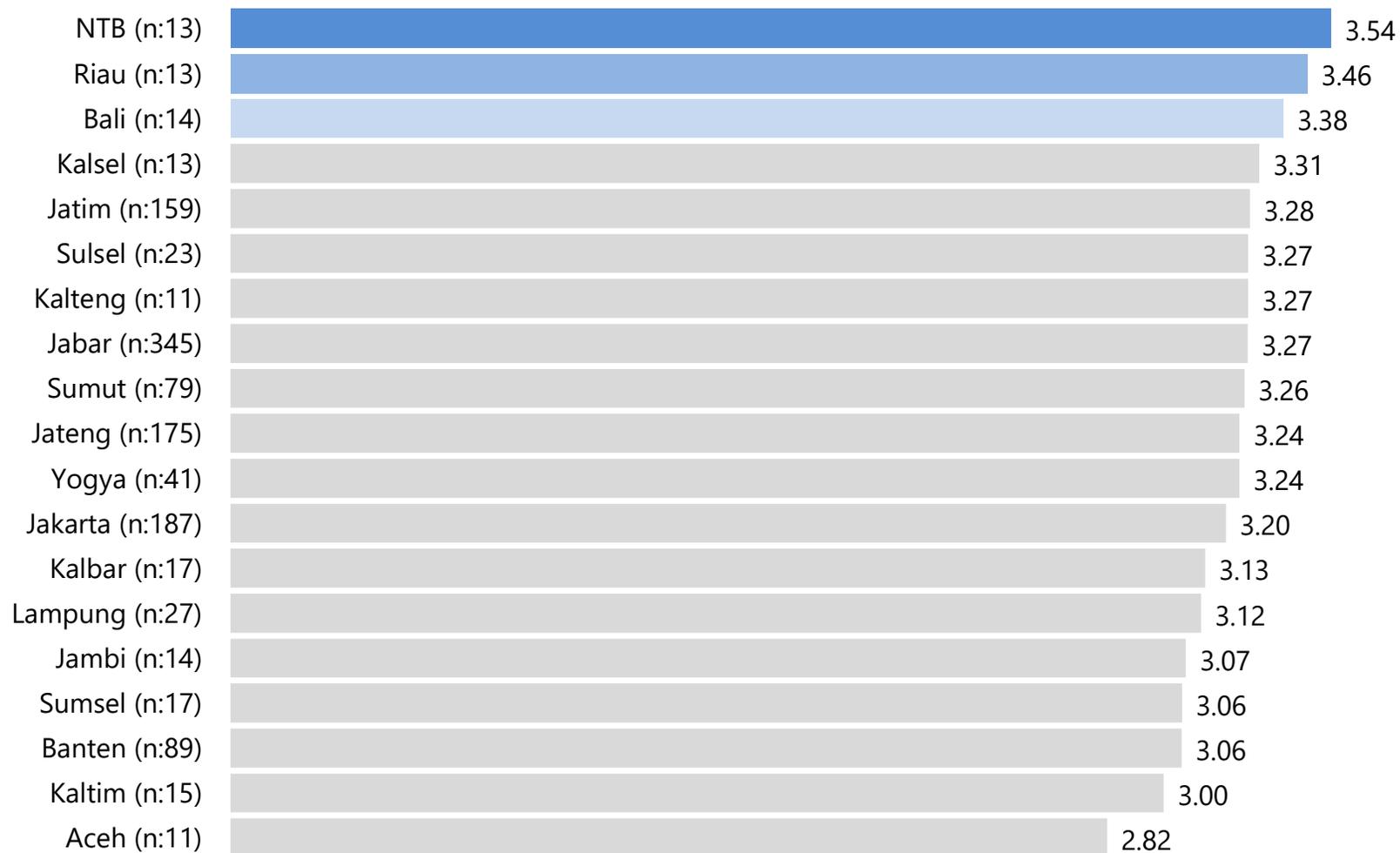


# ACARA UNGGULAN TVRI NASIONAL

## “Jelajah Kopi” paling disukai oleh responden asal **Nusa Tenggara Barat** dan **Riau**

- ✓ Skor terendah untuk acara ini diberikan oleh responden asal **Aceh** (daerah penghasil kopi)

### Skor Acara “Jelajah Kopi” Per Daerah

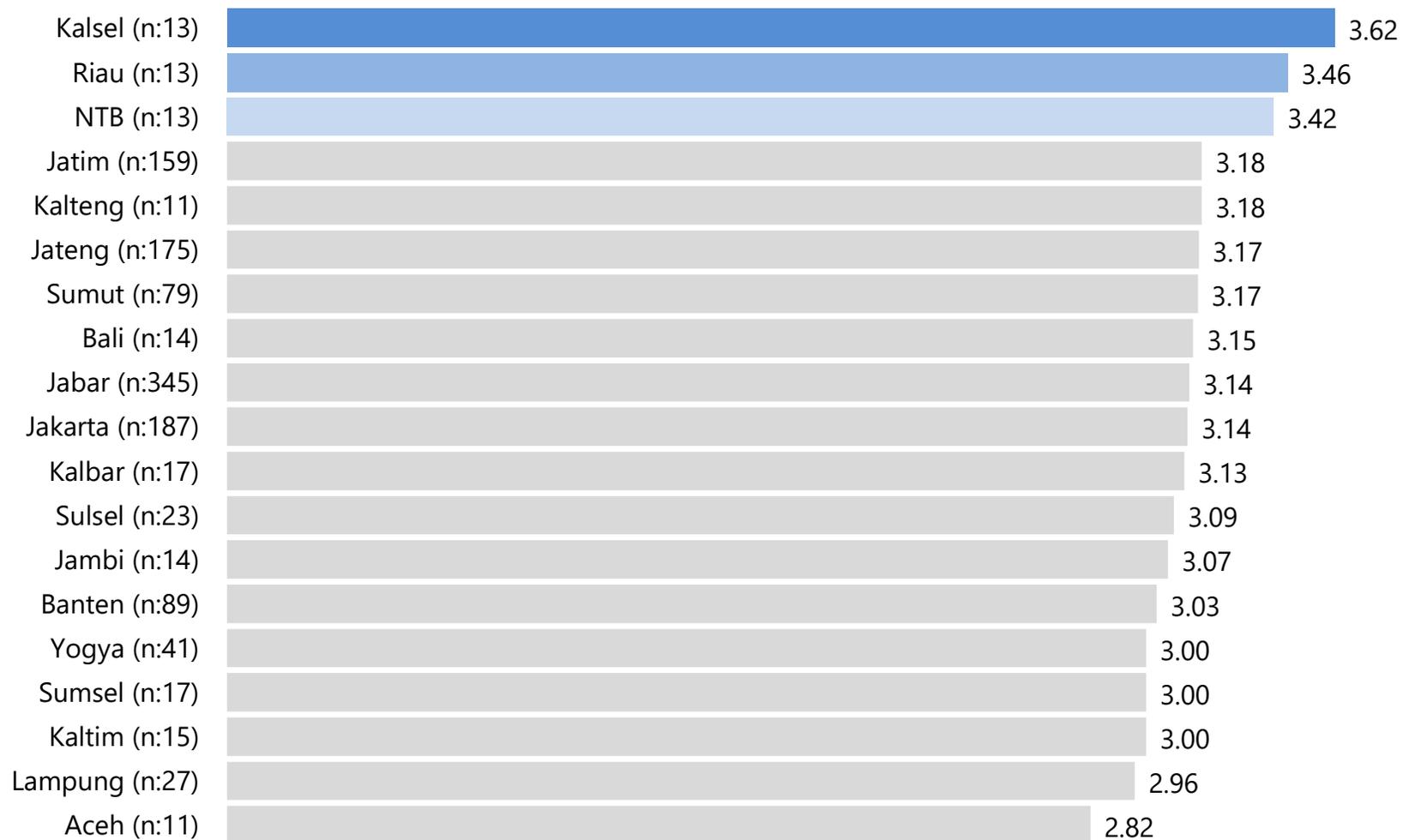


# ACARA UNGGULAN TVRI NASIONAL

## “Verifikasi Viral” paling disukai oleh responden asal **Kalimantan Selatan** dan **Riau**

✓ Skor terendah untuk acara ini diberikan oleh responden asal **Aceh**

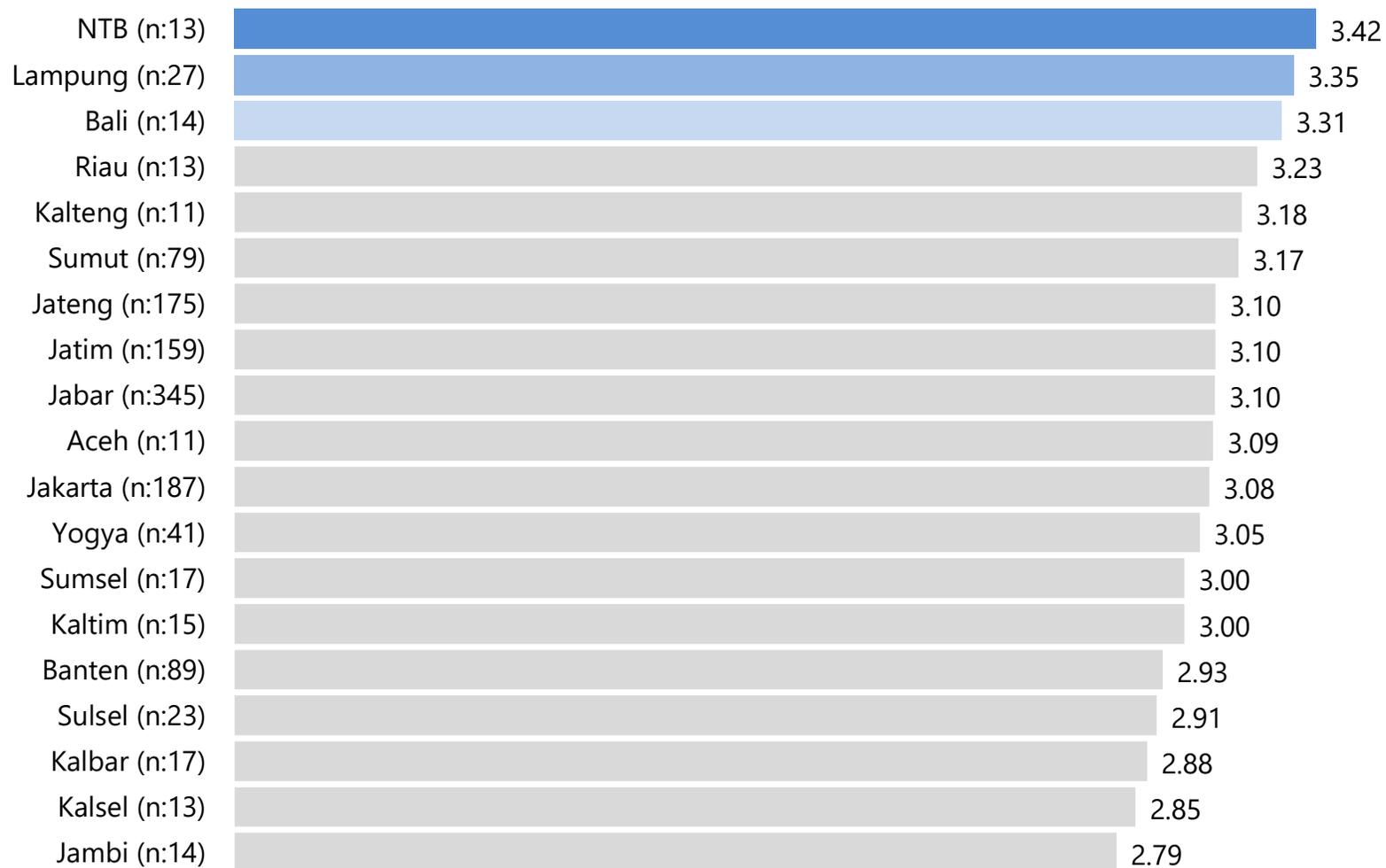
### Skor Acara “Verifikasi Viral” Per Daerah



## “Rumah Demokrasi” paling disukai oleh responden asal **Nusa Tenggara Barat dan Lampung**

✓ Skor terendah untuk acara ini diberikan oleh responden asal **Jambi**

### Skor Acara “Rumah Demokrasi” Per Daerah

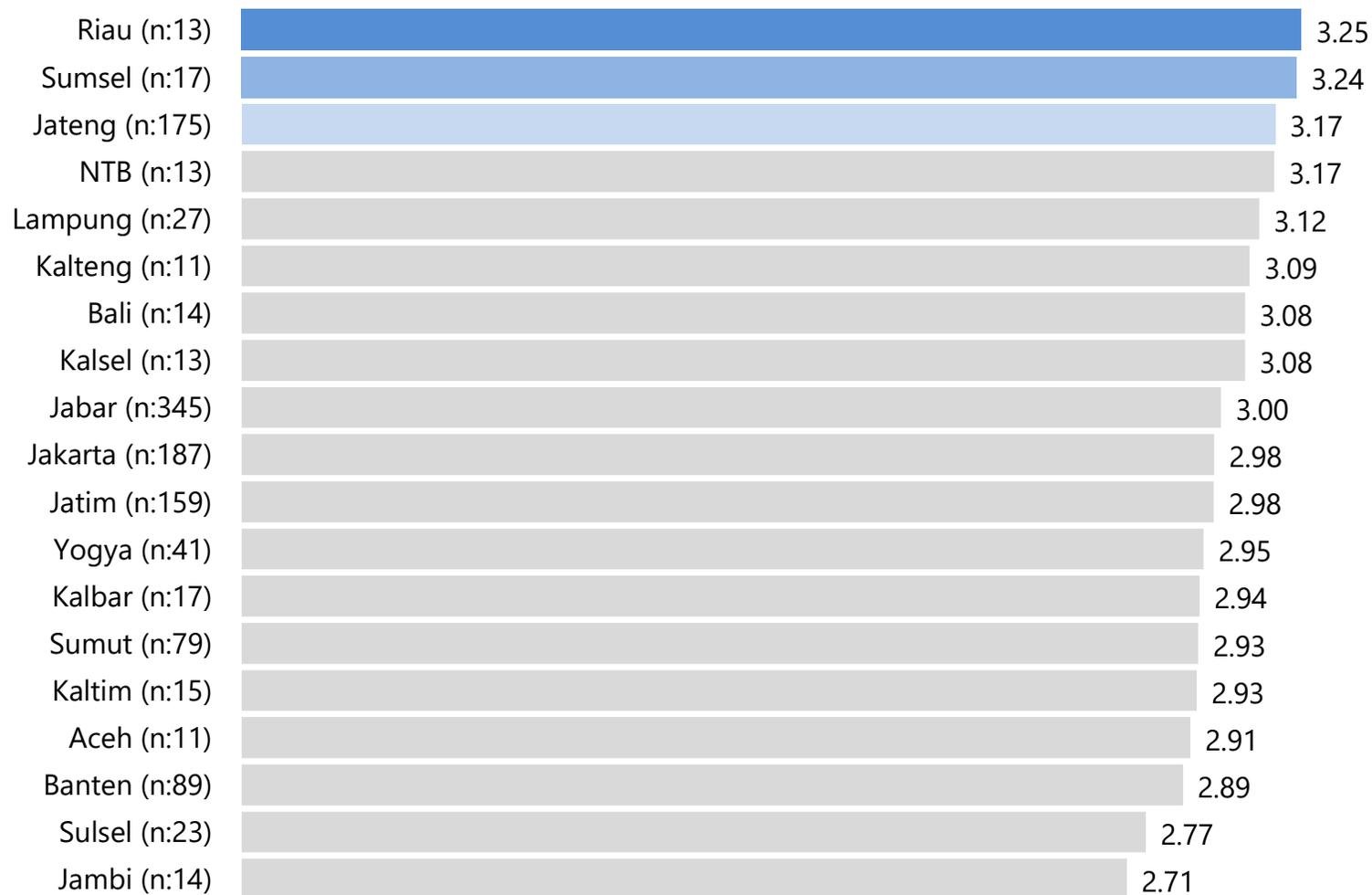


# ACARA UNGGULAN TVRI NASIONAL

## “Liga Carrabao” paling disukai oleh responden asal **Riau** dan **Sumatera Selatan**

✓ Skor terendah untuk acara ini diberikan oleh responden asal **Jambi**

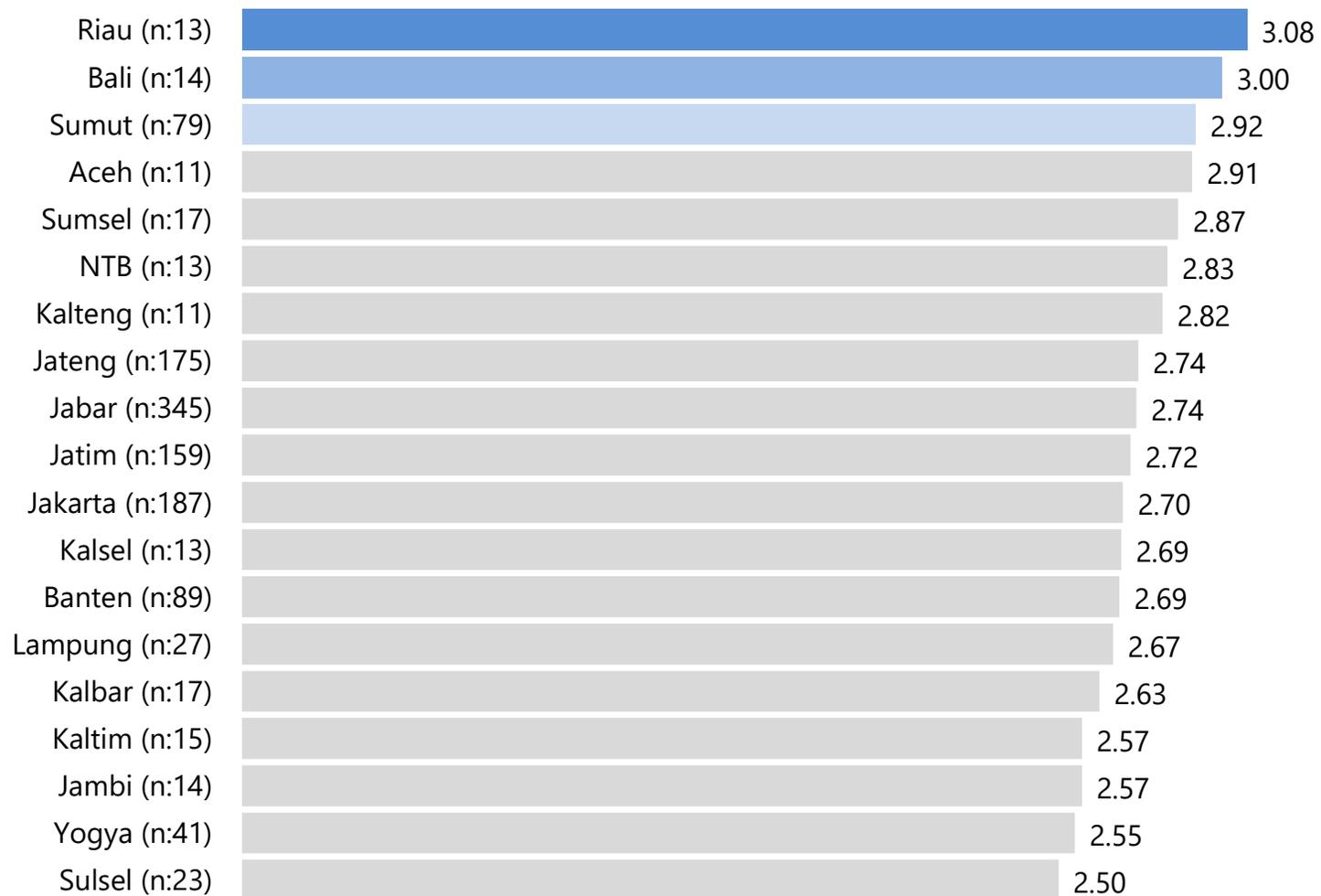
### Skor Acara “Liga Carrabao” Per Daerah



## “Kupas Partai” paling disukai oleh responden asal **Riau** dan **Bali**

✓ Skor terendah untuk acara ini diberikan oleh responden asal **Sulawesi Selatan**

### Skor Acara “Kupas Partai” Per Daerah



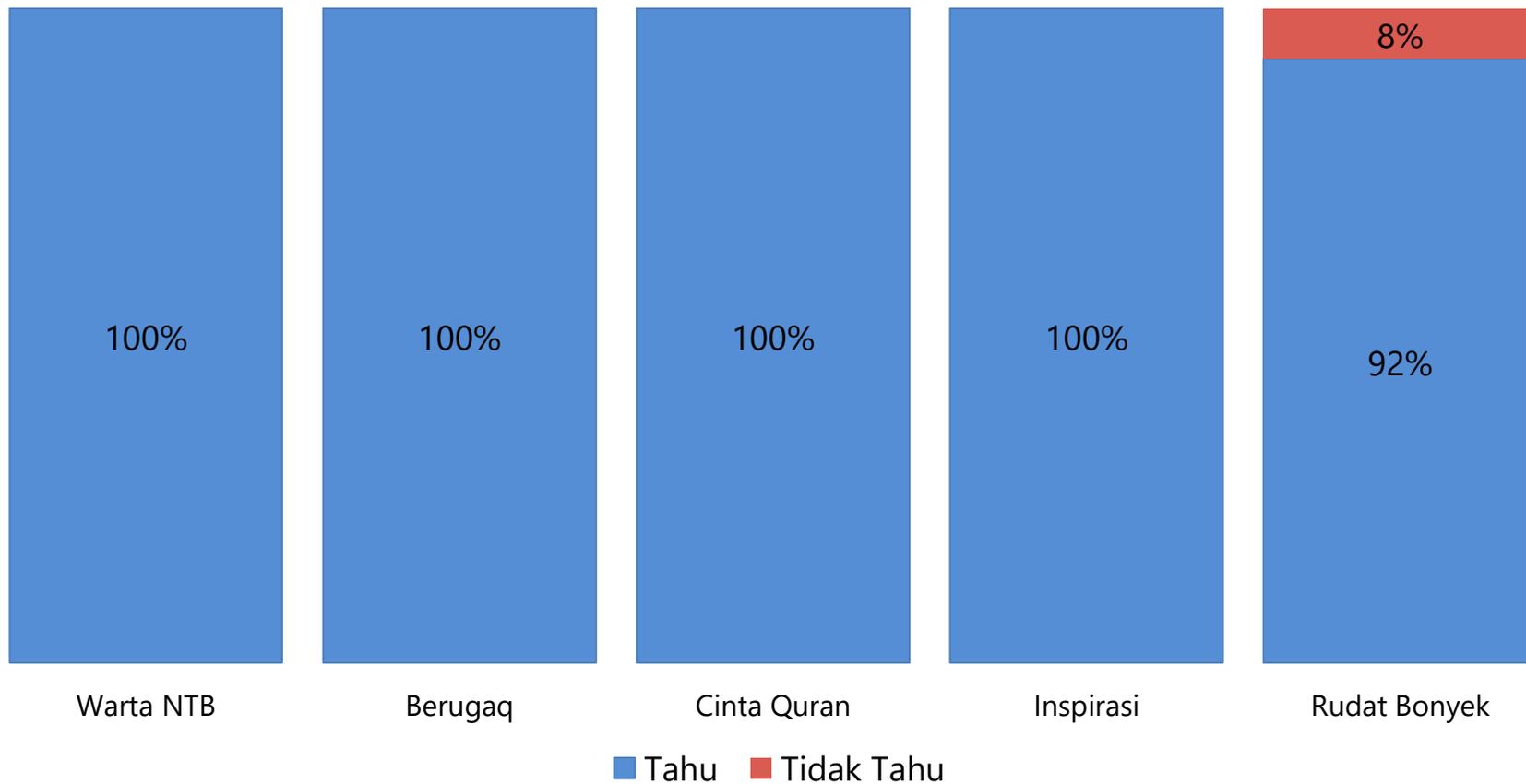
# ACARA UNGGULAN TVRI NTB

Secara umum, responden asal Sulawesi Utara cukup mengenal acara-acara unggulan dari TVRI Sulawesi Utara

- ✓ "**Rudat Bonyek**" adalah acara yang relatif kurang dikenal dibandingkan keempat acara unggulan lainnya

## Awareness terhadap Acara Unggulan TVRI NTB

(n: 13)

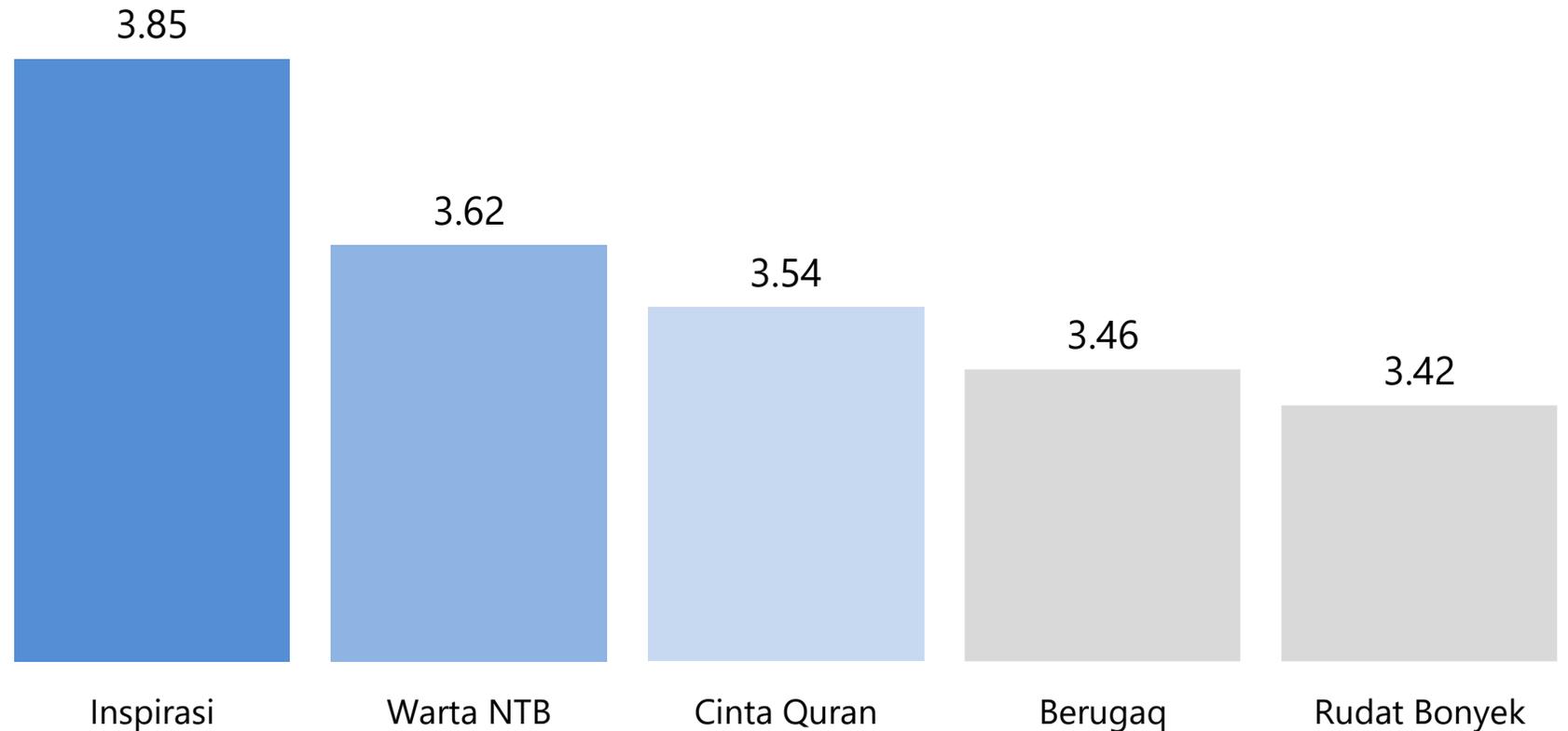


# ACARA UNGGULAN TVRI NTB

Dari segi skor, terlihat bahwa program **"Inspirasi"** mendapatkan apresiasi yang **paling besar** dari responden

✓ Disusul oleh program **"Warta NTB"** dan **"Cinta Quran"**

**Skor Acara Unggulan TVRI NTB**  
(n: 13)

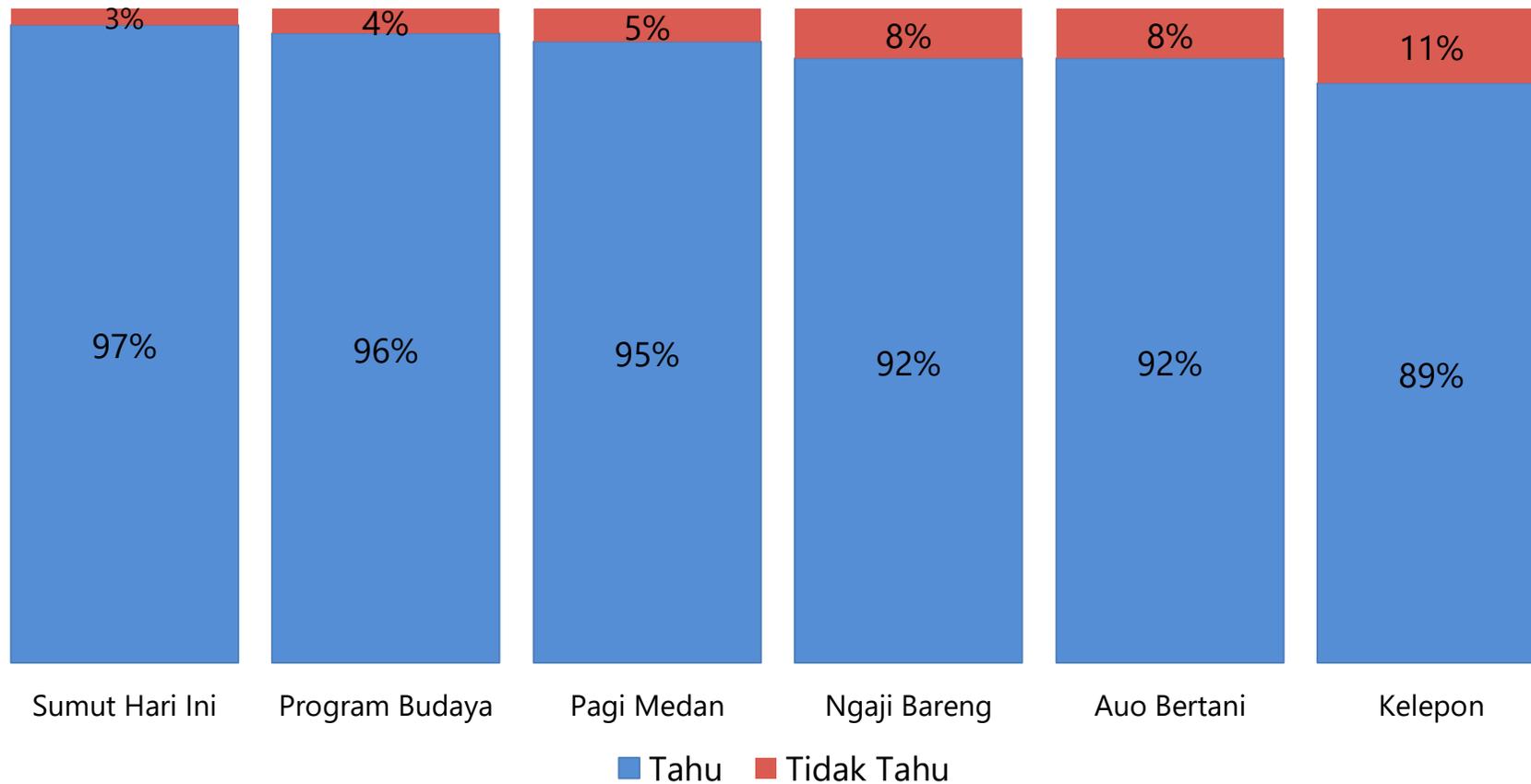


# ACARA UNGGULAN TVRI SUMATERA UTARA

Secara umum, responden asal Sumatera Utara cukup mengenal acara-acara unggulan dari TVRI Sulawesi Utara

- ✓ "Kelepon" adalah acara yang relatif kurang dikenal dibandingkan keempat acara unggulan lainnya

**Awareness terhadap Acara Unggulan TVRI Sumut**  
(n: 79)

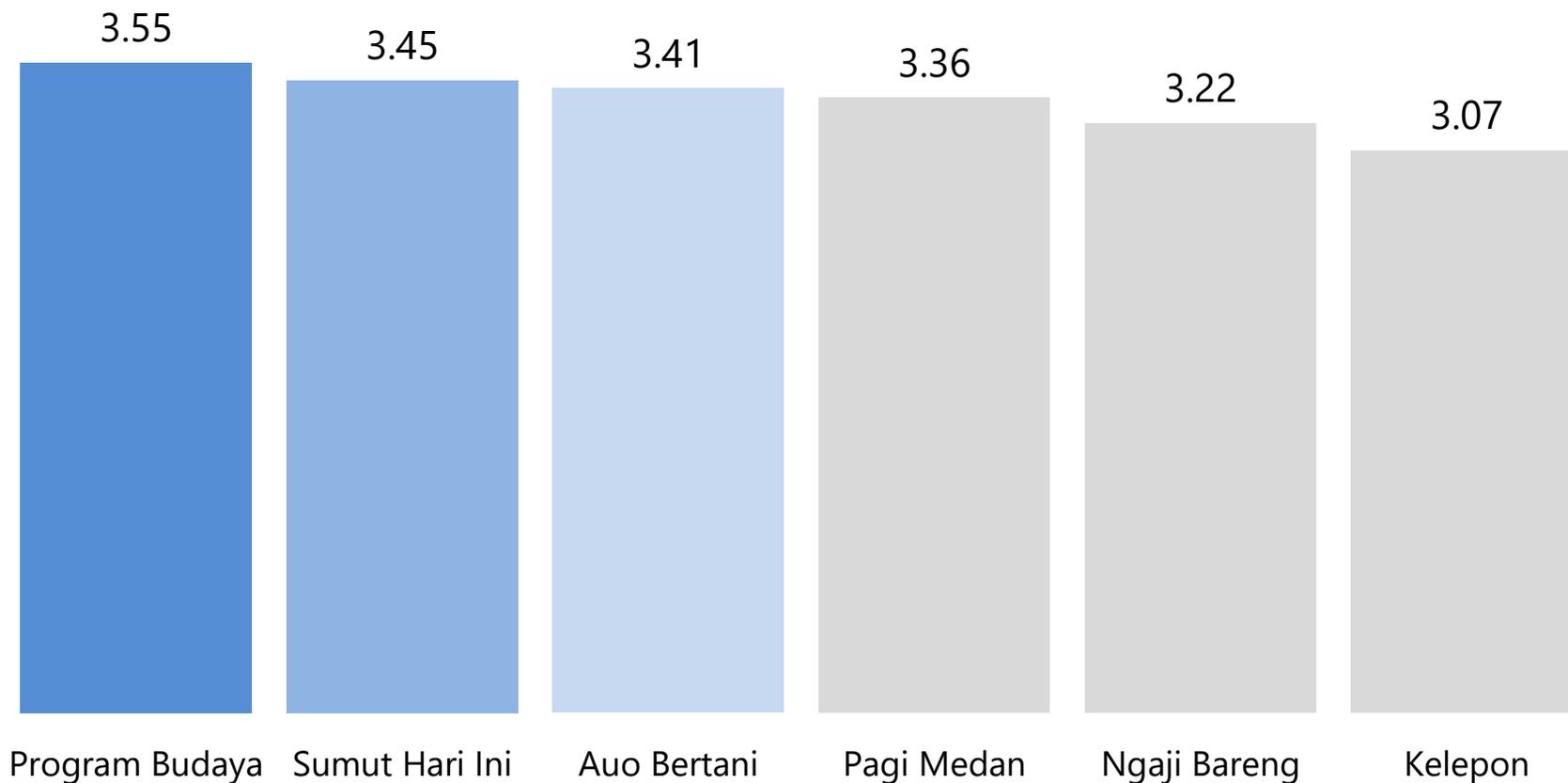


# ACARA UNGGULAN TVRI SUMATERA UTARA

Dari segi skor, terlihat bahwa **“Program Budaya”** mendapatkan apresiasi yang **paling besar** dari responden

✓ Disusul oleh program **“Sumut Hari Ini”** dan **“Ayo Bertani”**

**Skor Acara Unggulan TVRI Sumut**  
(n: 79)

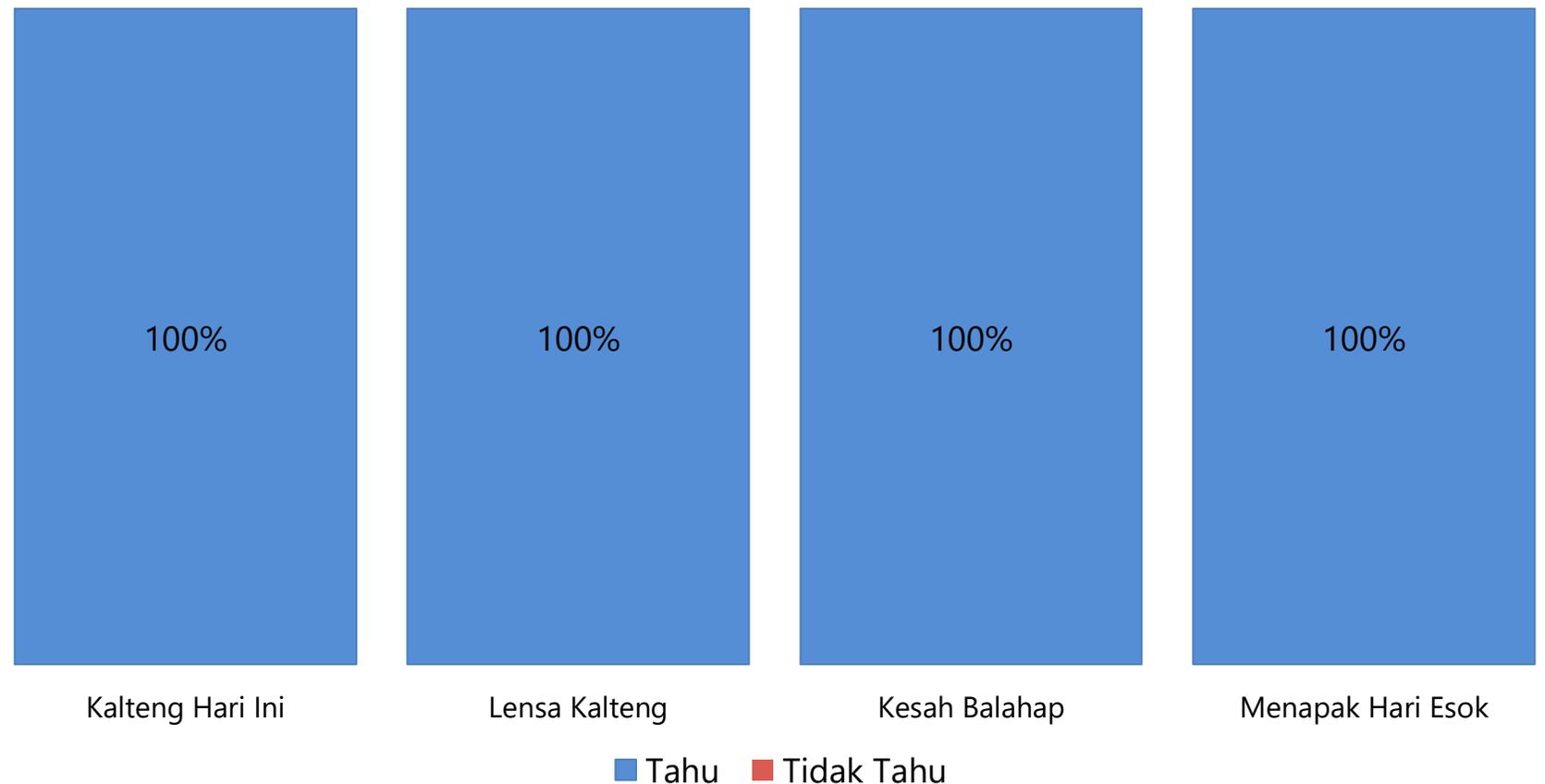


# ACARA UNGGULAN TVRI KALIMANTAN TENGAH

Seluruh responden asal Kalimantan Tengah mengaku **mengenal seluruh program unggulan TVRI Kalteng**

- ✓ Hal ini kemungkinan disebabkan oleh seluruh responden yang berasal dari Kalimantan Tengah adalah anggota **Komunitas Pecinta TVRI**

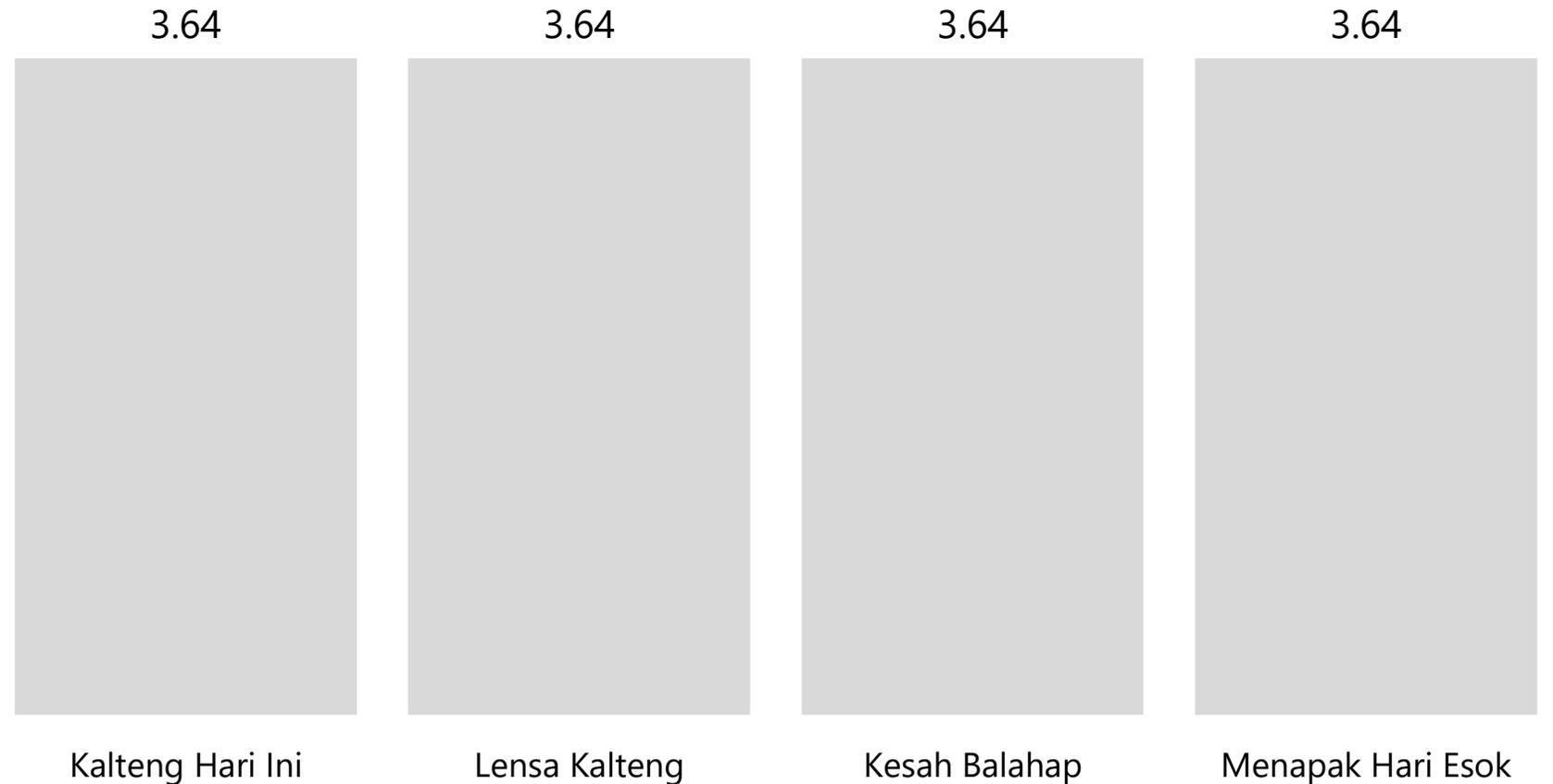
## Awareness terhadap Acara Unggulan TVRI Kalteng (n: 11)



# ACARA UNGGULAN TVRI KALIMANTAN TENGAH

**Seluruh responden asal Kalimantan Tengah juga memberikan skor yang sama untuk seluruh program unggulan TVRI Kalteng**

**Skor Acara Unggulan TVRI Kalteng**  
(n: 11)



# TEMUAN DISKUSI TERFOKUS

---

Poin-poin penting yang diperoleh dari diskusi terfokus di Mataram, Medan dan Palangka Raya

# TEMUAN FGD

## KEBIASAAN MENONTON TVRI

Terdapat **perbedaan** yang signifikan di antara **Komunitas Pecinta TVRI** dan **masyarakat umum** dalam kebiasaan menonton TVRI

- ✓ Anggota **Komunitas** Pecinta TVRI secara umum **masih rajin menonton TVRI** karena merasa menjadi bagian dari TVRI.
- ✓ Tayangan yang paling digemari oleh hampir seluruh anggota Komunitas adalah **berita lokal** dan **talkshow kebudayaan**
- ✓ Sementara **masyarakat** umum kebanyakan menyatakan tidak pernah atau **sangat jarang menonton TVRI**
- ✓ Bahkan, **informan** dengan usia **lebih muda** (19-23 tahun) menyatakan bahwa mereka **tidak lagi menonton TV**

“Saya selalu menonton TVRI karena merasa bertanggung jawab, pagi saya buka lewat aplikasi streaming, untuk daerah hampir saya pastikan untuk selalu monitor kegiatan daerah”

–Hayat, Mataram

“Sudah setahun lebih saya tidak menonton TV”.

–Dina, Medan

# TEMUAN FGD

## PERMASALAHAN MIGRASI DIGITAL

### Sejumlah informan di **Mataram** menyatakan bahwa mereka mengalami **kesulitan untuk mengakses TVRI**

- ✓ Hal ini disinyalir karena **migrasi** TVRI ke medium **digital** sehingga tidak dapat diakses oleh **TV analog** tanpa menggunakan parabola
- ✓ Sementara itu, aplikasi **TVRI KLIK** yang menjadi alternatif untuk mengakses TVRI masih **belum diketahui** oleh kebanyakan masyarakat
- ✓ Bahkan, seandainya mereka sudah tahu, **kurangnya infrastruktur internet** dan juga **gawai pintar** menyebabkan TVRI KLIK tetap **sulit diakses**
- ✓ Keterbatasan internet bahkan dapat mempengaruhi **kualitas gambar TVRI** secara negatif, sehingga membuatnya **tidak begitu atraktif** dibandingkan *channel* TV lain yang masih dapat diakses TV analog.

“Dulu saya sering nonton TVRI, tapi semenjak TVRI berubah jadi digital agak sulit. Sekarang jadi harus pakai aplikasi streaming. Ini mempengaruhi kegiatan menonton, menurut saya ini perlu pemikiran ke depan, tidak semua orang punya handphone dan wifi”

–**Umang, Mataram**

“Jaringan UHF ini masih gerimis, belum mampu kita beli TV digital, ini masukan dari orang Bima, padahal kita punya pemancar dari Bima. Nasional pun untuk akses harus TV kabel dan berbayar. Saya rasa ini aneh kenapa hanya TVRI yang digital, padahal TV lain masih bisa diakses analog.”

–**Hayat, Mataram**

# TEMUAN FGD

## DIKOTOMI TVRI DAERAH DAN PUSAT

### Selama diskusi, kami mengamati adanya **sentimen** yang **negatif** terhadap hubungan **TVRI Daerah** dengan **TVRI Pusat**

- ✓ Hal ini berkaitan dengan **perubahan jam tayang** acara **TVRI Daerah** yang tadinya berada pada '**prime time**' namun kini digantikan oleh acara **TVRI Pusat**
- ✓ Informan yang berasal dari Komunitas secara khusus **sangat menyayangkan** perubahan ini karena mereka jadi **kesulitan menonton** acara TVRI Daerah yang sebelumnya **selalu mereka tunggu**
- ✓ Mereka menganggap hal semacam ini sebagai '**intervensi pusat**' dan merasa bahwa hal ini **seharusnya tidak dilakukan** karena adanya minat yang tinggi dari masyarakat daerah untuk menonton tayangan tentang daerahnya

“kenapa jam 7 malam itu semuanya harus TVRI pusat? Ini sekarang dibatasi TV lokal hanya punya 4 jam. Bahkan iklan pun sudah intervensi pusat. Dengan kondisi sekarang prime time dikuasain sama nasional. Padahal TVRI Medan ini salah satu yang tertua.”

–Faris, Medan

“Acara tembang kenangan ini favoritnya masyarakat daerah, tapi setelah jam tayangnya dimajukan agak sulit bagi masyarakat untuk menonton karena ini jam orang bekerja. Ini saya sayangkan kenapa TVRI lokal hanya sampai jam 6. Dulu kita sangat tunggu sekali sebenarnya.”

–Idrus, Palangka Raya

# TEMUAN FGD

## POTENSI HIPERLOKAL TVRI

### Diskusi dengan para informan menguatkan pentingnya TVRI untuk memanfaatkan potensi hiperlokal yang dimilikinya

- ✓ Hiperlokal dalam hal ini dimaknai sebagai konten-konten yang bersifat **spesifik** untuk suatu **daerah**, yang hanya dapat dipahami dalam **konteks daerah** tersebut, sehingga menjadi **sangat berarti** bagi masyarakat di daerah tersebut
- ✓ Banyak informan yang menyatakan bahwa **daya tarik terbesar** dari menonton **TVRI** adalah dapat menyaksikan **orang terdekat** mereka **tampil** di televisi
- ✓ Banyak juga yang menyatakan bahwa **berita lokal** merupakan tayangan yang selalu mereka tunggu karena **tidak tersedia** di channel TV lainnya
- ✓ Hal ini mengindikasikan bahwa **konten lokal** merupakan salah satu **aset terbesar** TVRI yang perlu terus didorong

“Kami berharap TVRI ini konsisten menjadi TV publik, jadi fokus ke kearifan lokal. Sering kali publik minta TVRI meniru TV swasta lain yang kejar rating, seolah-olah TVRI ini harus jualan. Padahal kita justru berharap TVRI berbasis pada faktual dan kearifan lokal.”

–Agus, Mataram

“Saya menonton TVRI hanya acara tertentu, terutama kalau sore itu ada Kabar Kampung yang informasinya dari daerah-daerah, ini menarik sekali. Masyarakat yang di daerah juga mengonsumsi informasi ini. Ini memang acara favorit.”

–Badrul, Palangka Raya

# TEMUAN FGD

## ENGAGEMENT DI MEDIA SOSIAL

Di era di mana TV tidak lagi menjadi **satu-satunya pilihan hiburan**, TVRI perlu lebih aktif "**menjemput bola**" untuk mendapatkan audiens

- ✓ Ketika ditanya, **konten** apa yang mereka **ingin agar ditayangkan** di TVRI, informan-informan muda yang **tidak pernah menonton TVRI** menyebutkan jenis-jenis acara yang sebetulnya **sudah ditayangkan** di TVRI
- ✓ Bahkan, di antara **Komunitas Pecinta TVRI**, beberapa anggota menyatakan harus **selalu menanyakan** pada ketua mengenai **jadwal tayang** suatu acara
- ✓ Temuan ini mengindikasikan **kurangnya awareness** di kalangan masyarakat terhadap **acara-acara** yang ditayangkan di TVRI
- ✓ Terkait hal ini, meningkatkan **promosi** dan **engagement** TVRI di **media sosial** merupakan **masukan utama** yang banyak disampaikan oleh informan untuk perbaikan TVRI

"Menurut saya promosinya TVRI perlu ditingkatkan, karena TV lain biasanya mencantumkan jadwal dimana-mana. Kalau NET TV misalnya punya Net People, jadi NET TV bisa memastikan punya penonton di tiap wilayah."

–Nawi, Mataram

"Saya perhatikan TVRI Sumut ini kurang memanfaatkan media sosial sebagai media promosi yang gratis. Mereka memang punya media sosial, tapi kurang dimanfaatkan."

–Ani, Medan

# TEMUAN FGD

FOTO-FOTO KEGIATAN FGD  
DI MATARAM



**Diskusi dengan Komunitas Pecinta  
TVRI NTB**



**Diskusi dengan masyarakat umum  
Kota Mataram**

# TEMUAN FGD

FOTO-FOTO KEGIATAN FGD  
DI MEDAN



**Diskusi dengan Komunitas Pecinta  
TVRI Sumut**



**Diskusi dengan masyarakat umum  
Kota Medan**

# TEMUAN FGD

FOTO-FOTO KEGIATAN FGD  
DI PALANGKA RAYA



**Diskusi dengan Komunitas Pecinta  
TVRI Kalteng**



**Diskusi dengan masyarakat umum  
Kota Palangka Raya**

# Terima Kasih

**Hubungi Kami**

Gema Ramadhan Bastari

Socio-Behavior Analyst

[gemabastari@provetic.com](mailto:gemabastari@provetic.com)

0878 8158 3956