



UIN SUSKA RIAU

No. 5934/KOM-D/SD-S1/2023

## KEBIJAKAN SEGMENTASI PROGRAM MUSIK DEKLIP DI LEMBAGA PENYIARAN Rtv PEKANBARU

© Hak cipta



UIN SUSKA RIAU

### SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**METYKA ANGGRAINI**

**NIM : 1194032403**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU**

**2023**

Hak Cipta Dilindungi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

### PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : Metyka Anggraini

NIM : 11940324036

Judul Skripsi : **KEBIJAKAN SEGMENTASI PROGRAM MUSIK  
DEKLIP DILEMBAGA PENYIARAN Rtv PEKANBARU**

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Pembimbing,

Edison, S.Sos., M.I.Kom  
NIK. 150417084

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Muhammad Badri, S. Pd., M. Si  
NIP. 198103132011011004

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

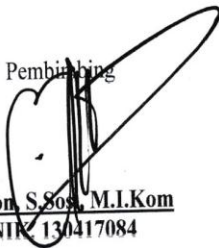
## KEBIJAKAN SEGMENTASI PROGRAM MUSIK DEKLIP DILEMBAGA PENYIARAN Rtv PEKANBARU

Disusun oleh

Metvka Anggraini  
11940324036


Telah di setujui oleh pembimbing pada tanggal 12 Juni 2023

Pembimbing



Edison S. Sos, M.I.Kom  
NIK 130417084

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Badri, S. Pd., M. Si  
NIP. 198103132011011004



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

**PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Metyka Anggraini  
NIM : 11940324036  
Judul : Kebijakan Segmentasi Program Music Deklip di Lembaga Penyiaran Rtv Pekanbaru

Telah dimunaqasyahkan Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 12 Juni 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Juni 2023





**Imron Rosidi, S.Pd., M.A., Ph.D**  
NIP 19810118 200901 1 006

Tim Penguji

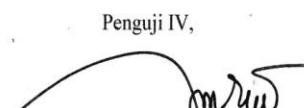
Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

  
**Firdaus El Hadi, S.Sos., M.Soc.Sc**  
NIP 197612122003121004

  
**Assvari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom**  
NIK 130417023

Penguji III,  
  
**Dra. Atjih Sukaesih, M.Si**  
NIP 19691181996032001

Penguji IV,  
  
**Rohavati, S.Sos., M.I.Kom**  
NIP 198808012020122018

a. Penguitan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Penguitan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:  
 Nomor : Nomor 25/2021  
 Tanggal : 10 September 2021

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Metyka Anggraini  
 NIM : 11940324036  
 Tempat/ Tgl. Lahir : Simpang D, 23 April 2001  
 Fakultas/Pascasarjana : DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
 Prodi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* : **Kebijakan Segmentasi Program Musik Deklip di Lembaga Penyiaran Rtv Pekanbaru**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya\*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 13 Juli 2023  
 Yang membuat pernyataan



**METYKA ANGGRAINI**  
 NIM. 11940324036



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 05 Juni 2023

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*  
Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Metyka Angraini  
NIM : 11940324036  
Judul Skripsi : Kebijakan Segmentasi Program Musik Deklip di Lembaga  
Penyiaran RTV Pekanbaru

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uiniversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Pembimbing I,

Edison, S.Sos., M.I.Kom.  
NIP. 130417084

Mengetahui :  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.  
NIP. 19810313 201101 1 004

## ABSTRAK

### Metyka Anggraini : Kebijakan Segmentasi Program Musik Deklip di Lembaga Penyiaran Rtv Pekanbaru

Media televisi merupakan industry yang padat modal, padat teknologi dan padat sumber daya manusia. Namun sayangnya kemunculan berbagai stasiun televisi di Indonesia tidak diimbangi dengan tersedianya sumber daya manusia yang memadai. Pada umumnya, televisi dibangun tanpa pengetahuan pertelevisian dan berdasarakan semangat dan modal yang besar saja.<sup>3</sup> Media televisi merupakan media yang sangat potensial. Sebagai media audio visual, televisi mampu merebut 94% saluran masuknya pesan-pesan atau informasi kepada individu. Televisi mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka dengar dan lihat; walaupun hanya sekali ditayangkan. Secara umum, orang akan ingat 85% dari apa yang mereka lihat di televisi setelah jam kemudian, dan 65% setelah 3 hari kemudian. Potensi tersebut memposisikan televisi sebagai media nomor satu yang akan lebih diperhitungkan oleh siapapun. Pengiklan akan lebih suka menginvestasikan dananya pada media televisi dibandingkan media lainnya jika memiliki program acara yang disukai masyarakat. Para pesohor pun, lebih memilih media televisi sebagai basis eksistensialitasnya dibandingkan media lainnya. Kebutuhan masyarakat akan informasi semakin tinggi, dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan hal tersebut stasiun-stasiun televisi berusaha menyuguhkan program terbaik mereka. Tidak hanya stasiun televisi swasta maupun nasional yang berlomba lomba menyuguhkan program yang informatif bagi masyarakat, televisi siaran lokal juga berusaha menyuguhkan informasi kepada masyarakat. Salah satunya yaitu Riau Televisi (RTV). Hasil wawancara menunjukkan pada kebijakan Segmentrasi program Musik Deklip, demi mempertahankan eksistensi music dimedia televise. Dan target pasar khalayak yang menjuru pada Milenial, remaja bahkan sampai usia dewasa .

**Kata Kunci ; Kebijakan ,Segmentasi,Program Musik**

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menggunakan sebagian atau seluruh isi tulisan ini untuk tujuan komersial atau untuk tujuan lain yang melanggar ketentuan yang berlaku.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## ABSTRACT

### **Mealyka Anggraini : Deklip Music Program Segmentation Policy at RTV Pekanbaru Broadcasting Agency**

Television media is a capital-intensive, technology-intensive and human resource-intensive industry. But unfortunately the emergence of various television stations in Indonesia is not balanced with the availability of adequate human resources. In general, television is built without television knowledge and only based on great enthusiasm and capital.<sup>3</sup> Television media is a very potential medium. As an audio-visual medium, television is able to seize 94% of the channels of entry of messages or information to individuals. Television is able to make people in general remember 50% of what they hear and see; even if it is only aired once. In general people will remember 85% of what they see on television 3 hours later, and 65% after 3 days later. This potential positions television as the number one medium that will be taken into account by anyone. Advertisers will prefer to invest their funds in television media compared to other media if they have programs that are liked by the public. Celebrities also prefer television media as the basis of their existentiality compared to other media. The public's need for information is getting higher, in meeting the community's need for this, television stations try to present their best programs. Not only private and national television stations that compete in competitions to present informative programs for the community, local broadcast television also tries to provide information to the public. One of them is Riau Televisi (RTV). The interview results show the policy of Segmentation of the Deklip Music Program, in order to maintain the existence of music on television media. And the target audience is directed at Millennials, teenagers and even adults.

**Keywords : Policy, Segmentation, Music Program**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau tulisan, baik secara langsung maupun tidak langsung, tanpa izin atau persetujuan dari penulis, hal-hal tersebut dinyatakan dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Alhamdulillahirobbil'alamin penulis ucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT. atas segala hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Kebijakan Segmentasi Program Musik Selingan di Lembaga RTV Pekanbaru" pada waktunya. Dan shalawat beriringan salam penulis sampaikan kepada baginda Nabi besar kita Muhammad SAW. dengan mengucapkan Allahumma shalli'ala sayyidina Muhammad, wa'ala alihi sayyidina Muhammad.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini berkat karunia Allah SWT serta dukungan, motivasi bimbingan dan bantuan dari semua pihak yang telah membantu, meluangkan waktunya untuk penulis. Yang paling utama penulis ucapkan terimakasih kepada kedua Orang Tua Bapak **Muhammad Syahril** dan Ibu **Riani** serta Adik Cantik Tercinta **Nazwa Azani**, serta Adik Tampan-tampan Penulis **Ahmad Al Ajmi**, dan **Muhammad Rafif Afkari**, selalu menjadi tempat penulis untuk mengadu, berkeluh kesah dan selalu memberikan segala bentuk dorongan dan motivasi.

Tak lupa pula penulis ucapkan orang yang spesial **Aldi Prasetyo** yang selalu mendampingi dan selalu memberi dukungan penuh dari awal pembuatan Skripsi sampai terselesaikannya skripsi Penulis ini. dan terimakasih penulis ucapkan untuk para-rekan-rekan terbaik yang selalu mendampingi dan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. **Mutia Khanza S.I.Kom**, **Iva Kusuma**, **Eka Dewi Saputri**, **Melzi Despielni**, **Anggi Anggraini**, **Nike Dea Savirah**. Serta rekan-rekan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya.





UIN SUSKA RIAU

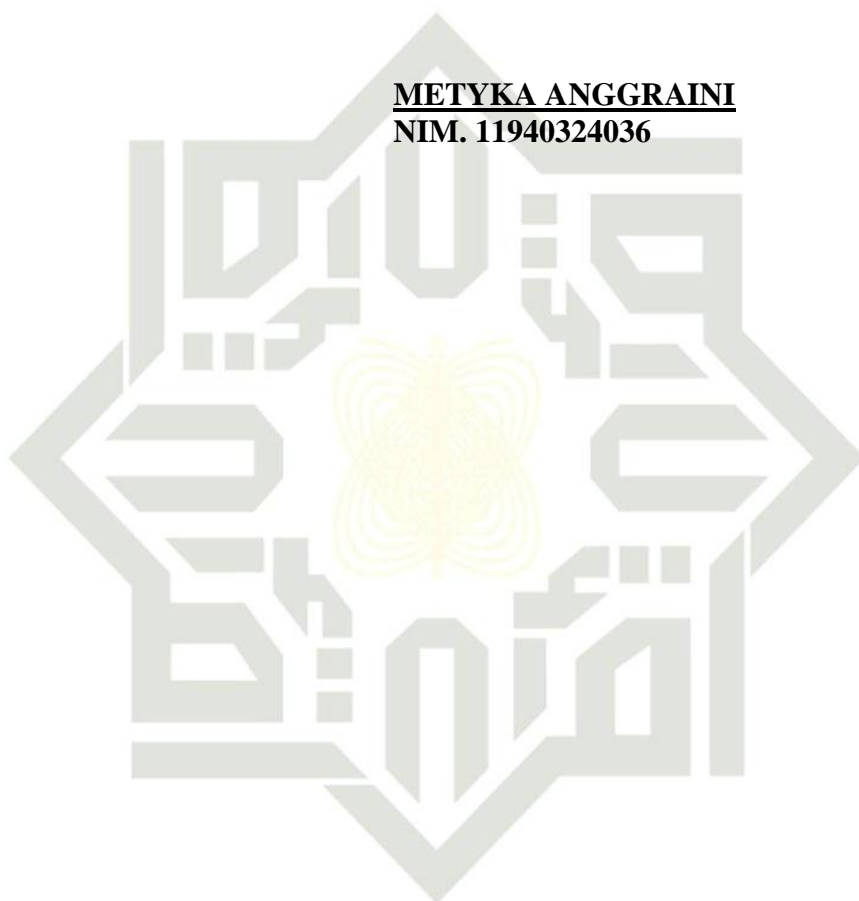
berbagai pihak sebagai perbaikan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Aamiin Yarobbal'Alamin.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.*

Pekanbaru, 30 Mei 2023

Penulis

**METYKA ANGGRAINI**  
**NIM. 11940324036**



UIN SUSKA RIAU

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR ISI

	<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
	<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
	<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iii</b>
	<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
	<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
	1.1 Latar Belakang .....	1
	1.2 Penegasan Istilah .....	5
	1.3 Rumusan Masalah .....	5
	1.4 Tujuan dan kegunaan Penelitian .....	5
	1.5 Sistematika Penulisan .....	6
	<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI .....</b>	<b>8</b>
	2.1 Kajian Terdahulu .....	8
	2.2 Kajian Teori .....	18
	2.3 Kerangka Berpikir .....	31
	<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
	3.1 Jenis Penelitian .....	32
	3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
	3.3 Jenis dan Sumber Data .....	32
	3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	33
	3.5 Validitas Data .....	34
	3.6 Teknik Analisis Data .....	24
	<b>BAB IV GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>36</b>
	4.1 Sejarah RTV Pekanbaru .....	36
	4.2 Visi dan Misi Riau Televisi .....	37
	4.3 Struktur Organisa dan Personil .....	38
	<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
	5.1 Hasil Penelitian .....	42
	5.2 Pembahasan .....	51

- Hak Cipta dan Undang-Undang  
 1. Dilindungi oleh Undang-Undang atau seluruh karya tulis irnanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





UIN SUSKA RIAU

**BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN..... 58**

6.1 Kesimpulan ..... 58

6.2 Saran..... 59

**DAFTAR PUSTAKA**

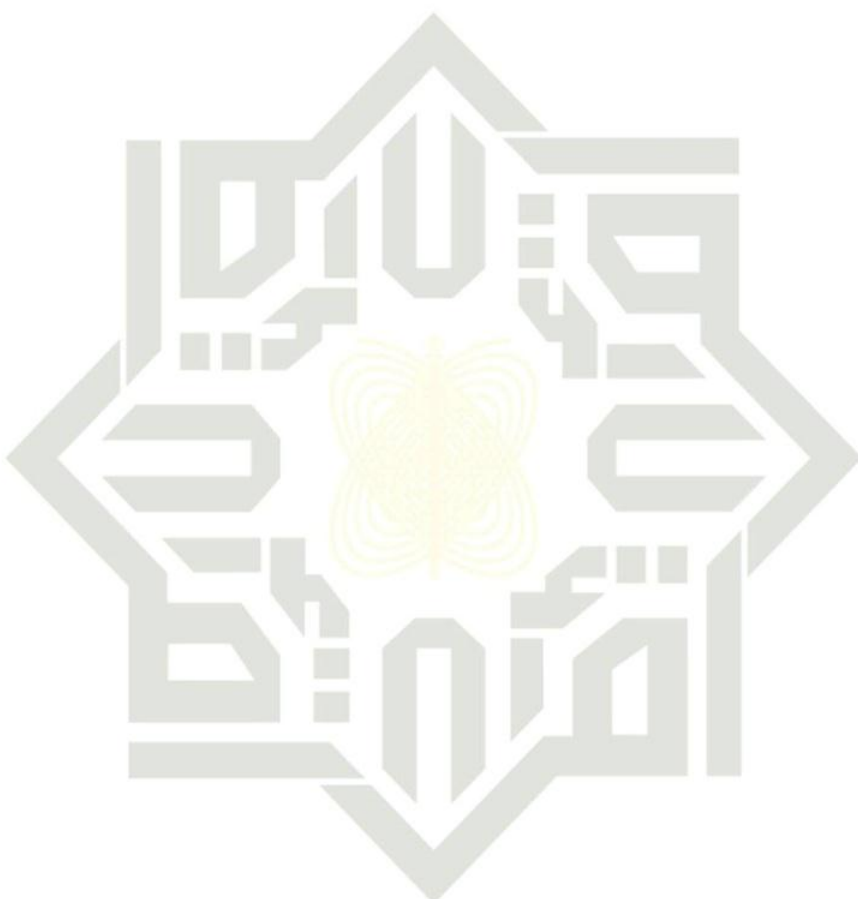
**LAMPIRAN**

**Hak Cipta dan Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

## BAB I PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Di era yang semakin dikuasai oleh teknologi dan informasi saat ini menuntut manusia untuk selalu tahu berbagai informasi. Media massa sebagai sarana informasi menjadi bagian terpenting dalam kehidupan manusia. Media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal atau menyeluruh. Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi kriteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media on-line (internet). Setiap media cetak memiliki karakteristik yang khas. Dari sekian banyak media massa yang hadir ditengah khalayak luas, media televisi menjadi salah satu media massa yang paling banyak digunakan khalayak untuk mengakses informasi. Televisi merupakan salah satu medium terfavorit bagi para pemasang iklan di Indonesia<sup>1</sup>.

Media televisi merupakan industry yang padat modal, padat teknologi dan padat sumber daya manusia. Namun sayangnya kemunculan berbagai stasiun televisi di Indonesia tidak diimbangi dengan tersedianya sumber daya manusia yang memadai. Pada umumnya, televisi dibangun tanpa pengetahuan pertelevisian dan hanya berdasarkan semangat dan modal yang besar saja.<sup>3</sup> Media televisi merupakan media yang sangat potensial. Sebagai media audio visual televisi mampu merebut 94% saluran masuknya pesan-pesan atau informasi kepada individu. Televisi mampu untuk membuat orang pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka dengar dan lihat; walaupun hanya sekali ditayangkan. Secara umum, orang akan ingat 85% dari apa yang mereka lihat di televisi setelah 3 jam kemudian, dan 65% setelah 3 hari kemudian. Potensi tersebut memposisikan televisi sebagai media nomor satu

---

Wahyu Ramdhani, Ahmal, Asril. ' Televisi Lokal Riau Televisi (Rtv) dan Kontribusinya dalam Pelestarian Budaya Melayu di Provinsi Riau (2001-2020). hal



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

yang akan lebih diperhitungkan oleh siapapun. Pengiklan akan lebih suka menginvestasikan dananya pada media televisi dibandingkan media lainnya jika memiliki program acara yang disukai masyarakat. Para pesohor pun, lebih memilih media televisi sebagai basis eksistensialitasnya dibandingkan media lainnya.<sup>4</sup> Kebutuhan masyarakat akan informasi semakin tinggi, dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan hal tersebut stasiun-stasiun televisi berusaha menyuguhkan program terbaik mereka. Tidak hanya stasiun televisi swasta maupun nasional yang berlomba lomba menyuguhkan program yang informatif bagi masyarakat, televisi siaran lokal juga berusaha menyuguhkan informasi kepada masyarakat. Salah satunya yaitu Riau Televisi (RTV)<sup>2</sup>.

Media penyiaran merupakan salah satu elemen yang sangat penting dan berpengaruh dalam kehidupan manusia, termasuk dalam hal ini masyarakat Indonesia. Media penyiaran yang terdiri dari radio, televisi, dan new media (internet dan TV kabel) menjadi satu hal yang vital karena telah menjadi pemenuh hak dan kebutuhan masyarakat akan informasi (UU 1945 Pasal 28 F).

Sesuai dengan isi UU 1945 Pasal 28 F tersebut di atas, maka dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia membutuhkan program-program siaran yang disajikan oleh media penyiaran sehingga hak dan kebutuhan dari setiap masyarakat akan berkomunikasi dan memperoleh informasi, dapat tersalurkan.

Dalam memenuhi hak dan kebutuhannya akan komunikasi dan informasi, setiap manusia memiliki keunikannya masing-masing berdasarkan keinginan, selera, hobby, dan lain-lain. Dalam teori kategori sosial (*Social Category Theory*) dikatakan bahwa Individu yang masuk dalam kategori sosial tertentu atau sama (jenis kelamin, umur, pendidikan, pendapatan, kesempatan, dll) akan cenderung memiliki perilaku atau sikap yang kurang lebih sama terhadap rangsangan-rangsangan tertentu. Pesan-pesan yang disampaikan media massa cenderung ditanggapi sama oleh individu yang termasuk dalam kelompok sosial tertentu.<sup>3</sup>

Meisye Laurencia Cahayadi<sup>1</sup>, Jeanny Maria Fatimah<sup>2</sup>, Syamsuddin Aziz<sup>3</sup>. Kebijakan Segmentasi Khalayak Program Siaran Talkshow Lembaga Penyiaran Swasta Televisi Di Kota Makassar

(*Social Category Theory*) (De Fleur, 1988)









2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

landasan kreativitas dan desain produksi yang akan terbagi dalam berbagai kriteria utama yang disesuaikan dengan tujuan dan target pemirsa acara tersebut (Latief & Utud, 2015:103). Segmentasi dari program lokal lembaga penyiaran swasta televisi di kota Pekanbaru khususnya dalam program *Musik Selingan* tentunya juga harus memiliki target yang jelas dalam menyiarkan programnya sehingga tepat sasaran dan bisa memiliki rating terbaik di tengah-tengah persaingan program *music selingan*, baik itu program *music selingan* yang dimiliki oleh lembaga penyiaran televisi swasta berjangkauan maupun lembaga penyiaran televisi swasta dengan konten lokal seluruhnya<sup>6</sup>.

Untuk mencapai *rating* yang terbaik, tentunya dibutuhkan perencanaan yang matang dalam bentuk kebijakan penentuan segmentasi yang merupakan kunci utama sehingga program *music selingan* tersebut bisa menjadi “*primadona*” di kalangan masyarakat. Kebijakan segmentasi *music selingan* sendiri menjadi penting bukan hanya untuk sektor pemerintahan (publik), namun juga diperlukan untuk sektor bisnis<sup>7</sup>.

Menurut Patton & Savicky (1986), kebijakan yang muncul juga banyak dipengaruhi oleh para pengambil keputusan (*decision maker*), yaitu lobyist dan konstituen dari *decision maker*. Dalam penentuan segmentasi *music selingan* dari sebuah program, tentunya memerlukan beberapa pihak sebagai *decision maker* seperti yang dimaksud oleh Patton & Savicky yaitu seperti produser program, jajaran direksi, ataupun pemilik perusahaan itu sendiri.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui kebijakan dalam penentuan segmentasi program *Musik Selingan* di kota Pekanbaru yang diwakili oleh Rtv Pekanbaru sehingga bisa menghasilkan program yang menjadi *primadona* dan berdaya saing<sup>8</sup>.

<sup>6</sup>(Latief & Utud, 2015:103). Policy of Khalayak Segmentation Talkshow Program Private Television Broadcasting Institution in Makassar City

<sup>7</sup>Nugroho, 2017: 59 Policy of Khalayak Segmentation Talkshow Program Private Television Broadcasting Institution in Makassar City

<sup>8</sup>Patton & Savicky. Policy of Khalayak Segmentation Talkshow Program Private Television Broadcasting Institution in Makassar City

Berdasarkan latar belakang diatas Penulis merasa tertarik untuk mengangkat

## **Judul: KEBIJAKAN SEGMENTASI PROGRAM MUSIK DEKLIP DI LEMBAGA PENYIARAN Rtv PEKANBARU**

### **2. Penegasan Istilah**

Supaya penelitian lebih fokus kepada permasalahan yang di bahas dan mencegah terjadinya kesimpang siuran penyelesaian masalah, serta keterbatasan waktu kemampuan dampak penulis membatasi masalahnya pada Kebijakan Rtv Pekanbaru terhadap Segmentasi Program Musik Selingan di Pekanbaru.

1. Kebijakan
2. Segmentasi
3. Musik Deklip

### **3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana segmentasi program music Deklip di Lembaga Penyiaran Rtv Pekanbaru?

### **4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan penelitian pada hakekatnya mengungkapkan apa yang hendak dicapai oleh peneliti. Sedangkan tujuan itu sendiri merupakan sejumlah keadaan yang ingin dicapai.

Untuk mengetahui kebijakan segmentasi program Musik Deklip di Lembaga Penyiaran Rtv di Pekanbaru.

. Adapun mamfaat dari penelitian dan penulisan skripsi ini sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kebijakan segmentasi program Musik Deklip di Lembaga Penyiaran Rtv di Pekanbaru..



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dapat mengetahui apa saja faktor penyebab terjadinya perbandingan penentuan segmentasi Musik Deklip di Lembaga Penyiaran Rtv Pekanbaru.
3. Secara Teoritis Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah terhadap bagi pengembangan ilmu komunikasi dalam kaitannya dengan penentuan segmentasi program Musik Deklip secara konseptual.
4. Secara Praktis Hasil penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan atau referensi bagi produser program Musik Deklip di lembaga Rtv dalam menentukan segmentasi music Deklip dan kebijakan produser dalam membuat program music Deklip terkhususnya di Pekanbaru

## 5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembaca dalam menelaah serta memahami penelitian ini, maka penulis menyusun laporan penelitian dalam tiga bab:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, penegasan istilah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGA PIKIR**

Pada bab ini berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data dan teknik analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM**

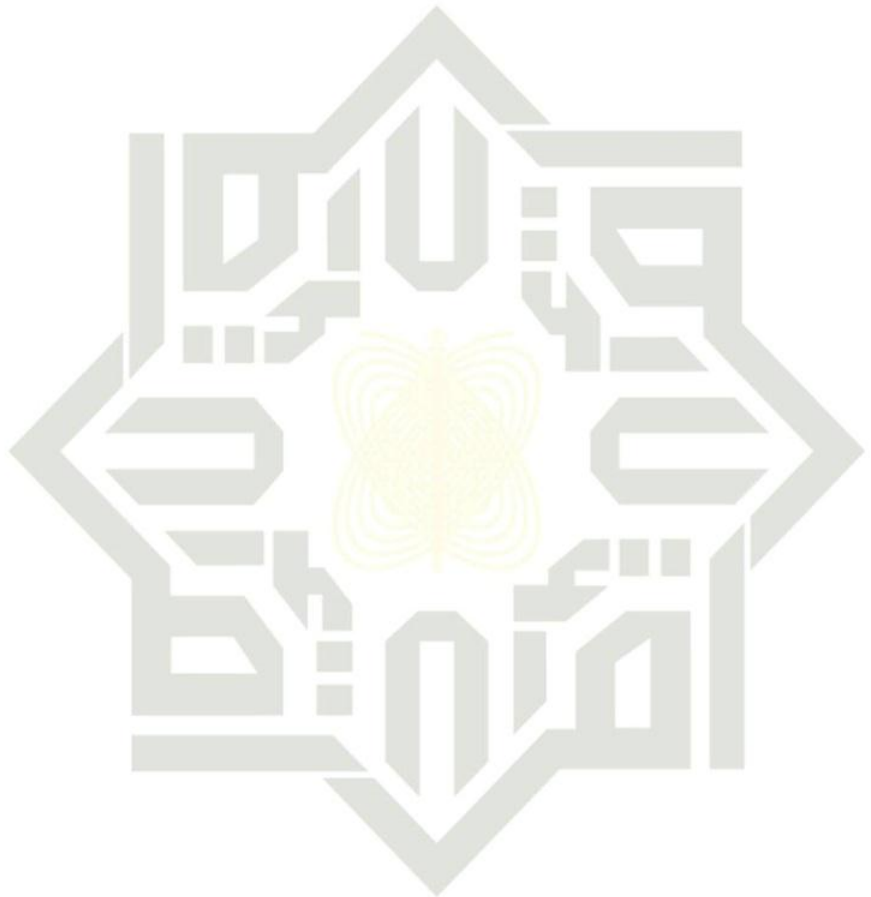
- A. Sejarah Perkembangan Rtv Pekanbaru
- B. Visi Dan Misi Rtv Pekanbaru
- C. Struktur Organisasi Rtv Pekanbaru

## **BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN**

- A. Hasil Penelitian
- B. Pembahasan

## **BAB VI : PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran



UIN SUSKA RIAU

### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

#### 1.1 Kajian Terdahulu

Penelitian ini peneliti mengambil judul “ Kebijakan Segmentasi Program Musik Deklip di Lembaga Peeniaran Rtv Pekanbaru” . Untuk memperkuat isi penelitian yang dilakukan, peneliti melihat penelitian sebelumnya untuk dijadikan bahan referensi sebagai pertimbangan untuk penelitian ini. Peneliti akan melihat tinjauan penelitian sebelumnya mengenai pembahasan tentang strategi program Televisi. Peneliti bisa melihat dan mencari dalam bentuk skripsi, jurnal (studi literatur) dan penelusuran data online (internet), dan membaca keterangannya di abstrak. Peneliti mengangkat tiga penelitian terdahulu sebagai referensi penelitian yang pertama ditulis

- a. Nurkitri Ari Saputra dengan judul penelitian Strategi Program Dapur Dangdut Pratama Untuk Mempertahankan Eksistensinya. Metode penelitian menggunakan pendekatan studi deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian terdahulu sebagai tolak ukur peneliti dalam menulis serta menganalisis suatu penelitian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa radio Pratama memproduksi programnya sendiri, ide berawal dari adanya peluang pasar, segmentasi musik dan segmentasi pendengar, isi sumber program didapat dengan kerjasama dengan label rekaman di Jakarta, dan dalam eksistensinya radio Pratama memilih pada waktu pagi hari dengan masyarakat menengah kebawah yang mengarah kepada aktifitas pendengar, setelah tiga tahapan itu menejer program melakukan pengawasan agar program tersebut dapat berjalan dengan baik<sup>9</sup>. perbedaan dengan peneliti lakukan adalah peliti

---

<sup>9</sup> Klotler dan Keller 2004, penelitian strategi program dapur untuk mempertahankan eksistensinya

melakukan yang membahas tentang siaran televise sedangkan peneliti terdahulu membahas tentang siaran radio , namun sama sama membahas tentang program suatu siaran demi mempertahankan eksistensi Siaran tersebut .

- b. Peneliti kedua, Tresna Yumiana Rahayu dan Kartini Rosmalah Dewi Katih dengan judul Strategi Program Radio Dalam Mempertahankan Eksistensinya. Metode penelitian menggunakan pendekatan studi deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian terdahulu sebagai tolak ukur peneliti dalam menulis serta menganalisis suatu penelitian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa startegi yang dilakukan program siaran kajian tematik di Radio Rodja 756 AM dalam mempertahankan eksistensinya telah sesuai dengan konsep strategi program yang dikemukakan Peter Pringle yang terdiri dari perencanaan program, produksi program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program. Dalam mempertahankan eksistensinya program kajian tematik memiliki enam faktor, yaitu ilmu dan informasi 17 disajikan secara aktual, menghadirkan narasumber yang berkompeten dalam bidangnya sehingga menumbuhkan kesetiaan pendengarnya, mengumpulkan ide melalui angket media sosial dan diskusi, melakukan promosi melalui media sosial, konsisten dengan ciri khas programnya, dan memperluas program melalui radio streaming. Perbedaan penelitiannya dengan peneliti yaitu Tresna Yumiana Rahayu dan Kartini Rosmalah Dewi Katih berfokus kepada Strategi Program Radio Tematik dakwah dalam mempertahankan eksistensiya di Radio Rodja 756 AM<sup>10</sup>. Sedangkan, peneliti memfokuskan pada kebijakan program music Deklip di RTV dalam

---

<sup>10</sup>Tresna Yumiana Rahayu, Kartini Yosmala Dewi Katih. Strategi Program Siaran Radio Demi Mempertahankan Program Siaran.



- mempertahankan Eksistensi dikalangan Pendengar Pencinta Musik .
- c. Kemudian penelitian ketiga itu dari Meisye Laurensia, Jenni Maria Fatimah, Syamsudin Aziz. dengan judul Kebijakan Segmentasi Khalayak Program Siaran Talkshow Lembaga Penyiaran Swasta Di Televisi Dikota Makassar, Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui kebijakan segmentasi khalayak program siaran talkshow Celebes TV dan iNews TV di kota Makassar Untuk mengetahui perbandingan penentuan segmentasi khalayak Celebes TV dan iNews TV di kota Makassar. Tipe penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan (mendeskripsikan) secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu, khususnya dalam menentukan kebijakan segmentasi khalayak program talkshow di kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menentukan segmentasi khalayak program siaran talkshow di kota Makassar, produser mempertimbangkan beberapa hal penting seperti kebijakan perusahaan, termasuk motto atau branding perusahaan, regulasi yang berlaku seperti UU Penyiaran dan Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), keadaan finansial perusahaan dalam hal ini bertujuan mengejar keuntungan (profit oriented), serta menggunakan riset audiens (audience research) sebagai data sekunder, namun bukan sebagai penentu kebijakan segmentasi tersebut.<sup>11</sup> adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah, untuk perbedaan itu berada di program siaran, dan untuk persamaan dengan penelitian

---

<sup>11</sup> Meisye Laurensia, Jeanny Maria Fatimah, Syamsudin Aziz. Kebijakan Segmentasi Khalayak Program Siaran Talkshow Lembaga Penyiaran Swasta Ditelevisi Makassar





- penulis itu berada pada kebijakan segmentasi programnya. kedua penelitian terdahulu dan penelitian penulis adalah sama sama membahas tentang kebijakan segmentasi program .
- d. kemudian untuk penelitian yang selanjutnya, penulis yang dijadikan bahan referensi yaitu Cut Hanifah Nafandri dengan judul Strategi Programming Green Radio 96,7 FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Jazz In The City. . Metode penelitian menggunakan pendekatan studi deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian terdahulu sebagai tolak ukur peneliti dalam menulis serta menganalisis suatu penelitian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Strategi Programming Green Radio 96,7 FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Jazz In The City telah sesuai dengan strategi programming lakukan karena telah sesuai dengan program yang dibutuhkan pendengar, membangun kebiasaan, mengontrol aliran pendengar, pemeliharaan sumber daya program, dan mengetahui kesukaan pendengar sehingga pendengar betah mendengarkan program tersebut<sup>12</sup>. Perbedaan penelitiannya dengan peneliti yaitu Cut Hanifah Nafandri berfokus kepada Strategi Programming Green Radio 96,7 FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Jazz In The City. Sedangkan, peneliti memfokuskan kebijakan program music deklip demi mempertahankan Segmentasi dan eksistensi musik di lembaga penyiaran RTV
  - e. kemudia juga jurnal oleh Rinowati (Ilmu Komunikasi, Undip) dengan judul “Eksistensi Televisi Lokal (Studi Kasus: Eksistensi TVKU Dalam Kompetisi Industri Penyiaran)”. Pada jurnal tersebut, Rinowati melihat bagaimana eksistensi TVKU

---

<sup>12</sup> Cut Hanifah Nafandri dengan judul Strategi Programming Green Radio 96,7 FM Pekanbaru Dalam Mempertahankan Eksistensi Program Jazz In The City





saat ini, dan bagaimana TVKU mempertahankan eksistensinya dan memperbaiki kondisinya. Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan teori ekonomi politik media. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, TVKU sebagai industri televisi termasuk dalam kondisi tidak sehat, karena masih dalam kondisi merugi setelah 7 tahun berdiri. Untuk mempertahankan eksistensi dan memperbaikikondisinya, TVKU menjalankan berbagai strategi diantaranya, sinergi dengan Suara Merdeka, menguatkan positioning, programming, 11 meningkatkan kualitas teknik dan SDM-nya, memperbanyak program blocking time<sup>13</sup>.

- f. Kemudian ada penelitian oleh Dinda Pramitasari, dengan judul Strategi Komunikasi Radio Komunitas Angkringan 107,8 FM dalam Mempertahankan Eksistensi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi Radio Komunitas Angkringan, radio komunitas tertua di Indonesia dalam mempertahankan eksistensinya. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan menggunakan beberapa aspek dari teori ekologi media. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa radio Angkringan memiliki strategi tertentu yang tidak dimiliki radio lainnya, dan secara produktif terus membuat program penyiaran bagi pendengarnya, dan aspek ideologi dan pola komunikasi yang efektif dengan kokohnya kerjasama dari jejering yang dibangun juga menjadi kunci keberhasilan radio ini. Untuk lebih jelasnya, berikut penjelasan mengenai kedua penelitian relevan tersebut<sup>14</sup>.
- g. selanjutnya dari Yuni Rusmawati Dj, Penerapan Strategi Segmentasi Pasar Dan Positioning Produk Dengan Pendekatan

<sup>13</sup> Rinowati (Ilmu Komunikasi, Undip) dengan judul “Eksistensi Televisi Lokal (Studi Kasus: Eksistensi TVKU Dalam Kompetisi Industri Penyiaran)”.

<sup>14</sup> Dinda Pramitasari, dengan judul Strategi Komunikasi Radio Komunitas Angkringan 107,8 FM dalam Mempertahankan Eksistensi



Analisis Swot Untuk Peningkatan Penjualan Pada Ud. Surya Gemilang Motor Di Surabaya, penelitian dari Penggunaan analisis SWOT merupakan salah satu alat yang dapat dipakai untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan suatu perusahaan khususnya di bidang pemasaran. Analisis SWOT merupakan singkatan dari lingkungan internal kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness) serta lingkungan eksternal peluang/ kesempatan (opportunities) dan ancaman (threats) yang dihadapi dunia bisnis. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai ancaman dan peluang yang datang dari pesaing maupun iklim bisnis yang berubah. Konsekuensi dari perubahan faktor internal tersebut mengakibatkan berubahnya faktor internal perusahaan, seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan perusahaan. Penerapan segmentasi pasar dan positioning produk yang tepat dan efektif dapat menunjang keputusan konsumen dalam pembelian produk. Hal tersebut dilakukan perusahaan agar berhasil dalam mencapai tujuannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi segmentasi pasar dan positioning produk dengan pendekatan analisis SWOT untuk peningkatan penjualan pada UD. Surya Gemilang Motor di Surabaya dan untuk mengetahui bagaimana kebijakan penerapan strategi segmentasi pasar dan positioning produk dengan pendekatan analisis SWOT dapat meningkatkan penjualan pada UD. Surya Gemilang Motor. Lokasi penelitian ini bertempat pada UD. Surya Gemilang Motor di Jl. Babat Jerawat 8 Benowo Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh dari hasil analisis SWOT penerapan strategi segmentasi pasar dan positioning produk pada UD Surya



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gemilang Motor untuk peningkatan penjualan yaitu perumusan strategi yang efektif akhirnya diperoleh strategi agresif SO yaitu strategi kekuatan yang memanfaatkan peluang yang dimiliki perusahaan yaitu pertama, Lebih meningkatkan sistem manajemen yang efektif dan efisien. kedua, Lebih meningkatkan SDM agar tetap dipercaya konsumen. ketiga, Menentukan segmen pasar dan positioning produk<sup>15</sup>.

- h. Penelitian selanjutnya dari Ernis Suryani Taufli, Strategi Padang Tv Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal, IPadang TV merupakan salah satu TV lokal swasta kota Padang yang berdiri pada tanggal 1 Maret 2007. Kehadirannya sebagai TV lokal termuda di kota Padang, menghadapi tantangan yang tidak ringan, tidak hanya berhadapan dengan TV nasional yang lebih dahulu eksis, namun juga sesama TV lokal Padang, TV digital, dan media penyiaran lainnya. Selain itu, semakin kecilnya jangkauan audien TV lokal yang masih menggunakan sistem analog juga menjadi tantangan tersendiri bagi Padang TV. Sehingga untuk mempertahankan eksistensinya dalam industri penyiaran lokal, Padang TV melakukan berbagai strategi untuk dapat bertahan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan Padang TV, dalam mempertahankan eksistensinya sebagai sebuah televisi lokal. Menggunakan teori Ekologi media oleh Dimmick dan Rothenbuhler yang mengungkapkan bahwa untuk mempertahankan eksistensinya, media memerlukan sumber penunjang hidup utama yakni, capital (pemasukan iklan), types of content (jenis isi media), dan types of audience (jenis

Yunni Rusmawati Dj, Penerapan Strategi Segmentasi Pasar Dan Positioning Produk Dengan Pendekatan Analisis Swot Untuk Peningkatan Penjualan Pada Ud. Surya Gemilang Motor Di Surabaya





khalayak sasaran). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara terhadap pihak manajemen Padang TV, melakukan observasi serta pengumpulan dokumendokumen yang berkenaan dengan tujuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk mempertahankan eksistensinyadalam industri penyiaran lokal, Padang TV menjalankan berbagai strategi diantaranya, 1) Melakukan strategi program TV, 2) Melakukan segmentasi, targetting, dan positioning dalam merebut pasar audien, 3) Pemanfaatan teknologi internet (media baru), 4) Memperbanyakevent-event dan program-program off air serta membentuk komunitas penonton. 5) Memperbanyak event-event dan program-program off air, 6) Membentuk komunitas penonton padang TV,7) Melakukan strategi pemasaran program, 7)Mendirikan TV anak jaringan di daerah lain 8) Dan hal yang juga sangat berpengaruh terhadap eksistensi Padang TV karena Padang TV berada di bawah naungan Jawa Pos Grup yang merupakan korporasi media terbesar di Indonesia<sup>16</sup>.

- i. Penelitian selanjutnya dari Restika Damayanti , Strategi Pemograman Televisi Swasta Daerah Dalam Bidang Seni Dan Budaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Khalayak. Televisi lokal hadir dengan salah satu misi yaitu menjaga dan mempertahankan seni dan budaya lokal. Membuat program acara yang menarik adalah salah satu strategi. Dalam sebuah stasiun televisi, sebuah program yang menarik adalah penting untuk kelangsungan hidup sebuah stasiun televisi. Hal ini karena penyusunan program kualitas sangat berpengaruh untuk kemajuan sebuah stasiun televisi. Program yang bertema seni

---

Ernis Suryani Taufli, Strategi Padang Tv Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Televisi Lokal



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dan budaya adalah salah satu keuntungan dari televisi lokal. Pentingnya menjaga seni dan budaya lokal, salah satu alasan mengapa televisi lokal didirikan. Sebagai televisi lokal, Dian TV dan TV Radar Cirebon, menyadari bahwa mereka memiliki kewajiban untuk menyiarkan program seni dan budaya. Oleh karena itu, program isi dan acara TV Dian Cirebon Radar TV tidak jauh dari pengaruh seni dan budaya. Seni budaya dan program yang dibuat untuk mendapatkan perhatian pemirsa. Selain itu hal ini menjadi strategi untuk meningkatkan loyalitas pemirsa. Ada beberapa manfaat yang diperoleh dalam program siaran seni dan budaya. Diantaranya adalah program mereka mampu menghidupkan kembali kegiatan para seniman mati. Dian TV dan TV Radar Cirebon yang melibatkan berbagai divisi yang ada saat membuat program. Selain itu Dian TV dan Radar Cirebon TV mengadakan rapat evaluasi yang diselenggarakan baik langsung maupun tidak langsung. Dian TV dan TV Radar Cirebon juga menerapkan teori STP. Teori STP adalah penting untuk membuat program acara dan memilih iklan yang sesuai dengan target audiens yang dimaksudkan. Kekuatan yang dimiliki oleh sebuah televisi lokal adalah menayangkan program yang berbeda dengan televisi nasional, menayangkan program kedaerahan. Kelemahan yang mereka miliki adalah peralatan yang tidak memadai, dan kurangnya sumber daya manusia. Peluang yang dimiliki oleh Dian TV dan Radar Cirebon TV adalah pembatasan siaran nasional, kedekatan dukungan dari masyarakat. Sedangkan ancaman yang dimiliki oleh Dian TV dan Radar Cirebon TV adalah tidak ada bantuan pemerintah terhadap seni dan budaya, kurangnya pengiklan,



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- persepsi masyarakat, kesulitan untuk bekerja dengan seniman local<sup>17</sup>
- j. dan penelitian terakhir dari Euis Fajar Siswoyo, Proses Produksi Program Siaran Berita Daerah Di Radio Republik Indonesia Pekanbaru. Radio merupakan salah satu media yang berperan penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, baik informasi berupa berita maupun hiburan. Melihat kebutuhan akan informasi yang aktual serta perkembangan radio yang kian pesat menjadikan berbagai stasiun radio harus bekerja lebih keras untuk merebut perhatian pendengar melalui program-program siarannya, tak terkecuali di RRI Pekanbaru. Setiap program yang disiarkan oleh radio memiliki berbagai macam proses serta persiapan yang mendalam, terutama yang berkaitan dengan berita daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses produksi program siaran berita daerah di Radio Republik Indonesia Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yakni data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di RRI Pekanbaru proses produksi berita daerah dilakukan dengan beberapa tahap yakni pra produksi, produksi dan pasca produksi. Pada tahap pra produksi kegiatan yang dilakukan oleh RRI Pekanbaru dirangkup dalam satu kegiatan harian yaitu rapat agenda setting yang dilakukan di ruang rapat RRI Pekanbaru setiap pagi pukul 08.00 – 09.00 WIB. Pembahasan dalam rapat ini adalah evaluasi mengenai program siaran sebelumnya, penemuan ide atau gagasan,

---

<sup>17</sup> Restika Damayanti, Strategi Pemrograman Televisi swasta daerah dalam bidang seni dan budaya untuk meningkatkan loyalitas khalayak



penentuan topik, serta persiapan alat-alat liputan. Produksi, terdiri dari liputan berita, penulisan berita dan editing. Sedangkan pada tahap pasca produksi, berita yang telah diserahkan kepada penyiar akan disiarkan secara langsung oleh penyiar yang didampingi oleh pengarah acara. Alat-alat yang digunakan selama proses penyiaran di RRI Pekanbaru antara lain yaitu: microphone, headphone, mixer, PC/komputer, transmitter, speaker dan power amplifier<sup>18</sup>.

## 2 Kajian Teori

### 2.2.1 Kebijakan Segmentasi

Analisis kebijakan adalah teori yang berasal dari pengalaman terbaik, dan bukan diawali dari temuan, kajian akademik, atau penelitian ilmiah. Teori analisis kebijakan adalah lay theory bukan academical theory. Ada beberapa ahli yang turut memberikan pendapatnya mengenai analisis kebijakan ini sendiri, misalnya William Dunn yang menyatakan bahwa analisis kebijakan adalah suatu aktivitas intelektual dan praktis yang ditujukan untuk menciptakan, secara kritis menilai, dan mengkomunikasikan pengetahuan tentang dan di dalam proses kebijakan yaitu dalam proses politik<sup>19</sup>.

Di lain sisi, Weimer & Vining yang memahami analisis kebijakan pertamata dari segi produknya yaitu berupa advis. Mereka juga menegaskan bahwa analisis kebijakan tidak hanya untuk sektor pemerintahan (publik), namun juga diperlukan untuk sektor bisnis<sup>20</sup>.

Pendapat lainnya datang dari Patton dan Savicky (1986) yang mengatakan bahwa tantangan dari analisis kebijakan saat ini adalah bagaimana kita dapat mempunyai metode analisis dan perencanaan kebijakan yang sederhana. Patton dan Savicky juga mengungkapkan

<sup>18</sup> Euis Fajar Siswoyo, Proses Produksi Program Siaran Berita Daerah Di Radio Republik Indonesia Pekanbaru.

<sup>19</sup> Nugroho (2008), (Nugroho, 2017:308). Policy of Khalayak Segmentation Talkshow Program Private Television Broadcasting Institution in Makassar City. hal 12

<sup>20</sup> (Nugroho, 2017:331). Policy of Khalayak Segmentation Talkshow Program Private Television Broadcasting Institution in Makassar City 12







- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bahwa analisis kebijakan juga dapat dilakukan sebelum dan sesudah kebijakan. Analisis kebijakan pra-kebijakan memiliki bentuk prediktif dan preskriptif sedangkan analisis kebijakan pasca kebijakan memiliki bentuk deskriptif. Analisis prediktif merujuk kepada proyeksi kondisi masa mendatang sebagai hasil dari adopsi kebijakan. Analisis preskriptif merujuk kepada rekomendasi kebijakan yang bersifat umum dan tidak memberikan fokus tertentu (advis). Terdapat rekomendasi kebijakan yang menekan pembuat kebijakan agar memilih suatu kebijakan yang disebut sebagai advis persuasif<sup>21</sup>.

Dalam media penyiaran, seperti televisi, manajemen operasi/produksi yang bertanggung jawab untuk menghasilkan program siaran harus memiliki rujukan dalam membuat kebijakan segmentasi program.

Produser merupakan pimpinan tertinggi yang bertanggung jawab atas semua aktivitas pembuatan program, maka kebijakan produser program menjadi hal yang vital dalam penentuan segmentasi program siaran itu sendiri. Peranan produser menjadi sangat penting dalam kegiatan produksi program televisi termasuk dengan kebijakan-kebijakan yang diambil oleh produser dalam UU Penyiaran P3SPS Karakteristik.

Dalam penentuan segmentasi khalayak, stasiun televisi, dalam hal ini produser, mempertimbangkan 5 hal penting, yaitu:

- 1 UU Penyiaran, Dalam UU Penyiaran dikatakan bahwa siaran yang dipancarkan dan diterima secara bersamaan, serentak dan bebas memiliki pengaruh yang besar dalam pembentukan pendapat, sikap, dan perilaku khalayak, maka penyelenggara penyiaran wajib bertanggung jawab dalam menjaga nilai moral, tata susila, budaya, kepribadian, dan kesatuan bangsa yang berlandaskan kepada Ketuhan Yang Maha Esa dan Kemanusiaan yang Adil dan Beradab; sehingga hal ini menjadi penting untuk

Patton dan Savicky (1986). Policy of Khalayak Segmentation Talkshow Program Private Television Broadcasting Institution in Makassar City. Hal 15



dipahami oleh para produser program sehingga program yang dibuat tidak melanggar UU.

2. P3SPS, dalam P3SPS menyatakan bahwa tingkat persaingan antar lembaga penyiaran berpotensi untuk memunculkan program siaran yang tidak sesuai dengan nilai-nilai yang dianut dan diyakini oleh masyarakat, sehingga dari pernyataan ini produser yang ingin menentukan kebijakannya dalam membuat program, harus membaca dan memahami apa yang dimaksudkan dalam P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran).
3. Karakteristik Media, James G Webster, dkk dalam bukunya yang berjudul *Rating Analysis* (2006:47), menyatakan bahwa perusahaan media mempertimbangkan jadwalnya, di mana mereka akan 10 menempatkan siaran lokal dan berdasarkan jadwal prime time sehingga mencapai jumlah penonton maksimal.
4. Finansial Perusahaan, James G Webster, dkk dalam bukunya yang berjudul *Rating Analysis* (2006:64), kembali menyatakan bahwa analisa keuangan media melakukan analisa berkelanjutan untuk perencanaan, monitoring, dan evaluasi proyek. Hal ini juga berhubungan dengan biaya produksi awal untuk program siaran dan memungkinkan terbukanya peluang bagi pengiklan.
5. Data/Riset Audience, Dalam sebuah jurnal University of Kansas dikatakan bahwa segmentasi mengakui bahwa kelompok-kelompok yang berbeda akan merespon secara berbeda terhadap komunikasi sosial dan perubahan perilaku pesan dan intervensi (2015). Melalui pernyataan ini, maka sebelum menentukan kebijakan yang akan diambil, maka produser perlu melihat terlebih dahulu riset atau referensi mengenai audience yang



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pernah ada sebelumnya untuk melanjutkan pada penentuan segmentasi program siaran yang akan dibuat<sup>22</sup>.

Darmanto Sastro Subroto mengatakan dalam bukunya *Produksi Acara It* has been said that the theatre is an actor's medium motion pictures a director's medium and television on a producer's medium (telah dikatakan bahwa pada theater, actor merupakan mediumnya, di film bioskop sutradara merupakan mediumnya. Adapun di televisi mediumnya adalah produser).

Dari karakteristik audience yang beragam tersebut, maka segmentasi pasar penonton sangat diperlukan agar bisa mengenali dan menentukan sasaran audience dalam pembuatan program yaitu dengan membagi-bagi atau mengelompokkan penonton ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen. Adapun segmentasi penonton dibagi berdasarkan kriteria berikut:

- 1) Segmentasi Demografis yaitu segmentasi berdasarkan demografi atau peta kependudukan misalnya usia, jenis kelamin, besarnya anggota keluarga, pendidikan tertinggi yang dicapai, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan, agama, suku, dan lain sebagainya. (Fachruddin, 2016:50)
- 2) Segmentasi Geografis yaitu segmentasi yang didasarkan pada lokasi atau tata letak daerah. (2016:57)
- 3) Segmentasi Geodemografis adalah segmentasi yang merupakan gabungan dari segmentasi geografis dan demografis (2016:58).
- 4) Segmentasi Behavioral adalah segmentasi yang berkaitan dengan tingkah laku konsumen (2016:59).
- 5) Segmentasi Psikografis adalah segmentasi yang didasarkan atas pengelompokan gaya hidup, nilai, dan kepribadian. (2016:61)

Sejak ditetapkannya UU No. 32 tentang Penyiaran, penyiaran tidak lagi menjadi monopoli Jakarta. Apalagi ditambah dengan iming-iming manfaat media penyiaran televisi terutama manfaat ekonomi dan politik yang menjanjikan sehingga fenomena menjamurnya stasiun TV swasta dengan

<sup>22</sup>James G Webster, dkk. *Rating Analysis* (2006:64)



konten lokal di berbagai daerah di Indonesia, termasuk di kota Pekanbaru tentunya di RTV<sup>23</sup>.

Lembaga penyiaran swasta Nasional televisi dengan siaran lokal yang bersiaran di kota Pekanbaru haruslah bisa memenuhi kebutuhan masyarakat lokal dengan segala ciri khas demografis, geografis, dan psikologisnya. Peran ideal lokal adalah untuk melestarikan budaya dan nilai-nilai kearifan lokal. Dalam SPS (Standar Program Siaran), dikatakan bahwa Program siaran lokal wajib diproduksi dan ditayangkan dengan durasi paling sedikit 10% (sepuluh per seratus) untuk televisi dan paling sedikit 60% (enam puluh per seratus) untuk radio dari seluruh waktu siaran berjaringan per hari.

Seluruh jenis program televisi yang disajikan kepada pemirsa harus diawali dengan ide atau konsep. Era industri televisi yang demikian ketat menyebabkan stasiun televisi membutuhkan strategi merebut penonton yang selektif untuk menjangkau struktur-struktur penonton yang beragam dalam masyarakat. Seorang produser televisi tidak bisa hanya menunggu ide itu datang, namun harus mencari ide yang unik dan baru sesuai keinginan pemirsa televisi<sup>24</sup>.

Terdapat perbedaan tentang dua paradigma mengenai audiens/penonton siaran televisi. Pendekatan pertama melihat penonton sebagai publik atau kelompok masyarakat sedangkan pendekatan kedua melihat penonton sebagai 'pasar' (market). Paradigma yang melihat penonton sebagai publik beranggapan bahwa stasiun televisi dalam menyiarkan programnya memiliki tanggung jawab sosial ke publik dan melihat sebuah relasi moral antara stasiun televisi dan penontonya, sedangkan paradigma yang melihat penonton sebagai 'pasar' selalu berpikir untuk memenangkan hati penonton tersebut agar bisa mendapatkan rating terbaik yang bisa meningkatkan harga jual spot iklan stasiun televisi tersebut<sup>25</sup>.

Berkaitan dengan jumlah penonton yang diharapkan oleh lembaga penyiaran sebagai tolak ukur keberhasilan sebuah program televisi, mendapatkan penonton yang sebanyak-banyaknya merupakan tujuan utama

Darmanto Sastro Subroto. *Televisi* (1994:171)  
Herbert Zettl. (target audience) (Fachruddin, 2016:178)  
(Alasuutari, 1999:105)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

dari lembaga penyiaran swasta televisi. Semakin besar penonton yang didapatkan, peluang mendapat rating semakin besar pula. Semakin tinggi rating dari suatu program, maka akan mendatangkan pemasang iklan yang banyak<sup>26</sup>.

Untuk pengiklan yang perlu menjangkau pasar nasional yang luas, jaringan televisi memiliki banyak spot iklan untuk ditawarkan. Secara keseluruhan, jaringan siaran televisi utama masih menarik penonton terbesar, meskipun radio dan televisi kabel dan berjaringan juga bersaing di pasar nasional.<sup>27</sup>

Setiap program pada waktu tertentu menyasar karakteristik audiens/penonton tertentu. Prime time menghasilkan pendapatan tertinggi karena menarik banyak penonton, di mana prime time sendiri adalah waktu yang menunjukkan penonton televisi mencapai jumlah terbanyak. Karena alasan ini, maka harga spot iklan pada jam prime time menempati harga termahal dibandingkan harga spot iklan di jam yang lain<sup>28</sup>.

Segmentasi pasar yaitu usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis-jenis produk tertentu dan yang memerlukan bauran pemasaran tersendiri, sedangkan targeting atau target adalah penetapan sasaran pasar yang berisi kegiatan menilai dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasukinya dan positioning adalah kegiatan merumuskan pencapaian produk dalam persaingan dan menetapkan bauran pemasaran yang terperinci Positioning biasanya tidak menjadi masalah dan tidak dianggap penting selama tingkat persaingan pasar tidak begitu tinggi. Positioning baru akan menjadi penting bilamana persaingan sudah tinggi atau sangat ketat. Formula ini juga berlaku bagi pasar penonton dalam media penyiaran (audiens). Penonton (audiens) televisi tidak hanya menonton program-program dari satu stasiun televisi saja, namun dari berbagai stasiun televisi. Penonton televisi senantiasa berganti chanel ketika menonton, dan ketika penonton tersebut mengganti chanelnya, maka di situlah kesempatan emas muncul ketika penonton tersebut mampir ke sebuah chanel stasiun televisi. Tentunya sebuah

<sup>26</sup> Latief & Utud (2015)

<sup>27</sup> Webster, 2006:16)

<sup>28</sup> (Latief & Utud, 2015:50). Siaran televisi non-drama : kreatif, produksi, public relations, dan iklan / Rusman latief, Yustiatie Utud



© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau  
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

stasiun televisi harus membuat program yang menarik sehingga ketika penonton tersebut sedang bergonta ganti chanel, maka mereka akan berhenti di chanel tersebut karena mendapati program yang menarik di chanel itu<sup>29</sup>.

Penonton (Audiens) televisi tidak hanya menonton program-program dari satu stasiun televisi saja, namun dari berbagai stasiun televisi. Penonton televisi senantiasa berganti chanel ketika menonton, dan ketika penonton tersebut mengganti chanelnya, maka di situlah kesempatan emas muncul ketika penonton tersebut mampir ke sebuah chanel stasiun televisi. Tentunya sebuah stasiun televisi harus membuat program yang menarik sehingga ketika penonton tersebut sedang bergonta ganti chanel, maka mereka akan berhenti di chanel tersebut karena mendapati program yang menarik di chanel itu.

Untuk membuat sebuah program yang menarik, maka penentuan segmentasi menjadi penting. Menjadikan program siaran memiliki rating yang tinggi sama halnya dengan menjual suatu produk. Agar sebuah produk bisa laris di pasaran, maka segmentasi produk tersebut harus jelas, yakni untuk siapa produk itu dibuat, apa fungsinya, dan lain sebagainya. Penelitian yang dilakukan oleh Hyejune Park di University of Tennessee, Knoxville, USA yang berjudul ‘Benefit Segmentation of TV Shoppers’ menegaskan bahwa segmentasi dapat menjadi alat yang berguna untuk menargetkan pembeli product “Home Shopping” yaitu dengan mengidentifikasi segmentasi psikografis dan demografis konsumen terlebih dahulu sehingga mampu mengetahui bagaimana karakteristik konsumen dan manfaat yang dicari oleh konsumen dari sebuah produk tentunya dengan program music selingan karena penonton bisa request lagu apa yang bakal ditayangkan.

### 2.2.2 Musik Deklip

Deklip adalah singkatan dari Deretan kompilasi lagu Indonesia populer.

Musik merupakan salah satu kesenian yang sangat penting bagi kehidupan manusia karena dapat mempengaruhi perasaan manusia, selain itu musik juga dapat menjadi sebuah media ungkapan perasaan hati seseorang. Hal ini sesuai

---

(Kotler, 1988 : 371) (Fachruddin, 2016:49). Manajemen Pemasaran (Analisis perencanaan, implementasi dan pengendalian)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan pendapat ,musik sangatlah penting dalam kehidupan manusia di seluruh dunia. Hal serupa juga dinyatakan bahwa, seni musik adalah salah satu media yang dapat digunakan untuk mengungkapkan perasaan melalui media suara berupa suara manusia atau vokal dan suara instrumental atau alat musik. Musik sebagai wujud abstrak sebagaimana kehadirannya mampu memberikan kepuasan bagi penikmatnya sesuai dengan tingkat penghayatan dan juga keberagaman musik itu <sup>30</sup>.

Kehadiran musik adalah sesuatu yang penting bagi kehidupan manusia di seluruh dunia untuk mengungkapkan perasaan melalui media suara. Keberadaan musik dapat mempengaruhi kehidupan manusia secara mendalam yakni musik mempengaruhi perasaan kita, bagaimana kita mempersepsikan sesuatu, bagaimana kita berfikir, dan bagaimana kita berperilaku. Musik juga telah dikaitkan dengan kapasitas untuk meningkatkan emosional hal ini sesuai pendapat Susan Hallam yang menyatakan musik telah dikaitkan dengan kapasitas untuk meningkatkan sensitivitas emosional. Emosi dalam musik berkaitan dengan emosional. Definisi musik bagi setiap orang memiliki pemahaman berbeda, sehingga dari pemahaman yang berbeda tersebut menghasilkan pengertian musik yang ditafsirkan menjadi beraneka ragam. Bahkan seringkali pengertian musik itu sendiri masih samar dan menjadi perdebatan banyak orang. Hal ini dikarenakan tidak mudah untuk merumuskan suatu definisi tentang musik jika hanya memperhatikan segi tertentu saja <sup>31</sup>.

Teori Stimulus Organisme Response yang sering disebut dengan teori SOR dikemukakan oleh Carl Hovland, et al, pada tahun 1953 di Amerika Serikat. Teori ini lahir karena adanya pengaruh dari ilmu Psikologi dalam ilmu komunikasi. Hal ini bisa terjadi karena psikologi dan komunikasi memiliki objek kajian yang sama, yaitu jiwa manusia, yang meliputi sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Asumsi dasar teori SOR adalah bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada rangsangan

<sup>30</sup> Thomas Schafer (2016:1). Kartono, Utomo, & Priyono (2007:171). (Eli Irawati, 2014:67).Kajian teori music.hal 1

<sup>31</sup> Susan Hallam (2010:271).Kajian teori music. hal 3





(stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Model teori ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksireaksi. Artinya model ini mengasumsi kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola SOR ini dapat berlangsung secara positif atau negatif, misal jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palangan muka maka ini merupakan reaksi negatif<sup>32</sup>.

Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic needle atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori ini pun tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula. Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dari reaksi komunikan. Program siaran televisi sendiri menurut Djamal dan Fachruddin (2011) adalah satu bagian atau segmen dari isi siaran radio maupun televisi secara keseluruhan, sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan. Dalam satu siaran keseluruhan stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran. Masing-masing program siaran menempati slot waktu tertentu dengan durasi tertentu yang biasanya tergantung dari jenis programnya. Slot waktu masing-masing program dirancang sesuai dengan tema program itu sendiri sehingga menjadi jadwal satu siaran per harinya. Jadwal program dirancang untuk satu bulan bahkan enam bulan dikarenakan ketatnya persaingan mendapatkan spot iklan dan proses

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Patton dan Savicky. Kotler (1988). Abdullah.wirodono. Carl Hovland. Djamal dan Fachruddin (2011). Teori Stimulus Organisme Response



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memasarkan produk program televisi harus melalui tahap yang cukup panjang.

*Teori Latief dan Utud (2015)*, pada dasarnya program siaran terbagi menjadi dua bagian, yaitu program informasi (news) dan hiburan (entertainment). Program informasi adalah program yang sangat terikat dengan nilai aktualitas dan faktualitas, di mana sangat ketat akan kaidah-kaidah jurnalistik. Program hiburan adalah program yang memiliki tujuan dasar untuk menghibur dan unsur jurnalistik hanya sebagai pendukung. Meskipun kedua program siaran ini memiliki karakteristik masing-masing, tidak membuat batasan itu menjadi berdiri sendiri, tetapi ada beberapa program yang berdiri di dua jenis karakteristik program tersebut, salah satunya adalah program Musik Selingan yang konsepnya dapat memiliki nilai hiburan yang artistik, juga memiliki informasi sebagai penunjang program<sup>33</sup>. (Latief & Utud, 2015:5)

1. Program Musik Deklip yang diproduksi oleh lembaga penyiaran televisi di kota Pekanbaru tentunya memiliki persaingannya sendiri. Namun, meskipun dimasukkan ke dalam kategori program dengan konten siaran lokal, program Musik Deklip yang diproduksi oleh lembaga penyiaran RTV di Pekanbaru haruslah mampu bersaing dengan program lain dari tiga belas lembaga penyiaran swasta televisi nasional, ratusan lembaga penyiaran swasta televisi dengan program siaran lokal yang tersebar di setiap provinsi, delapan stasiun siaran berjaringan (network television), empat lembaga penyiaran swasta televisi nasional dengan siaran digital (simulcast), kemudian masih ditambah lagi dengan tujuh lembaga penyiaran swasta berlangganan/berbayar (Pay TV) semakin hari semakin ketat. Mereka harus terus berkompetisi memberikan sajian program-program siaran yang terbaik kepada pemirsa .

Tujuan lembaga penyiaran swasta televisi yang paling utama adalah untuk mendapatkan sebanyak-banyaknya penonton dengan terlebih dahulu

---

Djamal dan Fachruddin (2011). Program music televisi. (Djamal & Fachruddin, 2011:149)  
 Latief dan Utud (2015)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Statistik Islam University of Sultan Kasim Riau
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menentukan target dan segmentasi penonton terlebih dahulu. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan rating yang tinggi sehingga bisa mendatangkan pemasang iklan yang banyak yang berarti memperoleh keuntungan (profit) yang banyak pula. Namun lebih lanjut, Latief dan Utud (2015) menjelaskan bahwa tujuan dari dibuatnya sebuah program televisi tidak selamanya untuk mendapatkan keuntungan (profit) komersial saja, melainkan pada momen tertentu sebuah program ditayangkan dengan tujuan hanya untuk meningkatkan prestise (wibawa) di mata publik.

Sementara itu, masih ada beberapa program yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi, pendidikan keragaman, dan keamanan hiburan kepada publik yang juga tidak berorientasi pada keuntungan ekonomi (non-komersial), seperti program liputan tentang kehidupan suku terasing di Sumatera Barat di Pulau Mentawai, dan lain sebagainya. Tujuan non-komersial lainnya dari sebuah program televisi adalah untuk mendapatkan penghargaan (award) dari berbagai kompetisi, dimana program-program seperti ini memang 25 sudah dipersiapkan dari awal seperti ide, format, peralatan yang digunakan, dan biaya produksi sesuai dengan kriteria yang diberikan oleh ajang penghargaan tersebut<sup>34</sup>.

Seluruh jenis program televisi yang disajikan kepada pemirsa harus diawali dengan ide atau konsep. Untuk membuat program televisi, hal pertama yang harus dilakukan adalah penggalan ide atau gagasan kreatif dengan merancang konsep program. Ide-ide yang dilahirkan harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu hukum, kultur, pasar (market), tren, budget, dan teknis. Fachruddin (2016) kemudian lebih lanjut menguraikan bahwa dalam membuat program televisi, manajemen produksi adalah satu bagian penting dalam lembaga penyiaran yang terlebih dahulu membuat dan menyusun perencanaan dengan matang, mulai dari pra-produksi, produksi, hingga post produksi. Manajemen produksi melalui penerapan manajemen berdasarkan fungsinya menyusun perencanaan untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan standar yang ditetapkan berdasarkan keinginan konsumen,

(Latief & Utud, 2015:53). (Fachruddin, 2016:178). manajemen produksi





dengan teknik produksi yang seefisien mungkin, dari mulai pilihan lokasi produksi hingga produk akhir yang dihasilkan dalam proses produksi<sup>35</sup>.

Dalam menghasilkan program televisi yang menarik dan memiliki daya saing, seorang produser televisi yang termasuk dalam manajemen produksi tentunya harus memiliki ide-ide yang baru, fresh, dan kreatif dalam meramu sebuah program baru. Ide kreatif yang muncul ini menurut Shoemaker dan Reese (2000) dipengaruhi oleh beberapa level latar belakangnya, misalnya level individu yang berkaitan dengan latar belakang profesional dan aspek-aspek personal misalnya 41 jenis kelamin, usia, dan keyakinan profesionalitas. Terdapat juga level ideologi yang berkaitan dengan kerangka berpikir individu dalam melihat sebuah realitas dan mengangkatnya menjadi konten program dalam televisi. Untuk level rutinitas berkaitan dengan mekanisme dan proses penentuan konten program televisi dan rutinitas yang diterapkan dalam standar operasional prosedur ini diatur dan ditentukan dalam level organisasi.

Selain itu, masih ada level ekstramedia yang berkaitan dengan hal-hal yang berada di luar lingkungan organisasi media televisi itu sendiri misalnya pemerintah, pengiklan, penonton, dll. Selain ide yang kreatif, Fachruddin kemudian kembali menguraikan bahwa manajemen produksi yang juga disebut divisi produksi juga harus melakukan strategi produksi yang jitu untuk menarik perhatian penonton dan memenuhi harapan sponsor serta sesuai dengan keinginan stakeholder. Agar bisa memenuhi keinginan konsumen, yang dalam hal ini adalah masyarakat, manajemen produksi atau biasanya diwakili dengan produser harus terlebih dahulu mengetahui segmentasi konsumen yang ingin dipenuhi keinginannya. Selain mengetahui segmentasi konsumen, ada beberapa strategi produksi televisi yang biasa diterapkan. Terdapat berbagai macam strategi produksi yang biasa digunakan oleh produser misalnya dominasi artis dengan menempatkan orang-orang yang populer, dominasi format program dengan merancang desain produksi yang unik, menggabungkan atau kombinasi beberapa genre menjadi format

Herbert Zettl, (Fachruddin, 2016:179) Television Production Handbook, Tenth Edition

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang baru (hybridity program), co-production dengan melakukan kolaborasi program antarstasiun televisi dengan institusi atau lembaga lain, mengoptimalkan program-program yang biaya produksinya relatif murah tetapi sangat populer, mengimitasi program dengan mengamati; meniru; dan memodifikasi program-program yang tren atau program yang mendapatkan rating/share yang tinggi, melakukan daur ulang program televisi (makeup montage) yang sudah pernah tayang sebelumnya namun dimodifikasi dengan perubahan segmen, alur, durasi, dll, dan diferensiasi produk untuk segmen pasar yang beragam<sup>36</sup>.

Charlie Angus dalam penelitiannya menyatakan bahwa televisi lokal bersaing dengan pasarnya khusus mereka yaitu “pasar lokal”. Namun, perlu diingat, bahwa persaingan TV lokal sebenarnya tidak hanya terjadi antara sesama TV lokal saja, tetapi juga TV Kabel yang menayangkan berbagai program siaran dari berbagai belahan dunia, bahkan bersaing dengan televisi nasional sendiri atau Sistem Siaran Jaringan (RCTI, MNC, Metro TV, TV One, Indosiar, dll) karena tantangan ke depannya adalah bagaimana pada waktu yang sama, penonton TV lokal lebih memilih untuk menonton program-program siaran yang disajikan di TV lokal dibandingkan dengan program yang disajikan oleh TV Nasional<sup>37</sup>.

Tentunya, perilaku masyarakat yang lebih memilih program TV lokal dibandingkan program TV nasional adalah salah satu dari sekian banyak target yang perlu dicapai oleh TV lokal sendiri. Hal ini bukan menjadi muahil terjadi karena seperti yang telah dibuktikan oleh stasiun KNBC(TV) pada bulan Februari tahun 1998 yang berhasil 47 mendominasi pasar California Selatan setiap kali mengudara dengan berita .

Sebuah studi yang dilakukan oleh Proyek Keunggulan dalam Jurnalisme dan sekelompok wartawan berita TV, sarjana universitas dan peneliti profesional juga membuktikan bahwa peringkat kualitas 61 stasiun TV di 20 kota dan dibandingkan temuan mereka dengan penilaian mereka. Hasil

(Fachruddin, 2016:181. segmentasi pasar

Charlie Angus (2009). penyiaran televisive . (Rosenstiel, 1999:65)

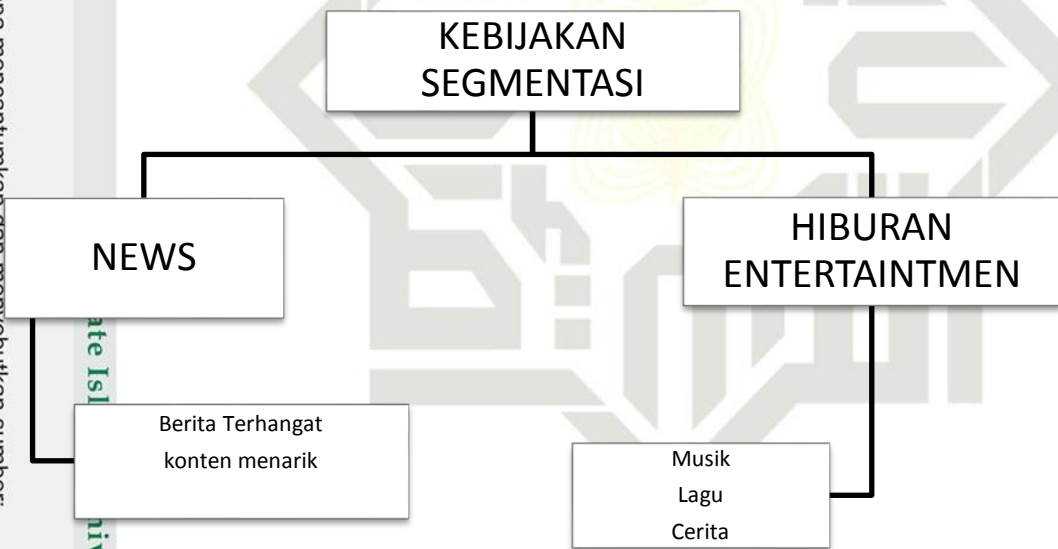


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3 Kerangka Berfikir

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian mereka menunjukkan bahwa asumsi tentang penonton yang tidak memilih berita lokal berkualitas adalah salah. Mereka menemukan bahwa stasiun TV lokal berhasil menaikkan ratingnya, dengan program yang memiliki campuran tabloid dan berita yang serius, dan menampilkan topik human-interest.) TV lokal di Pekanbaru khususnya, harus mampu semakin bereksplorasi dengan berita-berita dan ciri khas lokal-nya sehingga mampu bersaing dan menjadi stasiun yang tidak hanya dipandang sebagai pelengkap saja





## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pentingnya jenis data karena diperolehnya temuan dilapangan mengenai kaitan masalah yang diangkat dalam judul ini. Pendekatan ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data yang berdasarkan pada instrumen pengumpulan data.

Penelitian ini bersifat deskriptif, metode ini adalah penelitian yang bermaksud memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan, atau gejala-gejala lainnya. Ciri-ciri metode deskriptif adalah memusatkan diri pada masa sekarang dan masalah-masalah yang aktual, dan kemudian data yang dikumpulkan disusun, dijelaskan dan dianalisis<sup>38</sup>.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pekanbaru tepatnya Rtv Pekanbaru

#### 3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dilakukan Pada Bulan Januari-Mei 2023 .

### 3.3 Jenis Dan Sumber Data

Menurut Lofland, sumber data utama dalam penelitian Kualitatif ialah kata, kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain.

#### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber asli, atau sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun yang dijadikan data primer adalah data yang sifatnya berkaitan dengan obyek

<sup>38</sup>.Hum. Dr. Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif*, vol. 1, 2008, <http://e-journal.usd.ac.id/index.php/LLT%0Ahttp://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/viewFile/11345/10753%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.758%0Awww.iosrjournals.org>.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian. Sumber data Kepada Asisten Manager Program, Penanggung jawab program dan Operator/ penata gambar.

## 2. Data skunder

Data skunder adalah data pelengkap yang telah tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Sumber data yang didapat dari referensi-referensi buku, internet, dan hasil penelitian yang telah disusun menjadi dokumen. data skuder juga merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain ataupun lewat dokumen

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam kualitatif ini adalah orang atau narasumber. Posisi narasumber sangat penting, bukan hanya sekedar memberi respon melainkan juga sebagai pemilik informasi<sup>39</sup>.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini diperoleh dengan beberapa cara, yaitu:

#### 3.4.1 Observasi

Salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku nonverbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Observasi adalah suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Pengamatan yang dilakukan dengan menggunakan indra pengelihatan yang berarti tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Peneliti turun langsung ke lokasi penelitian untuk melihat secara dekat mengenai permasalahan yang akan diteliti baik subjek atau objek.

#### 3.4.2 Wawancara

Wawancara menjadi salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara merupakan komunikasi dua

---

Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian* (jakarta: PT Rineka Ciptaan, 2014).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

arah untuk memperoleh informasi dari informan yang terkait. Wawancara adalah cara menjangkau informasi atau data melalui interaksi verbal atau lisan. Wawancara yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in depth interview*). Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan terkait penelitian yang sedang dilakukan<sup>40</sup>.

### 3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film documenter, data yang relevan terkait penelitian.

## 3.5 Validitas Data

Validitas data merupakan langkah yang dilakukan setelah pengumpulan data dilakukan. Untuk menjaga keabsahan data dan hasil penelitian kualitatif, digunakan uji validitas data dengan menggunakan metode Triangulasi. Triangulasi dapat memanfaatkan peneliti, sumber data, metode, dan teori. Triangulasi metode dilakukan untuk pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dengan metode wawancara sama dengan metode observasi atau apakah hasil observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika diwawancarai dan saat melihat dokumentasi yang ada.

## 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, sehingga dapat mudah dipahami dan tentunya dapat diinformasikan kepada orang lain. Teknik analisis data bertujuan untuk menganalisa data yang terkumpul dalam penelitian ini, setelah data dari

<sup>40</sup> Sapari Imam, *Metode Penelitian Sosial*, n.d.





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lapangan terkumpul dan disusun secara sistematis, maka langkah selanjutnya peneliti akan menganalisa data yang telah ada<sup>41</sup>.

Dari data yang telah didapatkan penulis akan melakukan teknik analisis data yang berupa:

### 3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan, perhatian pada penyederhanaan, dan informasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang ada. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahap reduksi, reduksi data bertujuan untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan serta membuang yang tidak perlu, sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

### 3.6.2 Penyajian Data

Penyajian-penyajian data akan berupa sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis. Untuk menyajikan data akan dilakukan dengan teks bersifat naratif, dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang akan terjadi dan dapat merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan data yang disajikan tersebut.

### 3.6.3 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan data dilakukan setelah melihat hasil data yang direduksi. Data yang telah tersusun lalu dibandingkan antara satu dengan lainnya untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban permasalahan yang ada.

## BAB IV GAMBARAN UMUM

### 4.1 Sejarah RTV Pekanbaru

Riau televisi (Rtv) adalah sebuah stasiun televisi lokal yang berpusat di Pekanbaru, Riau. Stasiun televisi ini merupakan anggota jaringan Jawa Pos TV.

Pertama kali mengudara pada tanggal 20 Mei 2001 yang saat itu masih berada di frekuensi 32 UHF, dan seiring waktu dan perkembangan, Riau TV mengubah frekuensi menjadi 46 UHF dengan kekuatan pemancar sebesar 10 KW dan coverage area nya adalah beberapa kabupaten atau sebagian dari Provinsi Riau. Riau TV mempunyai no izin prinsip siaran 394/KEP/M.KOMINFO/ 11/2010. Riau TV bermarkas di Jl. HR Subrantas Km 10.5 Panam, Pekanbaru. Jam siaran Riau TV dimulai dari pukul 06.00 sampai dengan 24.00 WIB.

Motto Riau Televisi (Rtv) adalah “Rtv, televisinya orang Riau”. Saat ini Riau Televisi (Rtv) telah mengembangkan perluasan siarannya di dua kabupaten di Propinsi Riau yaitu Dumai dan Rohul (Rokan Hulu). Sebelum ini stasiun televisi ini hanya dapat dinikmati di ibu kota propinsi saja yakni Pekanbaru. Riau Televisi (Rtv) sebagai salah satu televisi lokal bercita-cita agar coverage area dari stasiun televisi ini dapat menjangkau seluruh Kabupaten / Kota di Propinsi Riau.

Program berita merupakan program andalan bagi stasiun televisi, menurut Peter Herford, setiap stasiun televisi dapat menayangkan berbagi program, tetapi siaran berita merupakan program yang mengidentifikasi suatu stasiun televisi kepada pemirsanya. Program berita menjadi identitas khusus atau identitas lokal yang dimiliki suatu stasiun televisi.

Riau Televisi adalah salah satu stasiun televisi lokal di Riau. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa informasi, Riau Televisi banyak memberikan pelayanan informasi kepada pemirsanya untuk memenuhi

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan masyarakat lokal yang berada di Propinsi Riau akan informasi daerah setempat yang tidak terjamah oleh televisi nasional.

Detak Riau merupakan salah satu program berita yang ditayangkan oleh Riau Televisi. Program berita Detak Riau dibawahi oleh bagian divisi redaksi. Berita yang disajikan meliputi berbagai bidang, baik itu pendidikan, ekonomi, kriminal, politik sampai dengan budaya.

Dalam mengelola sebuah program berita, membutuhkan sistem manajerial yang dapat membantu memudahkan pembagian tugas dan pekerjaan di bidangnya masing-masing yang terlibat dalam proses produksi. Acuan yang digunakan untuk melihat bagaimana terapan strategi manajemen dalam proses produksi program berita Detak Riau, yaitu dengan menggunakan dengan menggunakan teori yang telah dikemukakan Terry mengenai fungsi-fungsi manajemen yaitu POAC. POAC merupakan sebuah akronim yang cukup dikenal dalam kajian manajemen, meliputi Planning (perencanaan), Organizing (pengorganisasian), Actuating (penggerakan), dan Controlling (pengawasan). Untuk itulah penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana strategi manajemen produksi program berita Detak Riau agar selalu menarik dan tetap diminati bagi khalayak penontonnya.<sup>42</sup>

#### 4.2 Visi dan Misi Riau Televisi (RTV)

PT Riau Media Televisi hadir dengan,

VISI :

Menjadikan Riau Televisi sebagai media informasi terdepan bagi warga negara Indonesia khususnya Pekanbaru dan Riau sekitarnya, serta mampu meningkatkan SDM yang dapat bersaing ditingkat Nasional maupun Internasional dan menumbuh kembangkan informasi dan budaya yang menjadi filter berkehidupan yang mampu menjadi inspirasi dan aktualisasi pengembangan potensi, perekonomian dan kebudayaan Melayu dalam masyarakat yang agamis.

[https://www.slideshare.net/mobile/MarketingRiauTelevisi/profil-riau-televisi%20\(akses%201%20April%202018\)](https://www.slideshare.net/mobile/MarketingRiauTelevisi/profil-riau-televisi%20(akses%201%20April%202018))



MISI :

1. Membuat dan menayangkan program-program siaran sebagai barometer tercepat dan terakurat melalui program-program berita yang ditayangkan.
2. Membuat dan menayangkan program dan siaran yang mampu meningkatkan ketahanan budaya Melayu dalam menghadapi era globalisasi.
3. Membuat dan menayangkan program-program siaran pemersatu budaya-budaya daerah dalam rangka memperkuat budaya nasional dalam NKRI.
4. Menjadi sarana untuk mendokumentasikan budaya Melayu yang sudah langka.
5. Membuat dan menayangkan program-program siaran yang mampu memperkuat pelaksanaan otonomi daerah dan masyarakat madani di Riau.
6. Mengembangkan dan menayangkan beragam program siaran sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan mempunyai kontrol sosial di masyarakat.<sup>43</sup>

### 3.3 Struktur Organisasi dan Personil

Struktur Organisasi dan Personil Struktur Organisasi dan Personil dari Riau Televisi, sebagai berikut:<sup>44</sup>

Badan Usaha	: <b>PT. Riau Media Televisi</b>
Direktur Utama	: <b>Makmur Kasim SE, Ak, MM</b>
Direktur Operasional	: <b>Sumedi Susanto</b>
Departemen & Produksi	
1. GM Bid Usaha & Keuangan, Umum,	: <b>Tri Hilda Putri</b>
a. Pengembangan SDM & Pelatihan	: <b>Helmi</b>
2. GM Bid Program, Produksi, Teknik dan Redaksi	: <b>Bambang Suwarno</b>
a. Kreatif /Program Executive	: <b>Neno Tresno</b>
b. Current Affair Executive	: <b>Laras Hati</b>

#### Finance & Fiskal

Dokumentasi. Riau Televisi Pekanbaru, 2018  
Ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Manager : **Imam Syukri Yazid**  
 Ass Manager/ Kasir : **Nazirah Riyanti**  
 Kabag Financial/ Pajak : **Endang Fatmawati**  
 ADM : **Dony Agustian**

### **UMUM / HRD & GA**

Manager : **Sulastri**  
 Kabag Umum & Transportasi : **Pranjit Susandi**  
 Kabag HRD : **Purnama Sari**  
 Kabag Pengembangan : **Alyusra**  
 : **Syaiful**  
 Driver : **Sutriono (koor),**  
 : **Supriadi Muslimin,**  
 : **Yoza Ridho Waldi,**  
 : **Anggi Saputra,**  
 : **Wahyu Kurniawan**  
 Security : **RudiFili,Novi Waldi**

### **PROGRAM, CREATIF & PRODUCTION HOUSE**

Manager : **Neno Tresno**  
 Ass Manager Iklan & Marketin : **Welly Permana**  
 Ass Manager Adm/Wardobe : **Heriyanti**  
 Kabag Kreatif & PH : **Rofi Adi Syabanto**  
 Kabag Editing : **M. Reza Wahyudi**  
 Kabag Kameramen & PH : **Hendra Rika**  
 Kabag Program & Kreatif Studio : **Sonny Sakul**  
 Produser : **Syamsuyan Bahrundi**

### **NEWS**

Pimpinan Redaksi : **Paramasdhino**  
 Wakil Pimred : **Ridwan Leboy**  
 Redaktur Pelaksana : **Alsepriadi**



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Koord. Liputan	: <b>Bili Prananta</b>
Redaktur : Heru Rinaldo	: <b>Fresty Boesya Layonda</b>
Reporter & Kameramen	
Kabag Kameramen	: <b>M. Idrus Lubis</b>
Koord Kameramen	: <b>Randi Saputra</b>
Editing / Dubbing / Grafis Kabag	
	: <b>Musromi Pratama,</b>
	: <b>Syahrudin,</b>
	: <b>Ikhsan, M. Reza Wahyudi</b>
Produser & Presenter	: <b>Wan Sandrawati</b>
Ass Manager Redaksi/Sekretariat	: <b>Idrawati</b>
<b><u>TEKNIK &amp; STUDIO</u></b>	
Manager	: <b>Helmi Kameramen</b>
Kabag	: <b>Sariyandi</b>
Studio / On Air Kabag	: <b>Alkasmiyanri</b>
IT & Jaringan Koord	: <b>Romi Andri</b>
Teknisi & Maintenance Kabag	: <b>Indra Siska</b>
Koord Maintenance	: <b>M. Rizal</b>
<b><u>PRODUKSI &amp; CURRENT AFFAIR</u></b>	
Manager	: <b>Murparsaulian</b>
Ass Manager	: <b>Muktharudin Harahap</b>
Kameramen Kabag	: <b>Tri Budi Hartono</b>
Editing Produksi Kabag Editing	: <b>Chairil Ambia</b>
Reporter Produksi Kabag	: <b>Donny Haris</b>
<b><u>Divisi Event Organizer</u></b>	
Manager : Alyusra	
<b><u>Divisi Marketing &amp; Promosi</u></b>	
Manager	: <b>Tri Hirda Putri</b>
Head Division Usaha & Promosi	: <b>Sujarno</b>
Marketing & Adm Head Divisi Marketing	: <b>Azetli</b>
Kabag Adm Marketing	: <b>Nesia Anggraini</b>





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dokumentasi & Promosi Kabag

: **Aris Rinaldi**

**TEKNIK DAN JARINGAN**

Manager

: **Triman**

Ass Manager

: **Yan Cahyadi**

Adm Jaringan

: **Sri Wahyuni**

Perdana Rohul Media Televisi

: **Yuhendra**

Dumai Media Televisi

: **Ahmad Mulyono**

Rohil Media Televisi

: **Margono**

Bengkalis Media Televisi

: **Khairul Effendi**

Inhil Media Televisi

: **M. Zaini Dalimunthe**

**BISNIS CREATIF DIVISION**

**Radio Website, TV Jaringan**

Manager Radio Suara Fajar Safitri

: **Hendrizal Roeslan**

Ass. Manager Website & Streaming

: **M. Idrus**

Pelaksana Operasi (PO)

: **Hardianis Alkhusari**

**DETAH RIAU NEWS.COM**

Pimpinan Perusahaan/ Pimred

: **Luna Agustin**

Redaktur News

: **Nurbaiti Redaktur**

Program & Marketing

: **Dina Febriana**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Adapun temuan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu tentang kebijakan program music Deklip yang menjadi salah satu program yang membangun untuk kemajuan Rtv dan langkah yang diambil oleh Rtv mampu memberikan Penonton (audiens) televisi tidak hanya menonton program-program dari satu stasiun televisi saja, namun dari berbagai stasiun televisi.

Penonton televisi senantiasa berganti chanel ketika menonton, dan ketika penonton tersebut mengganti chanelnya, maka di situlah kesempatan emas muncul ketika penonton tersebut mampir ke sebuah chanel stasiun televisi. Tentunya sebuah stasiun televisi harus membuat program yang menarik sehingga ketika penonton tersebut sedang bergonta ganti chanel, maka mereka akan berhenti di chanel tersebut karena mendapati program yang menarik di chanel itu terutama untuk meningkat keeksistensiannya program Deklip yang ditayangkan oleh Rtv secara Live dan membagikan Link telfon untuk para penonton.

Kebijakan Segmentasi Program Musik Deklip adalah program, yang diambil oleh RTV untuk konsumen dan khalayak Musik adalah salah satu hal yang digemari oleh banyak orang. ditambah sudah jarang kita lihat program music music ini tayangkan Terutama di TV Nasional dan tidak bisa dipungkiri juga banyak dari kalangan anak-anak ,remaja sampai dewasa melihatr music di Gadget yang mereka gunakan. Namun kelebihan dari RTV sendiri tidak berbayar , tidak streaming dan tidak memakan pulsa data,maka dari RTV mengeluarkan Program Deklip. dan untuk RTV sendiri mengapa berani mengeluarkan kebijakan

Program music Deklip ini karena untuk salah satu daya tarik tersendiri.

Ketika menetapkan sebuah tujuan program, maka seorang perencan komunikasi dapat menetapkan tujuan. Tujuan merupakan suatu keadaan atau perubahan yang di inginkan sesudah pelaksanaan rencana. Dalam menetapkan tujuan, seorang perencana komunikasi harus bisa menjawab pertanyaan: mengapa Kebijakan Segmentasi Program Musik Deklip dibuat, apa tujuan yang ingin di capai dari pembuatan Kebijakan Program ini, Perubahan bagaimana yang diinginkan oleh RTV itu sendiri , apakah tujuan yang ingin di capai sesuai dengan kebutuhan target sasaran.

## 6.2. Saran

Dari pengamatan penulis di lapangan tentang kebijakan segmentasi program music Deklip di lembaga penyiaran televisi, ada beberapa hal yang menjadi saran penulis yaitu :

1. Perlu adanya perancangan komunikasi yang baik lagi supaya penyampaian informasi kepada para penonton
2. Seting semenarik mungkin agar konsumen ataupun penonton dapat tertarik untuk melihat Program Siaran Deklip
3. mengundang mahasiswa atau pelajar untuk menyaksikan jalannya program di RTV



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







Hamidy, UU, (1996), *Orang Melayu di Riau*, Pekanbaru, UIR Pers.

Strategi Pemograman Televisi Swasta Daerah Dalam Bidang Seni Dan Budaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Khalayak (*Studi Deskriptif Pada Dian Tv Indramayu Dan Radar Cirebon Tv*).

Hedrawan, B. (2013). *Televisi Lokal : Antara Kepentingan Koorporat dan Fungsi Sosial*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 2 No 1 , 6.

Mulyana, D. (2001). *Membangun TV Publik*. Mediator Vol 2 No 2 , 117. Pawardi, R. (2005). Septiani Yuni, Arribe Edo, Diansyah Risnal.

Analisis Kualitas Layana Sisteminformasi Akademikuniversitas Abdurrah Terhadap Kepuasan pengguna menggunakan Metode Sevqual”.

Jurnal Teknologi Dan Open Source. Vol. 3 No. 1, Juni 2020.

Penggunaan Media Televisi pada Kalangan Remaja Menuju Dewasa Awal di Yogyakarta. Mediator Vol 6 No 1 , 83.

Mufid, Muhammad. 2007. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana

Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada

awito.2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT.LkiS Pelangi Aksara

atori, Djam'an & Aan Komariah, (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta

Siagian, Sondang P.. 1992. *Fungsi-Fungsi Manajerial*. Jakarta: Bumi

Aksara Sucipto, Toto. 1998. *Peranan Media Massa Lokal Bagi*

*Pembangunan dan Pengembangan Kebudayaan Daerah*. Bandung : CV Kidang Emas

Sudiby, Agus.2004. *Ekonomi Politik Media Penyiaran*. PT Lkis Pelangi Aksara

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sukarna 1992. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Mandar Maju

Terry, George R, Lesli W Rue. 2003. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta : PT Bumi



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tim Redaksi.1997. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka

Uchjana, Onong Effendi. 1986. *Dimensi-Dimensi Komunikasi*. Bandung : PT. Alumni

Alwi.H.2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi 3.Jakarta: Balai pustaka

[http: // www.kamusbesar.com/](http://www.kamusbesar.com/)

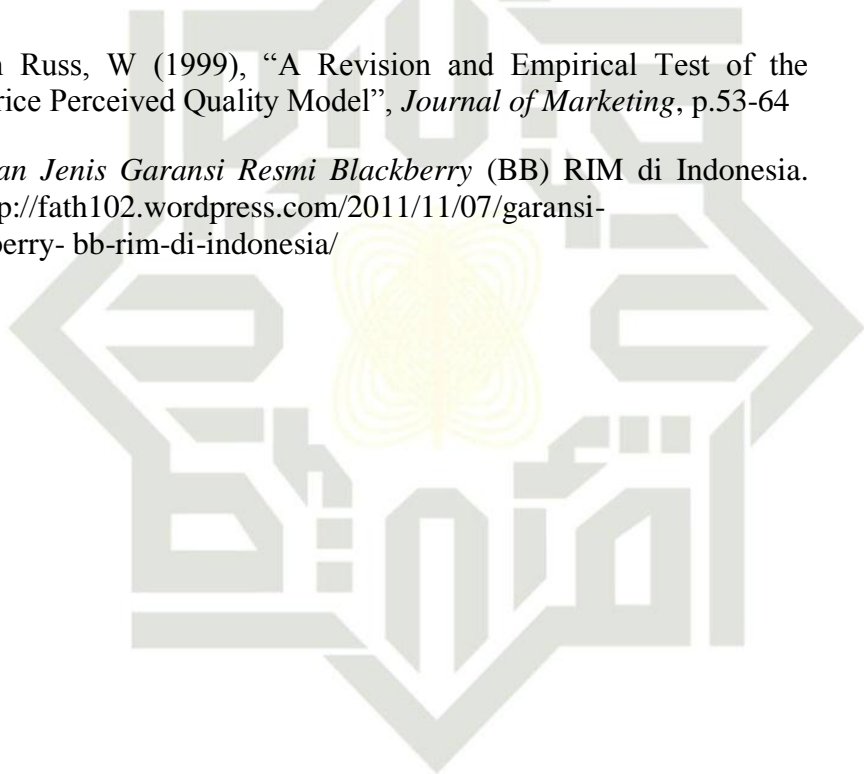
Anggoro,T. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Universitas terbuka

Zwyar. 2006. *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Suhan, B. 2008. *Kontruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Chapman, Joe dan Russ, W (1999), "A Revision and Empirical Test of the Extended Price Perceived Quality Model", *Journal of Marketing*, p.53-64

Fath. 2011, *Ciri dan Jenis Garansi Resmi Blackberry (BB) RIM di Indonesia*. Artikel m[http://fath102.wordpress.com/2011/11/07/garansi-resmiblackberry- bb-rim-di-indonesia/](http://fath102.wordpress.com/2011/11/07/garansi-resmiblackberry-bb-rim-di-indonesia/)





## DRAFT WAWANCARA

### BAPAK ROBERT SUHENDRA ( PRODUSER MANAJEMEN PROGRAM)

bagaimana tim produser RTV dalam menentukan topic program music. ?

- kalau untuk music eksitensial saja topic atau tema misalnya melihat informasi-informasi apasih yang lagi hits atau viral khususnya untuk nasional ,pekanbaru atau riau sendiri. contohnya sekarang dalam Waktu dekat ulang tahun pekanbaru dan inilah yang kita angkat tentang kemeriahan HUT pekanbaru ini. dipekanbaru ini apa sajasih yang bisa kita perbuat untuk mendukung kemeriahan HUT pekanbaru ini ,dan dalam penentuan topic menyelaraskan. bisa juga nantinya umum, keseharian, tentang tempat wisata, atau tentang tempat kuliner.

bagaimana tim produser RTV membuat perencanaan untuk program music ini ?

- perencanaannya kita simple ajakarna disini kita harus serba mandiri karna juga kita buukan TV Nasional . karna juga mempunyai keterbatasan bagaimana kita membuat bisa sesimple ,sederhana dengan kru yang gak begitu banyak istilahnya masihb juga bisa berjalan . bagaimana tim melaksanakan perencanaan, kembali lagi bagaimana produsernya sendiri, tadikan temanya udah misalnya kita mengangkat keseharian . misalnya hari ini mengangkat tentang fashion bagi remaja kemudian kita cari data-data tentang remaja itu tentang fashion kita combinekan dengan music/ diselaraskan dengan music. apasih music yang cocok untuk tema yang mau kita angkat sekarang ini . kemudian kita carilah music nya yang berbau dengan remaja yang lagi tenar saat ini . tapi itu musiknya bukan music yang saat ini juga karna deklip musiknya mulai di tahun 90an 2000an sampai yang terbaru saat ini ,kemudian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jugakan ada music lama yang sesuai dengan tema, yaudah kita tayangkan juga. ada keselarasan dan keharmonian antara dengann tema yang kita angkat

bagaimana strategi tim produser untuk dalam membuat program music ini sendiri ?

- strateginya sama juga seperti tadi kita sebagai produser sudh menentukan tema idenya tadi gitu, trus temanya udah , kita persiapkan krunya tadi ,hostnya juga karna kita memerlukan juga host untuk membawakan acara ini . jadi nanti dari tim kreatifnya dia nanti yang akan mencarikan lagu apa saja yang sudah kita buat menjadi list untuk hari ini kemudian juga materinya apasaja ,dan yang nantinya akan disampaikan kepada host temanya ini, lagunya ini silahkan host nya pelajari . strategi untuk programnya tadi yaitu bagaimana programnya ini dengan ide yang kita jalankan sampai kepada pemirsa yang kita tuju .

platform apasaja yang digunakan oleh tim produser untuk mempromosikan program music?

- kalau platform kita Cuma punya instagram untuk sekarang ini ,kitra sebenarnya ingin bikin youtube juga Cuma gak bisa karena kita program music dan lagu,karena ini bukan lagu kita nanti kita kena belti/ banned jadi percuma aja kita buat itu .nah jadi kita di instagram aja punya deklip populer nama ig nya. selain itu kita kadang- kadang nyebari kerjasama sama kafe-kafe gitu, dan kita buat brosur-brosur juga dan ditempel disekolah-sekolah. dan juga sudah banyak. apalagi kita kadang ngundang tamu-tamu juga annak band contohnya, karena merekakan juga sebagai duta kita juga dikafe dimana. nnati tolong dong sampein ada program music deklip yang tayang setiap hari dari jam 02

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sampai jam 03 siang. itu untuk semua kalangan . tapi yang utama kita punya ig deklip populer

apakah ada SOP dalam program ini ? jika ada apasaja sop tsb?

- SOPnya yang utama itu dari krunya paling itu ya, untuk tim tim yang lain juga, paling gak seharusnya tu sebelum materi yang tayang itu harus siap, kemudian itu disampaikan kepada hostnya ,ini materinya kemudian briefing . materi kita tentang ini, kita mau buat ini trus kita sampaikan juga mana video-video yang berkaitan dengan lagunya dan kita download lagi setelah itu diserahkan kepada tim moisevideo , studio controlroom ,mastercontrol room nanti dikasih taunah nanti disitu ada namanya pictureman/audioman nanti mereka yang menarik materi yang kita sampaikan , mengambil filenya. dua ja, sebelum tayang udah disiapkan dulu dan dibuat listnya ini ini aja apa aja perlunya . nanti juga hostnya paling lama satu jam sebelum tayang udah standbay disini dan briefing lagi untuk persiapannya. walaupun sebelum itu kita juga udah persiapan jugakan , materinya ini dan segala macamnya dan persiapan. nanti dari tim kameramennya ada, nanti kalau seandainya ada bintang tamu, bintang tamunya berapa orang , kita perlu kameranya berapa , kita sebagai produser seandainya minta kameranya tiga trus kameramennya menyiapkan tiga kamera . begitu juga untuk klip on nya/audionya menyesuaikan ,karena anak band yang bisa datangnya Cuma tiga orang tambah satu host jadi memerlukan 4 klipon, semisalnya. jadi aja sop nya untuk program ini . jadi sebelum acara , kita standbay disini, kita persiapan segala hal-hal yang dibutuhkan sebelum kita mulai. persiapan sopnya .



- Bagaimana tahapan praproduksi, produksi, pascaproduksi program siaran ini ?
- untuk produksi sesuai dengan apa yang saya sampaikan tadi, terkait dengan SOP nya persiapan-persiapan tadi dari materinya sampai semuanya trus produksinya berarti kita mulai diacaranya , semuanya harus standby dari host nya . bagaimana dia ditempat yang sudah ditentukan , begitu juga kameranya begitu juga untuk audioman nya bagaimana monitor siarannya itu saat berlangsung jadi focus . kalau pascaproduksinya setelah program itu selesai kita evaluasi kecil-kecilan n bagaimana kekurangannya , kemudian juga nanti ada bahan bahan yang kita masukkan ke instagram kita dideklip populer itu
- adakah kendala dalam memproduksi program music ini ?
- untuk kendala itu mungkin di hostnya ya , jadi host tu kadang karna mungkin hostnya masih freeland gak begitu terikat jadinya . misalnya siang ini kita siaran dan tadi malam kita kontak karena kita ada beberapa host , oke besok bisa tapi menjelang satu jam sebelum mulai ini rupanya dia gak bisa . ketika sudah cari pengganti tidak bisa juga , terpaksa cancel. jadi jalan utamanya kita tayangkan yang record lama , yang kita record beberapa hari yang lalu, di tayang ulang . atau satu lagi pas kita lagi siaranj langsung pemutarannya bermasalah kan kita butuh waktu lagi untuk loading karena persiapannya juga lama atau tiba tiba lampu mati , permasalahan yang terjadi itu biasanya masalah teknis .
- apakah strategi yang digunakan dalam program ini?
- strategi kita yak arena sasaran kita milenial , jadi lagunya harus banyak yang milenial . lagu lagu yang terbaru saat ini . salah satu strateginya ya kita mengundang influencer yang
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lagi disenangi , yang lagi viral kita jadikan bintang tamu atau band-band cafe bintang tamu. jadi itu strateginya kadang juga membuat satu event besar yang melibatkan misalnya komunitas mahasiswa atau komunitas anak-anak disekolah . intinya kita buat satu event , supaya program ini lebih dikenal .

apakah strategi ini berpengaruh ?

- pengaruhnya ada ,apalagi musik kita ini siarannya langsung dan kita buka interaktif juga tiap hari dari interaktif penelpon yang tiap hari aja itu saja sudah bisa kita lihat ya , siapa yang menelpon tiap hari . remaja atau orang yang sudah berumur ,kita buka juga dmelalui whatsapp kirim salam salamnya daan lagunya buka di wa atau dm di instagram .jadikan dampak pengaruhnya kelihatan , walaupun sebenarnya sudah Nampak lah. karena kita program-program music ,orangkan juga pasti suka music .tinggal music music yang kita tayangkan music apa sesuai gak dengan jam siang itu , jam siang itu siapa . misalnya mahasiwa , lagi santai-santai ,begitru juga juga orang kantoran yang lagi istirahat .jadi selama lagu yang kita putar itu ,sesuai memenuhi harapan konsumen yaudah pasti acara kita ditonton

ari banyaknya program siaran yang ditayangkan, kenapa tim produser mengeluarkan kebijakan music ini ?

- karena yang pertama, karena semua orang suka music . ditambah sudah jarang kita lihat program music music ini tayangkan. apalagi di TV Nasional gak ada . karena ya gak bisa kita pungiiri juga anak-anak milenial atau ABG sekarang mereka nengok music di hp sendiri. Cuma kelebihan dari kita sendiri gak berbayar , gak streaming gitu dan gak memakan pulsa . makanya kita membuat acara

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis irapa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

music ini , karena orang suka music dan kita free juga . selama mereka menonton yaudah silahkan dan tidak berbayar

siapa sih target pasar untuk program music ini ?

- untuk target pasar, kita itu menargetkan dan memfokuskan kepada anak anak milenial. remaja sampai dewasa. karena untuk topic dan tema itu kita menyesuaikan dengan hal-hal yang lagi trend yang sering kali diikuti oleh remaja-remaja atau dewasa . dan untuk penayangan itu semua bisa menonton, baik dari yang muda sampai yang tua sekali pun. tapi kalau dari kita, kita menargetkan anak anak milenial.

**BAPAK YAN CAHYADI (PENANGGUNG JAWAB PROGRAM )**

- Apakah ada SOP dalam program ini, jika ada apasaja SOP tersebut.
  - mungkin secara spesifik SOP ini lebih kepada kita sebagai media ,menjaga kualitas dank ode etik. apakah ada SOP atau tidak . tentu harus ada SOP . pertama kita menjaga kualitas , kemudian kita mengurangi complain . karena kita ini music ya,karena ada beberapa kasus terbaru ahmad dani dan once . yang jelas ahmad dani kenal. apalagi kita yang gak kenal . jadi untuk menayangkan semuaa program atau music music yang akan dipakai kawan-kawan di program deklip ini , tentu saya menyarankan dan menetapkan program music yang akan ditayangkan itu bebas. tidak ada pelanggaran hak cipta , dan untuk mengurangi pelanggaran-pelanggaran itu selalu kita tampilkan culturesori youtube . dan walaupun itu dikomplen, silahkan komplein ke youtube . karena penyanyi ataupun pemusik, mengeluarkan album itukan untuk dinikmati oleh public . dan kita inilah produknya . untuk yang menyampaikannya ke public . jadi ada sedikit kode etik disitu SOP nya, dan SOP itulah yang kita perjuangkan disitu . dan SOP nya tetap kita minta kepada kawan-kawan produser untuk



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selalu melihat lagu-lagu apa yang akan ditayangkan. apakah semua ini aman dan kemudian video klipnya sendiri. . contohnya, yang mempertontonkan unsur-unsur kekerasan dan lainnya.

apakah tahapan praproduksi, produksi, dan pascaproduksi program siaran tersebut?

- kalau tahapan praproduksi itu itu lebih ke produser program siaran itu sendiri, tapi tahapan pra produksi itu biasanya untuk ini itu biasanya mereka mempersiapkan beberapa jenis lagu atau konsepnya sebenarnya, kitakan dihari-harinya berbeda seenin selasa rabu sampai dengan sabtu itu pasti ada perbedaan nuansa pasarnya kita di lagu apa selalu ada itu, jadi kita praproduksinya selalu mempersiapkan planning lagu disetiap harinya. entah itu dihari senin lagu dangdut, selasa koplo . tapi kebanyakan deklip ini kepada pop nya , music pop . kemudian produksinya seperti kita lihat sendiri apabila kita sedang melakukan live , dan kalau untuk pasca produksi kita lebih kepada evaluasi ataupun penayangan ulang kecil-kecilan untyuk apa yang perlu diperbaiki dikedepannya.

apakah target pasar dalam program siaran ini ?

- kalau untuk music deklip ini itu penanyangan nya jam yang menentukan, karena kita selalu memperhatikan jam-jam yang poas untuk penayangan music. dan kalau deklip inikan tayangnya dijam 02 siang sampai jam 03 siang. pasti itu jam-jamnya orang istirahat, atau mahasiswa-mahasiswa yang sedangf istirahat. dan untuk target pasar itu sendiri kita punya target, kita memusatkan kepada remaja dan dewasa. dan untuk pasar pasar itu lagu kita, pemilihan lagu-lagu kita. dan kita membuka link penelpen untyuk penayangan penonton.

dari banyaknya program siaran kenapa RTV tertarik membuat kebijakakan program music selingan ini. ?

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- kitakan dalam pembuatan kebijakan ini ada beberapa unsur dan beberapa hal yang dipertimbangkan , tentukan sebagai media kita memiliki bahaa jurnalistik berita. karena TV kita sifatnya global dan umum,jadi ada beritanya, hiburannya, jadi hiburannya ya di deklip ini. kita ingin membuat hal yang beda dan menarik untuk TV kita agar tidak terlihat monoton.

platform apa saja yang digunakan oleh RTV untuk mempromosikan program siaran ini ?

- kita punya instagram,ada youtube, ada facebook , dan tiktok lagi kita usahakan .

### Moshua Satriadi-Divisi Operator( Video Pictures )

- apa yang dilakukan tim untuk membuat program deklip ini ?
  - yang pertama yang penting itu ada roundup , baik roundup acara harian. baik roundup deklip inikan yang akan membantu jalannya acara , misalnya acaranya berapa menit. siapa presenternya dan butuh nama untuk presenternya, butuh daftar lagu,
- platform apasaja yang digunakan RTV untuk mempromosikan program siaran deklip ini ?
  - yang pertama platformnya TV digital ,karena sudah peralihan dari analog . karena tv analog dipekanbaru masih berjalan, jadi RTV juga masih tayang di TV analog , terus yang kedua juga youtube, yang ketiga instagram dan facebook . kalaun untuk sekarang baru lima itu.
- bagaimana tahapan pra produksi, produksi, pascaproduksi programsiaran deklip ini ?
  - tahapan pra praduksi tadi itu, yang pertama ada bahan untuk hari ini, temanya apa kemudian juga roundup acara , yang taharapan produksinya operator harus ada standbay minimal 15 menit sebelum acara . dan pascaproduksinya yaitu, persiapan untuk acara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

selanjutnya. dan bahan untuk hari esok. dan mengadakan evaluasi kecil-kecilan untuk kedepannya.

→ Dari banyaknya program siaran yang ada di RTV, kenapa RTV mengeluarkan kebijakan music deklip ini ?

- karena target program RTV ini bukan untuk kalangan tertentu yang umurnya dibatasi. dan pasti semua orang suka music dan pastinya bosan apabila harus menonton program-program yang monoton, dan ,membutuhkan program hiburan RTV juga kalau bisa memiliki program yang tujuannya untuk kalangan remaja, anak-anak kebawah . kalau untuk dilogonya, kami eksklusif untuk semua umur.

→ siapakah target pasar dalam program siaran ini ?

- target pasar pastinya kami menargetkan, remaja sampai kedewasa. karenakan kita juga menayangkan tayangan-tanyanagn music 90an 2000an bahkan sampai music yang sekarang.



1. Dilarang mer
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Dokumentasi Penelitian

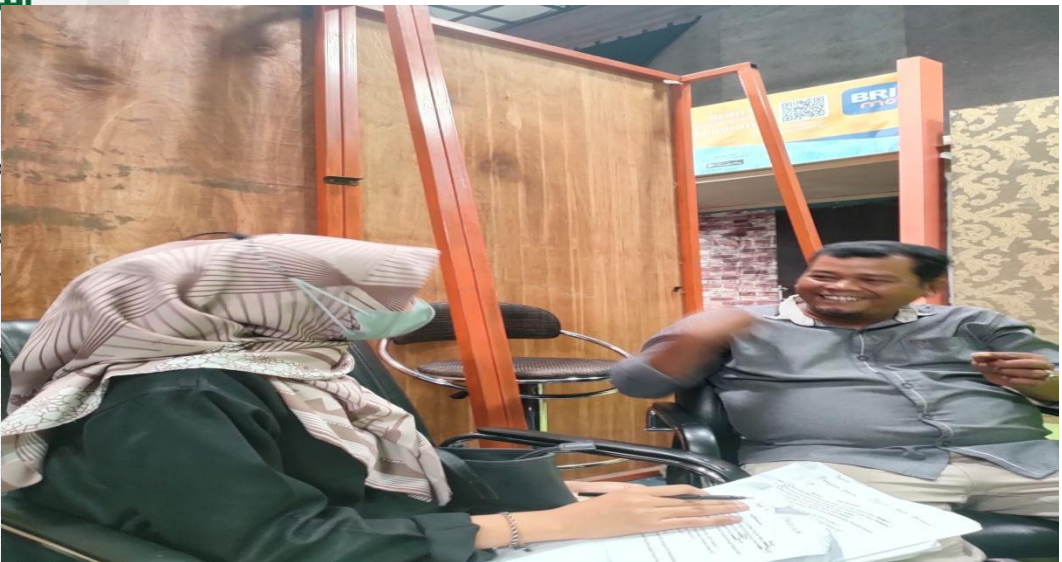
Gambar 1



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.