

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori	8
1. Strategi	8
2. Konsep STPPF	9
a. Segmentasi	10
b. Targetting	13
c. Positioning	15
d. Formatting	21
e. Programming	23
2. Strategi <i>Positioning</i> dalam Televisi	26
F. Metode Penelitian	31
1. Jenis Penelitian	31
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	32

3. Teknik Pengumpulan Data	32
4. Teknik Pengambilan Informan.....	33
5. Teknik Analisa Data	35
7. Triangulasi	36
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	38
A. Sejarah Perkembangan PKTV	38
B. Lokasi Perusahaan	38
C. Logo PKTV	44
D. Arti Logo PKTV	45
E. Visi dan Misi Perusahaan	46
F. Data Perusahaan PKTV	46
G. Struktur Organisasi	47
H. Deskripsi Program Acara PKTV	49
I. Tarif Iklan PKTV	58
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	60
A. Sajian Data	60
1. Proses Perencanaan <i>Positioning</i> PKTV	61
2. Langkah-langkah <i>Positioning</i> PKTV.....	70
a. Perwujudan <i>Positioning</i> PKTV	72
3. Tahapan Mempromosikan <i>Positioning</i> PKTV	87
4. Evaluasi Strategi <i>Positioning</i> PKTV	89
B. Analisis Data	92
1. Konsep STPPF	92
a. Segmentasi PKTV	92
b. Targetting PKTV	97
c. Positioning PKTV	101
d. Formatting PKTV	106
e. Programming PKTV	108
2. Strategi <i>Positioning</i> PKTV Sebagai Televisi Lokal Berbasis Budaya Kutai	112

BAB IV PENUTUP	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel Perbandingan PKTV	5
Tabel 2.1. Program acara PKTV	49
Tabel 2.2. Tarif Iklan PKTV	58
Tabel 2.3. Struktur Organisasi PKTV	59
Tabel 3.1. Daftar iklan PKTV di media cetak	89
Tabel 3.2. Klasifikasi penonton menurut usia PKTV	94
Tabel 3.3. Klasifikasi pekerjaan penonton PKTV	94
Tabel 3.4. Klasifikasi tingkat pendidikan penonton PKTV	94
Tabel 3.5. Klasifikasi berdasarkan jenis kelamin PKTV	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Gedung PKTV	43
Gambar 2.2. Logo PKTV	43
Gambar 3.1. Logo PKTV	74
Gambar 3.2. Tampilan pembawa acara PKTV	76
Gambar 3.3. Logo Warta Khatulistiwa	78
Gambar 3.4. Logo Bontang Dialog	79
Gambar 3.5. Logo Cuci Mata	81
Gambar 3.6. Kegiatan <i>off air</i> Bebelai	84
Gambar 3.7. Kegiatan <i>off air</i> Isen Mulang	84
Gambar 3.8. Kegiatan <i>off air</i> Beluluh	85
Gambar 3.9. Kegiatan <i>off air</i> Pesta Rakyat	86
Gambar.3.10. Kegiatan <i>off air</i> Pesisir Selambai	86

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI BROADCASTING

Henny Ika Pratiwi Budiharto

20080530090

STRATEGI *POSITIONING* TELEVISI LOKAL (STUDI DESKRIPTIF TENTANG STRATEGI *POSITIONING* PKTV SEBAGAI TELEVISI LOKAL DI BONTANG YANG BERBASIS BUDAYA KUTAI DALAM MENARIK MINAT PENONTON)

Tahun Skripsi : 2014 + 122 halaman + 9 tabel + 12 gambar

Daftar Pustaka : 24 buku + 5 sumber internet + 3 Jurnal

Perkembangan media massa saat ini mulai berkembang pesat. Mulai dari media massa cetak sampai dengan media massa elektronik. Salah satunya adalah televisi. Semakin banyak televisi lokal yang bermunculan, khususnya di Bontang. PKTV televisi lokal di Kalimantan Timur yang menggunakan format siaran budaya Kutai sebagai ciri khasnya. Untuk dapat dikenal dan menarik minat penonton, PKTV melakukan strategi *positioning* dengan mempertahankan budaya Kutai, dari hasil perencanaan yang dilakukan PKTV melalui *segmentasi, targeting, positioning, formatting, dan programming*. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan bagaimana strategi *positioning* PKTV sebagai stasiun televisi daerah di Bontang untuk mempertahankan budaya Kutai dalam menarik minat penonton serta apa yang menjadi faktor penghambat dan pendukung dalam melakukan strategi *positioning*. Kerangka teori yang digunakan antara lain konsep STPPF dan strategi *positioning*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan data analisa secara kualitatif. Dalam pengumpulan data diperlukan dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dilaksanakan dikantor PKTV yang berada di Jl. Alamanda GOR Pupuk Kaltim Lt.2 PC VI Bontang. Sedangkan uji validitas data, penelitian ini menunjukkan strategi *positioning* yang dilakukan PKTV terdiri dari menentukan proses perencanaan *positioning* PKTV dan wujud *positioning* PKTV serta *positioning* yang ditunjukkan melalui slogan, logo, bahasa dan program acara berbudaya Kutai.

Kata kunci : konsep STPPF dan strategi *positioning*

ABSTRACT

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
DEPARTEMENT OF COMMUNICATION SCIENCES
CONCENTRATION BROADCASTING**

**Henny Ika Pratiwi Budiharto
200080530090**

**POSITIONING STRATEGY OF LOCAL TELEVISION (DESCRIPTIVE
STUDY OF STRATEGY POSITIONING PKTV AS LOCAL TELEVISION
IN BONTANG THAT BASED ON KUTAI CULTURE IN INTERESTING
AUDIENCE)**

Thesis Year : 2014 + 122 pages + 9 tabels + 12 pictures

References : 24 books + 5 internet sources + 3 Jurnal

The development of mass media now starting to grew bigger than ever. Ranging from the mass media print until by the mass media electronic. One of them is television. The more local television popping up, especially in Bontang. One of them local television is PKTV. PKTV local television in east Kalimantan who uses the format broadcast culture Kutai as habitude his trademark. To be known and attracting an audience, positioning strategies with PKTV do defend Kutai culture, from the results of the planning done PKTV through segmentation, targeting, positioning, formatting, and programming. The research of this study is to describe how the strategy of positioning PKTV as regional television stations in Bontang to maintain the culture of Kutai in attracting the audience and what have been the factors restricting and supporters in conducting strategy positioning. The framework of the theory that in use the concept of STPPF and strategies positioning. Research method used in this research is research descriptive and data qualitative analysis. In the collection of data required in this study using interview and documentation. This research was carried out at PKTV residing on JL. Alamanda GOR Pupuk Kaltim Lt. 2 PC VI Bontang. The validity of data, the research indicated strategy positioning done PKTV consisting of determining the planning process positioning PKTV and the positioning PKTV and positioning shown through the slogan, logo, language and programs cultured Kutai.

Key words : Concept STPPF and strategy positioning