

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penemuan data, analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal terkait strategi Jogja TV dalam mempertahankan eksistensinya pada tayangan budaya daerah Yogyakarta meliputi :

1. Strategi Program (*type of content*)

- a. Perencanaan Program

Jogja TV melakukan perencanaan terlebih dahulu pada program apa yang akan dibuat mencakup pekerjaan dalam mempersiapkan rencana jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang guna untuk meminimalisir beberapa hal yang terjadi diluar perencanaan. Perencanaan program yang dilakukan Jogja TV tidak hanya merencanakan mengenai program apa saja yang akan diproduksi namun, bagaimana target audiens serta prospek peluang bisnis dari program tersebut seperti sponsor dan pengiklan.

- b. Produksi dan pembelian program

Jogja TV tidak melakukan pembelian program pada program yang ditayangkan karena sebagian besar program tayangan Jogja TV hasil produksi sendiri.

- c. Eksekusi program

Jogja TV menempatkan program unggulannya yang mengangkat unsur budaya lokal pada tiga waktu yaitu *day time*, *fringe time* dan *prime time* disesuaikan dengan waktu santai penonton.

- d. Pengawasan dan evaluasi program

Jogja TV melakukan pengawasan dan evaluasi program setiap saat program tersebut ditayangkan.

2. Strategi menarik audiens (*type of audience*)

a. Segmentasi

Penonton program tayangan Jogja TV jika berdasarkan jenis kelamin 61% adalah perempuan dan 39% laki-laki. Jika berdasarkan usia mayoritas terbanyak kalangan remaja dan dewasa dari usia 26-39 tahun.

b. *Targetting*

Jogja TV memiliki target untuk program tayangan budaya semua kalangan usia tidak menargetkan secara spesifik.

c. *Positioning*

Jogja TV melakukan *positioning* untuk membangun dan memberitahukan ciri khas Jogja TV melalui *tagline* "Tradisi Tiada Henti".

3. Strategi pemasaran program

Sumber pendapatan Jogja TV berasal dari iklan dan program dimana dari bintang tamu yang ingin mengikuti program yang ditayangkan. Strategi Jogja TV dalam memasarkan programnya sebagai berikut :

- a. Menawarkan iklan kepada perusahaan dan pemerintah atau oknum tertentu. Bisa dengan cara datang langsung ke Jogja TV atau mengirim pesan lewat *email*.
- b. Melakukan kesepakatan kerjasama iklan dan bintang tamu pada program yang akan ditayangkan.

- c. Dalam penyebarluasan mengenai informasi program tayangan Jogja TV menjalin banyak relasi dan kerjasama dengan berbagai pihak dari perusahaan hingga pemerintahan sehingga mempermudah dalam pemasaran.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang ingin penulis sampaikan, antara lain:

1. Jogja TV diharapkan terus melakukan inovasi dalam membuat program - program yang sudah ada maupun belum ada dengan kualitas yang baik dan sesuai dengan keinginan masyarakat terlebih pada program yang mengangkat unsur budaya agar dapat disaksikan dan diminati lebih banyak masyarakat dan semua kalangan, serta meningkatkan kualitas program baik dari segi konten seperti dibuat semenarik dan seseru mungkin dan juga teknisnya.
2. peneliti menyarankan untuk Jogja TV terus konsisten meningkatkan konten yang mengangkat unsur budaya lokal.
3. Jogja TV diharapkan dapat terus mempromosikan program - programnya dan selalu mengikuti perkembangan zaman dalam hal promosi menggunakan teknologi - teknologi yang ada agar tidak tergerus oleh zaman.