



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**TESIS**

**PENDEKATAN PERSEPSI TERHADAP  
KEMUNGKINAN USAHA REPOSITIONING PADA  
STASIUN TELEVISI SWASTA DI INDONESIA**

**Diajukan oleh :**

**JOHAN**

**No. Mhs. : 98.265/PS/MM**

**Nirm : 980051051302130085**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR MAGISTER MANAJEMEN**

**1999**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

Tanda Permohonan

TANDA PERSETUJUAN TESIS

Nama : Johan  
Nomor Mahasiswa : 98.265/PS/MM  
NIRM : 980051051302130085  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul tesis : Pendekatan Persepsi Terhadap Kemungkinan Usaha  
Repositioning Pada Stasiun Televisi Swasta Di Indonesia

Tanggal,

Pembimbing I,

Drs. E. Kusumadmo, MM.

Tanggal,

Pembimbing II,

Drs. D. Koeshartono, MM.



Direktur Program,

Dr. Ir. Peter F. Kaming, M. Eng.

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi pemirsa televisi terhadap program stasiun televisi swasta di Indonesia, dan untuk mengidentifikasi kemungkinan-kemungkinan apa saja yang ada dalam melakukan usaha repositioning pada stasiun televisi swasta di Indonesia.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuisioner secara langsung kepada pemirsa televisi khususnya di daerah Semarang dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut dapat menerima siaran dari semua stasiun televisi yang ada. Teknik analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik deskriptif.

Dari penelitian ini, kita dapat diketahui persepsi pemirsa terhadap semua stasiun televisi swasta yang ada di Indonesia sehingga dapat diperbandingkan keunggulan dan kelemahan dari setiap stasiun televisi swasta tersebut. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui pula tanggapan pemirsa terhadap kemungkinan-kemungkinan usaha repositioning pada stasiun televisi swasta yang ada.

## **ABSTRACT**

This research aims at identifying perceptions of television audiences about private television programs in Indonesia, thus to identify all alternative options in repositioning efforts of private television station in Indonesia.

The information gathering process was through a questionnaire method by giving a list of questions to the respondents especially the television audiences in Semarang. The consideration of that area is simply because Semarang is able to receive all private television programs that exist in Indonesia. Analytical technique that is used in this research is the descriptive statistic analytical technique.

From this research, we will be able to know the perceptions of television audiences about all private television stations in Indonesia so we will be able to compare the strengths and weaknesses of each private television stations. The study can also find out the audiences' responses about any alternative options of repositioning efforts of private television stations in Indonesia.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan judul: “Pendekatan Persepsi Terhadap Kemungkinan Usaha Repositioning Pada Stasiun Televisi Swasta Di Indonesia”.

Adapun tujuan penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Magister Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama penulisan tesis ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankan penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. E. Kusumadmo, MM selaku dosen pembimbing pertama yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan pengarahan yang sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Bapak Drs. D. Koeshartono, MM selaku dosen pembimbing kedua yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan pengarahan yang sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
3. Bapak Dr. Ir. Peter. F. Kaming, M.Eng selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan seluruh civitas akademik program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis belajar di perguruan tinggi.

4. Papa, Mama, dan kakak-kakakku yang telah memberikan semangat, perhatian serta doa kepada penulis, baik selama kuliah maupun dalam penyusunan tesis ini.
5. Lianti, Miau Lie, Vonny, Cen-Cen, Mudita, Andy, Lie Cin, Lusy, dan Dessy yang telah banyak membantu dalam pembuatan tesis ini.
6. Warga Tunggorono 4 yang telah menyertai penulis dalam suka dan duka selama menempuh studi di MM Atma Jaya Yogyakarta.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang juga telah memberikan bantuan sehingga tesis ini terwujud.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini jauh dari sempurna oleh karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati demi sempurnanya tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, Agustus 1999

( J O H A N )



## DAFTAR ISI

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL .....                                | i   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                           | ii  |
| INTISARI .....                                     | iii |
| ABSTRACT .....                                     | iv  |
| KATA PENGANTAR .....                               | v   |
| DAFTAR ISI .....                                   | vii |
| DAFTAR TABEL .....                                 | x   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                              | xii |
| BAB I PENDAHULUAN                                  |     |
| 1.1. Latar Belakang .....                          | 1   |
| 1.2. Permasalahan .....                            | 4   |
| 1.3. Batasan Masalah .....                         | 4   |
| 1.4. Tujuan Penelitian .....                       | 5   |
| 1.5. Metode Penelitian .....                       | 5   |
| 1.5.1. Metode Penentuan Sample .....               | 5   |
| 1.5.2. Metode Pengumpulan Data .....               | 6   |
| 1.5.3. Teknik Pengukuran Data .....                | 7   |
| 1.5.4. Teknik Analisis Data .....                  | 7   |
| BAB II LANDASAN TEORI                              |     |
| 2.1. Repositioning .....                           | 12  |
| 2.2. Persepsi .....                                | 22  |
| 2.3. Hubungan Antara Persepsi dan Positioning..... | 28  |

### BAB III GAMBARAN STASIUN TELEVISI SWASTA DI INDONESIA

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| 3.1. Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) ..... | 30 |
| 3.2. Surya Citra Televisi (SCTV) .....              | 31 |
| 3.3. Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) .....      | 32 |
| 3.4. Andalas Televisi (Anteve) .....                | 33 |
| 3.5. Indosiar .....                                 | 34 |

### BAB IV ANALISIS DATA

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1. Identitas Responden .....                                                    | 36 |
| 4.1.1. Jenis Kelamin .....                                                        | 36 |
| 4.1.2. Kelompok Umur .....                                                        | 36 |
| 4.1.3. Pekerjaan Responden .....                                                  | 37 |
| 4.1.4. Waktu Paling Sering Menonton Televisi .....                                | 37 |
| 4.2. Persepsi Pemirsa Terhadap Program-Program Pada Stasiun Televisi Swasta ..... | 38 |
| 4.2.1. Persepsi Pemirsa Terhadap Program-Program pada Stasiun RCTI ...            | 40 |
| 4.2.2. Persepsi Pemirsa Terhadap Program-Program pada Stasiun SCTV...             | 46 |
| 4.2.3. Persepsi Pemirsa Terhadap Program-Program pada Stasiun TPI .....           | 52 |
| 4.2.4. Persepsi Pemirsa Terhadap Program-Program pada Stasiun Anteve .....        | 58 |
| 4.2.5. Persepsi Pemirsa Terhadap Program-Program pada Stasiun Indosiar .....      | 64 |

|                                                                                                            |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.3. Perbandingan Antar Stasiun Televisi Swasta .....                                                      | 70 |
| 4.3.1. Perbandingan Persentase Total Responden Aktual Stasiun<br>Televisi Swasta .....                     | 70 |
| 4.3.2. Perbandingan Tingkat Performasi Program Pada Stasiun Televisi<br>Swasta .....                       | 73 |
| 4.3.3. Perbandingan Hasil Analisis Masing-Masing Program Pada<br>Stasiun Televisi Swasta .....             | 76 |
| 4.3.4. Kemungkinan - Kemungkinan Untuk Melakukan Usaha<br>Repositioning Pada Stasiun Televisi Swasta ..... | 77 |
| BAB V PENUTUP                                                                                              |    |
| 5.1. Kesimpulan .....                                                                                      | 86 |
| 5.2. Saran-Saran .....                                                                                     | 92 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                       | 95 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN .....                                                                                    | 97 |

## DAFTAR TABEL

| Tabel                                                          | Halaman |
|----------------------------------------------------------------|---------|
| 3.1. Contoh Program pada Stasiun RCTI .....                    | 31      |
| 3.2. Contoh Program pada Stasiun SCTV.....                     | 32      |
| 3.3. Contoh Program pada Stasiun TPI.....                      | 33      |
| 3.4. Contoh Program pada Stasiun Antevu.....                   | 34      |
| 3.5. Contoh Program pada Stasiun Indosiar.....                 | 35      |
| 4.1. Jenis Kelamin Responden.....                              | 36      |
| 4.2. Kelompok Usia Responden.....                              | 37      |
| 4.3. Pekerjaan Responden.....                                  | 37      |
| 4.4. Waktu Paling Sering Menonton Televisi.....                | 38      |
| 4.5. Urutan Tingkat Kepentingan Program.....                   | 39      |
| 4.6. Alasan dan Jumlah Responden Tidak Menonton RCTI.....      | 40      |
| 4.7. Total Responden Aktual RCTI.....                          | 42      |
| 4.8. Tingkat Performasi Program Pada Stasiun RCTI.....         | 43      |
| 4.9. Hasil Analisis dari Tiap Program Pada Stasiun RCTI.....   | 45      |
| 4.10 Alasan dan Jumlah Responden Tidak Menonton SCTV.....      | 46      |
| 4.11 Total Responden Aktual SCTV.....                          | 48      |
| 4.12 Tingkat Performasi Program Pada Stasiun SCTV.....         | 49      |
| 4.13 Hasil Analisis dari Tiap Program Pada Stasiun SCTV.....   | 51      |
| 4.14 Alasan dan Jumlah Responden Tidak Menonton TPI.....       | 52      |
| 4.15 Total Responden Aktual TPI.....                           | 54      |
| 4.16 Tingkat Performasi Program Pada Stasiun TPI.....          | 54      |
| 4.17 Hasil Analisis dari Tiap Program Pada Stasiun TPI.....    | 57      |
| 4.18 Alasan dan Jumlah Responden Tidak Menonton Antevu.....    | 58      |
| 4.19 Total Responden Aktual Antevu.....                        | 60      |
| 4.20 Tingkat Performasi Program Pada Stasiun Antevu.....       | 61      |
| 4.21 Hasil Analisis dari Tiap Program Pada Stasiun Antevu..... | 63      |
| 4.22 Alasan dan Jumlah Responden Tidak Menonton Indosiar.....  | 64      |
| 4.23 Total Responden Aktual Indosiar.....                      | 66      |
| 4.24 Tingkat Performasi Program Pada Stasiun Indosiar.....     | 67      |

|       |                                                                                                 |    |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.25  | Hasil Analisis dari Tiap Program Pada Stasiun Indosiar.....                                     | 69 |
| 4.26. | Perbandingan Persentase Total Responden Aktual Stasiun Televisi Swasta..                        | 70 |
| 4.27. | Perbandingan Tingkat Performasi Program Pada Stasiun Televisi Swasta.....                       | 74 |
| 4.28. | Perbandingan Hasil Analisi Masing-Masing Program Pada Stasiun Televisi Swasta di Indonesia..... | 76 |
| 4.29. | Pertimbangan Kualitas Gambar dan Suara.....                                                     | 79 |
| 4.30. | Pembagian Stasiun Televisi sesuai Kategori Penonton.....                                        | 80 |
| 4.31. | Pembagian Stasiun Televisi Sesuai Kategori Program.....                                         | 82 |
| 4.32. | Pemahaman Terhadap Slogan Pada Televisi Swasta.....                                             | 84 |
| 4.33. | Pengaruh Slogan Terhadap Keputusan Menonton Televisi.....                                       | 84 |
| 4.34. | Pendapat Apakah Slogan Didukung dengan Realitas.....                                            | 85 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|              |                                                                |     |
|--------------|----------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran I   | Kuisoner .....                                                 | 97  |
| Lampiran II  | Perhitungan Urutan Tingkat Kepentingan Program.....            | 102 |
| Lampiran III | Data Yang Diutamakan Pemirsa Dalam Menonton Acara Televisi.... | 104 |