

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Literature Review	8
1.6. Kerangka Pemikiran	11
1.6.1. Kebiasaan Menonton Televisi	12
1.6.1.1. Faktor Individual Pendorong Audiens Menonton Televisi	14
1.6.1.2. Audiens dan Faktor Situasional	16
1.6.2. Teori Generasi	17
1.6.3. Konsumsi Media	20
1.6.4. Persepsi Publik	22
1.6.5. Promosi <i>Rebranding</i> dan Digitalisasi TVRI	24
1.7. Bagan Alur Pemikiran	26
1.8. Metodologi Penelitian	27
1.8.1. Paradigma Penelitian	27
1.8.2. Metode Penelitian	27
1.8.3. Teknik Pengumpulan Data	27
1.8.4. Teknik Analisis Data	31
1.8.5. Keabsahan Data	32
 BAB II KAJIAN JALAN PANJANG TVRI MENUJU TELEVISI PUBLIK INDONESIA	 34
2.1. Dasar Kebijakan Pembentukan Televisi Publik di Indonesia	34
2.2. Tanggung Jawab TVRI Sebagai Penyiaran Publik	37
2.3. TVRI Wajib Siarkan Nilai Kepublikan Untuk Masyarakat Indonesia	40
2.4. Transformasi TVRI Menuju Penyiaran Digital	43
 BAB III KAJIAN AUDIENS DAN TVRI	 47
3.1. Audiens Menonton TVRI	47
4.1.1. Audiens Generasi X Menonton TVRI	49
4.1.1. Audiens Milenial Yogyakarta dan Menonton TVRI	51
3.2. Audiens Meninggalkan TVRI	54
3.2.1. Audiens Generasi X dan Tinggalkan TVRI	57
3.2.2. Audiens Generasi Milenial dengan Keputusan Tidak Menonton	59

BAB IV TVRI DI MATA GENERASI X DAN GENERASI MILENIAL YOGYAKARTA62

4.1. Generasi X Dan Tidak Menonton TVRI	63
4.1.1. Generasi X : Pilih Tidak Menonton Dan Tinggalkan TVRI.....	63
4.1.1. Kualitas Konten Menjadi Alasan Generasi X Tinggalkan TVRI	66
4.1.1. Kritik Kelompok Tidak Menonton Soal TVRI Sebagai Media Informasi Publik	69
4.1.1. Promosi dan Digitalisasi Bukan Sebuah Daya Tarik Untuk Menonton TVRI.....	72
4.1.1. Kelompok Tidak Menonton Akui Nilai Kepublikan TVRI.....	75
4.2. Generasi X Dan Keinginan Menonton TVRI	78
4.2.1. Loyalitas Kelompok Generasi X Menonton TVRI.....	78
4.2.2. Konten Daerah Pilihan Generasi X Ketika Menonton TVRI	82
4.2.3. Kelompok Menonton Bicara Soal <i>Rebranding</i> Dan Digitalisasi TVRI.....	86
4.2.4. Nilai Kepublikan TVRI Di Mata Kelompok Menonton.....	89
4.3. Milenial Dan Tidak Menonton TVRI.....	91
4.3.1. Milenial, Mengapa Meninggalkan TVRI?.....	92
4.3.2. Konten TVRI Bukan Rujukan Informasi Milenial	94
4.3.3. Tidak Menonton Bicara Soal TVRI Sebagai Televisi Publik.....	97
4.3.4. Kelompok Milenial Tidak Menonton Berpendapat Tentang <i>Rebranding</i> dan Digitalisasi TVRI	100
4.3.5. Generasi Milenial : Nilai Kepublikan TVRI?.....	103
4.4. Milenial Dan Keinginan Menonton TVRI.....	107
4.4.1. Generasi Milenial : “Kami Masih Menonton TVRI”	109
4.4.2. Referensi Konten TVRI Pilihan Milenial	109
4.4.3. Digitalisasi TVRI dan Keinginan Menonton Milenial	112
4.4.4. Menonton TVRI, Milenial Paham Soal Nilai Kepublikan?	115
4.5. Persamaan Dan Perbedaan Keputusan Audiens Generasi X Di Yogyakarta Terhadap TVRI	118
4.5.1. Menonton Atau Tidak Menonton, Generasi X Lebih Terpapar Nilai Kepublikan TVRI	119
4.5.2. Persamaan Catatan Generasi X Mengenai Digitalisasi TVRI	122
4.5.3. Perbedaan Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Generasi X Yogyakarta Menonton Atau Tidak Menonton TVRI	124
4.5.4. Konten TVRI Menyebabkan Perbedaan Keputusan Audiens Generasi X Di Yogyakarta.....	128
4.6. Persamaan Dan Perbedaan Keputusan Audiens Generasi Milenial Yogyakarta Terhadap TVRI.....	132
4.6.1. Milenial Sama-Sama Realistis Tanggapi Digitalisasi TVRI	132
4.6.2. Perbedaan Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Milenial Yogyakarta Terhadap TVRI	140

4.6.3. Nilai Kepublikan Lebih Dipahami Milenial Yang Menonton TVRI Dibandingkan Milenial Yang Tidak Menonton TVRI	145
4.6.4. Konten Budaya Dan Konten Monoton	149
BAB V PENUTUP	154
5.1. Kesimpulan	154
5.2. Saran	156
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN	