

ABSTRAK

Posisi TVRI sebagai satu-satunya televisi publik mengalami kekaburan di mata audiens Indonesia. Disatu sisi, banyak anggapan negatif terkait penyiaran TVRI dan ditambah efek perkembangan teknologi menyebabkan audiens memilih untuk bermigrasi ke televisi swasta dan media digital. Akan tetapi, pada sisi lain audiens masih menyediakan sedikit ruang untuk menonton TVRI. Penelitian ini kemudian mengeksplorasi audiens pada tingkat generasi berbeda yakni generasi X dan generasi milenial di Yogyakarta terkait keputusan untuk menonton atau tidak menonton TVRI melalui *focus group discussion*. Hasil menunjukkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan faktor yang menyebabkan generasi X dan generasi milenial di Yogyakarta mengambil keputusan untuk menonton atau tidak menonton TVRI yang ditentukan oleh faktor individual dan faktor situasional dari masing-masing generasi. Selain faktor yang memengaruhi, ditemukan terdapat keterkaitan mekanik antara keputusan audiens terhadap pola konsumsi pada TVRI yang dilatar belakangi oleh perbedaan karakteristik demografi audiens.

Kata Kunci : Audiens, Milenial, Generasi X, TVRI

ABSTRACT

TVRI's position as the only public television has vagueness in the sight of the Indonesian audience. On the other hand, many negative assumptions related to TVRI broadcasting and the added effect of technological developments caused the audience to choose to migrate to private television and digital media. However, on the other hand, the audience still provides less space to watch TVRI. This research explores audiences at different generations level, namely generation X and millennial generation in Yogyakarta related to the decision to watch or not watch TVRI with focus group discussions. The results show that there are similarities and differences in factors that cause generation X and millennial generation in Yogyakarta to decide to watch or not watch TVRI determined by individual factors and situational factors of each generation. In addition to the influence of some factors, it was found that there was a mechanical connection between audience decisions and consumption patterns on TVRI which was motivated by differences in audience demographic characteristics.

Keyword : Audience, Millenial, X Generation, TVRI