



Laporan Survei
Peluang Kerja Sama
Mitra Potensial
LPP TVRI
Stasiun Jawa Barat,
Bangka Belitung dan
Gorontalo

Puslitbang LPP TVRI
2020

Daftar isi

- Latar belakang
- Tujuan, sasaran dan ruang lingkup kegiatan
- Desain survei
- Tahapan pelaksanaan survei
- Hasil survei dan analisis
- Kesimpulan
- Usulan Tindak lanjut & Penutup

PENDAHULUAN

Latar belakang

Pertumbuhan jumlah stasiun TV saat ini sangatlah pesat. Namun, di sisi lain, pertumbuhan industri TV menimbulkan beberapa tantangan di masa depan. Salah satu tantangan itu adalah kompetisi di antara sesama stasiun TV dalam memperebutkan 'kue iklan'. Hal ini merupakan dampak orientasi TV swasta sebagai sebuah industri yang membutuhkan penunjang dan membantu mempertahankan keberadaannya.

Iklan sudah menjadi nafas hidup industri pertelevisian. TVRI sebagai lembaga penyiaran publik dapat memperoleh dana dari kerjasama siaran dan kerjasama iklan. Apalagi dengan ditetapkannya LPP TVRI melalui Peraturan Pemerintah Nomor 33 tahun 2017 tentang Pendapatan Negara Bukan Pajak atau PNBP dalam rangka terwujudnya operasional dan mutu siaran yang berkualitas. Namun, kerjasama melalui jasa siaran dan non siaran yang diperoleh TVRI masih sangat terbatas. Bahkan dalam 3 (tiga) tahun terakhir mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pada tahun 2016 dan 2017 Direktorat Pengembangan Usaha melalui kerjasama siaran dan non siaran atau Jasinonsi sekitar 120 milyar rupiah dan sekitar 60 milyar rupiah adalah Pendapatan dari kerjasama TVRI Stasiun Daerah. Hal tersebut masih jauh dari potensi sebenarnya bila dapat memanfaatkan jaringan dan pelayanan yang prima. Dari data Nielsen tahun 2016 saja, biaya sosialisasi pemerintahan dan partai politik adalah sekitar 7 trilyun rupiah. Apalagi kue iklan untuk televisi yang diperebutkan pada tahun 2016 adalah sebesar 92 trilyun rupiah.

Dengan adanya data dan fakta tersebut, Puslitbang TVRI memandang perlu untuk melakukan penelitian dan kajian terhadap mitra potensial setidaknya Kementerian dan lembaga negara, BUMN, BUMD, Pemerintah daerah beserta SKPD yang belum bekerjasama dengan TVRI dalam 3 tahun terakhir akan dijadikan target potensial untuk menjadi mitra TVRI dalam hal untuk meningkatkan pendapatan Negara bukan pajak atau PNBP LPP TVRI pada tahun yang akan datang.

Penelitian ini diharapkan dapat menjawab, harapan dan keinginan yang dapat membuat Kementerian dan lembaga negara, BUMN, BUMD, Pemerintah Daerah dan SKPD untuk menjadi mitra potensial TVRI serta merumuskan hal-hal yang perlu diupayakan oleh TVRI agar dapat menjaring mitra potensial tersebut menjadi mitra yang loyal.

Tujuan kegiatan

Tujuan dari kegiatan yang akan dilaksanakan yaitu untuk menghasilkan referensi alternatif yang memiliki tingkat kepercayaan dan validitas memadai sebagai bahan pertimbangan di dalam proses pengambilan keputusan Manajemen LPP TVRI secara profesional dan tepat sasaran. Dari hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan kemitraan dan meningkatkan pendapatan Negara bukan pajak atau PNBPN LPP TVRI melalui strategi yang tepat sehingga dapat dirasakan oleh mitra melalui kerjasama dan pelayanan yang prima. Dengan demikian mitra usaha TVRI yang terdiri dari Kementerian dan Lembaga Negara, BUMN, BUMD, Pemerintah Daerah, SKPD dan swasta dapat menjadi mitra yang berkesinambungan.

Sasaran Kegiatan

Adapun sasaran dari kegiatan ini adalah :

1. Tersedianya data dan informasi peluang kerja sama LPP TVRI dengan mitra potensial di TVRI Stasiun daerah yang dipilih
2. Tersedianya informasi kebutuhan mitra potensial akan pelayanan LPP TVRI yang dapat memuaskan pelanggan
3. Terbinanya hubungan baik antara LPP TVRI dengan responden yang bisa dilanjutkan menjadi kerja sama yang saling menguntungkan

Lingkup kegiatan

Kegiatan Survei Peluang Kerja Sama Mitra Potensial LPP TVRI ini mencakup penelitian di 3 Stasiun TVRI yaitu :

1. TVRI Stasiun Jawa Barat
2. TVRI Stasiun Bangka Belitung
3. TVRI Stasiun Gorontalo

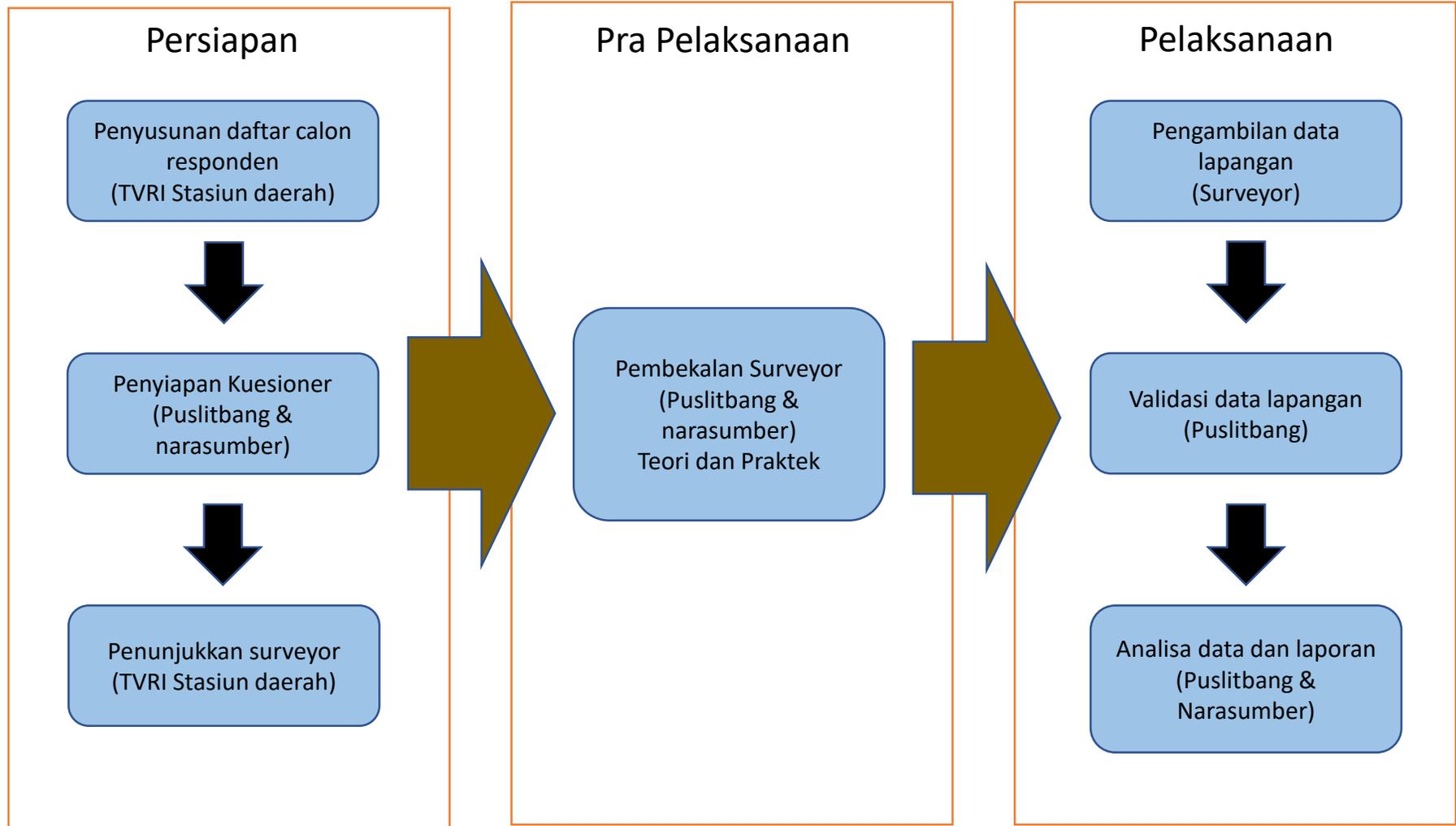
Ketiga stasiun tersebut dipilih sebagai tempat penelitian dengan mempertimbangkan pencapaian target PNBK 2020.

DISAIN SURVEI

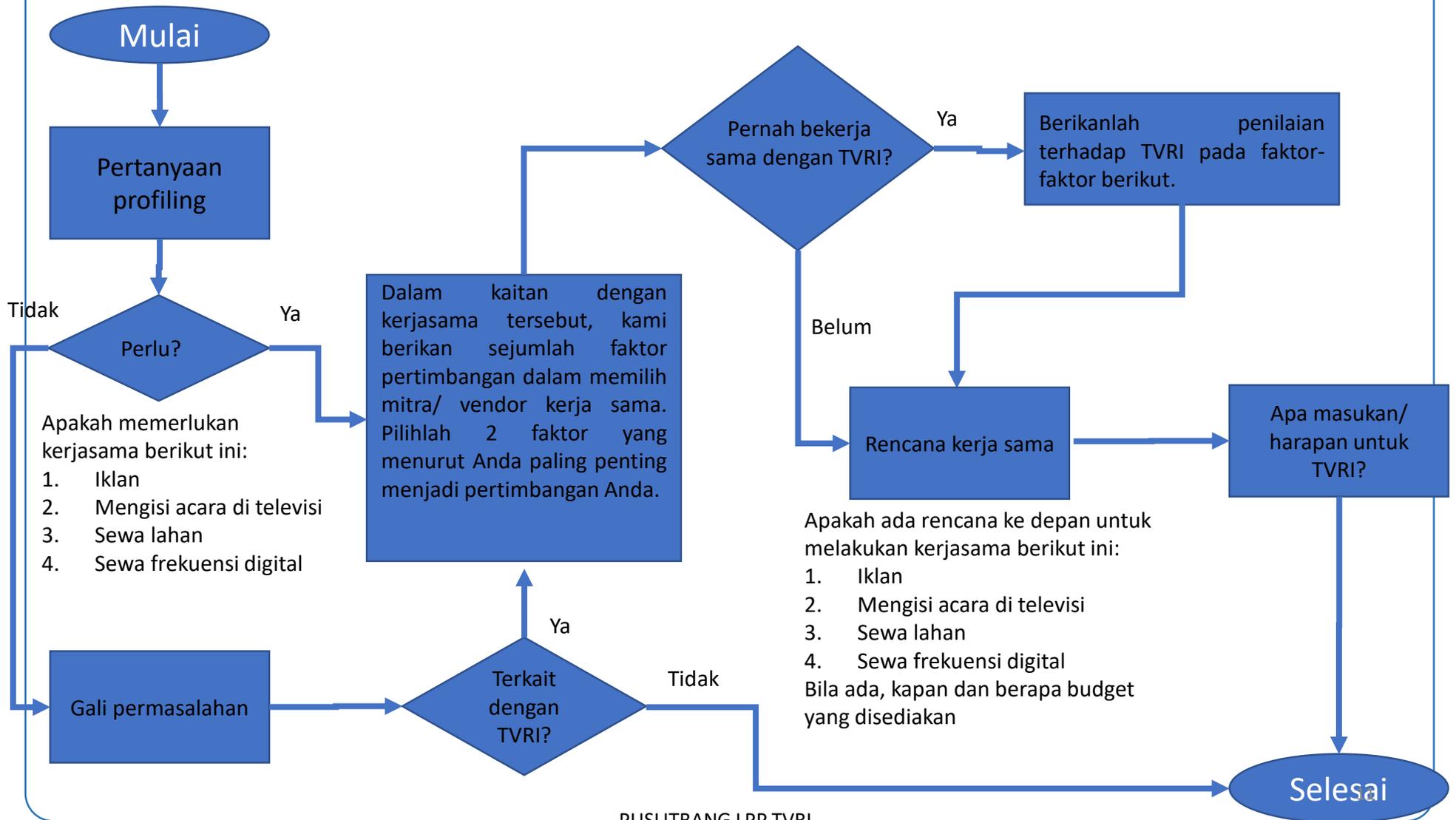
Disain Survei

1. Survei dilakukan dengan cara Wawancara (in-depth interview) ke setiap responden dipandu dengan kuesioner.
2. Responden di setiap TVRI Stasiun daerah terpilih diambil sebanyak 50 responden, yang komposisinya diatur supaya mencapai 60% instansi pemerintahan dan 40% non instansi pemerintahan. Responden adalah wakil dari instansi pemerintah atau perusahaan yang bertanggung jawab untuk melaksanakan kerja sama di bidang terkait dengan jasa layanan yang disediakan TVRI baik siaran mau pun non siaran. Daftar calon responden akan disediakan oleh TVRI Stasiun terpilih, yang jumlahnya disediakan kurang lebih 80 responden untuk mengantisipasi bila ada calon responden yang tidak bersedia mengikuti survei.
3. Survei mengukur potensi untuk semua jenis kerja sama yang disediakan oleh LPP TVRI khususnya di Stasiun daerah yang menjadi lokasi survei.

Langkah Pelaksanaan survei



Disain Kuesioner



Faktor-faktor kebutuhan pelanggan



Kualitas produk

Kerja sama Jasa Siaran

- Kualitas hasil produksi acara/ iklan
- Kualitas tayangan hasil produksi acara/ iklan
- Jangkauan siaran dari Stasiun TVRI
- Ketepatan waktu penayangan dari hasil produksi acara/ iklan
- Kesesuaian hasil produksi acara/ iklan dengan permintaan/ komitmen yang dijanjikan

Kerja sama Jasa Non Siaran (Sewa lahan, sewa frekuensi digital dll)

- Kesesuaian pelaksanaan dengan kontrak kerja sama
- Kualitas produk yang disewakan memenuhi kebutuhan mitra

Kualitas pelayanan

- Kemampuan dan pengetahuan Staf TVRI
- Sikap dan perilaku Staf TVRI
- Profesionalisme kru produksi TVRI
- Kesesuaian pelaksanaan dengan jadwal yang disepakati
- Sikap keramahmatan penyambutan oleh personil TVRI
- Sikap dan penghargaan pimpinan TVRI terhadap mitra kerja

Faktor emosional

- Reputasi TVRI
- Brand/ merek TVRI
- Tingkat kepercayaan mitra kerja terhadap TVRI
- Hubungan yang telah terbina dengan TVRI

Faktor Harga

- Kesesuaian harga dengan tarif yang berlaku
- Harga yang ditawarkan dibandingkan dengan penyedia layanan lain
- Kesesuaian harga dengan produk dan pelayanan yang diterima
- Ketepatan dan transparansi informasi harga yang diberikan

Faktor Biaya dan kemudahan

- Kemudahan berkomunikasi/ berhubungan dengan Staf TVRI
- Kemudahan berkomunikasi dengan Kru TVRI
- Ketersediaan fasilitas pendukung di kantor TVRI
- Kelengkapan sarana dan prasarana penunjang yang dimiliki TVRI
- Kemudahan pembayaran
- Kemudahan pengurusan administrasi (dokumen kontrak dan dokumen pendukung lainnya)

HASIL SURVEI

Analisis Peluang Pendapatan LPP TVRI

- Berdasarkan Peraturan Pemerintah no. 33 tahun 2017 tentang PNBP LPP TVRI, sumber-sumber pendapatan LPP TVRI adalah :
 - Jasa Tayang (Airtime) baik untuk Siaran Analog mau pun Digital :
 - Iklan komersial
 - Iklan Layanan Masyarakat
 - Penyiaran Program Acara
 - Kerja sama jasa siaran antara TVRI Kantor Pusat dan TVRI Stasiun Daerah
 - Media Online berupa Iklan Komersial pada Portal Berita TVRI
 - Penggunaan Sarana dan Prasarana Siaran sesuai Tugas dan Fungsi :
 - Penempatan alat pada menara
 - Penggunaan Floor Studio
 - Penggunaan lokasi Shooting di Studio Alam
 - Penggunaan lahan dan bangunan untuk sarana produksi siaran di Jakarta dan luar Jakarta
 - Jasa Pendidikan dan Pelatihan

Analisis Peluang Pendapatan LPP TVRI

LPP TVRI sendiri memiliki potensi cukup besar untuk memperoleh pendapatan dari jasa layanan yang disediakan serta aset yang dimiliki. Tahun 2019 TVRI memiliki 361 pemancar dan 73 pemancara digital, di mana baru 190 tower potensial yang sudah dikerjasamakan. TVRI secara keseluruhan telah bekerjasama dalam bidang siaran dengan 50 mitra swasta, 24 kementerian/ lembaga/ BUMN, dan di bidang non siaran dengan 65 mitra swasta serta 10 kementerian/ lembaga/ BUMN.

Di samping itu TVRI juga menyediakan media multiplatform dalam jaringan dengan adanya Live Streaming dan aplikasi TVRI Klik.

Di media sosial TVRI sudah cukup dikenal, dengan data followers sebagai berikut (data per September 2019):

- Facebook TVRINasional : 51.667 likes, 60.000 followers
- Twitter TVRINasional : 91.900 followers
- Instagram TVRINasional : 141.000 followers

Dengan berubahnya pola orang menonton televisi menjadi menonton di media sosial, keberadaan TVRI di dunia maya sangat penting untuk tetap eksis di tengah persaingan yang ketat.

Belanja Iklan Televisi

- Tahun 2018, Nielsen telah melakukan survei tentang iklan di Indonesia. Dan hasilnya, iklan di televisi masih mendapatkan porsi terbesar yaitu 79%. Total belanja iklan di Indonesia sendiri pada tahun 2018 mencapai Rp. 165 triliun. Angka ini di tahun 2019 mungkin bisa bertambah besar. Hasil monitoring iklan televisi (TV) Adstensity pada 13 stasiun tv nasional menunjukkan bahwa total belanja iklan semester I-2019 tercatat mencapai Rp60,49 triliun, atau tumbuh sebesar 10,84% dibandingkan Semester I-2018 yang mencapai Rp 54,57 triliun.
- LPP TVRI sendiri pada semester I tahun 2019 dilaporkan hanya mendapatkan Rp. 46,57 milyar, atau turun 37,63% dibanding semester I tahun 2018.
- Namun bagaimanapun LPP TVRI memiliki keterbatasan dalam mendapatkan kue belanja iklan televisi ini karena terbentur peraturan.

Belanja Iklan Digital

Menurut laporan 2019 Global Digital Ad Trends Report oleh PubMatic, iklan digital di Indonesia diprediksi akan menembus Rp. 40 triliun, atau naik 26% dari tahun sebelumnya. Belanja iklan digital ini kurang lebih 24% dari belanja iklan keseluruhan Indonesia. Nilainya juga masih jauh lebih kecil dibandingkan negara lain seperti Cina dan Rusia, namun pertumbuhan iklan digital Indonesia sebesar 26% tersebut adalah yang tertinggi di dunia. Hal ini memberikan indikasi akan bergesernya tren iklan televisi ke iklan digital

Iklan digital itu sendiri dapat berupa :

- Affiliate marketing : situs web menjaring pengunjung dan memasarkan produk
- Banner advertising : pemasangan banner di situs web
- Pay-per-click advertising : beriklan di mesin pencarian seperti google
- Social Media advertising : beriklan di media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram
- Email marketing advertising : iklan lewat email
- Mobile advertising : sms ke telepon genggam
- Video advertising : iklan menggunakan video

LPP TVRI saat ini menggunakan banner advertising yaitu pemasangan iklan banner di situs portal berita TVRI. Karena itu, peluang masih sangat terbuka lebar bagi TVRI apalagi iklan digital ini tumbuh jauh lebih cepat daripada iklan televisi.

TVRI Stasiun Jawa Barat

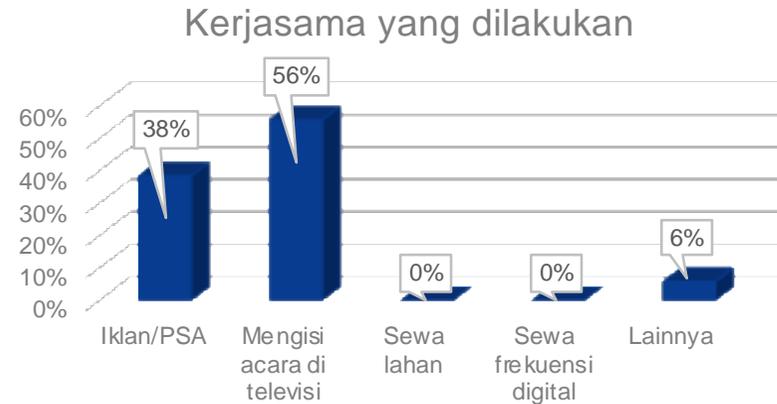
Kondisi Jawa Barat

Propinsi Jawa Barat merupakan salah satu propinsi dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Propinsi ini memiliki sumber daya alam yang sangat besar, dan potensi pembangunan industri yang juga sangat besar. Hampir 60% kawasan industri di Indonesia ada di Jawa Barat. Belum lagi potensi pertanian dan pariwisata Jawa Barat yang begitu menjanjikan. Karena itu Jawa Barat juga memberikan potensi pendapatan bagi TVRI yang tidak kecil.

Banyak program pemerintah yang memerlukan dukungan media untuk publikasi. Pemerintah kabupaten dan kota madya tersebut tentunya bisa diajak bekerjasama untuk peningkatan potensi daerahnya.

Ekonomi digital di Jawa Barat juga sedang berkembang cepat. Semakin bervariasinya layanan TVRI di media digital (TV digital, media sosial dan Youtube) membuka peluang lebih luas lagi bagi TVRI untuk meningkatkan pendapatan PNBK.

Profil Responden



- Responden di TVRI Stasiun Jawa Barat memiliki komposisi 63% instansi pemerintah dan 37% Non instansi pemerintah.
- Instansi pemerintah dan perusahaan yang menjadi responden ini pernah dan biasa mengadakan kerjasama di mana yang paling sering kerjasama yang dilakukan adalah kerjasama lain seperti advetorial, kerjasama program seperti Ramadhan dll, selain beriklan dan mengisi acara di televisi. Tidak ada yang melakukan kerjasama penyewaan lahan dan frekuensi digital.

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja

JASA SIARAN

Aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan

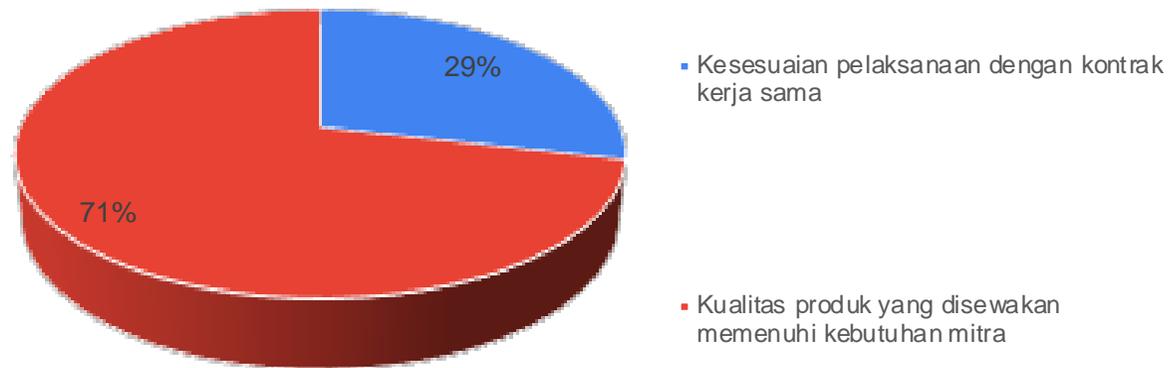


- Dalam memilih mitra kerja di Jasa Siaran, pada aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan faktor yang dianggap terpenting atau yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Jangkauan Siaran di mana sebanyak 40% responden memilih faktor tersebut. Kemudian faktor terpenting kedua yang dipertimbangkan oleh responden adalah Kualitas Hasil Produksi Acara/ Iklan (26%). Di bawahnya sedikit lebih rendah adalah faktor Kualitas Tayangan Hasil Produksi (23%).

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja

JASA NON SIARAN

Aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan Non Siaran



- Dalam memilih mitra kerja di Jasa Non Siaran, pada aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan faktor yang dianggap terpenting atau yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Kualitas Tayangan Hasil Produksi Siaran di mana sebanyak 71% responden memilih faktor tersebut. Kemudian faktor terpenting kedua yang dipertimbangkan oleh responden adalah Kesesuaian Hasil Produksi dengan Kontrak Kerja Sama.

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja

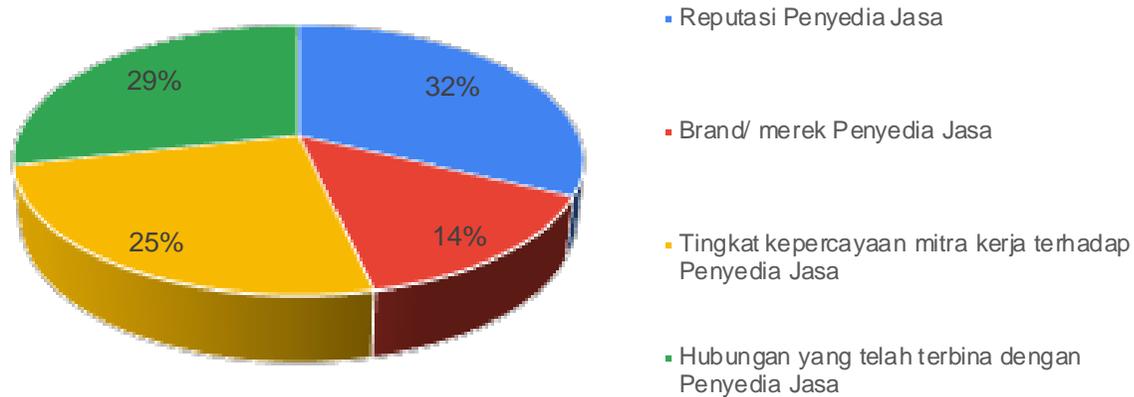
Aspek Kualitas Pelayanan



- Dalam aspek Kualitas Pelayanan, faktor terpenting yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Profesionalisme Kru Produksi Penyedia Jasa (31%), lalu berikutnya adalah faktor Kemampuan dan Pengetahuan Staf Penyedia Jasa (20%). Faktor ketiga terpenting adalah Sikap dan Perilaku Staf (17%).

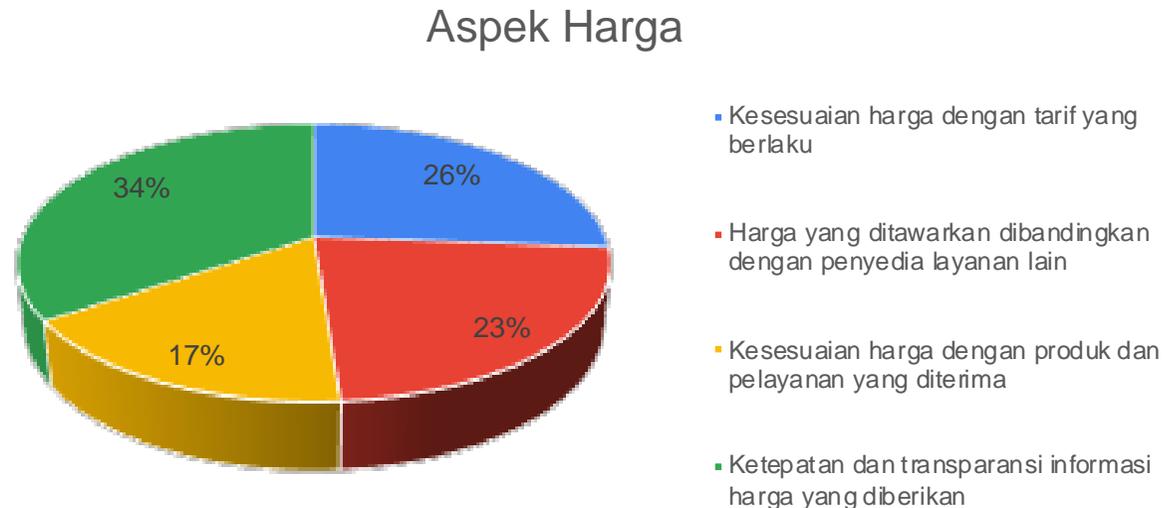
Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja

Aspek Hubungan Emosional



- Dalam aspek Hubungan Emosional, faktor terpenting pertama yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Reputasi Penyedia Jasa (32%) dan faktor terpenting keduanya adalah Hubungan yang telah Terbina (29%) dan ketiga adalah Tingkat Kepercayaan Mitra terhadap Perusahaan (25%).

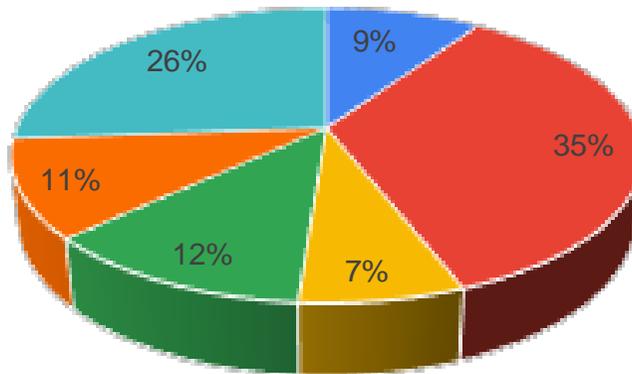
Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja



- Dalam aspek Harga, faktor terpenting pertama yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Kesesuaian Harga dengan Tarif yang Berlaku (39%) dan faktor terpenting keduanya adalah Ketepatan dan Transparansi Informasi Harga yang Diberikan (51%). Namun secara umum faktor Ketepatan dan Transparansi Informasi Harga yang Diberikan adalah yang paling banyak dipilih oleh responden sebagai faktor yang dipertimbangkan.

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja

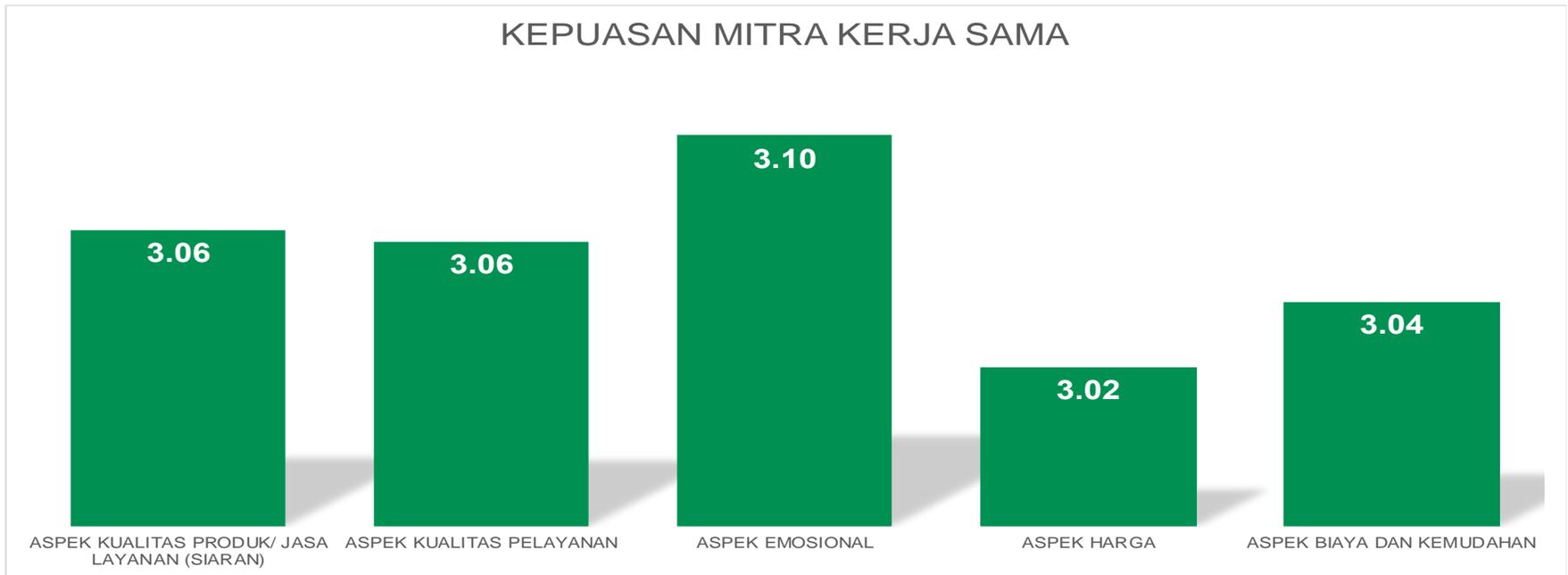
Aspek Biaya dan Kemudahan



- Kemudahan berkomunikasi/ berhubungan dengan Staf Penyedia Jasa
- Kemudahan berkomunikasi dengan Kru Penyedia Jasa
- Ketersediaan fasilitas pendukung di kantor Penyedia Jasa
- Kelengkapan sarana dan prasarana penunjang yang dimiliki Penyedia Jasa
- Kemudahan pembayaran
- Kemudahan pengurusan administrasi (dokumen kontrak dan dokumen pendukung lainnya)

- Dalam aspek Biaya dan Kemudahan, faktor terpenting pertama yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Kemudahan Berkomunikasi dengan Kru Penyedia Jasa (31%), sedangkan faktor terpenting kedua adalah Kemudahan Pengurusan Administrasi (26%).

Kepuasan Responden terhadap TVRI

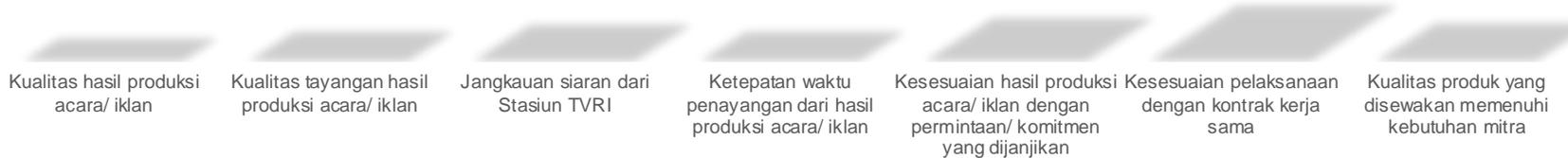


- Dalam pengukuran tingkat kepuasan Mitra kerjasama yang menjadi responden survei ini, Indeks keseluruhan adalah 3.06 pada skala 4. Angka ini sangat tinggi, yang menunjukkan bahwa secara umum responden sangat puas dengan TVRI.
- Aspek Hubungan Emosional mendapatkan penilaian tertinggi (3.1 dari skala 4) sedangkan Aspek Harga mendapatkan nilai terendah (3.02).
- Dari kelima Aspek di atas, semuanya memiliki nilai indeks di atas 3.0. Hasil ini menggembirakan, karena berarti responden masih memandang TVRI sebagai mitra yang memberikan kepuasan yang tinggi kepada mereka.

Kepuasan Responden terhadap TVRI

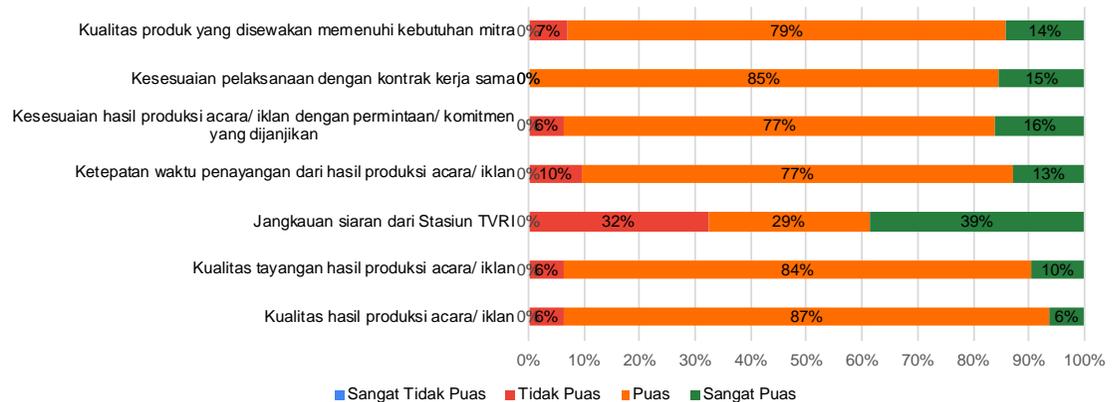
ASPEK KUALITAS PRODUK/ JASA LAYANAN

INDEKS PER FAKTOR



- Secara umum semua faktor dalam aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan dinilai tinggi oleh responden (di atas 3), di mana untuk Jasa Siaran faktor Kesesuaian Hasil Produksi dengan Komitmen mendapatkan nilai tertinggi (3.1). Sedangkan untuk Jasan Non Siaran, Kesesuaian Pelaksanaan dengan Kontrak Kerja sama mendapatkan nilai tertinggi.
- Hal yang menarik untuk dicermati adalah pada faktor Jangkauan Siaran di mana sebanyak 32% merasa tidak puas dengan TVRI.
- Hal lainnya yang juga menarik adalah kurangnya persentase yang menyatakan Sangat Puas dibandingkan dengan yang menyatakan Puas saja.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

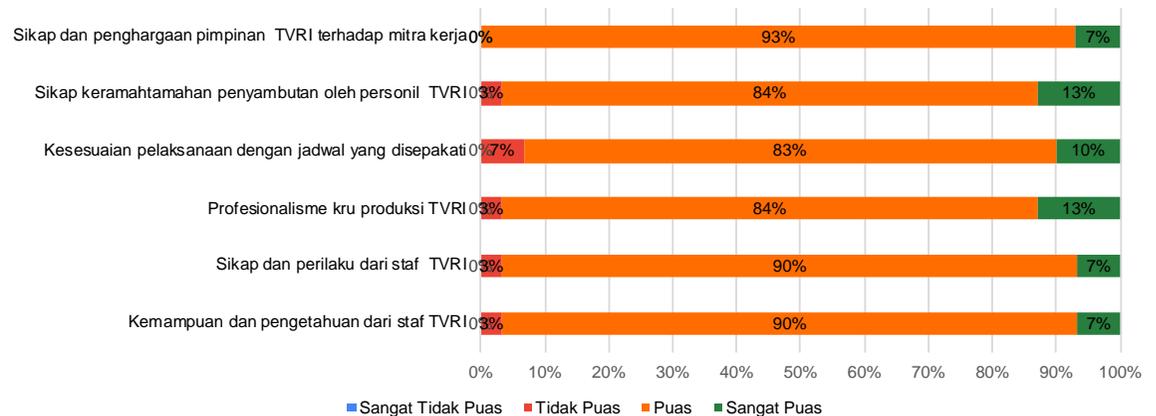
ASPEK KUALITAS PELAYANAN

INDEKS PER FAKTOR



- Pada aspek Kualitas Pelayanan, secara umum juga dinilai cukup tinggi di mana faktor Profesionalis Kru Produksi TVRI dan Sikap Keramah tamahan Penyambutan mendapatkan nilai tertinggi (3.1). Sementara faktor Kemampuan dan Pengetahuan Staf TVRI, Sikap dan Perilaku Staf, serta Kesesuaian Pelaksanaan dengan Jadwal mendapatkan nilai terendah (3.03).
- Secara umum sebagian besar responden menyatakan Puas dengan TVRI walau pun ada sedikit persentase yang menyatakan Tidak Puas.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

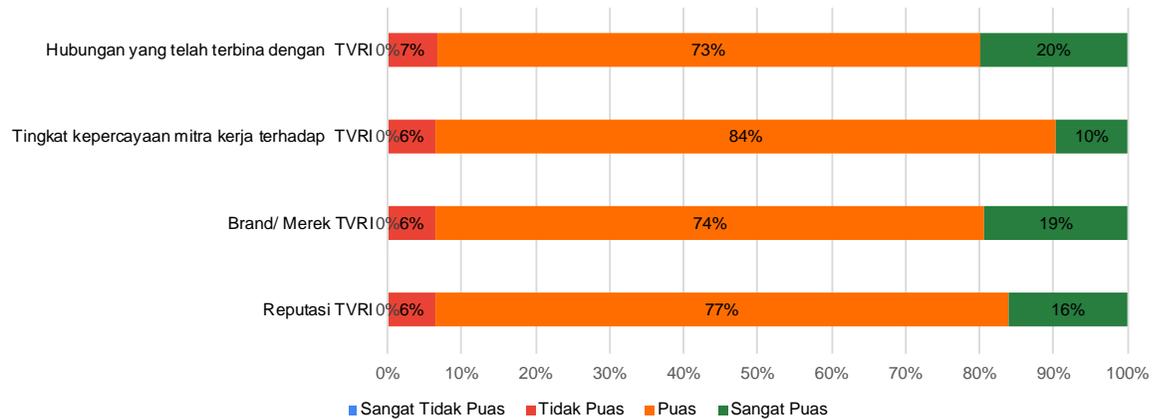
ASPEK EMOSIONAL

INDEKS PER FAKTOR



- Pada aspek Hubungan Emosional, secara umum juga dinilai cukup tinggi di mana faktor Brand/ merek TVRI dan Hubungan yang telah terbina dengan TVRI mendapatkan nilai tertinggi (3.13). Faktor yang dinilai paling rendah adalah Tingkat Kepercayaan Mitra Kerja terhadap TVRI (3.03).
- Secara umum sebagian besar responden menyatakan Puas dengan TVRI walau pun ada sedikit persentase yang menyatakan Tidak Puas.

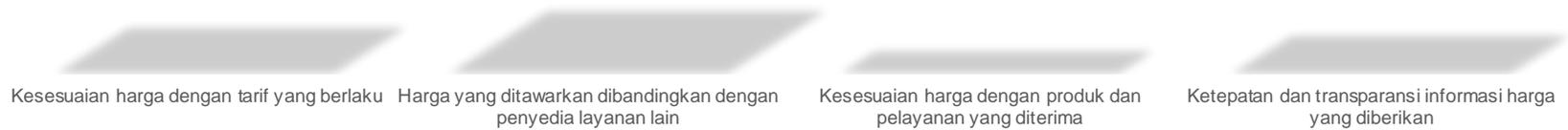
TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

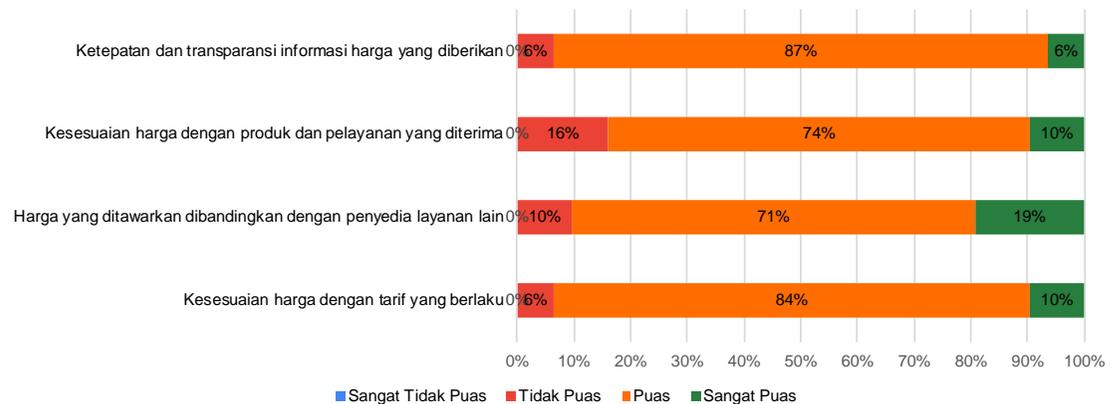
ASPEK HARGA

INDEKS PER FAKTOR



- Penilaian kepuasan pada Aspek Harga pun juga tinggi. Faktor Harga yang Ditawarkan Dibandingkan Penyedia Layanan Lain mendapatkan nilai tertinggi (3.1). Namun faktor Kesesuaian Harga dengan Produk dan Pelayanan yang Diterima indeksnya sedikit di bawah 3 (2.94). Hal ini karena ada 16% responden yang menyatakan tidak puas pada faktor ini.

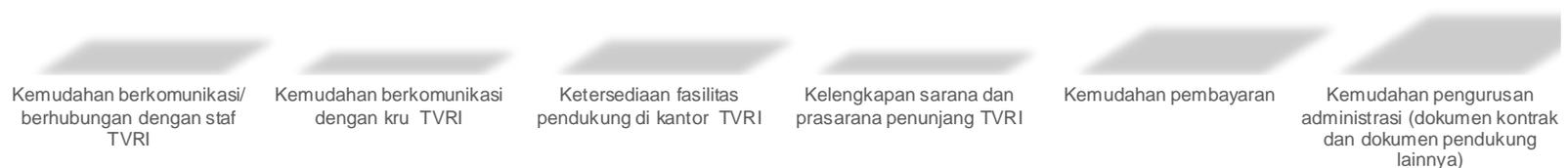
TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

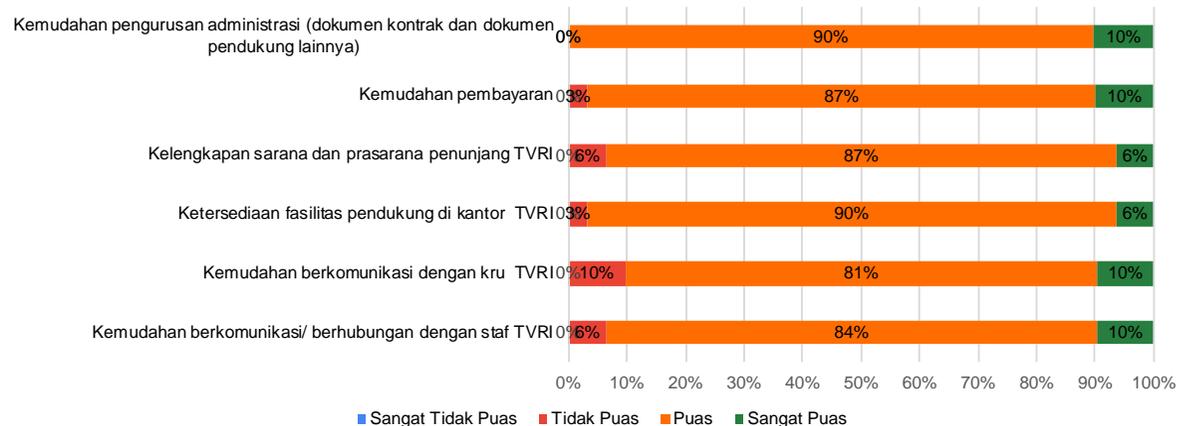
ASPEK BIAYA DAN KEMUDAHAN

INDEKS PER FAKTOR



- Aspek Biaya dan Kemudahan mendapatkan penilaian yang cukup tinggi, di mana faktor Kemudahan Pengurusan Administrasi mendapatkan nilai paling tinggi (3.1) . Sementara faktor Kemudahan Berkomunikasi dengan Kru Televisi dan Kelengkapan Sarana Prasarana dinilai lebih rendah.
- Secara umum sebagian besar responden menyatakan Puas dengan TVRI walau pun ada sedikit persentase yang menyatakan Tidak Puas.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Peluang Kerja Sama

Berdasarkan informasi yang diberikan oleh Responden, dari responden yang disurvei terdapat peluang kerja sama sebanyak 64 kerja sama, yaitu sebanyak 28 rencana iklan dan 36 rencana pengisian acara di televisi. Rencana kerja sama ini adalah untuk tahun 2021. Namun perkiraan nilai kerjasama belum bisa teridentifikasi. Peluang kerja sama ini sudah direncanakan oleh responden, walau pun belum menunjuk atau menerima TVRI sebagai mitra untuk kerja sama tersebut.

Masukan dan saran dari Responden

Selain memberikan penilaian kepuasan terhadap pelayanan TVRI, responden juga memberikan masukan dan saran-saran yang dirangkum sebagai berikut :

1. TVRI perlu meningkatkan jangkauan siaran terutama di daerah yang masih blank spot
2. TVRI perlu meningkatkan kualitas acara terutama untuk para kaum milenials dan bisa lebih greget lagi
3. TVRI perlu membuat paket dengan harga yang lebih bersaing
4. TVRI perlu meningkatkan pelayanan oleh kru televisi dengan komunikasi yang lebih baik
5. TVRI perlu meningkatkan kualitas gambar
6. TVRI perlu menambah jam siaran di daerah
7. TVRI perlu melakukan perbaikan front office, ruang tunggu VIP yang lebih nyaman, dan studio dengan dekor yang lebih menarik
8. TVRI dapat membuat acara-acara khusus pendidikan, seni dll bekerja sama dengan mitra

Analisis dan Kesimpulan

1. Peluang mendapatkan PNBPN di TVRI stasiun Jawa Barat masih besar sekali. Banyak hal yang bisa dilakukan dengan melihat potensi di daerah yang cukup bagus dan tetap berpegang kepada peraturan-peraturan yang ada. Dan akan lebih besar lagi peluangnya bila menggunakan cara-cara atau ide-ide kreatif untuk menciptakan potensi/ peluang. Terutama potensi pariwisata Jawa Barat yang luar biasa di mana pemerintah kabupaten mulai bergerak untuk mempromosikan daerahnya, dan TVRI dapat membantu program pengembangan pariwisata ini baik melalui iklan mau pun pengisian acara di televisi atau pun di media sosial yang dimilikinya.

Di samping itu, kebijakan multiplexing yang akan dikeluarkan akan memberikan peluang besar bagi TVRI untuk menjual layanan digital.

2. Dalam memilih mitra kerja, faktor-faktor yang paling dipertimbangkan adalah :
 - Pada aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan Siaran : Faktor Jangkauan Siaran dan Kualitas Hasil Produksi Acara/ Iklan
 - Pada aspek Kualitas Pelayanan : Faktor Profesionalisme Kru Produksi dan Kemampuan dan Pengetahuan Staf Penyedia Jasa
 - Pada aspek Kedekatan emosional : Faktor Reputasi Penyedia Jasa dan Hubungan yang telah Terbina
 - Pada aspek Harga : Faktor Kesesuaian Harga dengan Tarif yang Berlaku dan Ketepatan dan Transparansi Informasi Harga yang Diberikan Ketepatan
 - Pada aspek Biaya dan Kemudahan : Kemudahan Berkomunikasi dengan Kru Penyedia Jasa dan Kemudahan Pengurusan Administrasi
3. Kepuasan mitra kerja TVRI di Stasiun Jawa Barat cukup tinggi yaitu yaitu rata-rata 3.06 (pada skala 4) di mana Aspek Hubungan Emosional mendapatkan penilaian tertinggi (3.1 dari skala 4) sedangkan Aspek Harga mendapatkan nilai terendah (3.02). Hasil ini mengandung arti bahwa responden yang menjadi mitra kerjasama TVRI puas dengan apa yang telah diberikan oleh TVRI.

Analisis dan Kesimpulan

4. Dalam penentuan target PNBP, perlu kiranya dilakukan analisis peluang atau potensi pendapatan terlebih dahulu. Target tidak hanya didasarkan kepada pencapaian tahun sebelumnya tetapi memang benar-benar berdasarkan data dan analisis di tahun berikutnya.

TVRI Stasiun Bangka Belitung

Kondisi Bangka Belitung

Propinsi Bangka Belitung merupakan propinsi yang berbentuk kepulauan dengan kurang lebih 480 pulau, terletak di bagian timur dari pulau Sumatera. Propinsi muda ini baru berusia 20 tahun dan terdiri dari 2 pulau utama yaitu pulau Bangka dan Belitung.

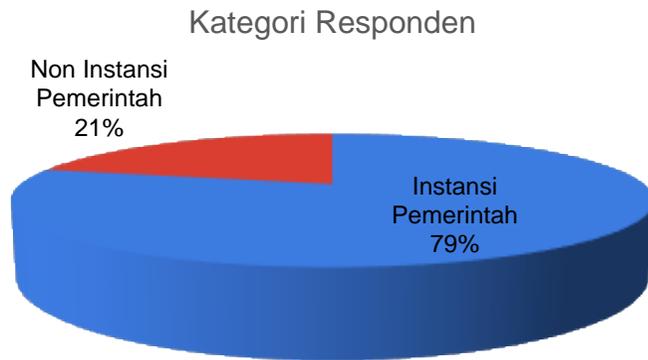
Propinsi ini terutama pulau Bangka dan Belitung sudah terkenal sebagai pertambangan timah sejak ratusan tahun lalu. Belakangan potensi daerah yang lain mulai dikembangkan seperti perkebunan dan pariwisata.

Saat ini Bangka Belitung sudah mulai menggeliat bangkit, semua sektor yang potensial mulai digenjot mulai dari pariwisata sampai perkebunan lada putih yang banyak terdapat di Bangka Belitung.

TVRI pun sebenarnya memiliki potensi pendapatan yang tidak kecil. Walau pun hanya terdapat 7 kabupaten dan kota madya, banyak program pemerintah yang memerlukan dukungan media untuk publikasi. Pemerintah kabupaten dan kota madya tersebut tentunya bisa diajak bekerjasama untuk peningkatan potensi daerahnya.

Saat ini mungkin perekonomian digital di Bangka Belitung belum berkembang cepat. Namun dengan semakin bervariasinya layanan TVRI di media digital (TV digital, media sosial dan Youtube) membuka peluang lebih luas lagi bagi TVRI untuk meningkatkan pendapatan PNBP.

Profil Responden

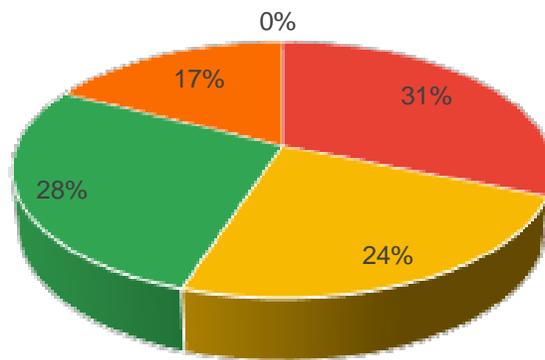


- Responden di TVRI Stasiun Bangka Belitung memiliki komposisi 79% instansi pemerintah dan 21% Non instansi pemerintah.
- Instansi pemerintah dan perusahaan yang menjadi responden ini pernah dan biasa mengadakan kerjasama di mana yang paling sering kerjasama yang dilakukan adalah kerjasama lain seperti advetorial, kerjasama program seperti Ramadhan dll, selain beriklan dan mengisi acara di televisi. Tidak ada yang melakukan kerjasama penyewaan lahan dan frekuensi digital.

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja

JASA SIARAN

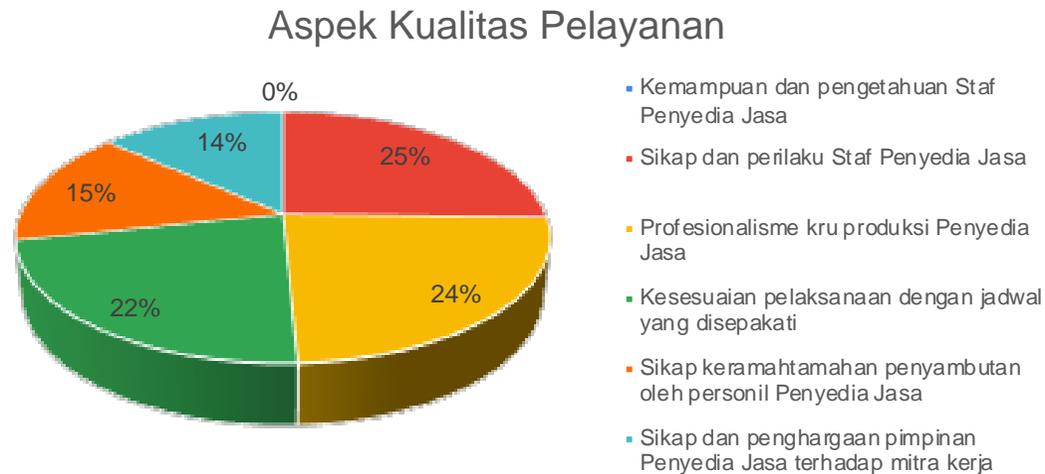
Aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan



- Kualitas hasil produksi acara/ iklan
- Kualitas tayangan hasil produksi acara/ iklan
- Jangkauan siaran dari Stasiun TVRI
- Ketepatan waktu penayangan dari hasil produksi acara/ iklan
- Kesesuaian hasil produksi acara/ iklan dengan permintaan/ komitmen yang dijanjikan

- Dalam memilih mitra kerja di Jasa Siaran, pada aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan faktor yang dianggap terpenting atau yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Kualitas Tayangan Hasil Produksi Siaran di mana sebanyak 31% responden memilih faktor tersebut. Kemudian faktor terpenting kedua yang dipertimbangkan oleh responden adalah Ketepatan Waktu Penayangan dari Hasil Produksi Acara/ Iklan.

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja



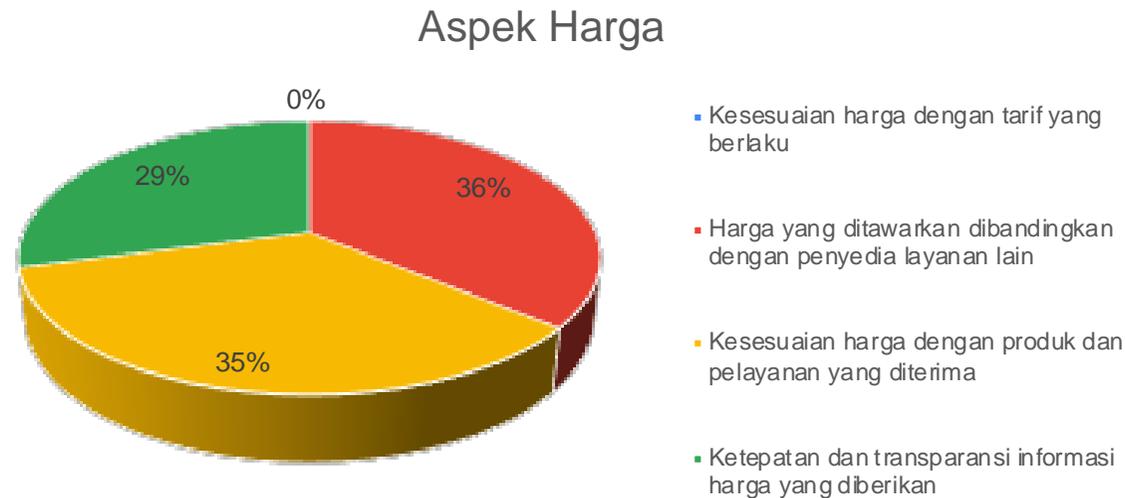
- Dalam aspek Kualitas Pelayanan, faktor terpenting yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Sikap dan Perilaku Staf Penyedia Jasa (31%), lalu berikutnya adalah faktor Profesionalisme Kru Produksi Penyedia Jasa (24%). Faktor ketiga terpenting adalah Kesesuaian Pelaksanaan dengan Jadwal yang Disepakati (22%). Sementara faktor Kemampuan dan Pengetahuan Staf Penyedia Jasa tidak dipandang sebagai faktor yang dipertimbangkan oleh Responden.

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja



- Dalam aspek Hubungan Emosional, faktor terpenting pertama yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Hubungan yang telah Terbina (36%) dan faktor terpenting keduanya adalah Tingkat Kepercayaan Mitra terhadap Perusahaan (35%) dan ketiga adalah Brand/ Merek Penyedia Jasa. Tidak ada responden yang mempertimbangkan Reputasi Penyedia Jasa sebagai faktor penting dalam memilih Mitra Kerja.

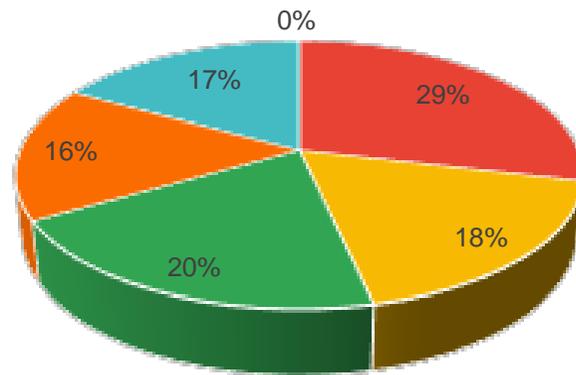
Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja



- Dalam aspek Harga, faktor terpenting pertama yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Harga yang Ditawarkan Dibandingkan dengan Penyedia Jasa Lain (36%) dan faktor terpenting keduanya adalah Kesesuaian Harga dengan Produk dan Pelayanan yang Diterima (35%).

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja

Aspek Biaya dan Kemudahan

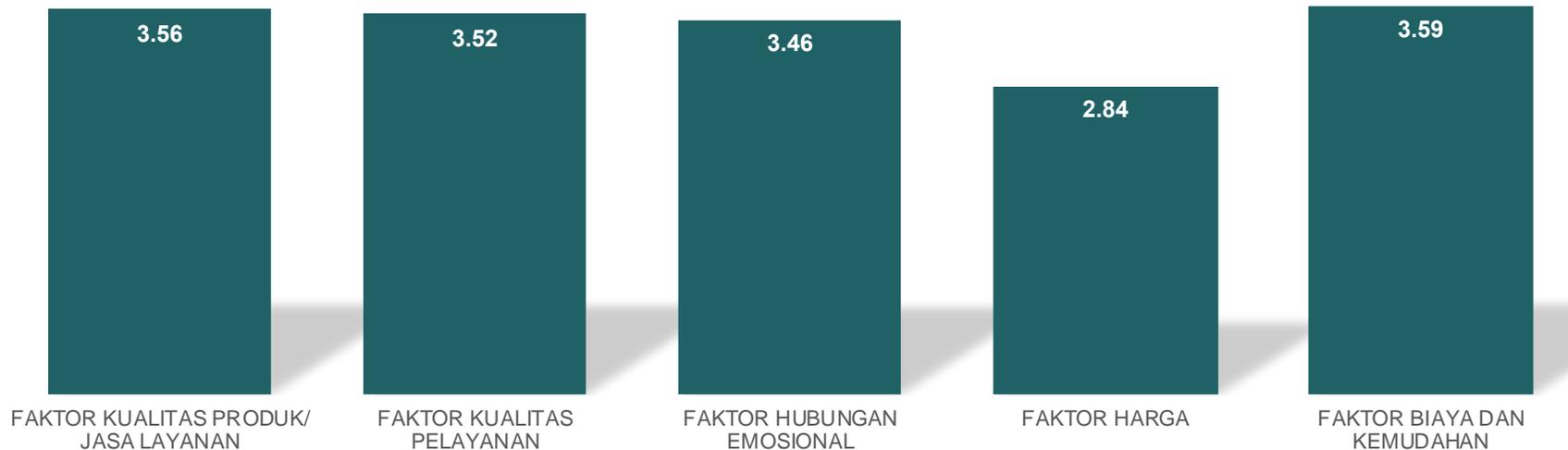


- Kemudahan berkomunikasi/ berhubungan dengan Staf Penyedia Jasa
- Kemudahan berkomunikasi dengan Kru Penyedia Jasa
- Ketersediaan fasilitas pendukung di kantor Penyedia Jasa
- Kelengkapan sarana dan prasarana penunjang yang dimiliki Penyedia Jasa
- Kemudahan pembayaran
- Kemudahan pengurusan administrasi (dokumen kontrak dan dokumen pendukung lainnya)

- Dalam aspek Biaya dan Kemudahan, faktor terpenting pertama yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Kemudahan Berkomunikasi dengan Kru Penyedia Jasa (29%), sedangkan faktor terpenting kedua adalah Kelengkapan Sarana dan Prasarana Penunjang (20%), dan faktor ketiga adalah Ketersediaan Fasilitas Pendukung di Kantor Penyedia Jasa (18%).

Kepuasan Responden terhadap TVRI

KEPUASAN MITRA KERJA SAMA

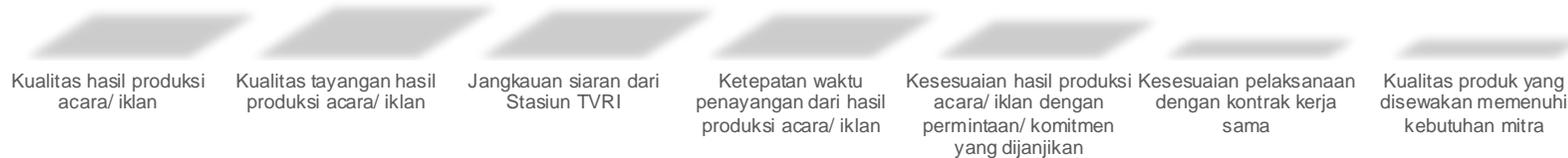


- Dalam pengukuran tingkat kepuasan Mitra kerjasama yang menjadi responden survei ini, Indeks keseluruhan adalah 3.39 pada skala 4. Angka ini sangat tinggi, yang menunjukkan bahwa secara umum responden sangat puas dengan TVRI.
- Aspek Biaya dan Kemudahan mendapatkan penilaian tertinggi (3.59 dari skala 4) sedangkan Aspek Harga mendapatkan nilai terendah (2.84).
- Dari kelima Aspek di atas, ada 4 Aspek yang nilai indeksnya berada di atas 3.0 dan hanya Aspek Harga yang di bawah 3.0. Hasil ini menggembirakan, karena berarti responden masih memandang TVRI sebagai mitra yang memberikan kepuasan yang tinggi kepada mereka.

Kepuasan Responden terhadap TVRI

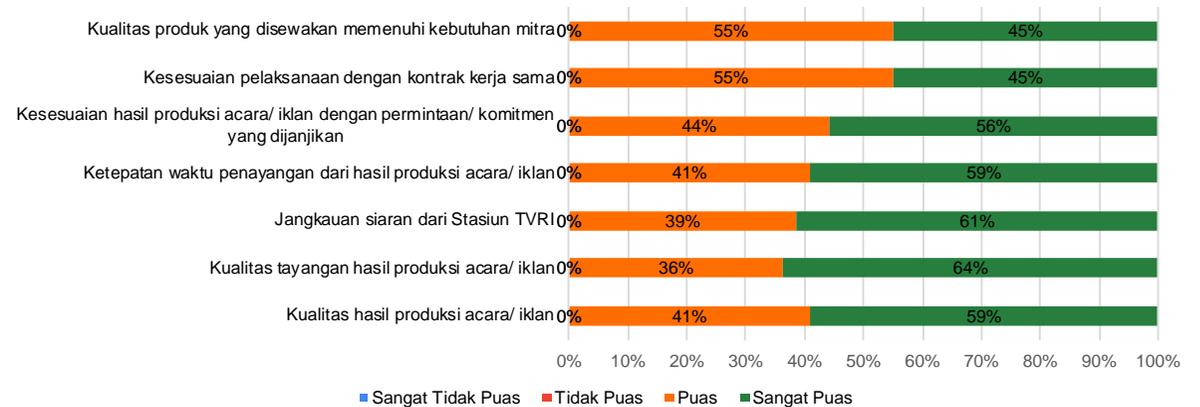
ASPEK KUALITAS PRODUK/ JASA LAYANAN

INDEKS PER FAKTOR



- Secara umum semua faktor dalam aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan dinilai tinggi oleh responden (di atas 3), dan Faktor Kualitas Tayangan Hasil Produksi Acara/ Iklan mendapatkan nilai tertinggi (3.64). Nilai tinggi pada faktor ini disebabkan tingginya persentase yang menyatakan Sangat Puas, dibandingkan dengan faktor yang lain. Dapat dilihat juga bahwa di Faktor Kesesuaian Pelaksanaan dengan Kontrak Kerja Sama mendapatkan nilai terendah (3.45). Namun di semua faktor tersebut, tidak ada responden yang menyatakan Tidak Puas atau Sangat Tidak Puas.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

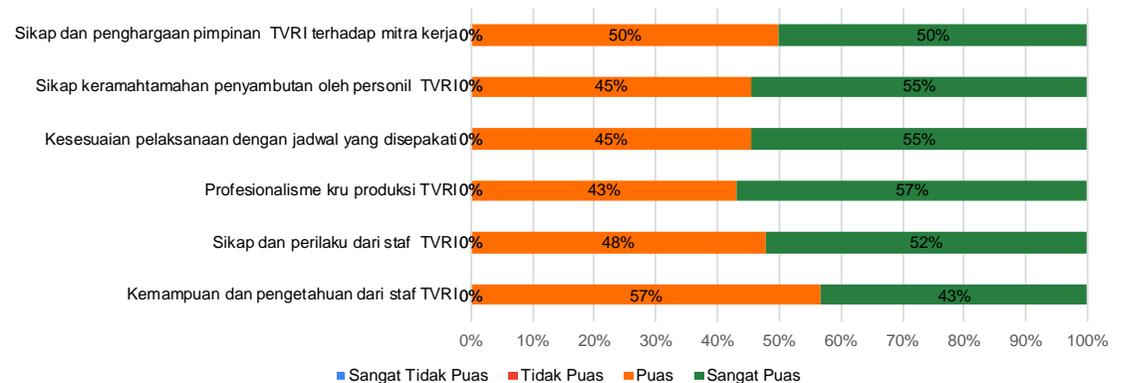
ASPEK KUALITAS PELAYANAN

INDEKS PER FAKTOR



- Pada aspek Kualitas Pelayanan, secara umum juga dinilai cukup tinggi di mana faktor Profesionalis Kru Produksi TVRI mendapatkan nilai tertinggi (3.57). Nilai tinggi pada faktor ini juga disebabkan tingginya persentase yang menyatakan Sangat Puas, dibandingkan dengan faktor yang lain. Sementara faktor Kemampuan dan Pengetahuan Staf TVRI mendapatkan nilai terendah (3.43). Tidak ada responden yang menyatakan Tidak Puas atau pun Sangat Tidak Puas.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

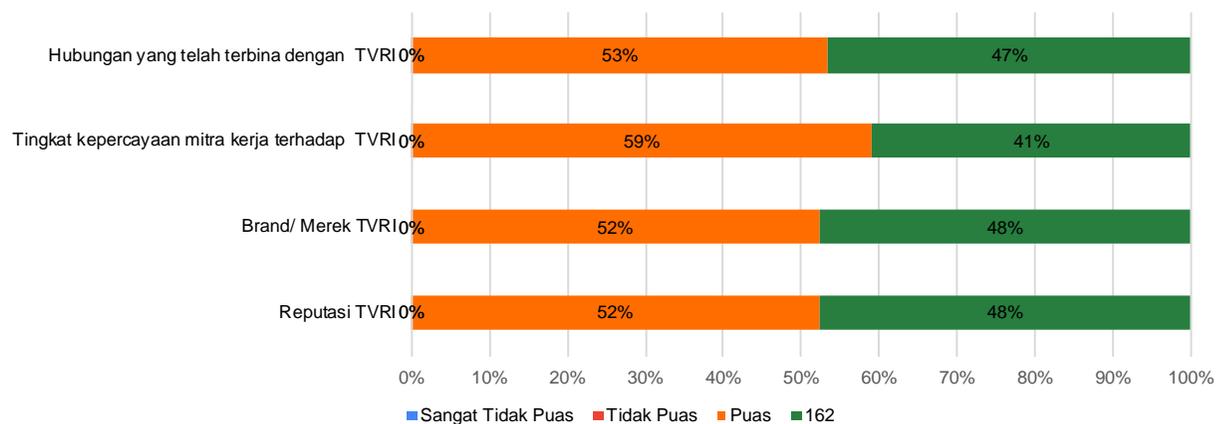
ASPEK EMOSIONAL

INDEKS PER FAKTOR



- Pada aspek Kedekatan Emosional, secara umum juga dinilai cukup tinggi di mana faktor Reputas TVRI dan Brand/ merek TVRI mendapatkan nilai tertinggi (3.48). Faktor yang dinilai paling rendah adalah Tingkat Kepercayaan Mitra Kerja terhadap TVRI. Walau pun tingkat kepuasan sangat tinggi karena tidak ada responden yang menyatakan tidak puas, tapi di aspek ini terlihat responden yang menyatakan Puas lebih banyak persentasenya dibanding yang Sangat Puas.

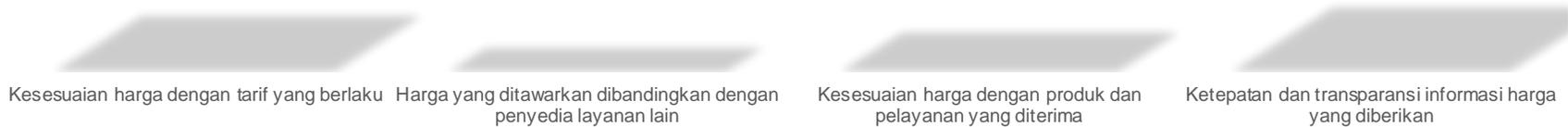
TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

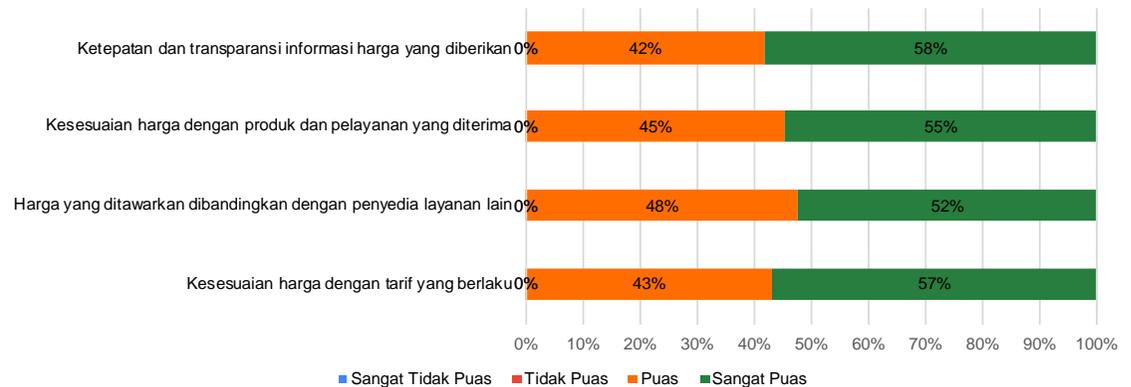
ASPEK HARGA

INDEKS PER FAKTOR



- Penilaian kepuasan pada Aspek Harga pun juga tinggi, terlihat semua faktor dinilai di atas 3.0. Faktor Ketepatan dan Transparansi Informasi Harga yang Diberikan mendapatkan nilai tertinggi (3.58) sedangkan faktor Harga yang Ditawarkan Dibandingkan dengan Penyedia Jasa Lain mendapatkan nilai sedikit lebih rendah dari yang lain. Seperti pada aspek lainnya, di aspek ini pun tidak ada responden yang menyatakan tidak puas. Dan terlihat yang menyatakan Sangat Puas persentasenya lebih tinggi daripada yang menyatakan Puas.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

ASPEK BIAYA DAN KEMUDAHAN

INDEKS PER FAKTOR

Kemudahan berkomunikasi/
berhubungan dengan staf
TVRI

Kemudahan berkomunikasi
dengan kru TVRI

Ketersediaan fasilitas
pendukung di kantor TVRI

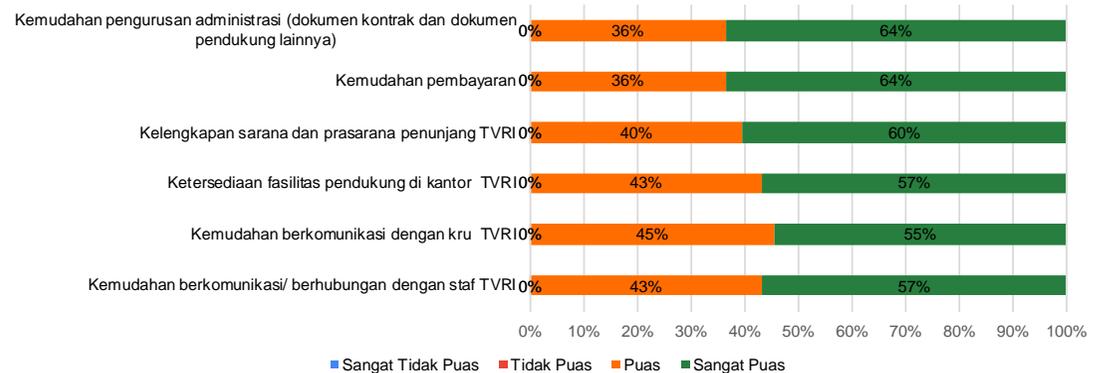
Kelengkapan sarana dan
prasarana penunjang TVRI

Kemudahan pembayaran

Kemudahan pengurusan
administrasi (dokumen kontrak
dan dokumen pendukung
lainnya)

- Aspek Biaya dan Kemudahan mendapatkan penilaian yang sangat tinggi, di mana faktor Kemudahan Pembayaran serta faktor Kemudahan Pengurusan Administrasi mendapatkan nilai paling tinggi (3.64). Sementara faktor Kemudahan Berkomunikasi dengan Kru Televisi dinilai lebih rendah, namun secara keseluruhan tidak ada responden yang menyatakan tidak puas.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Peluang Kerja Sama

Berdasarkan informasi yang diberikan oleh Responden, dari responden yang disurvei terdapat peluang kerja sama sebanyak 32 kerja sama, yaitu sebanyak 19 rencana iklan dan 13 rencana pengisian acara di televisi. Rencana kerja sama ini adalah untuk tahun 2021. Namun perkiraan nilai kerjasama belum bisa teridentifikasi. Peluang kerja sama ini sudah direncanakan oleh responden, walau pun belum menunjuk atau menerima TVRI sebagai mitra untuk kerja sama tersebut.

Masukan dan saran dari Responden

Selain memberikan penilaian kepuasan terhadap pelayanan TVRI, responden juga memberikan masukan dan saran-saran yang dirangkum sebagai berikut :

1. TVRI perlu melakukan inovasi program yang berbeda dengan stasiun televisi lain untuk menggugah masyarakat
2. TVRI perlu menurunkan tim ke mitra agar bisa lebih menangkap keinginan dari mitra, diharapkan untuk lebih interaktif
3. TVRI perlu meningkatkan jangkauan siaran agar dapat mencakup seluruh wilayah Bangka Belitung.
4. TVRI perlu meningkatkan pelayanan oleh kru televisi.
5. TVRI perlu meningkatkan kualitas gambar
6. TVRI perlu menambah jam siaran di daerah

Analisis dan Kesimpulan

1. Peluang mendapatkan PNBPN di TVRI stasiun Bangka Belitung masih besar sekali. Banyak hal yang bisa dilakukan dengan melihat potensi di daerah yang cukup bagus dan tetap berpegang kepada peraturan-peraturan yang ada. Dan akan lebih besar lagi peluangnya bila menggunakan cara-cara atau ide-ide kreatif untuk menciptakan potensi/ peluang. Terutama potensi pariwisata Bangka Belitung yang luar biasa di mana pemerintah kabupaten mulai bergerak untuk mempromosikan daerahnya, dan TVRI dapat membantu program pengembangan pariwisata ini baik melalui iklan mau pun pengisian acara di televisi atau pun di media sosial yang dimilikinya.

Di samping itu, kebijakan multiplexing yang akan dikeluarkan akan memberikan peluang besar bagi TVRI untuk menjual layanan digital.

2. Dalam memilih mitra kerja, faktor-faktor yang paling dipertimbangkan adalah :
 - Pada aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan Siaran : Faktor Kualitas Tayangan Hasil Produksi Siaran dan Ketepatan Waktu Penayangan dari Hasil Produksi Acara/ Iklan
 - Pada aspek Kualitas Pelayanan : Faktor Sikap dan Perilaku Staf serta faktor Profesionalisme Kru Produksi
 - Pada aspek Kedekatan emosional : Faktor Hubungan yang telah Terbina dan Tingkat Kepercayaan Mitra terhadap perusahaan
 - Pada aspek Harga : Faktor Harga yang Ditawarkan Dibandingkan dengan Penyedia Jasa Lain dan Kesesuaian Harga dengan Produk dan Pelayanan yang Diterima
 - Pada aspek Biaya dan Kemudahan : Kemudahan Berkomunikasi dengan Kru Penyedia Jasa dan Kelengkapan Sarana dan Prasarana Penunjang
3. Kepuasan mitra kerja TVRI di Stasiun Bangka Belitung cukup tinggi yaitu yaitu rata-rata 3.39 (pada skala 4) di mana Aspek Biaya dan Kemudahan mendapatkan penilaian tertinggi (3.59 dari skala 4) sedangkan Aspek Harga mendapatkan nilai terendah (2.84). Hasil ini mengandung arti bahwa responden yang menjadi mitra kerjasama TVRI puas dengan apa yang telah diberikan oleh TVRI.

Analisis dan Kesimpulan

4. Dalam penentuan target PNBP, perlu kiranya dilakukan analisis peluang atau potensi pendapatan terlebih dahulu. Target tidak hanya didasarkan kepada pencapaian tahun sebelumnya tetapi memang benar-benar berdasarkan data dan analisis di tahun berikutnya.

TVRI Stasiun Gorontalo

Kondisi Gorontalo

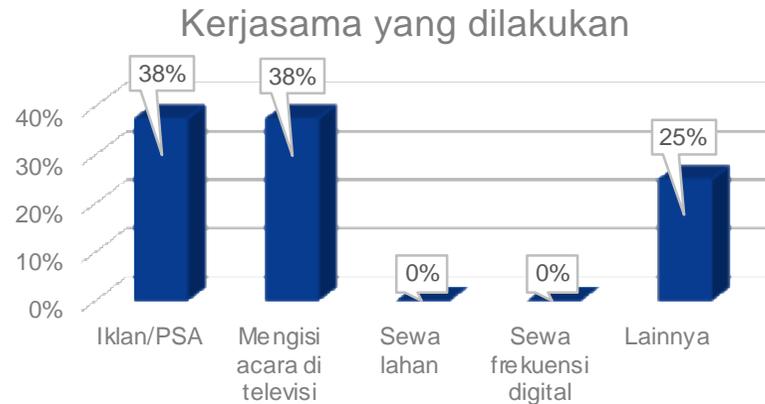
Propinsi Gorontalo merupakan propinsi yang masih muda dengan luas daerah hanya 0.67% dari luas wilayah Indonesia. Namun pertumbuhan perekonomian propinsi ini merupakan salah satu yang tercepat di Indonesia. Sektor pertanian, perikanan dan jasa adalah sektor yang diandalkan di Propinsi ini karena memiliki kontribusi yang besar bagi pendapatan asli daerah.

Propinsi Gorontalo memiliki letak geografi yang strategis untuk perekonomian nasional, kerana memiliki jalur perdagangan yang langsung berhadapan dengan negara-negara tetangga seperti Filipina, Malaysia, Brunei Darussalam, Hongkong, Taiwan, Jepang, dan Korea Selatan. Selain itu Provinsi Gorontalo juga merupakan salah satu daerah yang menjadi pintu masuk jalur perdagangan dari benua Amerika ke negara - negara di Asia Pasifik, seperti Brunei Darussalam, Singapura dan Malaysia. Tidaklah berlebihan jika Pemerintah Pusat menilai bahwa Provinsi Gorontalo menjadi salah satu tulang punggung penggerak roda ekonomi, pendidikan dan kebudayaan di Kawasan Timur Indonesia

TVRI pun sebenarnya memiliki potensi pendapatan yang tidak kecil. Walau pun hanya terdapat 7 kabupaten dan kota madya, banyak program pemerintah yang memerlukan dukungan media untuk publikasi. Pemerintah kabupaten dan kota madya tersebut tentunya bisa diajak bekerjasama untuk peningkatan potensi daerahnya.

Saat ini mungkin perekonomian digital di Gorontalo belum berkembang cepat. Namun dengan semakin bervariasinya layanan TVRI di media digital (TV digital, media sosial dan Youtube) membuka peluang lebih luas lagi bagi TVRI untuk meningkatkan pendapatan PNBK.

Profil Responden



- Responden di TVRI Stasiun Gorontalo kesemuanya adalah instansi pemerintah.
- Instansi pemerintah yang menjadi responden ini pernah dan biasa mengadakan kerjasama di mana yang paling sering kerjasama yang dilakukan adalah kerjasama lain seperti advetorial, kerjasama program seperti Ramadhan dll, selain beriklan dan mengisi acara di televisi. Tidak ada yang melakukan kerjasama penyewaan lahan dan frekuensi digital di tahun-tahun terakhir.

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja

JASA SIARAN

Aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan



- Dalam memilih mitra kerja di Jasa Siaran, pada aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan faktor yang dianggap terpenting atau yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Jangkauan Siaran di mana sebanyak 50% responden memilih faktor tersebut. Kemudian faktor terpenting kedua yang dipertimbangkan oleh responden adalah Ketepatan Waktu Penayangan dari Hasil Produksi Acara/ Iklan.

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja

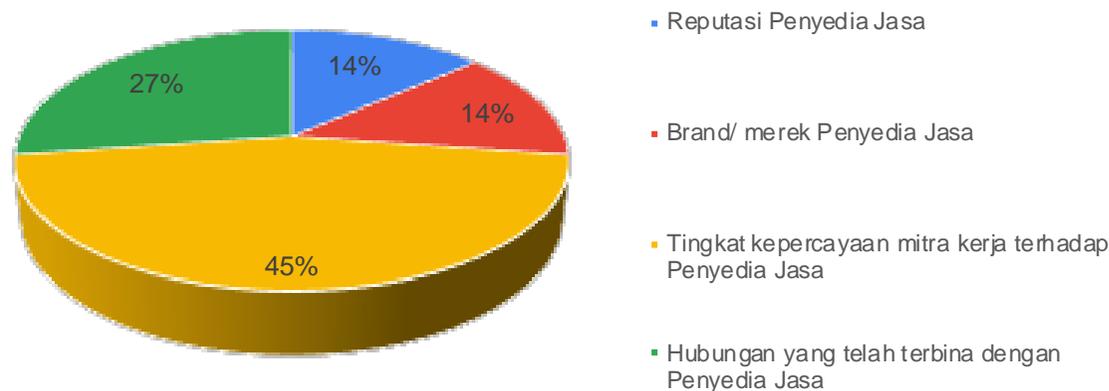
Aspek Kualitas Pelayanan



- Dalam aspek Kualitas Pelayanan, faktor terpenting yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Sikap dan Perilaku Staf Penyedia Jasa (38%), lalu berikutnya adalah faktor Profesionalisme Kru Produksi Penyedia Jasa (33%).

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja

Aspek Hubungan Emosional



- Dalam aspek Hubungan Emosional, faktor terpenting pertama yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Tingkat Kepercayaan Mitra Kerja (45%) dan faktor terpenting keduanya adalah Hubungan yang Telah Terbina (27%). Yang mempertimbangkan Brand/ Merek dan Reputasi Penyedia Jasa sebagai faktor penting dalam memilih Mitra Kerja hanya masing-masing 14%.

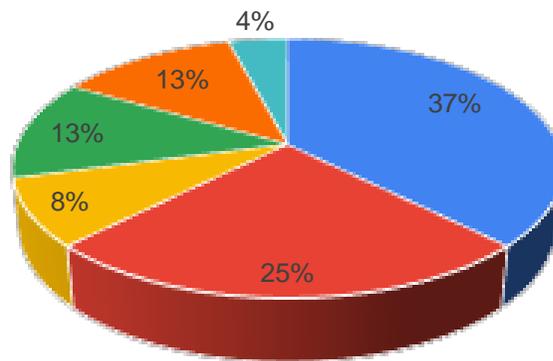
Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja



- Dalam aspek Harga, faktor terpenting pertama yang paling dipertimbangkan oleh responden adalah Kesesuaian Harga dengan Tarif yang Berlaku (38%) dan faktor terpenting keduanya adalah Ketepatan dan Transparansi Informasi Harga yang Diberikan (33%), kemudian faktor Kesesuaian Harga dengan Produk dan Pelayanan yang Diterima (29%). Namun tidak ada responden yang memilih faktor Harga yang Ditawarkan Dibanding Penyedia Jasa Lain sebagai faktor yang dipertimbangkan.

Pertimbangan Responden memilih Mitra Kerja

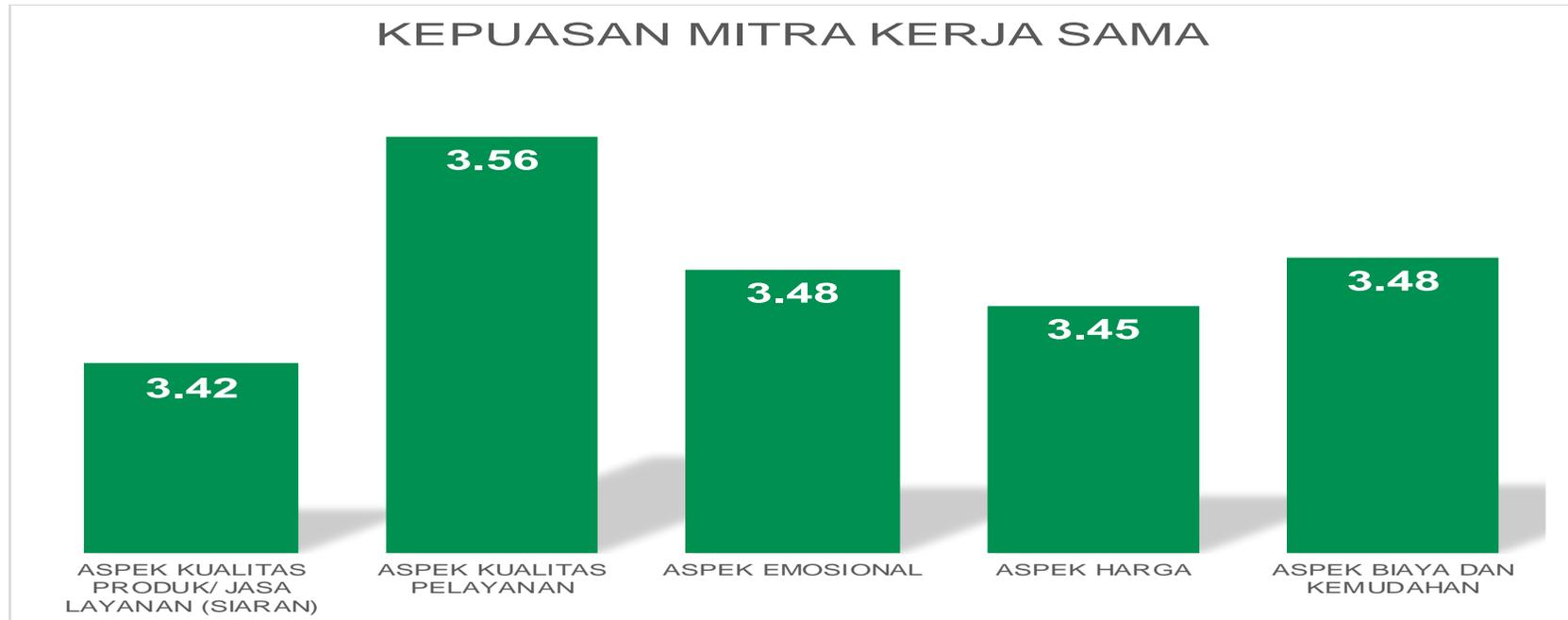
Aspek Biaya dan Kemudahan



- Kemudahan berkomunikasi/ berhubungan dengan Staf Penyedia Jasa
- Kemudahan berkomunikasi dengan Kru Penyedia Jasa
- Ketersediaan fasilitas pendukung di kantor Penyedia Jasa
- Kelengkapan sarana dan prasarana penunjang yang dimiliki Penyedia Jasa
- Kemudahan pembayaran
- Kemudahan pengurusan administrasi (dokumen kontrak dan dokumen pendukung lainnya)

- Dalam aspek Biaya dan Kemudahan, faktor yang terkait dengan komunikasi menjadi faktor terpenting yang paling dipertimbangkan oleh responden. Ini terlihat dari faktor dengan persentase tertinggi adalah Kemudahan Berkomunikasi dengan Kru Penyedia Jasa (37%), dan Kemudahan Berkomunikasi/ Berhubungan dengan Staf Penyedia Jasa sebagai faktor kedua terpenting (25%).

Kepuasan Responden terhadap TVRI



- Dalam pengukuran tingkat kepuasan Mitra kerjasama yang menjadi responden survei ini, Indeks keseluruhan adalah 3.48 pada skala 4. Angka ini sangat tinggi, yang menunjukkan bahwa secara umum responden puas dengan TVRI.
- Aspek Kualitas Pelayanan mendapatkan penilaian tertinggi (3.56 dari skala 4) sedangkan Aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan mendapatkan nilai terendah (3.42).
- Dari kelima Aspek di atas, semuanya mendapatkan nilai indeks di atas 3.0. Hasil ini menggembirakan, karena berarti responden masih memandang TVRI sebagai mitra yang memberikan kepuasan yang tinggi kepada mereka.

Kepuasan Responden terhadap TVRI

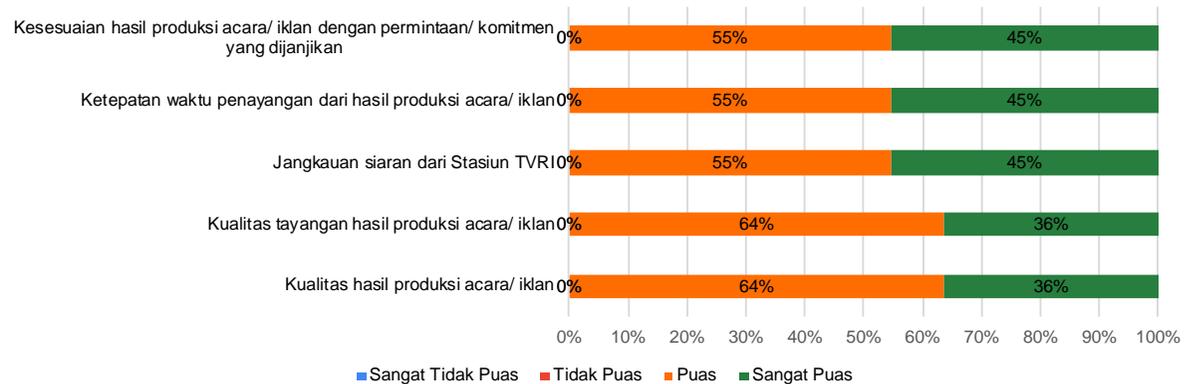
ASPEK KUALITAS PRODUK/ JASA LAYANAN

INDEKS PER FAKTOR



- Secara umum semua faktor dalam aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan dinilai tinggi oleh responden (di atas 3). Faktor Jangkauan Siaran, Ketepatan Waktu Penayangan, dan Kesesuaian Hasil Produksi dengan Komitmen mendapatkan nilai kepuasan yang tertinggi (masing-masing 3.45).
- Pada semua faktor tersebut tidak ada responden yang menyatakan Tidak Puas.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

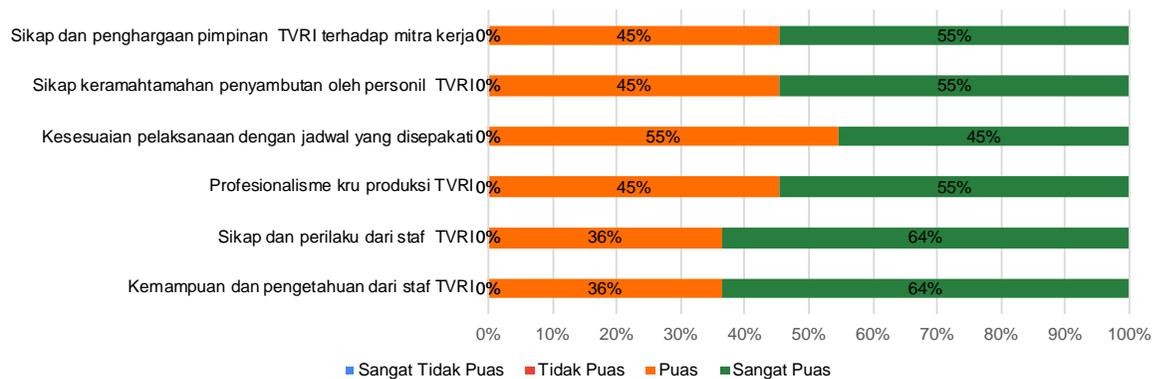
ASPEK KUALITAS PELAYANAN

INDEKS PER FAKTOR



- Pada aspek Kualitas Pelayanan, secara umum juga dinilai sangat tinggi di mana faktor Kemampuan dan Pengetahuan Staf serta Sikap dan Perilaku Staf mendapatkan nilai tertinggi (3.64). Nilai tinggi pada faktor ini juga disebabkan tingginya persentase yang menyatakan Sangat Puas, dibandingkan dengan faktor yang lain. Sementara faktor Kesesuaian Pelaksanaan dengan Jadwal yang Disepakati mendapatkan nilai terendah (3.45). Tidak ada responden yang menyatakan Tidak Puas atau pun Sangat Tidak Puas.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

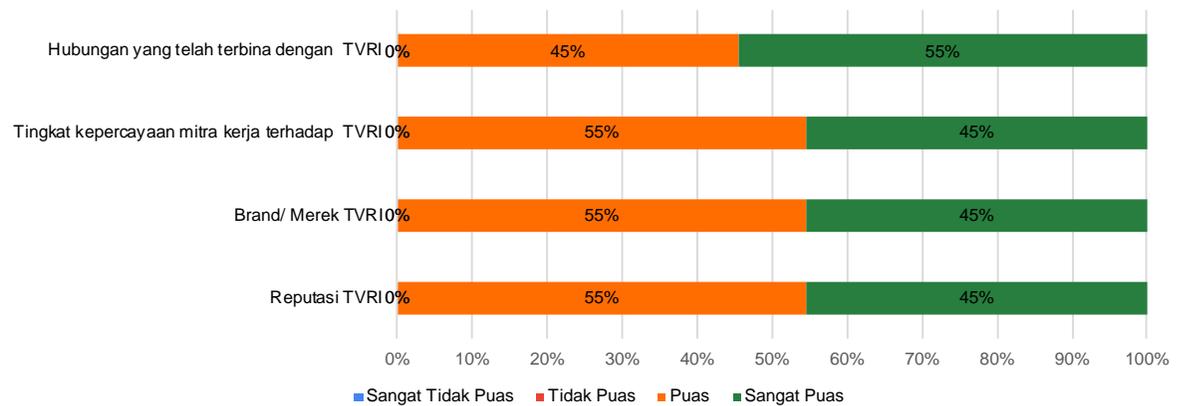
ASPEK EMOSIONAL

INDEKS PER FAKTOR



- Pada aspek Kedekatan Emosional, secara umum juga dinilai cukup tinggi di mana faktor Hubungan yang Telah Terbina mendapatkan nilai tertinggi (3.55). Sementara ketiga faktor lainnya mendapatkan nilai kepuasan yang sama yaitu 3.45. Pada aspek ini pun tidak ada responden yang menyatakan Tidak Puas.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

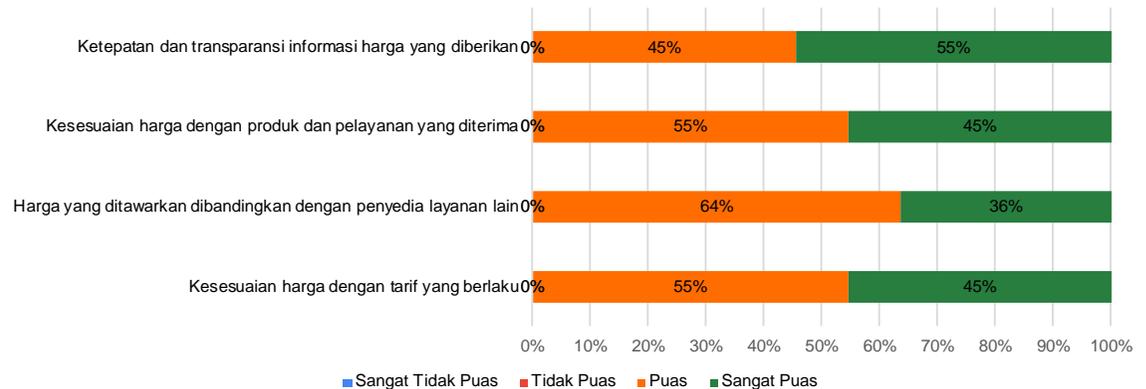
ASPEK HARGA

INDEKS PER FAKTOR



- Penilaian kepuasan pada Aspek Harga pun juga sangat tinggi, terlihat semua faktor dinilai di atas 3.0. Faktor Ketepatan dan Transparansi Informasi Harga yang Diberikan mendapatkan nilai tertinggi (3.55) sedangkan faktor Harga yang Ditawarkan Dibandingkan dengan Penyedia Jasa Lain mendapatkan nilai sedikit lebih rendah dari yang lain (3.36). Seperti pada aspek lainnya, di aspek ini pun tidak ada responden yang menyatakan tidak puas.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Kepuasan Responden terhadap TVRI

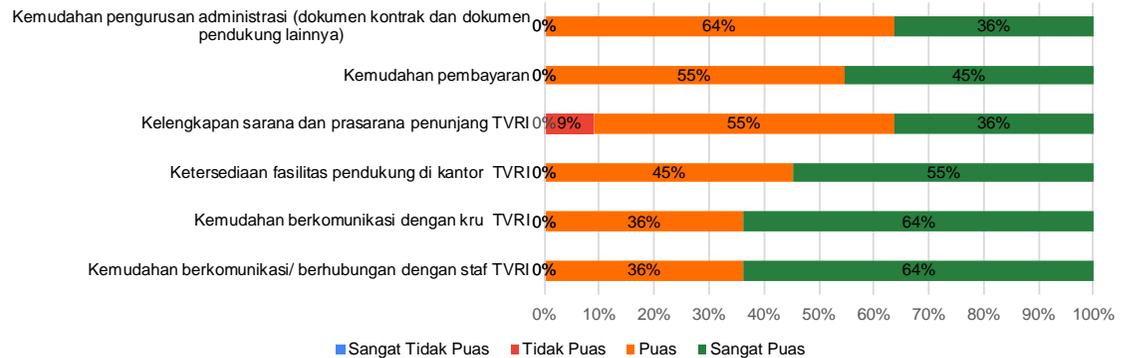
ASPEK BIAYA DAN KEMUDAHAN

INDEKS PER FAKTOR



- Aspek Biaya dan Kemudahan mendapatkan penilaian yang sangat tinggi, di mana faktor terkait kemudahan berkomunikasi baik dengan staf mau pun kru mendapatkan nilai paling tinggi (3.64). Sementara faktor Kelengkapan Sarana dan Prasarana penunjang dinilai lebih rendah (3.27), hal ini disebabkan ada responden yang menyatakan Tidak Puas pada faktor ini.

TINGKAT KEPUASAN PER FAKTOR



Peluang Kerja Sama

Berdasarkan informasi yang diberikan oleh Responden, dari responden yang disurvei terdapat peluang kerja sama sebanyak 15 kerja sama, yaitu sebanyak 7 rencana iklan dan 8 rencana pengisian acara di televisi. Rencana kerja sama ini adalah untuk tahun 2021. Sedikitnya rencana ini mungkin dikarenakan belum adanya informasi yang pasti tentang rencana dan anggaran di tahun depan yang terkait dengan kerja sama yang dapat dilakukan dengan TVRI. Perkiraan nilai kerjasama pun belum bisa teridentifikasi. Peluang kerja sama ini sudah direncanakan oleh responden, walau pun belum menunjuk atau menerima TVRI sebagai mitra untuk kerja sama tersebut.

Masukan dan saran dari Responden

Selain memberikan penilaian kepuasan terhadap pelayanan TVRI, responden juga memberikan masukan dan saran-saran yang dirangkum sebagai berikut :

1. TVRI perlu meningkatkan jangkauan siaran agar dapat menjangkau daerah pedalaman
2. TVRI perlu proaktif melakukan kegiatan off air agar makin dikenal oleh masyarakat
3. TVRI dapat meningkatkan fasilitas pendukung di kantornya seperti lahan parkir yang lebih memadai
4. TVRI dapat membantu instansi pemerintah tanpa diminta memberitakan hal-hal yang saat ini sedang berkembang di masyarakat seperti hoax tentang Covid-19 dll
5. TVRI dapat membantu instansi pemerintah memberikan edukasi ke masyarakat
6. TVRI dapat meningkatkan kualitas siarannya

Analisis dan Kesimpulan

1. Peluang mendapatkan PNBPN di TVRI stasiun Gorontalo masih besar sekali. Banyak hal yang bisa dilakukan dengan melihat potensi di daerah yang cukup bagus dan tetap berpegang kepada peraturan-peraturan yang ada. Dan akan lebih besar lagi peluangnya bila menggunakan cara-cara atau ide-ide kreatif untuk menciptakan potensi/ peluang. Terutama potensi pertanian dan pariwisata Gorontalo yang luar biasa di mana pemerintah kabupaten mulai bergerak untuk mempromosikan daerahnya, dan TVRI dapat membantu program pemerintah daerah ini baik melalui iklan mau pun pengisian acara di televisi atau pun di media sosial yang dimilikinya.

Di samping itu, kebijakan multiplexing yang akan dikeluarkan akan memberikan peluang besar bagi TVRI untuk menjual layanan digital.

2. Dalam memilih mitra kerja, faktor-faktor yang paling dipertimbangkan adalah :
 - Pada aspek Kualitas Produk/ Jasa Layanan Siaran : Faktor Jangkauan Siaran dan Ketepatan Waktu Penayangan dari Hasil Produksi Acara/ Iklan
 - Pada aspek Kualitas Pelayanan : Faktor Sikap dan Perilaku Staf serta faktor Profesionalisme Kru Produksi
 - Pada aspek Kedekatan emosional : Faktor Tingkat Kepercayaan Mitra Kerja dan Hubungan yang telah Terbina
 - Pada aspek Harga : Faktor Kesesuaian Harga dengan Tarif yang Berlaku dan Ketepatan dan Transparansi Informasi Harga yang Diberikan Ketepatan
 - Pada aspek Biaya dan Kemudahan : Kemudahan Berkomunikasi dengan Kru Penyedia Jasa dan Kemudahan Berkomunikasi dengan Staf Penyedia Jasa
3. Kepuasan mitra kerja TVRI di Stasiun Gorontalo sangat tinggi yaitu yaitu rata-rata 3.48 (pada skala 4) di mana Aspek Kualitas Pelayanan mendapatkan penilaian tertinggi (3.56 dari skala 4) sedangkan Aspek Kualitas Produk mendapatkan nilai terendah (3.42). Hasil ini mengandung arti bahwa responden yang menjadi mitra kerjasama TVRI puas dengan apa yang telah diberikan oleh TVRI.

Analisis dan Kesimpulan

4. Dalam penentuan target PNBP, perlu kiranya dilakukan analisis peluang atau potensi pendapatan terlebih dahulu. Target tidak hanya didasarkan kepada pencapaian tahun sebelumnya tetapi memang benar-benar berdasarkan data dan analisis di tahun berikutnya.

Usulan tindak lanjut

Sebagai tindak lanjut dari survei ini ada beberapa hal yang diusulkan :

1. Dilakukan kajian lebih lanjut untuk menyusun jasa-jasa layanan yang baru atau pengembangannya berdasarkan ide-ide kreatif memanfaatkan perkembangan teknologi, perubahan cara berbisnis serta perubahan peraturan pemerintah.
2. Melakukan perbaikan atau penyempurnaan sarana fisik, peraturan, kesiapan SDM dan hal-hal lainnya yang menjadi faktor utama pertimbangan pelanggan dalam memilih mitra kerja sama sehingga meningkatkan nilai jual TVRI di mata mitra kerja.
3. Menggunakan survei semacam ini di semua TVRI stasiun daerah sebagai alat untuk membuka pintu komunikasi dan membangun kerja sama baru dengan calon mitra.

Penutup

Peluang untuk kerjasama di TVRI Stasiun daerah masih terbuka lebar. Sangat banyak instansi pemerintah dan non pemerintah yang dapat ditawarkan kerja sama untuk memanfaatkan jasa layanan yang disediakan oleh TVRI. Hanya saja memang perlu diakui masih ada kendala di lapangan yang menghambat TVRI untuk menangkap peluang tersebut baik yang bersifat fisik mau pun peraturan yang membatasi ruang gerak TVRI untuk melakukan kerjasama tersebut.

Dibutuhkan pemikiran dan upaya-upaya kreatif untuk dapat meningkatkan PNBPN LPP TVRI memanfaatkan perkembangan teknologi, perubahan cara berbisnis serta perubahan peraturan pemerintah.

Semoga dengan adanya kajian ini wawasan tentang pengembangan usaha di LPP TVRI semakin bertambah luas dan memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi masyarakat pada umumnya dan insan LPP TVRI pada khususnya.