

ABSTRAK

Kartika Hujjah Elyya, B06209067 ,2013, “Brand Image Program Budaya Lokal TVRI Jawa Timur”. Skripsi Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Brand Image dan Program Budaya Lokal

Ada dua persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu: (1) Bagaimana cara pengemasan program budaya lokal Lembaga Penyiaran Publik (TVRI) Jawa Timur, (2) Bagaimana bentuk-bentuk *brand image* program budaya lokal, (3) Bagaimana *Brand Image* program budaya lokal bagi pemirsa.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif dalam mengkaji persoalan yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai bentuk-bentuk Brand Image program budaya lokal, kemudian data tersebut dianalisis dengan pemikiran teori citra sehingga diperoleh makna yang mendalam tentang brand image dan citra budaya lokal.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1) Dalam mengemas program budaya lokal selalu mengadakan pengecekan kepada grup dan diberikan mixing musik untuk menarik minat, seperti diberikan mixing dangdungan campursari, lagu favorit ditaruh di pembuka dan penutup, pembawa acara yang pandai mbanyol. (2) Mengenai bentuk *brand image* program budaya lokal Jawa Timur yaitu memiliki iklan yang paling banyak, Meningkatnya pasaran iklan, Memiliki banyak peminat yang semakin bertambah, (3) Penggemar setia program budaya lokal campursari terdiri dari berbagai kalangan mulai dari anak-anak, muda, dan dewasa, para penggemar setia program acara tersebut datang dari berbagai daerah di Jawa Timur bahkan mereka hingga membentuk suatu komunitas penggemar campursari di TVRI Jawa Timur.

Dari permasalahan yang ada, kemudian telah ditemukan temuan penelitian yang merupakan factor dan bentuk-bentuk brand image budaya lokal, dari factor dan bentuk budayalokal yang telah dikemas dan proses pengemasannya, dan dari kami memiliki beberapa saran yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peningkatan kualitas LPP TVRI Jawa Timur. (1) Bagi semua pihak karyawan seharusnya tetap mengemas program budaya lokal karena budaya banyak dikesampingkan dan bagi sebagian masyarakat yang terpengaruh oleh budaya modern yaitu mengikuti tren modern. Selain itu bagi semua pihak yang terlibat selalu memperhatikan kualitas dan kuantitas produk tersebut tanpa melihat atau memikirkan hambatan-hambatan lain. (2) Bagi Masyarakat yang sangat senang dalam program budaya lokal agar selalu tetap melestarikan serta bangga terhadap budaya-budaya yang dimiliki Indonesia. Selain itu mengajak keluarga atau lingkungan sekitar untuk melihat program yang dapat memberikan pendidikan dan termasuk nilai-nilai dari potensi dan kebudayaan Indonesia.