

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP TVRI YOGYAKARTA SETELAH ADANYA EFISIENSI ANGGARAN

Vivi Nofitasari

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap TVRI Yogyakarta setelah adanya efisiensi anggaran. Persepsi Konsumen memiliki tiga indikator yaitu berdasarkan frekuensi, berdasarkan intensitas, dan berdasarkan durasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada penonton TVRI Yogyakarta. Responden pada penelitian ini berjumlah 96. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan Teknik *purposive sampling*. Analisis data penelitian ini menggunakan *Arithmetic Mean*. Hasil analisis menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,77 yang termasuk dalam kategori “setuju”. Hasil ini menunjukkan bahwa masyarakat masih memiliki persepsi yang baik terhadap TVRI Yogyakarta, masyarakat tetap menonton program-program yang disiarkan meskipun adanya kebijakan efisiensi anggaran. Nilai tertinggi terdapat pada indikator berdasarkan intensitas dengan nilai 3,86 termasuk dalam kategori setuju dan nilai terendah terdapat pada indikator berdasarkan durasi dengan nilai 3,69 termasuk dalam kategori setuju.

Kata Kunci: *Persepsi Konsumen, Efisiensi Anggaran, dan Arithmetic Mean.*

2021/10/25
R

CONSUMER PERCEPTIONS OF TVRI YOGYAKARTA AFTER BUDGET EFFICIENCY

Vivi Nofitasari

Abstract

This study aims to assess consumer perceptions of TVRI Yogyakarta following budget efficiency measures. Consumer perception is evaluated through three indicators: frequency, intensity, and duration. A quantitative research approach was employed, with primary data collected via questionnaires distributed to viewers of TVRI Yogyakarta. The study included 96 respondents, and purposive sampling was utilized as the sampling technique. Data analysis was conducted using the Arithmetic Mean. The results indicate an overall average score of 3.77, which falls within the “agree” category. These results indicate that the public maintains a positive perception of TVRI Yogyakarta and continues to engage with the broadcast programs despite the implementation of budget efficiency policies. The highest score is observed in the intensity indicator, which received a value of 3.86, categorizing it as “agreed.” The duration indicator, with a value of 3.69, also falls into the agreed category.

Keywords: *Consumer Perception, Budget Efficiency, Arithmetic Mean.*