

## **ABSTRAK**

**Analisis Hubungan Antara Ekuitas Program TV Dengan Ekuitas Stasiun TV:  
Studi Kasus Atas Sikap Mahasiswa Kampus I Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta Terhadap RCTI, Metro TV, Global TV, dan Trans TV**

**Jun Tshoi  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2009**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi program yang paling sering ditonton dan diminati pemirsa, menjelaskan hubungan antara ekuitas program TV dengan ekuitas stasiun TV, serta hubungan antara *overall brand equity* dengan loyalitas pemirsa stasiun TV.

Penelitian ini merupakan studi kasus dengan populasinya adalah mahasiswa sebagai pemirsa stasiun TV dan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive convenience sampling* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2008 – Januari 2009. Teknik analisis data untuk hipotesis pertama menggunakan analisis persentase, untuk hipotesis kedua dan ketiga menggunakan korelasi *product moment*.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) program berita merupakan program yang paling sering ditonton dan diminati oleh pemirsa, (2) terdapat hubungan yang positif kuat antara ekuitas program TV dengan ekuitas stasiun TV, (3) terdapat hubungan positif kuat antara *overall brand equity* dengan loyalitas pemirsa stasiun TV.

## **ABSTRACT**

### **An Analysis on Relationship between Equity of TV Program with Equity of TV Station: A case study on students's attitude of Campus I of Sanata Dharma University Yogyakarta toward RCTI, Metro TV, Global TV, and Trans TV**

**Jun Tshoi  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2009**

Objectives of this research are to identify programs that are most frequently watched and preferred by the audiences, to explain the relationship between equity of TV program with equity of TV station and also the relationship between overall brand equity with loyalty of TV station's audiences.

This research is a case study with a population of students as TV station's audiences and the sample taken was 100 respondents. The sampling technique applied was purposive convenience sampling technique and data gathering technique used questionnaire. This study was conducted during December 2008 – January 2009. Data collected were analyzed using Percentage Analysis for the first hypothesis and Product Moment Correlation for the second and the third.

The results of data analysis shows that: (1) news program is the most frequently watched by the audiences and the most interesting, (2) there is a strong and positive relationship between equity of TV program with equity of TV station, (3) there is a strong and positive relationship between overall brand equity with loyalty of TV station's audiences.