

**Segmen *Feature* dalam Program Berita Jawa Tengah Hari Ini
di TVRI Jawa Tengah**

Rizky Alisha Rahma, Muhammad Bayu Widagdo

rizkyalisharahma@students.undip.ac.id

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407

Faksimile (024) 7465405 Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> Email : fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Television is a mass media which until now is still in the highest order of consumed by the public. Television as a mass media presents a variety of entertaining and informative that shows so that many television stations compete to present quality broadcast programs. The development of television broadcast quality also makes local television take part in competing to present programs that are liked by the public. One of them is TVRI Central Java, which is currently rebranding with the aim of attracting a wider audience such as the millennial generation.

TVRI Jawa Tengah, with an effort to expand the reach of the audience by giving priority to news and information programs that are quality, educational and liked by the public. One of the shows that are of interest is a feature. Universitas Diponegoro's journalism work presents a feature segment for the news program Jawa Tengah Hari Ini on TVRI Jawa Tengah. The feature segment will discuss themes around the community / hobbies, culinary and tourism. During the production process the writer plays several job descriptions such as producer, reporter, scriptwriter, cameraman and video editor. Job desk is divided according to the theme of coverage. The feature segment airs at the end of the Central Java Today segment, presenting 48 segments. Starts airing on July 27 to November 2 2020 with duration of 3-5 minutes. During the production process, of course, there are different obstacles in each segment.

Through this feature segment, it is hoped that it can present informative and educational shows and can be used as entertainment during the Covid-19 pandemic. The impressions presented by this work in journalism can also be a contribution of communication students to the local television industry.

Keywords : *Feature, Television, Karya Bidang Journalistic, TVRI Jawa Tengah*

ABSTRAK

Televisi merupakan media massa yang hingga saat ini masih menjadi urutan tertinggi yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Televisi sebagai media massa menyajikan beragam tayangan yang menghibur dan menginformasi sehingga banyak stasiun televisi bersaing untuk menyajikan program tayangan yang berkualitas. Perkembangan kualitas tayangan televisi juga membuat televisi lokal turut andil dalam bersaing untuk menyajikan tayangan yang disukai oleh khalayak. Salah satunya TVRI Jawa Tengah yang sedang melakukan *rebranding* dengan tujuan menggaet pemirsa lebih luas seperti generasi milenial.

TVRI Jawa Tengah dengan upaya memperluas jangkauan penonton dengan mengunggulkan program-program berita dan informasi yang berkualitas, mendidik dan disukai oleh khalayak. Salah satu tayangan yang diminati adalah *feature*. Karya bidang jurnalistik Universitas Diponegoro menyajikan segmen *feature* untuk program acara berita Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Jawa Tengah. Segmen *feature* akan membahas tema seputar komunitas/ hobi, kuliner dan pariwisata. Selama prosesnya produksi penulis memerankan beberapa *jobdesk* seperti produser, reporter, penulis naskah, juru kamera dan editor video. Pembagian *jobdesk* dibagi sesuai dengan tema perliputan. Segmen *feature* tayang di akhir segmen Jawa Tengah Hari Ini dengan menyajikan 48 segmen. Mulai tayang pada tanggal 27 Juli hingga 2 November 2020 dengan durasi 3-5 menit. Selama proses produksi tentunya menemui kendala dan hambatan yang berbeda pada setiap segmennya.

Melalui segmen *feature* ini diharapkan dapat menghadirkan tayangan yang informatif dan mendidik serta dapat menjadi hiburan saat pandemi covid-19. Tayangan yang dihadirkan oleh karya bidang jurnalistik ini juga dapat menjadi salah satu kontribusi mahasiswa komunikasi pada industri pertelevisian lokal.

Kata Kunci: Feature, Televisi, Karya Bidang Jurnalistik, TVRI Jawa Tengah, Jawa Tengah hari Ini

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

TVRI merupakan lembaga penyiaran publik yang mengudara di Indonesia dan memiliki pengaruh besar dalam memberikan informasi sejak 24 Agustus 1962. Siaran percobaan TVRI dilakukan di hari kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus 1962. TVRI terus melakukan pembangunan hingga mampu menyebar di luar pulau Jawa. Pada tahun 1963 TVRI berbentuk Yayasan Televisi Republik Indonesia. Kemudian, tahun 1976 TVRI berubah menjadi UPT (Unit Pelaksana Teknis) dibawah Departemen Penerangan. Tahun 2000 status TVRI berubah menjadi PERJAN (Perusahaan Jawatan) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2000 tentang Pendirian Perusahaan Jawatan Televisi Republik Indonesia tanggal 7 Juni 2000. Sampai akhirnya, pada 2005 Status TVRI berubah menjadi Lembaga Penyiaran Publik. Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia. Sebagai televisi publik, LPP TVRI mempunyai tugas untuk memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh

lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Bukan hanya perubahan status, TVRI juga sudah melakukan delapan kali perubahan logo, mulai dari tahun 1962-2019. Logo pertama pada tahun 1964 dan logo kedua tahun 1974 mencerminkan fungsi dasar TVRI yang mengacu pada tri fungsi media (disimbolkan kotak TV) yakni informasi, edukasi dan hiburan. Pada logo ketiga, tahun 1982-1999 nuansa Indonesia semakin terasa. Perubahan logo segi empat menjadi segi lima cermin simbolisasi Pancasila. Tidak heran jika pada tahun 1962 sampai 1990 TVRI dikenal sebagai televisi pemerintah. Hal itu tidak terlepas dari TVRI yang merupakan televisi satu-satunya di Indonesia. Program-program yang dihadirkan pada era monopoli saat itu sangat diminati oleh masyarakat Indonesia karena mencerminkan pembangunan bangsa. Namun, mulai tahun 1990 era kompetisi dimulai dengan munculnya televisi swasta di Indonesia. TVRI mulai kalah bersaing dengan televisi swasta yang menghadirkan berbagai program menarik, inovatif, dan kreatif. Di era kompetisi ini, dalam kurun waktu kurang dari dua dekade TVRI sudah

lima kali mengganti logo. Namun, perubahan logo ini tidak diimbangi dengan pengembangan programnya sehingga membuat televisi nasional ini kalah bersaing dengan televisi swasta yang ada. Program yang dihadirkan kurang kreatif, inovatif, dan belum ada terobosan baru untuk mengimbangi keinginan masyarakat. Sumber Daya Manusia yang banyak didominasi oleh usia 40 sampai 50 tahun membuat TVRI kesulitan membangun program baru yang disukai oleh masyarakat. Keterbatasan dan sering bermasalahnya alat, seperti kamera yang belum memadai juga menjadi faktor TVRI tidak mampu bersaing dengan televisi swasta. Namun, di bulan Maret 2019 TVRI melakukan terobosan baru semenjak dipimpin oleh Helmy Yahya. Terobosan baru tersebut berupa *rebranding* dari segi penyiaran melalui multiplatform, regenerasi peralatan, peningkatan kualitas program, desain grafis dan *rebranding* logo. *Rebranding* adalah menciptakan nama baru, istilah, simbol, desain, atau suatu kombinasi dengan tujuan mengembangkan suatu pembaharuan dalam pikiran masyarakat (Muzllec dan Lambkin, 2006: 805). Melalui *rebranding* TVRI berusaha mempertahankan ciri khasnya sebagai televisi yang memberikan pendidikan dan kebudayaan seluruh lapisan

masyarakat Indonesia dengan konsep yang lebih baru dan mengikuti perkembangan zaman (Yusufsangdes, 2019, p. 1). Sasaran rebranding TVRI merupakan generasi milenial yang lahir dari tahun 1981 – 2000 dikutip dari data Badan Pusat Statistika (BPS) generasi milenial menempati jumlah terbanyak di Indonesia yaitu 33,25 %. Hal ini menjadi peluang sekaligus ancaman bagi industri tak terkecuali pertelevisian karena generasi ini merupakan generasi yang dinamis dan menyukai inovasi (Delloite, 2019, p.25).

Sebagai televisi tertua di Indonesia, penelitian yang dilakukan pada Juni hingga Agustus 2019 oleh PR2media (Pemantau Regulasi dan Regulator Media) Fisipol UGM menunjukkan warga milenial masih menonton TVRI. Ini dibuktikan dengan 91,45% dari total responden penelitian sebanyak 1.357 milenial menjawab mereka menonton TVRI dan 13% dari responden mengatakan mereka menonton TVRI setiap hari. Hal tersebut menunjukkan adanya peluang TVRI untuk menasar dan menyajikan konten yang digemari milenial melalui *rebranding* (Rahayu, 2019, p. 7). Pembaharuan TVRI Nasional membawa perubahan pada saluran lokal. Pada 1 April 2019, TVRI Stasiun Jawa Tengah mengalami perubahan

dari segi jam tayang dan juga konsep program acara mengikuti konsep *rebranding* yang diusung TVRI Nasional.

Konsep program acara yang diusung TVRI Jawa Tengah setelah adanya *rebranding* mencoba menjangkau seluruh lapisan masyarakat melalui program yang sesuai dengan kategori penonton. Usaha menjangkau generasi milenial terlihat pada pembaharuan konsep tayangan dengan menghadirkan pembawa acara usia 20-40 tahun serta penambahan program baru seperti Tongsis. Berdasarkan survei yang telah tim lakukan kepada 70 orang masyarakat milenial di Jawa Tengah dengan rentan usia 19-35 tahun, sebanyak 93% menjawab mengetahui adanya TVRI Stasiun Jawa Tengah sebagai televisi lokal yang menayangkan informasi berupa berita terkini dan budaya seputar Jawa Tengah. Berdasarkan hasil survei ini lah TVRI Stasiun Jawa Tengah menjadi stasiun televisi yang dipilih dalam menayangkan konten yang dibuat pada karya bidang ini. Selain itu, pemilihan TVRI Stasiun Jawa Tengah juga diperkuat dari pengetahuan masyarakat milenial mengenai televisi lokal yang paling banyak memilih TVRI Stasiun Jawa Tengah, yaitu sebanyak 75,7%.

TUJUAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka telah ditentukan bahwa program ini memiliki tujuan untuk menjangkau generasi milenial sesuai dengan jalannya *rebranding* TVRI Jawa Tengah dan bertujuan untuk memberikan informasi serta pengetahuan kepada masyarakat melalui *feature* yang membahas topik yang sedang populer khususnya seputar pariwisata, kuliner, dan hobi.

TINJAUAN PUSTAKA

FEATURE

Program berita yang menampilkan berita-berita ringan misalnya informasi mengenai tempat makan yang enak atau tempat liburan yang menarik, berita semacam ini disebut *feature*. Dengan demikian, *feature* adalah berita ringan namun menarik dalam artian lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, dan sebagainya. Pada dasarnya berita-berita semacam ini dapat dikatakan sebagai *soft news* karena tidak terlalu terikat waktu penayangan, namun karena durasinya singkat (kurang dari lima menit) dan ia menjadi bagian dari program berita maka *feature* masuk dalam kategori *hard news* (Morissan, 2008: 25).

Pada dasarnya *feature* adalah cerita atau kerangka khas yang berpijak pada fakta dan data diperoleh melalui proses jurnalistik. Disebut cerita atau kerangka khas, karena *feature* bukanlah penuturan

atau laporan tentang fakta secara lurus atau lampang pada berita langsung (*straight news*). Wolsey dan Campbell dalam *Exploring Journalism* (1957) memasukkan *feature* dalam segi hiburan (*entertainment*). *Feature* bagaikan asinan dalam sajian makanan, bukan merupakan kalori utama tetapi menimbulkan selera makan dan penyedap sehingga menjadi bagian yang cukup penting. *Feature* jelas bukan merupakan menu utama di media massa. Menu utama media adalah berita (*hard news*) yang berpacu pada kaidah piramida terbalik dan 5W+1H serta disajikan sebagai laporan yang sifatnya formal. Penulisan *feature* tidak tunduk pada kaidah piramida terbalik dan 5W+1H. Namun, walaupun demikian karya *feature* harus mengandung semua unsur 5W+1H. Perbedaan *feature* dan berita langsung terletak pada cara penyampaiannya dimana *feature* disajikan dalam bahasa pengisahan yang sifatnya kreatif dan informal (Sumadiria, 2008: 150-151).

KONSEP SEGMENT

- a. Sebagai bagian dari program berita, segmen ini menggunakan latar di luar studio sesuai dengan lokasi liputan lapangan yang berbeda setiap segmennya.
- b. Segmen ini dibawakan oleh reporter yang terjun langsung ke lapangan untuk

mengeksplorasi suatu tempat demi mendapatkan informasi dan pengalaman yang diolah menjadi berita.

- c. Segmen ini juga berisi *soundbite* dari narasumber terkait dan juga untuk menguatkan informasi dalam berita. Selain itu juga terdapat video pendapat atau perspektif masyarakat (*vox populi*).
- d. Menggunakan bahasa sesuai dengan KBBI yang dibawakan dengan santai namun tetap formal.
- e. Video yang ditayangkan umumnya berupa gambar dengan tipe pengambilan *still* (diam) untuk memberikan gambaran situasi sebenarnya kepada masyarakat. Namun, pada beberapa objek dan situasi, pergerakan kamera seperti *tilt*, *panning*, dan *zoom* dapat digunakan apabila dibutuhkan.

SEGMENTASI

a. Segmentasi Demografis

Jenis Kelamin :
Laki-laki dan Perempuan
Umur : 19-
35 tahun
Status Ekonomi Sosial : B-C

Pendidikan :
SMA sampai Sarjana

b. Segmentasi Geografis

Khalayak yang berada di wilayah Jawa Tengah dan terjangkau oleh jaringan TVRI Jawa Tengah.

PEMBAHASAN

PRA PRODUKSI

Pada tahap pra produksi, tahap ini merupakan tahap awal pada perencanaan produksi segmen *feature*. Dalam perencanaan kerja ini konsep disusun kemudian menjadi panduan dalam proses produksi program berlangsung. Selain itu pada bab ini juga menjelaskan pelaksanaan kerja sebagai produser, penulis naskah, reporter, juru kamera dan *editor*. Penulis sebagai produser bertugas sebagai orang yang menentukan konsep liputan seperti apa mulai dari pemilihan kru produksi, pemilihan narasumber, pemilihan ide liputan, riset lokasi, menentukan *Budgeting* dan menentukan *timeline* liputan. Pada prosesnya produser dibantu oleh kru lainnya. Tugas dari reporter adalah untuk melakukan perencanaan seperti apa yang telah diliput, apa *anglenya* dan siapa narasumbernya. Hal tersebut juga didiskusikan dengan kru lain terutama dengan produser. Juru kamera bertugas untuk mengambil gambar dengan patokan *shot list* yang telah dibuat bersama dengan

produser dan reporter. Juru kamera juga melakukan riset lokasi dan riset peralatan sebelum dilakukannya liputan. Selama masa pra produksi penulis naskah bersama kru lainnya berdiskusi terkait *angle* berita yang diambil sebelum liputan sehingga penulisan naskah masih dapat berfokus pada apa yang diangkat.

PRODUKSI

Dalam tahap produksi, penulis sebagai produser bertugas dalam mengawasi jalannya liputan. Reporter selama kegiatan produksi bertugas dalam mewawancarai narasumber dan mencatat poin-poin penting. Juru kamera bertugas untuk mengambil gambar dengan patokan *shot list* yang telah dibuat bersama dengan produser dan reporter. Juru kamera bertanggung jawab pada hasil gambar yang diambil sewaktu proses liputan. Penulis naskah bertugas sebagai orang yang menentukan alur cerita yang berisi informasi liputan, hal ini dilakukan setelah tahap pelaksanaan liputan. Sedangkan editor merupakan orang yang bertugas mengumpulkan, mengelompokkan, memotong, menyisipkan gambar, serta menambahkan audio. Seorang editor juga harus menyesuaikan gambar sesuai dengan naskah dan suara *voice over* yang telah diberikan oleh penulis naskah dan pengisi suara. Editor bertanggung jawab pada hasil akhir dari liputan.

PASCA PRODUKSI

Pada tahap ini dilakukan evaluasi baik dari tim karya bidang maupun evaluasi dari TVRI Jawa Tengah. Evaluasi merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan yang terdiri dari pembahasan dan menunjukkan perubahan antara perencanaan dan pelaksanaan dalam produksi karya bidang segmen *feature* pada program Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Jawa Tengah, sejak dimulainya persiapan hingga pasca produksi. Evaluasi menjadi sangat penting perannya untuk dapat acuan perbaikan di masa depan. Dalam produksi segmen *feature*, perubahan dari kecil hingga besar tidak dapat dihindarkan. Perubahan ini nantinya diharapkan dapat menjadi evaluasi serta pembelajaran bagi anggota tim untuk menghasilkan tayangan yang lebih berkualitas dan lebih baik untuk masa mendatang.

PENUTUP

Berdasarkan hasil karya bidang yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

SIMPULAN

Selama proses pengerjaan segmen *feature* pada program Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Jawa Tengah penulis mendapatkan pembelajaran dan pengalaman bekerja sebagai jurnalistik televisi secara langsung. Segmen Berita Feature merupakan segmen *soft news* yang tayang pada program Jawa Tengah Hari ini

yang tayang setiap hari pukul 16:00-17:00 di TVRI Jawa Tengah. Segmen ini mengangkat liputan dengan tema kuliner, pariwisata, hobi dan komunitas, Segmen ini ditayangkan dari tanggal 27 Juli hingga 2 November 2020. Pada pelaksanaannya tentu mengalami beberapa kendala dan hambatan. Kendala kerap ditemui pada masing-masing *jobdesk* maupun keseluruhan. Kendala terjadi pada proses penayangan yang diundur oleh pihak TVRI Jawa Tengah sebab adanya perbedaan pendapat antara produser program Jawa Tengah Hari Ini dengan redaktur mingguan yang bertugas.

Pada karya bidang ini, setiap liputan anggota tim melaksanakan tugas yang berbeda-beda sesuai dengan pembagian kru produksi yang dilakukan oleh produser. Dalam hal ini penulis telah melakukan tugas sebagai produser, juru kamera, reporter, penulis naskah dan editor. Dalam pelaksanaannya juga kerap terjadi kendala yang tidak sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya. Seperti halnya *timeline* yang mundur sebab adanya pandemi covid-19 dan diberlakukannya PSBB (pembatasan sosial berskala besar) oleh pemerintah membuat anggota tim karya bidang melaksanakan tugas dari rumah masing-masing. Adanya PSBB ini membuat beberapa ide liputan harus diganti dengan liputan yang dapat dilakukan di rumah

saja. Pelaksanaan kerja masing-masing jobdesk juga dilakukan sesuai dengan rencana yang telah dibuat sebelumnya. Kendala yang terjadi dapat diselesaikan dengan berbagai solusi dan dijadikan pedoman untuk mencegah kendala liputan ke depannya.

Selama pelaksanaan segmen *feature* pada program Jawa Tengah Hari Ini di TVRI Jawa Tengah telah menyelesaikan tayangan selama 4 bulan penayangan sejumlah 48 segmen. Dilihat dari tujuan karya bidang jurnalistik ini yakni untuk menjangkau generasi milenial sesuai dengan jalannya rebranding TVRI Jawa Tengah dan bertujuan untuk memberikan informasi serta pengetahuan kepada masyarakat melalui *feature* yang membahas topik yang sedang populer khususnya seputar pariwisata, kuliner, dan hobi dapat dikatakan berhasil dilaksanakan, jika dilihat dari evaluasi penonton yang telah dilakukan oleh tim karya bidang yang mana 60 responden menilai baik pada isi konten dan audio visual yang ditampilkan.

SARAN

Berdasarkan simpulan yang telah diuraikan diatas, ada beberapa hal yang dapat disarankan antara lain:

- **Saran Akademik**

Karya bidang memberi kesempatan mahasiswa untuk

belajar langsung praktik jurnalistik televisi di dunia kerja sesungguhnya. Dalam pengerjaan karya bidang jurnalistik segmen *feature* ini, dituntut bekerja sebagai jurnalis profesional. Karya bidang segmen *feature* ini dapat menjadi salah satu acuan atau dapat dikembangkan oleh mahasiswa lain dalam membuat program serupa yang lebih baik kedepannya.

- **Saran Kepada Pihak TVRI Jawa Tengah**

Media televisi yang mengikuti perkembangan zaman membuat TVRI Jawa Tengah menjangkau semua kalangan masyarakat. Dengan adanya karya bidang segmen *feature* ini dapat menjadi rujukan bagi TVRI Jawa Tengah dalam menyajikan tayangan yang lebih baik dan berkualitas bagi khalayak khususnya generasi milenial.

- **Saran Kepada Masyarakat**

Masyarakat umum hendaknya tetap memantau perkembangan televisi lokal agar terjaganya konten yang

televisi disajikan untuk masyarakat. Segmen *feature* ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai hal-hal yang di sekitar serta dapat menjadi hiburan ketika menonton televisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. 2015. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Hasfi, Nurul & Bayu Widagdo. 2013. *Produksi Berita Televisi*. Semarang: CV. Majuno
- Harahap, Arifin S. 2018. *Manajemen Pemberitaan & Jurnalistik TV*. Jakarta: Indeks
- Latief, Rusman & Yasiatie Utud. 2015. *Siaran Televisi Non Drama*. Jakarta: Kencana
- Mabruri, A. 2013. *Manajemen Produksi Program Acara TV Non Drama*. Jakarta: Gramedia
- Mc Quail, Dennis. (1994). *Teori Komunikasi Massa Edisi Kedua*. Jakarta: Erlangga
- Mc Quail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Edisi Ke-6*. Jakarta: Salemba Humanika
- Morissan. 2008. *Menejemen Media Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group
- Morissan. 2010. *Jurnalistik Televisi Mutakhir*. Jakarta: Kencana
- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana
- Oramahi, Hasan Asy'ari. 2015. *Jurnalistik Televisi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Rolnicki, Tom E. 2008. *Pengantar Dasar Jurnalisme (Scolastic journalism)*. Jakarta: Kencana
- Simarmata, Solvator. 2014. *Media dan Politik. Sikap Pers terhadap Pemerintahan Koalisi di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Sobur, Alex. 2009. "Analisis Teks Media: Suatu Pengantar analisis wacana, analisis semiotika, dan analisis framing". Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sulistyaningtyas, Tri, Susanto, Dicky R. Munaf. 2015. *Sinergitas Paradigma Lintas Sektor di Bidang Keamanan dan Keselamatan Laut*. Jakarta: Gramedia
- Sumadiria, AS. Haris. 2008. *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Feature*. Bandung: CV. Simbiosis Rekatama Media

Sumber dari Jurnal

- Ardiyanti, Handrini. 2011. *Konsep dan Regulasi TV Lokal dalam Kerangka Penguatan Budaya Lokal*. Jurnal DPR. 2(2): 323
- Muzellec, Laurent, Lambkin, Marry (2006). Corporate Rebranding: destroying, transferring, or creating brand equity?. European Journal of Marketing. 40: 805

Sumber dari Internet

- Ananda Dimas Prasetya, 2020. [Tren Minuman Boba Makin Menjamur, Apakah Itu Aman untuk Kesehatan?](https://merahputih.com/post/read/tren-minuman-boba-makin-menjamur-apakah-itu-aman-untuk-kesehatan?). <https://merahputih.com/post/read/tren-minuman-boba-makin-menjamur-apakah-itu-aman-untuk-kesehatan> diakses pada 3 September 2020 pukul 20.09 WIB.

- Bachdar, Saviq. 2018. *Jangan Heran, 97% Generasi Z Masih Menonton Televisi*.
<https://marketeers.com/jangan-heran-97-generasi-z-masih-menonton-televisi/>
diakses pada 5 Desember 2019 pukul 21.05 WIB.
- Delloite Indonesia Persepectives. 2019. *Generasi Milenial dalam Industri 4.0*.
<https://www2.delloite.com/content/dam/Delloite/id/Documents/about-deloitte/id-about-dip-edition-1-chapter-2-id-sep2019.pdf> diakses pada 11 Juni 2019, pukul 20.18 WIB.
- Nielsen Global Media. 2017. *Tren Baru di Kalangan Pengguna Internet Indonesia*
<https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA/> diakses pada 5 Oktober 2019, pukul 19.30 WIB.
- Nugroho, Ryan Bayu. 2018. *Melihat Kembali Peran Televisi yang Mulai Tergantikan*.
<https://www.kompasiana.com/ryanbay/5b17c544bde5754eb47bbd54/melihat-kembali-peran-televisi-yang-mulai-tergantikan?page=1> diakses pada tanggal 5 Desember 2019, pukul 20.46 WIB.
- Rahayu. 2019. *Riset Milenial Masih Menonton TVRI, Ini Alasan Mereka*.
<https://almi.or.id/2019/11/06/riset-milenial-masih-menonton-tvri-ini-alasan-mereka/>
diakses pada 5 Desember 2019 pukul 21.15 WIB.
- Yusufsangdes. 2019. *Rebranding dan Makna Logo Baru TVRI*.
<https://www.sangdes.com/2019/04/rebranding-dan-makna-logo-baru-tvri.html>
diakses pada 7 Oktober 2019, pukul 22.00 WIB.