

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PENYIARAN
INDONESIA DAERAH (KPID) JAWA BARAT DALAM
MENYOSIALISASIKAN AGENDA *ANALOG SWITCH OFF* (ASO)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program
Studi S1 Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Dian Nabila Kusumah 3112181116



**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PENYIARAN
INDONESIA DAERAH (KPID) JAWA BARAT DALAM
MENYOSIALISASIKAN AGENDA *ANALOG SWITCH OFF* (ASO)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Dian Nabila Kusumah 3112181116



Menyetujui,

Ketua Program Studi,

Dosen Pembimbing,

Pupi Indriati Z., S.Sos., M.Si

Adi Permana S., S.I.Kom., M.I.Kom

Mengetahui,

Dekan

Tatang Sudrajat, Drs., S.IP., M.Si.

**LEMBAR
PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dian Nabila Kusumah

NPM 3112181116

Program Studi :

Ilmu KomunikasiJudul

Penelitian :

“ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PENYIARAN INDONESIA DAERAH (KPID) JAWA BARAT DALAM MENYOSIALISASIKAN AGENDA *ANALOG SWITCH OFF* (ASO)” adalah

benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi.

Bandung, September 2022

Yang membuat Pernyataan,

Dian Nabila Kusumah

**HALAMAN MOTTO DAN
PERSEMBAHAN**

“Keep your hopes up high and your head down low” tetaplah menyimpan harapan tinggi-tinggi untuk meraihnya dan tundukan kepala untuk terus merasa bersyukur dan membumi.

**KUPERSEMBAHKAN SKRIPSI INI
UNTUK :**

Kedua Orang Tua yang saya cintai dan saya banggakan ibu Tini Supartini dan Bapak Rudiana, bandku Sanctuary serta teman-teman sekitarku yang selalu mendukung untuk kelancaran penelitian ini.

TEMAN-TEMANKU :

Didit Anugerah, Nuvy Amarosa, Agus Satia Negara, Fadel Muhammad, Nilam Lestari, Mega Oktaviavi, Irma Nurmasari, Sani Ristiani, Andika Abdilah, Alfradia Syarahman, dan Seluruhteman kelas Ilmu Komunikasi Angkatan 2018.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PENYIARAN INDONESIA DAERAH (KPID) JAWA BARAT DALAM MENYOSIALISASIKAN AGENDA *ANALOG SWITCHOFF (ASO)*”** sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana S1 Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sangga Buana YPKP Bandung, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas kesempatan dan didikan yang diberikan selama ini. Selain itu, tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah mendukung saya selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut terlibat dalam penyusunan skripsi ini.

1. Dr. Didin Saepudin, SE., M.Si, selaku Rektor Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
2. Tatang Sudrajat, Drs., S.IP., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
3. Pupi Indriati Z., S.Sos., M.Si selaku ketua program studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.
4. Adi Permana Sidik, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran, masukan dalam bimbingan menyelesaikan naskah skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar program studi Ilmu Komunikasi yang telah

memberikan ilmu, wawasan, pemahaman serta pengalamannya selama penulis mengikuti studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

6. Seluruh staff administrasi Program Studi Ilmu Komunikasi atas kelancaran informasi dan dukungan administrasi selama mengikuti program pendidikan ini.
7. Seluruh rekan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sangga Buana YPKP angkatan 2018 yang telah bekerjasama dengan baik selama kegiatan studi berlangsung
8. Semua pihak yang penulis tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan maupun dukungan. Untuk segala kebaikan dan dukungan tersebut, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karuniaNya kepada mereka semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dalam teknik penulisan, struktur bahasa, ataupun substansi ilmiah. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi diri penulis sendiri, dan umumnya bagi mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

Bandung, 10 September 2022

Hormat saya,

Dian Nabila Kusumah

3112181116

ABSTRAK

Televisi adalah satu media massa yang mempunyai berbagai fungsi. Fungsi televisi adalah sebagai alat informasi bagi masyarakat yang membutuhkan informasi baik nasional maupun internasional. Televisi digital merupakan perkembangan dari sistem penyiaran televisi yang sebelumnya, saat ini perubahan sistem ini sedang berlangsung yaitu dengan metode *Analog Switch Off* (ASO).

Dalam tujuan penelitian ini peneliti menganalisa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat sebagai lembaga yang mengawasi tentang isi konten penyiaran terhadap seperti apa strategi yang mereka lakukan untuk menyosialisasikan agenda ASO ini kepada masyarakat Jawa Barat. Permasalahan utama dalam penelitian ini ternyata bukan hanya bagaimana KPID Jawa Barat untuk melakukan sosialisasi ini, akan tetapi mereka dihadapkan dengan persoalan-persoalan seperti ketidak tahuan tentang informasi ini. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori dari Heru Effendy yaitu strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan.

Penelitian ini juga menggunakan metode studi deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data pada kualitatif dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data pada penelitian kualitatif lebih difokuskan pada pengumpulan data, penyempurnaan data, pengolahan data, analisis data, proses analisis data, dan simpulan hasil penelitian.

Hasil dari penelitian ini yaitu, dari strategi komunikasi KPID Jawa Barat lakukan mereka menggunakan konsep sosialisasi dengan tiga tahapan antara lain melalui media massa radio dan televisi sebagai narasumber dalam berita atau program acara talkshow, mengadakan kegiatan webinar berkolaborasi dengan beberapa universitas di Jawa Barat untuk kalangan mahasiswa lalu yang terakhir sosialisasi langsung mendatangi wilayah desa untuk menjangkau masyarakat pelosok Jawa Barat.

Rekomendasi pada penelitian ini adalah hasil dari sosialisasi yang dilakukan oleh KPID bisa lebih terbuka lagi dimuat pada sosial media agar dalam kegiatannya masyarakat mengetahui tujuan dari sosialisasi ini.

Kata kunci: Komunikasi, Sosialisasi, Strategi Komunikasi, Media Massa, Televisi, Penyiaran Televisi, *Analog Switch Off* (ASO).

ABSTRACT

Television is a mass media that has various functions. The function of television is as an information tool for people who need information both nationally and internationally. Digital television is a development of the previous television broadcasting system, currently changes to this system are underway, namely the Analog Switch Off (ASO) method.

In the purpose of this study, the researchers analyzed the communication strategy carried out by the Regional Indonesian Broadcasting Commission (KPID) of West Java as an institution that oversees the content of broadcasting content on what kind of strategy they use to socialize ASO agenda to the people of West Java. The main thing in this study was not only how KPID of West Java carried out this socialization, but they were faced with problems such as ignorance about this information. In this study, researchers used the theory of Heru Effendy that communication strategy is planning and managing communication to achieve a goal.

This research also uses a qualitative descriptive study method, qualitative data collection techniques are carried out by means of observation, interviews, and documentation. Data analysis in qualitative research is more focused on data collection, data refinement, data processing, data analysis, data analysis processes, and conclusions of research results.

The results of this study are, from the communication strategy of KPID of West Java, they used the concept of socialization with three stages, including through radio and television mass media as sources in news or talk show programs, holding webinar activities in collaboration with several universities. in West Java for students, then the last socialization directly went to village areas to reach people in remote areas of West Java.

The recommendation in this study is that the results of the outreach conducted by KPID can be more openly published on social media so that in their activities the public knows the purpose of this socialization.

Keywords: *Communication, Socialization, Communication Strategy, Mass Media, Television, Television Broadcasting, Analog Switch Off (ASO).*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Rangkuman Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	9
2.1.2 Tujuan Komunikasi.....	14
2.1.3 Bentuk-Bentuk Komunikasi.....	15
2.1.4 Komunikasi Massa.....	17

2.1.5	Fungsi Komunikasi Massa	19
2.1.6	Jenis-Jenis Media Massa	20
2.2	Strategi Komunikasi	23
2.2.1	Definisi Strategi Komunikasi	23
2.2.2	Fungsi Strategi Komunikasi	26
2.3	Sosialisasi	27
2.3.1	Definisi Sosialisasi	27
2.3.2	Proses Sosialisasi Premier	28
2.3.3	Proses Sosialisasi Sekunder.....	28
2.4	Televisi	28
2.4.1	Pengertian Televisi	28
2.4.2	Perkembangan Televisi	29
2.4.3	Karakteristik Televisi	30
2.4.4	Televisi Sebagai Media Massa	33
2.5	Program Televisi	36
2.6	Proses Produksi Program Televisi.....	40
2.7	TV Digital Terrestrial	44
2.7.1	Analog Switch Off (ASO).....	44
2.7.2	Sistem Siaran TV Digital Terrestrial.....	45
2.8	Penelitian Terdahulu.....	49
2.9	Kerangka Pemikiran	57
BAB III METODE PENELITIAN.....		59
3.1	Pendekatan Penelitian.....	59
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	60
3.3	Informan Kunci	61
3.4	Teknik Pengumpulan Data	62

3.5	Teknik Analisis Data	63
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Objek Penelitian	68
4.1.1	Sejarah Singkat Lembaga.....	68
4.1.2	Deskripsi Geografis Lembaga	70
4.1.3	Profil Umum Lembaga.....	70
4.1.4	Visi dan Misi Lembaga	70
4.1.5	Struktur Organisasi Lembaga.....	71
4.2	Hasil Penelitian.....	72
4.2.1	Deskripsi Hasil Penelitian	73
4.2.2	Strategi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat	74
4.2.3	Program yang dilakukan KPID Jawa Barat.....	77
4.2.4	Hambatan yang dirasakan KPID Jawa Barat Selama Menyosialisasikan	81
4.3	Pembahasan	91
4.3.1	KPID Jawa Barat menggunakan konsep strategi komunikasi yang bersifat massif dan merata dalam menyosialisasikan agenda ASO kepada seluruh masyarakat Jawa Barat	93
4.3.2	Faktor pendukung dan penghambat startegi komunikasi sosialisasi tentang ASO itu sendiri.....	98
BAB V PENUTUP.....		102
5.1	Simpulan.....	102
5.2	Rekomendasi	103
DAFTAR PUSTAKA		105
CURRICULUM VITAE.....		108
LAMPIRAN.....		109

DAFTAR GAMBAR

2.1	Bagan Produksi Televisi.....	39
2.2	Rantai Nilai (<i>Value Chain</i>) Bisnis Penyelenggaraan Televisi Digital.....	46
2.3	Model Bisnis Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital Terrestrial di Indonesia.....	48
2.4	Kerangka Pemikiran Hasil Modifikasi Penelitian dari Rangkaian yang akan diuraikan.....	58
4.1	Logo Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat.....	71
4.2	Dokumentasi Sosialisasi ke Desa-Desa.....	79
4.3	Dokumentasi Sosialisasi ke Desa-Desa.....	79
4.4	Dokumentasi Sosialisasi bersama TVRI Jabar.....	80
4.5	Dokumentasi Sosialisasi bersama RRI Jabar.....	80
4.6	Dokumentasi Sosialisasi bersama tiga universitas UIN Sunan Gunung Djati, UNPAS, dan UNIKOM).....	81
4.7	Wawancara bersama anggota ATSDI.....	91

DAFTAR TABEL

2.1	Penelitian Terdahulu.....	52
4.1	Struktur kelembagaan KPID Jabar.....	72
4.2	Tabel Informan.....	73
4.3	Tabel persebaran peta wilayah Analog Switch Off.....	87

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Televisi adalah satu media massa yang mempunyai berbagai fungsi. Fungsi televisi adalah sebagai alat informasi bagi masyarakat yang membutuhkan informasi baik nasional maupun internasional. Informasi ini berguna untuk menambahkan ilmu pengetahuan mereka akan berita yang diserap oleh masyarakat yang menggunakan media tersebut menurut (McQuail, 2011:63). Televisi hanyalah sebuah alat untuk proses penyampaian pesan kepada khalayak, namun televisi mempunyai program siaran yang dikemas secara memenuhi kebutuhan audiencenya (Morissan, 2008:200). Televisi merupakan salah satu media massa dengan berbagai manfaat. Salah satu manfaat televisi adalah sebagai sumber informasi bagi masyarakat yang membutuhkan di dalam dan luar negeri. Informasi ini membantu meningkatkan pemahaman mereka tentang berita yang diserap oleh orang-orang yang menggunakan media. Televisi tidak hanya sebagai alat penyampaian informasi, tetapi kemasan program siaran TV dapat memenuhi kebutuhan khalayak. Televisi memproduksi berbagai program atau acara untuk dinikmati pemirsa. Setiap tayangan atau segmen yang dibuat oleh produser memiliki jenis tayangan yang berbeda-beda, baik itu hiburan, pendidikan maupun informasi.

Di era sekarang ini, sepertinya sudah umum bagi seluruh masyarakat Indonesia untuk menonton TV, baik hanya untuk hiburan atau hanya sebagai sumber informasi, membuat TV tetap hadir dalam evolusi media digital yang banyak digemari saat ini. Bahkan bagi sebagian orang, ini menjadi tolok ukur sumber informasi. Dalam dunia digital ini perkembangan teknologi mengalami perubahan yang sangat cepat sehingga terjadi sebuah evolusi pada teknologi media. Perubahan

ini pula cukup berdampak bagi dunia penyiaran televisi Indonesia yang mana perubahan ini dari penyiaran analog beralih ke penyiaran digital.

60 tahun sudah siaran televisi siaran analog mengudara di Indonesia akan digantikan oleh siaran digital selambat-lambatnya pada 2 November 2022, dengan pemerintah membagi migrasi siaran televisi analog ke digital ini dalam lima tahap dikutip dari kominfo. Dalam peralihan ini tentu menjadi sebuah tantangan bagi pelaku industri televisi digital yang mana mereka harus bisa menyosialisasikan kepada publik karena, hal ini akan menjadi sebuah pembaharuan bagi masyarakat Indonesia. Siaran TV digital di Indonesia sudah tidak bisa dihindari, karena sistem penyiaran digital merupakan perkembangan yang sangat pesat dalam dunia penyiaran, meningkatkan kapasitas layanan melalui efisiensi penggunaan spektrum radio. Sistem penyiaran TV digital tidak hanya memiliki kemampuan untuk mengirimkan data gambar dan suara, tetapi juga memiliki kemampuan multi fungsi dan multimedia seperti layanan interaktif bahkan informasi peringatan bencana. Dengan siaran digital, pemirsa menerima gambar dan kualitas suara yang jauh lebih baik dibandingkan dengan siaran analog, di mana tidak ada lagi gambar berbayang atau segala jenis gangguan (bintik semut) di monitor TV. Di era *digital broadcasting*, pemirsa TV tidak hanya bisa menonton program siaran, tetapi juga mendapatkan fasilitas tambahan seperti *Electronic Program Guide* (EPG) untuk mengetahui program mana yang sudah ditayangkan dan mana yang akan ditayangkan di masa mendatang. Melalui siaran digital, layanan interaktif dapat diberikan, dan pemirsa dapat langsung memberikan *rating* program siaran. Peralihan siaran televisi analog ke digital merupakan sebuah adaptasi yang harus segera dilakukan karena perkembangan teknologi saat ini sudah terlampau jauh dari negara-negara seperti Malaysia dan Singapura yang masih satu rumpun dengan kita di wilayah daratan nusantara. Bukan tanpa alasan, kehadiran siaran televisi digital menghadirkan kualitas gambar yang lebih bersih dan suara yang lebih jernih dan kecanggihannya.

Dilansir dari suara.com rabu 3 november 2021 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bersama Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) bersama-sama meluncurkan hitung mundur menuju ASO, yang akan menjadikan tanda sebagai hijrah ke siaran tv digital dimulai, yang dalam kurun waktu setahun ke depan akan dilaksanakan di Indonesia secara merata. Hitung mundur itu dilaksanakan satu tahun menjelang ASO tepatnya pada 2 November 2021 di Gedung Budaya Sabilulungan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Hal serupa juga diberitakan langsung oleh laman resmi dari kominfo.go.id pada tanggal 4 november 2021 Jadwal penghentian siaran analog pun makin dekat. Persis 2 November 2021 bertepatan satu tahun menjelang diberhentikanannya siaran TV analog secara nasional. Oleh karena itu, pemerintah mengajak masyarakat untuk segera beralih ataupun migrasi dari perangkat TV analog ke TV digital. Dikutip langsung dari laman resmi kominfo.go.id hal itu disampaikan oleh Staf Khusus Menteri Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, Rosarita Niken Widiastuti dalam Peluncuran Hitung Mundur ASO dan Anugerah Penyiaran yang berlangsung secara hibrida dari Gedung Budaya Sabilulungan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Namun jauh sebelum itu satu-persatu permasalahan muncul terkait sosialisasi perubahan siaran televisi analog ke tv digital ini. Bukan tidak mungkin hambatan sosialisasi ini merupakan masalah utama untuk menginformasikan terkait perubahan siaran televisi analog ke tv digital ini, mengingat Indonesia merupakan wilayah kepulauan terbesar dibandingkan dengan negara lain. Daerah-daerah pelosok yang merupakan bagian dari target sosialisasi ini merupakan permasalahan salah-satunya. Ini merupakan tantangan bagi lembaga penyelenggara seperti kominfo dan KPI yang harus memecahkan permasalahan ini, namun dalam penelitian ini peneliti hanya akan meneliti sudah seberapa jauh sosialisasi ini dalam cakupan wilayah Jawa Barat terlebih wilayah masyarakat pelosok desa Jawa Barat. Ini merupakan wilayah kuasa dari KPID Jawa Barat dan Asosiasi Televisi Siaran

Digital Indonesia (ATSDI) yang merupakan satu-satunya asosiasi yang menaungi seluruh media digital dan yang paling depan terhadap sosialisasi ini. Jika berbicara tentang kecepatan internet di Indonesia permasalahan ini sudah menjadi rahasia umum yang diketahui masyarakat Indonesia. Memang betul kecepatan internet di Indonesia belumlah merata jika kita melihat ke wilayah daerah pelosok Indonesia dan data ini pernah diberitakan oleh cnn indonesia yang berjudul “*Kominfo ungkap masalah internet di Indonesia*”, idn times yang berjudul “*Ini Alasan Kenapa Internet di Indonesia Lemot Banget*” dan kompas.com yang berjudul “Mark Zuckerberg Tahu Penyebab Internet Indonesia Lambat” namun siapa sangka ternyata di wilayah pelosok Jawa Barat juga merasakan hal yang sama. Seperti di wilayah-wilayah dataran tinggi dan daerah yang jauh dari pusat kota, hal ini dirasakan langsung saat proses belajar mengajar online karena adanya pandemi covid19 internet di wilayah tersebut dikatakan tidak stabil apalagi jika hujan turun. Hanya beberapa kota besar saja seperti Bandung, Bogor, Depok dan Bekasi yang memiliki kualitas internet cukup memadai. Dilihat dari sini kesenjangan di wilayah Jawa Barat masih terjadi. Tidak hanya dalam permasalahan internet saja, kesenjangan ekonomi juga turut menjadi permasalahan lain dalam sosialisasi ini karena, untuk menikmati siaran televisi digital masyarakat diharuskan untuk memiliki set top box sebagai *receiver* atau penerima jaringan televisi digital. Hal ini mungkin untuk sebagian masyarakat Jawa Barat akan mengeluhkan karena harus ada biaya yang dikeluarkan hanya untuk menikmati siaran televisi saja. Maka ini akan menjadi tantangan bagi lembaga terkait penyelenggara agenda ASO ini, strategi komunikasi apa yang akan dilakukan. Tentu saja masalah ini berkaitan dengan agenda ASO itu sendiri terlebih di era yang serba digital ini seharusnya lembaga pemerintah seperti KPID Jawa Barat dan Asosiasi Televisi Siaran Digital Indonesia (ATSDI) bisa memanfaatkan internet terkait sosialisasi perpindahan penyiaran televisi analog ke siaran televisi digital, namun sepertinya hal itu saja tidak cukup, mereka sepertinya harus terjun langsung ke lapangan untuk menyosialisasikan terhadap agenda ini.

Sebelumnya untuk melancarkan agenda perubahan siaran televisi analog ke digital ini dihadapkan dengan beberapa masalah sehingga dalam penyelenggaraannya cukup terhambat, Ahmad Ramli selaku Dirjen Penyelenggaraan Pos & Informatika (PPI) Kementerian Komunikasi dan Informatika mengatakan dalam wawancara CNN rabu 10 maret 2021 ia menegaskan “masyarakat di Indonesia terlalu lama tersandera dalam siaran televisi analog. Hal ini disebut karena sejumlah negara di dunia sudah beralih ke televisi digital dari televisi analog”. Dalam rencananya kominfo menyediakan 6,7 juta set top box bagi warga miskin. Jumlah ini mengacu pada data keluarga kurang mampu dari Badan Pusat Statistik (BPS). Kementerian menghitung harga satu alat Rp 100 ribu, sehingga menyiapkan sekitar Rp 670 miliar. Jumlah yang cukup besar untuk menyediakan set top box agar agenda ASO segera rampung. Setelah itu masalah yang dihadapi adalah pemerataan terhadap edukasi televisi digital yang mana untuk beberapa wilayah pelosok Indonesia cakupan frekuensi televisi analog saja belum merata. Dengan demikian Asosiasi Televisi Siaran Digital Indonesia (ATSDI) sebagai asosiasi yang mewadahi para pelaku media yang sudah bersiaran secara digital dan yang mengusung tentang ASO ini harus segera dilakukan. Pada hasil rakornas Asosiasi Televisi Siaran Digital Indonesia (ATSDI) yang digelar pada 1-3 November 2021 di Bandung, dikutip di tempo.co bahwa, ATSDI sejak awal begitu *concern* terhadap alih teknologi ini dan akan terus berupaya untuk tetap berada di garda terdepan untuk mengawal dan mendukung proses ASO.

Pada objek penelitian ini peneliti hanya meneliti wilayah cakupan Jawa Barat saja, sudah sejauh mana masyarakat disana mengetahui tentang konsep penyiaran digital. Karena sebelum ASO ini dilakukan secara merata, masyarakat Indonesia khususnya wilayah Jawa Barat harus mengetahui terlebih dahulu tentang penyiaran televisi digital sebelum lembaga terkait penyelenggara hijrahnya penyiaran televisi analog menuju siaran televisi digital ini menyosialisasikan secara mendetail tentang konsep penyiaran dan menggunakan siaran televisi digital ini untuk dinikmati,

karena keterbukaan terhadap penggunaan internet tentang adanya agenda ini sangat mempengaruhi agar kelancaran untuk melaksanakan agenda ini segera terealisasi.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas fokus penelitian ini tentang bagaimana KPID Jawa Barat menyosialisasikan agenda ASO untuk melancarkan strateginya, program apa saja yang dilakukan kepada masyarakat Jawa Barat untuk sosialisasi terkait perubahan siaran televisi analog menuju siaran televisi yang berbasis digital. Penelitian deskriptif kualitatif bertumpu pada sebuah fokus dan didasarkan pada tingkat kebaruan informasi yang akan didapat dari situasi di lapangan. Adapun aspek yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah, Strategi Komunikasi. Yaitu strategi komunikasi apa yang akan dilakukan untuk menyosialisasikan perubahan siaran televisi analog ke televisi digital sekaligus edukasi terhadap masyarakat.

1.3 Identifikasi Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dibuat oleh KPID Jawa Barat untuk menyosialisasikan agenda ASO ini dan program apa saja yang dilakukan untuk tercapainya agenda sosialisasi ini?
2. Implementasi apa yang dilakukan KPID Jawa Barat dalam strategi komunikasi yang dilakukan untuk mewujudkan sosialisasi ini?
3. Hambatan apa saja yang dialami selama melakukan sosialisasi agenda ASO ini?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi beserta program yang dilakukan KPID Jawa Barat untuk menyosialisasikan agenda ASO ini.
2. Untuk mengetahui implementasi apa saja yang dilakukan untuk mewujudkan tercapainya agenda sosialisasi ASO ini.
3. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang dialami selama melakukan sosialisasi agenda ASO ini.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

- a. Manfaat Akademis
 1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan studi Ilmu Komunikasi, khususnya tentang media televisi terhadap media elektronik
 2. Sebagai pijakan yang dapat dipergunakan peneliti lain yang akan mengangkat permasalahan dengan tema yang sama.
- b. Manfaat Praktis
 1. Memberi umpan balik bagi media televisi terhadap perubahan yang akan dilakukan oleh pemerintah kearah yang lebih baik lagi.
 2. Bagi masyarakat awam dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan terhadap perkembangan siaran televisi Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu

penelitian. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Terdiri dari kajian teoretis, kajian nonteoritis, kajian/ penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Terdiri dari jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji validitas dan reliabilitas.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Terdiri dari objek penelitian, hasil pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Terdiri dari simpulan dan rekomendasi

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi

Lokasi penelitian terkait dengan judul “Analisis Strategi Komunikasi Tentang Penyiaran Televisi Digital Terhadap Televisi Analog Bagi Masyarakat Indonesia”, dilakukan secara langsung di lapangan, tepatnya mewawancarai langsung kepada pelaku media televisi baik televisi digital maupun analog

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi dan turun langsung ke lapangan, yakni pada Sabtu-Minggu hingga data yang dibutuhkan terkumpul.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rangkuman Teori

Penelitian ini menggunakan beberapa teori sebagai pendukung data-data yang akan diteliti, guna memahami kerangka latar belakang permasalahan yang diteliti.

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas yang mendasar bagi setiap umat manusia. Komunikasi merupakan bagian penting yang tidak dapat kita pisahkan dari kehidupan sebagai makhluk sosial. Tanpa kita sadari komunikasi bagian terpenting dalam kehidupan kita, karena dengan berkomunikasi kita dapat menyampaikan pesan atau mendapatkan informasi. Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris yang berarti *communication* berasal dari kata Latin yaitu, *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang memiliki arti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Hal yang senada diungkapkan oleh Hafied Cangara, komunikasi berpangkal pada perkataan Latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Jadi dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan.

Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa latin “*communicare*” yang artinya “menyampaikan”. Menurut asal katanya tersebut, arti komunikasi adalah proses penyampaian makna dari satu

entitas atau kelompok ke kelompok lainnya melalui penggunaan tanda, simbol, dan aturan semiotika yang dipahami bersama. Para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing diantaranya:

1. Harold Lasswell

Komunikasi pada dasarnya adalah suatu proses yang menjelaskan “siapa”, “apa yang dikatakan”, “pada saluran apa”, “kepada siapa” dan “dengan hasil apa” atau “hasil apa”. (Siapa mengatakan apa di saluran apa, kepada siapa, dengan efek apa)

2. Barnlund

Komunikasi muncul dari kebutuhan untuk mengurangi perasaan tidak aman, bertindak efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.

3. Gode

Komunikasi adalah suatu proses yang menjadikan sesuatu di muka milik satu orang (monopoli), milik dua orang atau lebih.

4. Carl Hovland, Janis & Kelley

Komunikasi adalah proses dimana satu orang (komunikator) menyampaikan suatu stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain (audiens).

5. Bernard Berelson & Gary A. Steiner

Komunikasi adalah proses mengkomunikasikan informasi, ide, emosi, keterampilan, dll menggunakan simbol seperti kata-kata, gambar, dan angka.

Dari beberapa pengertian diatas berdasarkan para ahli dapat dirangkum bahwa komunikasi merupakan sebuah proses dalam penyampaian pesan atau informasi dari komunikator (si pemberi pesan) kepada komunikan (si penerima pesan) dengan media tertentu

yang berguna untuk membuat satu pemahaman yang sama diantara mereka, istilah ini bisa juga disebut dengan menyamakan persepsi dan informasi yang disampaikan dapat memberikan efek tertentu kepada komunikan. Komunikasi adalah informasi yang disampaikan dari satu tempat lain dengan pemindahan informasi, ide, emosi, keterampilan dan lain-lain dengan menggunakan simbol seperti kata, figur dan grafik serta memberi, meyakinkan ucapan dan tulisan.

Komunikasi adalah “proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*), melalui suatu medium (*channel*) yang biasa mengalami gangguan (*noice*). Dalam definisi ini, komunikasi haruslah bersifat intentional (disengaja) serta membawa perubahan.

Komunikasi dipahami sebagai proses penyampaian pesan dari satu orang / lembaga ke orang / lembaga lain dalam satu arah, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pemahaman Michael Burgoon tentang komunikasi sebagai proses satu arah dikenal sebagai "definisi berorientasi sumber".

1. Komunikasi Sebagai Interaksi

Komunikasi dipahami sebagai proses perubahan perilaku, reaksi, sebab dan akibat. Komunikasi interaktif dianggap lebih dinamis daripada komunikasi satu arah. Umpan balik adalah elemen penting dalam komunikasi interaktif.

2. Komunikasi Sebagai Transaksi

Komunikasi dipahami sebagai kegiatan yang menafsirkan perilaku orang lain. Ada proses untuk encoding dan decoding pesan verbal dan non-verbal. Semakin banyak peserta dalam suatu komunikasi, semakin kompleks transaksinya.

Keuntungan dari konsep ini adalah bahwa komunikasi dipahami sebagai sebuah konsep yang tidak terbatas pada komunikasi yang disengaja. Pemahaman ini mirip dengan definisi berorientasi penerima. Ini menekankan berbagai variabel, apa arti pesan bagi penerima dan penerima. Pesan sekarang diterima di kedua arah.

Oleh karena itu, pengertian komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari satu orang (komunikator) kepada orang lain (komunikator) untuk secara lisan atau tidak langsung mengkomunikasikan atau mengungkapkan suatu sikap, pendapat, pemikiran, atau tindakan melalui media. Sereno dan Edward M. Bodaken dalam penelitian *Peran Desain Kebijakan: Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia* menyatakan bahwa setidaknya ada tiga kerangka untuk memahami komunikasi. antara lain :

1. Sebagai Tindakan Satu Arah

Komunikasi merupakan proses dari penyampaian pesan dari satu orang / lembaga ke orang / lembaga lain dalam satu arah, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Pemahaman Michael Burgoon tentang komunikasi sebagai proses satu arah dikenal sebagai "definisi berorientasi sumber".

2. Komunikasi Sebagai Interaksi

Komunikasi sebagai proses perubahan perilaku, reaksi dari sebab dan akibat. Komunikasi interaktif dianggap lebih dinamis daripada komunikasi satu arah. Umpan balik adalah elemen penting dalam komunikasi interaktif.

3. Komunikasi Sebagai Transaksi

Komunikasi dipahami sebagai kegiatan yang menafsirkan perilaku orang lain. Ada proses untuk encoding dan decoding pesan verbal dan non-verbal. Semakin banyak peserta dalam suatu komunikasi, semakin kompleks transaksinya. Keuntungan dari konsep ini adalah bahwa komunikasi dipahami sebagai sebuah konsep yang tidak terbatas pada komunikasi yang disengaja. Pemahaman ini mirip dengan definisi berorientasi penerima. Ini menekankan berbagai variabel, apa arti pesan bagi penerima dan penerima. Pesan sekarang diterima di kedua arah.

Agar komunikasi berjalan dengan baik maka dari itu komunikasi memiliki unsur- unsur yang terdiri dari:

1. Komunikator (pengirim pesan)

Komunikator adalah orang yang memulai proses komunikasi yang disebut pengirim pesan. Saat mengirimkan pesan, komunikator memang memiliki motivasi dan tujuan yang sering disebut dengan “motivasi komunikasi”. Beberapa orang hanya menyebut pengirim atau komunikator pesan sebagai istilah "pengirim"

2. Komunikan (penerima pesan)

Komunikan adalah orang yang cerdas kepada siapa pesan dari komunikator ditujukan. Ada profesional lain yang menyebut penerima atau komunikator pesan sebagai "*decoder*".

3. Pesan

Pesan didefinisikan menjadi segala sesuatu yg dikirimkan komunikator pada komunikan untuk mengenali motivasinya dalam berkomunikasi. Pesan tersebut sebenarnya bersifat

abstrak (konseptual, idealis, idealis). Namun, ketika dikirimkan dari komunikator kepada komunikator, maka dikirimkan dalam bentuk lambang/symbol berupa bahasa (baik lisan maupun tulisan), suara (ucapan), dan foto (visual), sehingga spesifik akan rumus, gerakan, dll.

4. Saluran komunikasi dan media komunikasi

Diperlukan saluran dan media komunikasi agar pesan yang dikirim komunikator dapat mencapai komunikan. Saluran komunikasi lebih identik dengan proses penyampaian pesan, dan media komunikasi lebih identik dengan alat (objek). Oleh karena itu, Saluran komunikasi lebih umum daripada media komunikasi. Komunikasi dapat berupa komunikasi tanpa perantara, dengan atau tanpa media, atau tatap muka atau tatap muka. Kegiatan komunikasi personal ini meliputi percakapan, wawancara, konsultasi, rapat, seminar, workshop, dan diskusi pribadi dengan perwakilan perusahaan mengenai produk yang dipajang untuk komunikator sasaran (calon konsumen). Ada berbagai bentuk pameran yang dapat diadakan.

2.1.2 Tujuan Komunikasi

Ada beberapa pandangan tokoh komunikasi tentang fungsi komunikasi yang dapat memuaskan hidup kita ketika kita dapat memenuhi Semua kebutuhan fisik, identitas diri, dan kepraktisan dapat tercapai (Adler dan Rodman, 2003). Fungsi komunikasi universal oleh Kasali (2005:15):

1. Perubahan Sikap

Pesan yang dikirim secara pribadi atau pribadi, baik berita atau

informasi, secara bertahap dapat mengubah sikap penerima.

2. Mengubah Pendapat

Menyediakan berbagai jenis informasi dengan tujuan akhir mengubah pikiran seseorang dan membuat orang ingin mengubah pendapat dan persepsinya tentang tujuan informasi yang disampaikan.

3. Mengubah perilaku

Pada tahap perubahan perilaku, komunikasi memainkan peran yang sistematis dan terintegrasi ke dalam perilaku manusia.

4. Mengubah masyarakat

Perubahan sosial dan partisipasi sosial. Memberikan berbagai informasi kepada mereka yang tujuan utamanya adalah untuk mendukung dan berpartisipasi dalam komunitas, dan tentang tujuan informasi yang diberikan. Karena komunikasi dapat memberikan dampak yang signifikan bagi komunikator, maka pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat menggunakan informasi yang diberikan oleh komunikator untuk mengubah sikap, pendapat atau pendapat, perilaku, bahkan komunikator. Efek ini dapat disebabkan oleh komunikasi wajib antara komuni dan komunikan.

2.1.3 Bentuk – Bentuk Komunikasi

Diantara komunikasi Personal dan Kelompok, komunikasi dapat dilakukan dengan beberapa bentuk dan komunikasi juga bersifat *face to face* atau melalui media. Didalam proses komunikasi terbagi dua yaitu komunikasi aktif dan pasif. Komunikasi aktif adalah suatu proses komunikasi yang aktif antara komunikator dan komunikan dimana keduanya sangat dapat merespon lebih dengan apa yang mereka bicarakan dan *feedback* yang baik. Komunikasi pasif terjadi ketika komunikator mengirimkan informasi atau ide kepada

audiens atau komunikator sebagai penerima informasi, tetapi komunikator tidak mampu memberikan jawaban atau umpan balik dari proses komunikasi. Komunikasi juga dapat dikategorikan menjadi beberapa bentuk:

1. Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi yang terjadi di dalam diri Anda atau di dalam diri seseorang, yang bertindak sebagai komunikator atau komunikator. Hal ini dapat terjadi dalam rangka menafsirkan dan memikirkan kembali objek yang diamati seseorang sehingga terjadi komunikasi di dalamnya.

2. Komunikasi Antarpersonal

ini adalah komunikasi langsung antara dua orang atau lebih, baik verbal maupun non- verbal. Fitur-fiturnya adalah sebagai berikut: Mulailah dari diri sendiri terlebih dahulu. Selanjutnya adalah transaksi. Ketiga, komunikasi yang berlangsung meliputi hubungan interpersonal serta aspek isi pesan yang dipertukarkan. Keempat, adanya pendekatan fisik antara beberapa pihak yang berkomunikasi. Kelima, adanya saling berkesinambungan antara pihak yang melakukan komunikasi. Keenam, komunikasi ini bersifat pasti dan tidak dapat diubah atau diulang. Ini berarti bahwa Anda dapat meminta maaf jika Anda membuat kesalahan dalam pengucapan, tetapi itu tidak berarti bahwa Anda menghapus apa yang diperintahkan.

3. Komunikasi Kelompok

Michael Burgoon dan Michel Ruffner seperti dikutip Sendjaya menjelaskan komunikasi kelompok sebagai:

The face to face interaction of three or more individuals, for a recognized purpose such as information sharing, self maintenance, or problem solving, such that the members are able to recall personal characteristics of the other members accurately. (Komunikasi kelompok

adalah komunikasi tatap muka yang dilakukan oleh tiga orang atau lebih untuk mencapai maksud atau tujuan seperti berbagi informasi, perawatan diri, pemecahan masalah, dll, dan semua anggota dapat erat menjaga karakteristik pribadi anggota lainnya. (melakukannya)

4. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai komunikasi antar individu dalam konteks organisasi. Dari pengertian tersebut dapat kita pahami bahwa komunikasi organisasi adalah suatu proses komunikasi yang berlangsung baik secara resmi maupun tidak resmi dalam suatu sistem yang disebut organisasi.

5. Komunikasi Massa

Proses dimana organisasi media menciptakan berita dan mendistribusikannya ke publik. Media, di sisi lain, juga didefinisikan sebagai proses komunikasi di mana berita dari media dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh pemirsa. Dari peringatan singkat ini, kita dapat melihat bahwa ciri utama media adalah hadirnya media massa sebagai sarana penyampaian pesan.

2.1.4 Komunikasi Massa

Pengertian yang paling sederhana berkaitan dengan komunikasi massa dirumuskan oleh Bittner (1980:10) dalam penelitian *Sikap Penyelenggara Siaran Televisi Terhadap Penyelenggaraan Siaran Televisi Digital* yang mengemukakan “*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*” (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang). Sedangkan para ahli komunikasi yang lain mengemukakan dengan merinci karakteristik komunikasi massa. Gerbner (1967) dalam bukunya yang berjudul *Media and Human Communication Theory. Human Communication Theory*

menulis, *Mass communication is the technologically institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societie* (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan Lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry).

Komunikasi massa merupakan setiap bentuk dari komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pernyataan secara terbuka kepada publik melalui media penyebaran dengan teknis secara tidak langsung dan satu arah. (Meletze). Komunikasi massa dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, bukan hanya satu atau beberapa individu atau Sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama pada semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat. Bentuk baru komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut: diarahkan pada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonym; pesan yang disampaikan secara terbuka seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak seara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

Merangkum dari keseluruhan definisi di atas, komunikasi massa dapat diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonym melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Kata “dapat” dalam pengertian ini lebih menekankan bahwa jumlah sebenarnya menerima komunikasi massa pada saat tertentu tidak esensial. Namun yang paling penting seperti yang dikemukakan Alexis S. Tan (1981:73), “The communicator is a social organization capable of reproducing the messages

and sending it simultaneously to large number of people who are spatially separated”.

2.1.5 Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Dominick (Ardianto dkk, 2007:15) mengemukakan fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

- a) Adanya pengawasan (supervisi), pengawasan peringatan dan pengawasan peralatan.

Interpretasi Media massa tidak hanya menyajikan data dan fakta, tetapi juga memberikan informasi dan interpretasi tentang peristiwa tertentu.

- b) Linkage, media massa, dapat menyatukan anggota masyarakat yang berbeda dan membentuk koneksi (hubungan) menurut minat pada sesuatu dan kepentingan bersama.
- c) Nilai spread (transfer nilai). Fungsi penyebaran nilai tidak jelas. Fitur ini juga dikenal sebagai sosialisasi.
- d) Hiburan Fungsi utama media massa seperti surat kabar dan majalah adalah memberikan informasi berupa berita, tetapi bagian hiburan meliputi cerpen, novel, dan buku bergambar.

Karena sifat media yang melibatkan banyak orang, proses komunikasi menjadi sangat kompleks. Menurut (Poster,1999, dalam McQuail,2011:151), proses media adalah sebagai berikut:

- a) Mendistribusikan dan menerima banyak informasi.
- b) Proses media juga sepihak, dari komunikator ke komunikan.
- c) Proses media terjadi secara asimetris antara komunikator dan komunikan.
- d) Proses media bersifat impersonal dan anonim.
- e) Proses media juga disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

2.1.6 Jenis – Jenis Media Massa

Media massa dibagi menjadi dua bagian: media cetak (majalah, surat kabar, tabloid, dll) dan media elektronik (radio dan televisi). Perkembangan dua media khususnya media elektronik khususnya televisi lebih cepat dari perkembangan media cetak, namun karakteristik kedua media tersebut berbeda dan keduanya dibutuhkan sesuai kebutuhan.

1. Media Cetak

Media ini adalah media massa pertama di dunia yang muncul pada 1920-an dan . Pada masa itu, media massa pada awalnya digunakan oleh pemerintah untuk mengajar masyarakat dan mencapai tujuan tertentu. Seperti teori jarum suntik teori komunikasi massa.

Kelebihan media ini adalah karena hasilnya dicetak maka informasi yang sudah di dapatkan bisa disimpan atau di ulas kembali sampai mengerti apa pesan yang disampaikan,

surat kabar juga diterima setiap harinya sehingga informasi yang diperoleh secara berkesinambungan, informasi melalui media cetak juga biasanya lebih lengkap dibandingkan dengan radio dan televisi. Tabloid dan majalah biasanya memiliki perodesasi dimana terbitnya lebih berjangka dibandingkan dengan surat kabar karena setiap pengeluarannya selalu ada yang baru dan informasi lengkap juga memikat para pembacanya.

Sedangkan untuk kelemahannya yaitu lambat hal ini membuat para pembaca memiliki sedikit hambatan, jauh dengan peristiwa. Pembaca tidak fleksibel karena tidak dapat melihat secara langsung bagaimana hal itu dikomunikasikan melalui media elektronik. Saat membaca koran, majalah, dan tabloid, Anda tidak bisa mengemudi atau membaca, dan Anda harus

menghabiskan waktu di jalan. Hal ini berbeda dengan media elektronik yang fleksibel, seperti saat mengendarai mobil sambil mendengarkan radio.

2. Media Elektronik

Setelah adanya media cetak, munculah media elektronik yang lebih berkembang dari media cetak yaitu :

a. Radio

Pertama adalah radio yang menyampaikan pesan melalui suara. Sebagai media audio untuk mengirim pesan melalui suara. Kecepatan dan waktu pengiriman pesan nirkabel tentu lebih cepat daripada pengiriman langsung. Ketika informasi tentang Proklamasi Kemerdekaan menyebar luas, media massa radio memainkan peran penting dalam menyebarkan berita.

Kelebihan radio yaitu penyampaian informasi sangat cepat, fleksibel bisa dilakukan dengan mengerjakan pekerjaan lain, biayanya yang relative murah, Bahasa yang mudah dimengerti, usia pendengar juga tidak terbatas. Sedangkan kelemahannya adalah informasi hanya bisa sekilas tidak adanya pengulangan yang membuat pendengar tidak bisa memahami informasi dengan baik, jumlah berita yang disampaikan di radio tidak sebanyak media cetak dan penyebaran radio melalui alat pemancar dimana penikmat hanya bisa menikmati radio ketika daya pancarnya terjangkau.

b. Televisi

Setelah radio, muncul televisi yang lebih kompleks yang dapat menampilkan gambar dan digunakan sebagai media massa audiovisual. Televisi tentunya berbeda dengan media cetak yang lebih banyak menggunakan media visual atau visual. Audiens dapat melihat elemen visual yang ditampilkan sambil mendengarkan audio yang disampaikan.

Televisi merupakan media komunikasi yang terkenal sebagai penerima transmisi video dan audio baik monokrom (hitam putih) maupun berwarna. Kata televisi merupakan gabungan dari bahasa Yunani tele (jauh) dan bahasa latin visio (penglihatan), sehingga televisi dapat diartikan sebagai sarana telekomunikasi dengan menggunakan media visual.

Siaran televisi biasanya disiarkan pada gelombang radio VHF (Frekuensi Sangat Tinggi) dan UHF (Frekuensi Ultra Tinggi) pada pita frekuensi pada 54890 MHz. Di sisi lain, gelombang TV juga menyiarkan suara stereo atau suara surround di banyak negara. Hingga tahun 2000, program televisi disiarkan dalam format analog. Ini karena lembaga penyiaran publik dan swasta baru-baru ini beralih ke teknologi penyiaran digital. Pada hakikatnya, media televisi lahir dari kemajuan teknologi. Berdasarkan penemuan teleskop listrik, mewujudkan ide seorang mahasiswa Berlin bernama Paul Nipkov yang mengirimkan gambar dari satu tempat ke tempat lain melalui udara. Kemudian televisi berperan selama sekitar 30 tahun. Selain itu, media televisi juga telah mampu memusatkan perhatian pada diskusi baik dari segi pesan maupun penggunaannya.

Menurut Raymond B. Williams, Radio dan Televisi adalah sistem yang dirancang terutama untuk mengirim dan menerima , sebuah proses abstrak dengan batas yang sangat tinggi atau tanpa batas. Sebagai media informasi, televisi memiliki daya pesan yang kuat. Karena media ini secara bersamaan dapat menyajikan berbagai pengalaman yang tampaknya dialami sendiri, tampaknya pesan sedang dikirim secara bersamaan di antara komunikator dan komunikan.

Oleh karena itu, televisi perlu menjadi media yang dapat menampilkan

pesan dalam bentuk audio, gambar, dan gerak agar pemirsa dapat lebih mudah memahami pesan apa yang sedang disampaikan. Di media massa televisi, konten berita tampak disampaikan secara langsung antar komunikator, sehingga informasi dan pesan yang disampaikan oleh televisi terdengar jelas dan terlihat secara visual oleh pemirsanya. Ada beberapa Fitur-fitur televisi adalah sebagai berikut:

1. Mengutamakan kekuatan gambar karena visualisasinya yang dapat memikat
2. Mengutamakan kecepatan tidak seperti media cetak yang harus menunggu 1x24 jam
3. Bersifat sekilas, dimana waktu dan durasi yang sangat terbatas.
4. Bersifat satu arah, ini adalah jalan satu arah. Pada titik ini, pemirsa tidak akan dapat menanggapi siaran berita televisi selain program interaktif.
5. Memiliki daya jangkauan yang sangat luas.

2.2. Strategi Komunikasi

2.2.1. Definisi Strategi Komunikasi

Dalam kutipannya menurut (Effendy, 2015: 32) Semua perkembangan di suatu bidang saat ini membutuhkan strategi komunikasi, dan keberhasilan komunikasi sangat tergantung pada strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*management communication*) dalam mencapai tujuannya. Untuk mencapai hal tersebut, strategi komunikasi harus menunjukkan taktik operasionalnya, yaitu pendekatan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi. Dalam strategi komunikasi, ketika Anda memahami sifat komunikator dan memahami efek

komunikasi, sangat penting untuk memilih metode komunikasi yang terbaik, karena ini terkait dengan media apa yang akan digunakan.

Strategi Komunikasi merupakan salah satu cara untuk mengatur pelaksanaan dalam sebuah proses komunikasi, mulai dari perencanaan (*planning*), pelaksanaan (*implementation*) hingga evaluasi (*evaluation*) untuk mencapai sebuah tujuan. Strategi komunikasi adalah salah satu aspek penting yang memungkinkan adanya proses akselerasi dan keberlanjutan suatu program pembangunan khususnya pada pemasaran (Heris, 2016: 1).

Dalam merumuskan strategi komunikasi, selain perumusan tujuan yang jelas, juga memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Adapun langkah - langkah pengenalan khalayak dan sasaran menurut (Suprpto, 2011: 8) adalah sebagai berikut:

1. Mengenal Khalayak

Mengenal khalayak harus menjadi langkah pertama bagi komunikator untuk berkomunikasi secara efektif. Penonton tidak pasif tapi aktif, sehingga tidak hanya terjadi hubungan antara komunikator dan komunikan, tetapi juga saling mempengaruhi. Artinya, khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikator atau pendengar. Untuk menjalin komunikasi antara komunikator dan komunikan, harus ada kesamaan kepentingan.

2. Menyusun Pesan

Setelah memahami audiens dan situasi mereka, langkah selanjutnya dalam pengembangan strategi adalah menulis pesan, yaitu memilih teman dan materi. Syarat utama untuk mempengaruhi audiens adalah untuk bisa diperhatikan. Hal ini sejalan dengan *attention-action procedure (AA procedure)*, yang membangkitkan perhatian

dan kemudian menggerakkan seseorang atau orang-orang untuk melakukan suatu kegiatan (*action*) sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

3. Menetapkan Metode

Dalam dunia komunikasi, penyampaian dapat dilihat dalam dua cara: dari segi cara pelaksanaannya dan dari segi isinya. Dijelaskan lebih lanjut, yang pertama melihat komunikasi itu sendiri hanya dalam hal realisasinya dengan menghilangkan perhatian dari isi pesan. Kedua, melihat komunikasi dari segi bentuk pernyataan atau pesan dan maksud yang dikandungnya. Jadi yang pertama (tergantung metode pelaksanaannya) dapat dilaksanakan dalam dua bentuk, yaitu repetisi dan *channelization*. Dan jenis alasan kedua (tergantung pada bentuk isinya) disebut informatif, persuasif, deduktif, dan kursif.

4. Seleksi dan Penggunaan Media

Menggunakan media sebagai sarana penyebaran ide untuk mendapatkan pengaruh di masyarakat adalah suatu keharusan di awal abad ke-21. Media massa dapat menjangkau khalayak yang sangat besar yang saat ini tampaknya mustahil tanpa surat, radio, dan televisi. Semua alat ini adalah alat komunikasi, dan selain sebagai alat psikis, mereka memiliki fungsi yang kompleks. Hal ini harus diperhitungkan selain faktor komunikasi kehidupan dan hubungannya dengan kondisi psikososial, karena setiap media memiliki kemampuan dan kelemahannya masing-masing sebagai alat komunikasi.

5. Menggunakan media sebagai sarana penyebaran ide untuk mendapatkan pengaruh di masyarakat adalah suatu keharusan di awal abad ke-21. Media massa dapat menjangkau khalayak yang

sangat besar yang saat ini tampaknya mustahil tanpa surat, radio, dan televisi. Semua alat ini adalah alat komunikasi, dan selain sebagai alat psikis, mereka memiliki fungsi yang kompleks. Hal ini harus diperhitungkan selain faktor komunikasi kehidupan dan hubungannya dengan kondisi psikososial, karena setiap media memiliki kemampuan dan kelemahannya masing-masing sebagai alat komunikasi.

6. Hambatan dalam Komunikasi

Ketika menyampaikan informasi, dari komunikator ke komunikan sering terjadi ketidakpahaman, sebaliknya karena perbedaan simbol atau bahasa yang digunakan, akan terjadi kesalahpahaman sehingga informasi tidak diterima sepenuhnya. apa yang harus diterima. Atau ada hambatan teknis lain yang bekerja dengan hambatan teknis yang diterima yang mengarah pada gagasan sistem komunikasi yang lancar bagi kedua belah pihak.

Menurut (Efendy, 2015: 29) secara teori, strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengelolaan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Proses tersebut harus diorganisir sehingga kondisi atau faktor yang mempengaruhi dapat disesuaikan dalam operasinya untuk mencapai tujuan komunikasi yang efektif. Orang yang menerapkan strategi komunikasi harus memahami sifat komunikasi dan informasi agar dapat menentukan tujuan komunikasi. menengah dan pertukaran teknis yang akan didirikan.

2.2.2. Fungsi Strategi Komunikasi

Dalam upaya menyosialisasikan agenda ASO ini membutuhkan sebuah perencanaan yang matang, karena berhasil atau tidak sosialisasi yang efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi, sehingga sebuah strategi bisa terlaksanakan dengan sangat baik hingga mencapai target yang telah dituju.

Menurut (Effendy, 2015: 28) strategi komunikasi memiliki fungsi ganda yaitu:

- a. Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasive, dan intruksi secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.
- b. Menjembatani fenomena, yaitu kondisi yang terjadi akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkan media yang begitu ampuh, yang jika di biarkan merusak nilai –nilai yang dibangun.

2.3. Sosialisasi

2.3.1. Definisi Sosialisasi

Menurut Horton (1999: 118) sosialisasi ialah proses mempelajari kebiasaan dan tata kelakuan untuk menjadi suatu bagian dari suatu masyarakat, sebagian adalah proses mempelajari peran. Sedangkan menurut Schaefer dalam *Sociology: A Brief Introduction* (2011: 96) definisi sosialisasi adalah: “*Socialization is the process which people learn attitudes, values, and actions appropriate for members of a particular culture*” (Sosialisasi adalah proses dimana orang belajar sikap, nilai, dan tindakan yang tepat untuk anggota dari budaya tertentu). Sosialisasi membutuhkan komunikasi dalam berinteraksi dari penyampai pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Berger and Luckman (1990: 34) mengatakan bahwa proses sosialisasi diperlukan satu interaksi, karena manusia tidak dapat bereksistensi dalam kehidupan sehari-hari tanpa secara terus-menerus berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain.

Pada dasarnya sosialisasi mengandung dua pengertian dasar, yakni sosialisasi primer dan sosialisasi sekunder. Sosialisasi primer merupakan sosialisasi yang pertama yang dialami oleh individu dalam masa kanak-kanak sebagai bagian dari anggota masyarakat, sedangkan sosialisasi

sekunder merupakan proses berikutnya yang mengimbas individu yang telah disosialisasikan ke dalam sektor-sektor baru dunia objektif masyarakatnya (Berger and Luckman, 1990: 187).

2.3.2. Proses Sosialisasi Premier

Proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (symbol) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah : bahasa, kiasan, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan.

2.3.3. Proses Sosialisasi Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi : surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah. Radio, televisi, film dan semacamnya adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi (Uchjana, 2006).

2.4. Televisi

2.4.1. Pengertian Televisi

Media hendaknya dimanipulasi, dilihat, didengar dan dibaca. Apapun batasan yang diberikan, ada persamaan dalam batasan tersebut, yaitu media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima, sehingga dapat merancang perasaan dan pikiran.

Televisi berasal dari kata tele dan visi, tele artinya jauh dan visi artinya penglihatan. Jadi media televisi adalah penglihatan jarak jauh atau penyiaran

gambar – gambar melalui gelombang radio. Televisi sama halnya dengan media massa lainnya yang sering kita jumpai dan dimiliki oleh setiap manusia, seperti media massa surat kabar, radio atau komputer. Media televisi sebagai sarana penghubung yang dapat memancarkan rekaman dari stasiun pemancar televisi kepada pemirsanya dirumah, rekaman – rekaman tersebut dapat berupa pendidikan, berita, hiburan dan lain – lain. Media televisi merupakan alat elektronik magis yang dapat mengendalikan dua indera terpenting manusia, yaitu pendengaran dan penglihatan. Pengaruh televisi melebihi pengaruh media informasi lainnya. Seorang ilmuwan mengatakan bahwa sebuah gambar dapat mewakili seribu kalimat. Bahkan, ilmuwan lain percaya bahwa ini juga sejalan dengan jargon Cina kuno, bahwa sebuah gambar sama dengan 10.000 kalimat. Dan media TV berarti sistem elektronik yang mentransmisikan gambar diam dan gambar serta suara secara real-time melalui kabel. Sistem ini menggunakan peralatan yang mengubah cahaya dan suara menjadi gelombang listrik, dan kemudian mengubahnya kembali menjadi cahaya tampak dan suara yang dapat didengar.

2.4.2. Perkembangan Televisi

Penemuan baru di bidang teknologi komunikasi dan informasi telah mendorong terus berkembangnya media elektronik. Berbagai kemajuan dan perubahan terjadi dalam percepatan semakin meningkat. Sejak ditemukannya radio dan televisi hitam putih dibutuhkan waktu yang cukup lama. Tapi, pada perkembangan berikutnya mulai dari televisi berwarna sampai dapat penemuan teknologi komunikasi interaktif lewat internet, misalnya, perubahannya menjadi sangat cepat.

Perkembangan televisi tidak hanya di Amerika saja, tetapi juga di Inggris pada tahun 1924. John Logie Baird mendemonstrasikan televisi pada tahun 124. BBC, yang merupakan salah satu organisasi terbesar di dunia,

mencoba-coba mengadakan siaran sejak tahun 1929. Selanjutnya, setelah perang usai, mengiringi pembangunan berbagai gedung-gedung yang hancur serta perbaikan segala aspek badanbadan siaran televisi juga muncul di negara-negara lain. Di Perancis, Jerman Barat, Nederland, Belgia, Luxemburg, Italia, Denmark, Austria, Swedia, Switzerland, dan negara lainnya. Televisi juga berkembang di Asia, yakni Indonesia dan Republik China pada tahun 1962, Jepang pada tahun 1953, Philipina pada tahun 1953, Muangthai pada tahun 1955, Singapura pada tahun 1963, dan kemudian disusul Malaysia.

Siaran televisi pertama kali di Indonesia diperkenalkan pada tahun 1962, ketika Indonesia mendapat kehormatan untuk menyelenggarakan pesta olahraga Asian Games di Jakarta. Saat itu, masyarakat Indonesia disugahi tontonan realita yang memukau. Meskipun hanya siaran hitam putih, namun siaran pertama kali televisi di Indonesia itu menjadi momentum yang bersejarah. Sementara puncak ketenaran (booming) televisi di Indonesia sendiri di mulai tahun 1992 ketika RCTI mulai mengudara dengan bantuan decoder (alat pemancar). Saat ini di Indonesia sudah mengudara satu televisi pemerintah yakni TVRI, dan beberapa televisi swasta, antara lain SCTV, MNC, ANTV, Indosiar, Metro TV, Trans TV, Trans 7, TVOne, Global TV, serta televisi lokal seperti JTV, SBO, TV9, dan lain-lain.

2.4.3. Karakteristik Televisi

Ditinjau dari stimulasi alat indra, dalam radio siaran , surat kabar dan majalah hanya satu alat indra yang mendapat stimulus yakni televisi. Dalam Radio siaran menggunakan alat indra pendengaran, sedangkan dalam surat kabar dan majalah menggunakan indra penglihatan. Berikut adalah karakteristik televisi:

1. Audiovisual

Televisi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyiaran lainnya, yakni dapat didengar sekaligus dilihat. Jadi, apabila khalayak radio siaran hanya mendengar kata-kata, musik dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak. Maka dari itu televisi disebut sebagai media massa elektronik audiovisual. Namun demikian, tidak berarti gambar lebih penting dari kata-kata, keduanya harus ada kesesuaian secara harmonis.

2. Berpikir dalam gambar

Ada dua tahap yang dilakukan proses berpikir dalam gambar. Pertama adalah visualisasi yakni menerjemahkan kata-kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Kedua, penggambaran yakni kegiatan merangkai gambar-gambar individual sedemikian rupa sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran jauh lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Peralatan yang digunakan lebih banyak dan untuk mengoperasikannya lebih rumit dan harus dilakukan oleh orang-orang yang terampil dan terlatih.

Namun, setiap media komunikasi memiliki karakteristik yang berbeda. Tidak ada satu media pun yang dapat dipergunakan untuk memenuhi segala macam tujuan komunikasi. Berikut karakteristik televisi menurut Sutisno dalam bukunya “Pedoman Praktis Penulisan Skenario Televisi dan Video”

1. Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia.
2. Dapat menghadirkan objek yang amat kecil/besar, berbahaya, atau yang langka.
3. Menyajikan pengalaman langsung kepada penonton.
4. Dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu
5. Mampu menyajikan unsur warna, gerakan, bunyi, dan proses dengan baik.
6. Dapat mengkoordinasikan pemanfaatan berbagai media lain, seperti film, foto, dan gambar dengan baik.
7. Dapat menyimpan berbagai data, informasi, dan serentak menyebarkannya dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan.
8. Mudah ditonton tanpa perlu menggelapkan ruangan.
9. Membangkitkan perasaan intim atau media personal.

Selain kelebihan dari karakteristik televisi tersebut, media televisi juga mengandung kelemahan, yaitu sebagai berikut :

1. Merupakan media satu arah, hanya mampu menyampaikan pesan, namun tidak bisa menerima umpan balik secara cepat.
2. Layar pesawat penerima yang sempit tidak memberikan keluasaan penonton.
3. Bingkai cahaya (*flash*) dan rangsang kedip cahaya (*flicker*) dapat merusak atau mengganggu penglihatan penonton.
4. Kualitas gambar yang dipancarkan lebih rendah dibandingkan dengan visual yang diproyeksikan (film layar lebar).

Kelebihan dan kekurangan tersebut tidak menjadi persoalan, karena dalam operasionalnya televisi di dukung dua media lain yaitu cetak dan radio. Pada prinsipnya, dalam tugas jurnalistik ketiga media tersebut sama-sama memberikan satu informasi ke masyarakat agar “*well informed*”

2.4.4. Televisi sebagai media massa

Dibandingkan dengan media cetak dan media radio, televisi sebagai media yang belakangan ini muncul menawarkan nilai yang sangat menakjubkan dalam aspek sosial kehidupan manusia. Dengan kemampuannya, televisi dapat menarik perhatian massa, menunjukkan bahwa media telah menguasai jarak geografis dan sosiologis. Televisi merupakan media yang dapat mendominasi komunikasi massa karena memenuhi kebutuhan dan keinginan khalayak. Media ini memiliki keunggulan dibandingkan media massa lainnya, yaitu bersifat audiovisual, menggambarkan realitas, dan menyajikan secara langsung peristiwa yang terjadi di mana pun mereka berada.

Pada dasarnya media televisi merupakan alat atau media massa elektronik yang digunakan oleh pemilik atau pemanfaat untuk memperoleh sejumlah informasi, hiburan, pendidikan dan sebagainya. Sesuai dengan undang – undang penyiaran nomor 24 1997, BAB II pasal 5 berbunyi : “penyiaran mempunyai fungsi sebagai media informasi dan penerangan, pendidikan dan hiburan, yang memperkuat ideology, politik, ekonomi, sosial budaya serta pertahanan dan keamanan”. Banyak acara yang disajikan oleh stasiun Media televisi, diantaranya mengenai sajian kebudayaan bangsa Indonesia, sehingga 5 hal ini dapat menarik minat penontonnya untuk lebih mencintai kebudayaan bangsa sendiri, sebagai salah satu warisan bangsa yang perlu dilestarikan. Dari uraian diatas, dapat dideskripsikan bahwa fungsi media televise secara umum sangat baik karena memiliki fungsi sebagai berikut :

1. Media informasi dan penerangan
2. Media pendidikan dan hiburan
3. Media untuk memperkuat ideology, politik, ekonomi, social budaya
4. Media pertahanan dan keamanan

Fungsi televisi sama dengan fungsi media massa lainnya (surat kabar dan radio siaran), yakni memberi informasi (to inform), mendidik (to educate), menghibur (to entertain) dan mempengaruhi (to persuade).

Hal serupa juga dikatakan oleh Heru Efendy yang menyebutkan fungsi media televisi yakni memiliki tiga fungsi utama menurut Heru Efendy, 2008, yaitu :

1. Fungsi Informasi (*The Information Function*)

Dalam melaksanakan fungsinya sebagai sarana informasi tidak hanya dalam bentuk siaran pandang mata, atau berita yang dibacakan penyiar, dilangkapi gambar-gambar yang faktual, akan tetapi juga menyiarkan bentuk lain seperti ceramah, diskusi dan komentar. Televisi dianggap sebagai media massa yang mampu memuaskan pemirsa dirumah jika dibandingkan dengan media lainnya. Hal ini dikarenakan efek audio dan visual yang memiliki unsur immediacy dan realism. Immediacy, mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yng disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar olah para pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung. Penyiar yang sedang membaca berita, pemuka masyarakat yang sedang membaca pidato atau petinju yang sedang melancarkan pukulannya, tampak dan terdengar oleh pemirsa, seolah-olah mereka berada ditempat peristiwa itu terjadi, meskipun mereka berada dirumah masingmasing jauh dari tempat kejadian, tapi mereka dapat menyaksikan pertandingan dengan jelas dari

jarak yang amat dekat. Lebih-lebih ketika menyaksikan pertandingan sepakbola, misalnya mereka akan dapat melihat wajah seorang penjaga gawang lebih jelas, dibandingkan dengan jika mereka berdiri di tribun sebagai penonton. Realism, yang berarti bahwa stasiun televisi menyiarkan informasinya secara audio dan visual dengan perantara mikrofon dan kamera apa adanya sesuai dengan kenyataan ketika suatu acara ditayangkan secara langsung (Live). Jadi pemirsa langsung dapat melihat dan mendengar sendiri. Bedanya televisi dengan media cetak adalah berita yang disampaikan langsung direkam dan hanya menggunakan sedikit editan untuk mendapatkan inti dari kejadian yang ingin disampaikan, sedangkan bila di media cetak, berita yang sama harus mengalami pengolahan terlebih dahulu oleh wartawan baru kemudian disajikan pada pembaca.

2. Fungsi Pendidikan (*The Education Function*)

Televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak dan disampaikan secara simultan. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat televisi menyiarkan acaranya secara teratur dan terjadwal seperti pelajaran bahasa Indonesia, matematika, dan lainnya. Selain itu televisi juga menyajikan acara pendidikan yang bersifat informal seperti sandiwara, legenda dan lain-lain.

3. Fungsi Hiburan (*The Entertainment Function*)

Dalam negara yang masyarakatnya masih bersifat agraris, fungsi hiburan yang melekat pada televisi siarannya tampaknya lebih dominan. Sebagian besar dari alokasi waktu siaran diisi oleh acara-acara hiburan. Hal ini dapat dimengerti karena pada layar televisi

dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati di rumah-rumah oleh seluruh keluarga, 9 serta dapat dinikmati oleh khalayak yang tidak dimengerti bahasa asing bahkan yang tuna aksara.

2.5. Program Televisi

Program televisi adalah materi yang disiapkan dalam satu format, dengan elemen video yang didukung oleh elemen audio, secara teknis sesuai dengan persyaratan nilai siaran dan sesuai dengan standar estetika dan artistik yang berlaku. 45 stasiun TV menyiarkan berbagai macam program setiap hari. Berbagai jenis program dapat dibagi menjadi dua bagian sesuai dengan jenisnya, yaitu:

1. Program Informasi

Program informasi di televisi, sesuai dengan namanya, memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu penonton terhadap sesuatu hal. Program informasi adalah segala jenis siaran yang bertujuan untuk memberikan tambahan pengetahuan (informasi) kepada khalayak audien. Daya tarik dari program ini ialah informasi dan sekaligus menjadi nilai jual kepada audien. Program informasi tidak selalu berita, tetapi segala bentuk penyajian informasi termasuk *talk show* (perbincangan), misalnya wawancara dengan artis. Program informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu:

a. Berita Keras (*Hard News*)

Berita keras atau *Hard News* adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak *audience* secepatnya. *Hard News* dapat berupa *straight news, features, infotainment*.

b. Berita Lunak (*Soft News*)

Soft news adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Program yang termasuk dalam kategori ini adalah *current affairs*, *magazine*, dokumenter dan *talkshow*.

2. Program Hiburan

Pertunjukan hiburan adalah semua format yang dirancang untuk menghibur penonton dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program hiburan meliputi drama, permainan (*games*), musik, dan pertunjukan. Jika kita berbicara tentang program game, maka program game memiliki subkategorinya sendiri. Program permainan adalah suatu bentuk program yang melibatkan banyak orang, baik secara individu maupun kelompok, saling bersaing untuk mendapatkan atau memperjuangkan sesuatu. Acara ini dirancang untuk menarik penonton dan secara umum dibagi menjadi tiga genre yaitu kuis, kelincahan dan realitas. Acara game biasanya membutuhkan biaya produksi yang relatif rendah, namun menjadi acara TV yang sangat populer. Program permainan dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

a. *Quiz Show*

Quiz Show adalah program permainan yang melibatkan beberapa peserta dengan dipandu oleh seorang pembawa acara yang saling berinteraksi dalam bertanya dan menjawab suatu soal. Pada program permainan ini lebih menekankan pada kemampuan intelektualitas. Permainan ini biasanya melibatkan peserta pada kalangan orang biasa atau kelompok masyarakat, namun terkadang pengelola program dapat menyajikan acara khusus yang melibatkan selebritis.

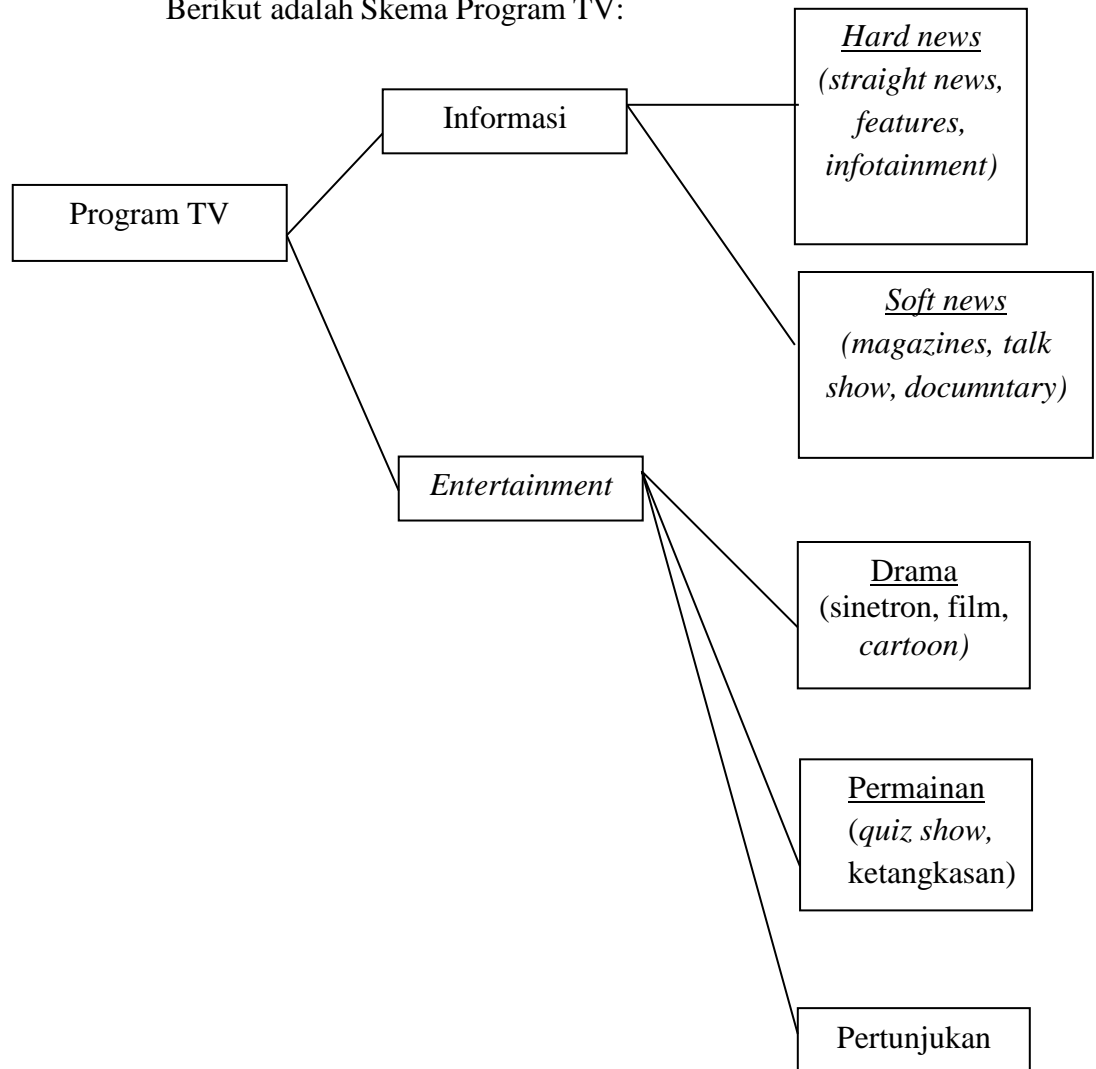
b. Ketangkasan

Pada jenis program ini peserta harus lebih menunjukkan kemampuan fisik atau ketangkasannya untuk melewati suatu halangan atau rintangan atau melakukan suatu permainan yang membutuhkan perhitungan dan strategi. Permainan ini terkadang juga menguji pengetahuan umum peserta.

c. *Reality Show*

Sesuai dengan namanya, maka program ini mencoba menyajikan suatu situasi seperti konflik, persaingan, atau hubungan berdasarkan realitas yang sebenarnya. Dengan kata lain program ini menyajikan suatu keadaan yang nyata (riil) dengan cara yang sealamiah mungkin tanpa rekayasa. Tingkat realitas yang disajikan program reality show ini bermacam-macam.

Berikut adalah Skema Program TV:



Bagan 2. 1 Jenis Program Televisi

2.6. Proses Produksi Program Televisi

Pengertian dasar dari produksi program televisi yaitu merencanakan sebuah produksi program televisi, seorang produser profesional akan diharapkan pada lima hal sekaligus yang memerlukan pemikiran, yaitu materi produksi, sarana produksi (*equipment*), biaya produksi (financial), organisasi pelaksana produksi, dan tahap pelaksanaan produksi. Berikut adalah hal yang perlu diperhatikan dalam memproduksi program televisi, diantaranya:

1. Materi Produksi

Bagi seorang produser, materi produksi dapat berupa apa saja kejadian, pengalaman, hasil karya, benda, binatang, dan manusia merupakan bahan yang dapat diolah menjadi produksi yang bermutu. Suatu kejadian yang istimewa biasanya merupakan materi produksi yang baik untuk program-program dokumentar atau sinetron. Tentu saja kejadian itu masih harus dilengkapi dengan latar belakang kejadian dan hal-hal lain yang perlu untuk menjadikan program itu sebuah program yang utuh. Untuk itu, masih diperlukan riset yang lebih mendalam agar semua data yang bersangkutan-paut dengan materi produksi itu lengkap. Dari hasil riset, muncul gagasan atau ide yang kemudian akan diubah menjadi tema untuk program dokumentar atau sinetron (film televisi). Tema ataupun konsep program kemudian diwujudkan menjadi treatment. Treatment adalah langkah pelaksanaan perwujudan gagasan menjadi program. Dari treatment akan diciptakan script atau langsung dilaksanakan produksi program. Dari sinilah penyempurnaan konsep program dapat dilaksanakan sehingga menghasilkan script atau program yang baik.

2. Sarana Produksi

Sarana produksi adalah sarana yang menjadi penunjang terwujudnya konkret, yaitu hasil produksi. Tentu saja diperlukan kualitas alat standar yang mampu menghasilkan gambar dan suara secara bagus. Ada tiga unit pokok peralatan yang diperlukan sebagai alat produksi yaitu unit peralatan perekam gambar, unit peralatan perekam suara, dan

unit peralatan pencahayaan. Kualitas alat standart dari ketiga unit tersebut menjadi pertimbangan utama seorang produser ketika ia mulai dalam perencanaan produksinya. Selebihnya berfungsi sebagai penunjang peralatan produksi. Seperti alat transportasi untuk produksi luar studio dan unit studio dengan dekorasi untuk produksi dalam studio.

3. Biaya Produksi

Seorang produser harus memikirkan sejauh mana biaya produksi itu untuk memperoleh dukungan *financial* dari suatu pusat produksi atau stasiun televisi.

4. Organisasi Pelaksanaan Produksi

Supaya pelaksanaan shooting dapat berjalan dengan lancar, produser harus memikirkan penyusunan organisasi pelaksanaan produksi yang serapi-rapinya. Dalam hal ini, produser dapat dibantu oleh asisten produser, ia mendampingi sutradara dalam mengendalikan organisasi.

5. Tahap Pelaksanaan Produksi

Tahapan produksi terdiri dari tiga bagian di televisi yang lazim disebut *Standart Operation Procedure* (SOP), yaitu:

a. Pra-produksi (Perencanaan dan Persiapan)

Tahap pra-produksi meliputi tiga bagian, sebagai berikut:

- Penemuan ide

Tahap ini dimulai ketika seorang produser menemukan ide, membuat riset dan menuliskan naskah atau meminta penulis naskah mengembangkan gagasan menjadi naskah sesudah riset.

- Perencanaan

Tahap ini meliputi penetapan jangka waktu kerja (*time schedule*), penyempurnaan naskah, pemilihan artis, alokasi, dan crew. Selain estimasi biaya dan rencana alokasi merupakan bagian dari perencanaan yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti.

- Persiapan

Tahap ini meliputi pemberesan semua kontak, perijinan, dan surat- suratnya. Latihan para artis dan pembuatan setting, meneliti, dan melengkapi peralatan yang diperlukan. Semua persiapan ini paling baik diselesaikan menurut jangka waktu kerja (*time schedule*) yang sudah ditetapkan

b. Produksi (pelaksanaan)

Sesudah perencanaan dan persiapan selesai, pelaksanaan produksi dimulai. Sutradara bekerja sama dengan para artis dan *crew* mencoba mewujudkan apa yang direncanakan dalam kertas dan tulisan (*shooting script*) menjadi gambar, susunan gambar yang dapat bercerita. Selain sutradara, penata cahaya dan suara juga mengatur dan bekerja agar gambar dan suara bisa tayang dengan baik.

c. Pasca-Produksi

Pada pasca produksi memiliki lima langkah utama, yaitu:

- *Editing Offline*

Merupakan *editing* yang menggunakan komputer dengan peralatan khusus untuk *editing*. Tahapan pertama yang harus dilakukan adalah memasukkan seluruh hasil *shoot* (gambar) yang dalam catatan atau logging memperoleh OK, kedalam

hardisk. Proses ini disebut *capturing* atau *digitizing*, yaitu mengubah hasil gambar ke pita menjadi file.

Dalam *editing offline* dengan sistem digital ini, penyusunan tidak harus mengikuti urutan adegan seperti dalam sistem analog. Sesudah tersusun baik maka diurutkan kemudian dipersatukan agar *shoot-shoot* yang sudah disambung dapat dilihat secara utuh, proses ini disebut *render*. Setelah *render*, dapat dilakukan *screening*. Setelah semuanya dirasa memuaskan, boleh dikatakan *editing offline* selesai. Bahan *offline* dalam komputer langsung dibuat *online*.

- *Editing Online*

Editing online dengan teknik digital sebenarnya tinggal penyempurnaan hasil *editing offline* dalam komputer, sekaligus *mixing* dengan musik ilustrasi atau efek gambar dan suara (*sound effect* atau narasi) yang harus dimasukkan.

- *Mixing* (Percampuran Gambar dengan Suara)

Keseimbangan antara *sound effect*, suara asli, suara narasi dan musik harus dibuat sedemikian rupa sehingga tidak saling mengganggu dan terdengar jelas. Sesudah proses *mixing* dan secara menyeluruh produksi juga selesai, biasanya diadakan preview.

2.7. TV Digital Terrestrial

2.7.1. *Analog Switch Off* (ASO)

"Streaming" adalah konsep yang berbeda dari digital. Lantas seperti apa konsep ASO di Indonesia ini? Dalam kebijakan ASO di Indonesia akan menghadirkan TV digital. Televisi digital adalah jenis televisi yang menggunakan sistem modulasi dan kompresi digital untuk menyiarkan sinyal gambar, suara, dan data ke dunia pertelevisian. Modulasi itu sendiri adalah proses perubahan bentuk gelombang periodik sehingga sinyal dapat membawa informasi. TV Digital adalah jenis peralatan televisi yang menggunakan sinyal dalam bentuk yang dapat digunakan untuk menangkap siaran televisi digital, mengembangkan sistem penyiaran analog-ke-digital yang mengubah informasi menjadi sinyal digital, dan mengembangkan sistem penyiaran analog-ke-digital yang mengubah informasi sinyal digital ke dalam bentuk komputer.

Penerimaan sinyal dengan sistem televisi digital dapat dikatakan lebih baik dibandingkan dengan televisi analog. Dengan sistem penerimaan sinyal yang lebih baik tersebut membuat televisi digital memiliki kelebihan yang dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia secara luas, seperti :

- Kualitas gambar yang dihasilkan TV digital membuat siaran gambar yang jernih dan dapat dinikmati menonton acara televisi.
- Mengurangi efek *Doppler* jika menerima siaran TV kondisi bergerak. Ini kerap terjadi pada TV analog sehingga membuat gambar memiliki bayangan pada layar.
- Pengurangan terhadap efek *noise*. Jadi efek *noise* biar direduksi jika menggunakan penerimaan siaran sinyal digital.

- Sinyal digital mampu menampung banyak siaran dalam satu paket, hal ini dikarenakan pemakaian bandwidth pada TV digital. Ini memudahkan ketika mencari program yang akan ditonton dan menjamin kelancaran siaran televisi.

2.7.2. Sistem Siaran TV Digital Terrestrial

Penyiaran televisi digital terrestrial secara umum didefinisikan sebagai pengambilan atau penyimpanan gambar dan suara secara digital, yang pemrosesannya (*encoding-multiplexing*) termasuk proses transmisi, dilakukan secara digital dan kemudian setelah melalui proses pengiriman melalui udara, proses penerimaan (*receiving*) pada pesawat penerima, baik penerimaan tetap di rumah (*fixed reception*) maupun yang bergerak (*mobile reception*) dilakukan secara digital.

Berbeda dengan sistem penyiaran analog, maka dalam sistem penyiaran digital terrestrial, sesuai dengan ketentuan yang tertuang di dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran disebutkan bahwa “Lembaga Penyiaran Swasta jasa penyiaran radio dan jasa penyiaran televisi masing-masing hanya dapat menyelenggarakan 1 (satu) siaran dengan 1 (satu) saluran siaran pada 1 (satu) cakupan wilayah siaran.” [9]. Serta di dalam Penjelasan Pasal 2 ayat (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2005 tentang Penyelenggaraan Lembaga Penyiaran Swasta disebutkan bahwa: “Penyiaran multipleksing adalah penyiaran dengan transmisi 2 (dua) program siaran atau lebih pada 1 (satu) saluran pada saat yang bersamaan.”

Konsekuensinya adalah terdapat 2 (dua) terminologi yang berbeda yaitu “saluran” dan “saluran siaran”. Dari 2 (dua) ketentuan di atas didapatkan definisi dari saluran adalah kanal frekuensi radio dan saluran siaran adalah saluran yang dibutuhkan atau digunakan untuk menyalurkan 1 (satu) program siaran. Dalam sistem penyiaran televisi digital terrestrial,

beberapa program siaran yang disalurkan melalui saluran siaran digabungkan dalam menggunakan sistem multipleksing untuk kemudian dipancarluaskan kepada masyarakat dengan melalui sistem pemancar yang menggunakan 1 (satu) saluran atau 1 (satu) kanal frekuensi radio.

Sehingga secara fungsional, struktur industri penyiaran televisi akan mengalami perubahan. Awalnya sistem penyiaran televisi analog sebuah stasiun televisi menyediakan konten siaran sampai dengan menyediakan infrastruktur baik itu infrastruktur jaringan maupun pemancar.



(Gambar 2.2 Rantai Nilai (*Value Chain*) Bisnis Penyelenggaraan Televisi Digital)

Sumber dalam buku Bersiap Menghadapi ASO 2021

Seperti terlihat pada Gambar 2.2 di atas, Jadi siaran TV analog saat ini berperan sebagai *Content Provider*, *Content Collector* dan *Distribution*, *Multiplexing Provider* dan *Network Provider/Transmission*. Namun untuk sistem penyiaran TV digital, fungsi-fungsi di atas dapat dipisahkan. Semua fungsi di atas memang dapat dilakukan oleh satu badan usaha seperti pada jaman sistem penyiaran TV analog, namun hal ini membutuhkan modal yang sangat besar. Melalui pemisahan ini, berbagai badan usaha dapat lebih fokus pada bidang usahanya masing-masing, dengan harapan masyarakat sebagai penonton siaran TV dapat memperoleh kualitas aplikasi yang lebih baik dan lebih beragam. Selain itu, pemisahan tersebut di atas dilakukan karena beberapa pertimbangan sebagai berikut:

1. Jumlah penyelenggara siaran televisi analog yang ada di sejumlah kota besar di Indonesiasudah sangat banyak, sehingga tidak tersedia

cukup kanal frekuensi radio untuk diberikan kepada masing-masing lembaga penyiaran. Untuk wilayah Jabodetabek yang merupakan satu wilayah aplikasi siaran dalam rencana induk (master plan) frekuensi radio, saat ini terdapat sekitar 24 (dua puluh empat) stasiun TV terdiri dari 1 (satu) TVRI, 10 (sepuluh) stasiun televisi swasta nasional, dan 13 (tiga belas) stasiun televisi lokal.

2. Pasal 20 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran dan Pasal 12 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. 50 Tahun 2005 tentang penyelenggaraan lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran hanya dapat menyelenggarakan 1 (satu) siaran dan 1 (satu) saluran siaran dalam cakupan 1 (satu) wilayah siaran. Peraturan ini tidak mengizinkan penambahan program siaran baru ke penyelenggara penyiaran TV yang sudah ada di bidang aplikasi yang sama, sehingga kelebihan kapasitas multiplexing yang dioperasikan oleh lembaga penyiaran yang ada tidak dapat digunakan sendiri.
3. Pemanfaatan spektrum digital *dividend*, dibutuhkan untuk menggabungkan beberapa program siaran televisi dari beberapa stasiun dalam satu kanal frekuensi radio sehingga tersedia spektrum frekuensi yang bisa dimanfaatkan untuk aplikasi teknologi informasi dan komunikasi lainnya.

Sehingga dengan metode pemisahan seperti tersebut di atas diharapkan model bisnis penyelenggaraan penyiaran televisi digital terestrial di Indonesia adalah seperti pada Gambar 2.3



(Gambar 2.3 Model Bisnis Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital Terrestrial di Indonesia)

Sumber dalam buku Bersiap Menghadapi ASO 2021

Dari diagram blok pada Gambar 2.3 di atas, dapat dijelaskan tentang siapa penyelenggara penyiaran televisi digital terestrial dan apa fungsinya di dalam rantai nilai (value chain) penyelenggaraan penyiaran televisi digital terestrial di Indonesia sebagai berikut:

1. Penyedia Konten, berfungsi sebagai *content provider* atau *content creator* yang memproduksi konten-konten siaran
2. Penyelenggara Program Siaran, berfungsi sebagai *content aggregator* yang menggabungkan konten-konten siaran dari Penyedia Konten dan menyusunnya dengan jadwal tertentu dan berkesinambungan sehingga menjadi suatu program siaran untuk dipancarluaskankan melalui Penyelenggara Multipleksing menggunakan infrastruktur yang disediakan oleh Penyedia Jaringan/ Transmisi.
3. Penyelenggara Multipleksing berfungsi untuk menggabungkan beberapa program siaran dari beberapa Penyelenggara Program Siaran untuk kemudian dipancarluaskan kepada masyarakat melalui infastruktur jaringan dan perangkat transmisi yang disediakan oleh Penyedia Jaringan/ Transmisi.
4. Penyedia Jaringan/ Transmisi/ Fasilitas berfungsi untuk menyediakan infrastruktur jaringan, perangkat transmisi, dan/ atau

menara tower pemancar.

Status stasiun TV analog yang saat ini ada adalah sebagai Penyelenggara Program Siaran. Sehingga stasiun televisi yang saat ini memiliki infrastruktur sendiri dan Izin Stasiun Radio (ISR) tidak perlu memiliki keduanya pada saat penerapan sistem penyiaran televisi digital.

Dengan model bisnis tersebut di atas perlu diatur hubungan kerja antar entitas badan usaha yang menjalankan masing-masing fungsinya untuk menjamin pemancarluasan konten atau program siaran yang bebas masalah dan menjamin kompetisi yang sehat antar penyelenggara. Hubungan Kerja yang perlu diatur antara lain:

1. Penyedia Jaringan/ Transmisi harus menyediakan jangkauan wilayah siaran (*coverage area*) yang diminta oleh Penyelenggara Program Siaran atau Penyelenggara Multipleksing.
2. Penyedia Jaringan/ Transmisi/ Fasilitas diharuskan menyediakan kualitas penghantaran aplikasi penyiaran sesuai kesepakatan yang tertuang di dalam kontrak antara Penyelenggara Jaringan/ Transmisi dan Penyelenggara Multipleksing.
3. Penyedia Jaringan/ Transmisi dan Penyelenggara Multipleksing harus berlaku adil dengan mengenakan biaya sewa jaringan yang sama kepada para Penyelenggara Program Siaran dalam penghantaran aplikasi penyiaran kepada masyarakat. Pemerintah perlu mengatur penerapan harga tertinggi (*ceiling price*) untuk sewa kapasitas saluran, jaringan, dan perangkat transmisi.

2.8. Penelitian Terdahulu

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Digitalisasi Televisi Nasional terhadap Televisi Analog bagi Masyarakat Indonesia” oleh Dian Nabila Kusumah

mahasiswa Universitas Sangga Buana Ypkp Bandung (2021) diperoleh kesimpulan bahwa disini penelitian ini menjurus kedalam masalah strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak media sebagai indsutri utama yang akan terkait langsung dan pemerintah khususnya KOMINFO sebagai wadah penyelenggara agenda ini. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui sejauh mana strategi yang telah dilakukan untuk menyambut ASO ini. Penelitian terdahulu juga digunakan sebagai salah satu sumber rujukan dalam memperluas penelitian ini untuk memperkaya teori yang digunakan untuk mengkaji penelitian yang sedang dilakukan. Pada penelitian yang telah ada sebelumnya, peneliti tidak menemukan judul yang cocok dan spesifik dengan judul peneliti. Namun peneliti berusaha mencari penelitian terdahulu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai judul , terkait, atau masih menjadi subjek, dengan tujuan memperluas teori penelitian dari penelitian ini.

Berikut beberapa jurnal dan judul penelitian yang direkomendasikan oleh peneliti.

1. Arif Wibawa, Subhan Afifi dan Agung Prabowo. (2010) dengan jurnal yang berjudul “Model Bisnis Penyiaran Televisi Digital di Indonesia” dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta. Melakukan penelitian dengan pendekatan *socio-technical approach*. Pendekatan *socio- technical approach* adalah perspektif yang memiliki *framework* sangat baik dalam melakukan investigasi hubungan timbal balik yang terjadi antara aspek teknis dan proses sosial. Pendekatan *socio- teknis* ini sangat luas digunakan dalam mendesain bekerjanya sistem. Sumber data diperoleh melalui penelitian langsung dan dokumen-dokumen yang adaberkaitan dengan keputusan- keputusan pemerintah yang berkaitan dengan penyiaran televisi.
2. Bambang Mudjiyanto, dengan jurnal yang berjudul “Sikap Penyelenggara

Siaran Televisi Terhadap Penyelenggaraan Siaran Televisi Digital” dari BPPKI Jakarta Balitbang SDM KemKominfo. Metode penelitian dilakukan secara kuantitatif melalui survei eksploratif, yaitu mendeskripsikan fenomena sikap penyelenggara terhadap siaran televisi digital. Metode survei ini digunakan untuk mengungkap kesiapan penyelenggara dari perspektif pekerja media TV yang mengoperasikan siaran TV digital. Populasi penelitian ini adalah pekerja media stasiun radio dan televisi di Jakarta.

3. Marwiyati, Ade Wahyudin, dengan jurnal yang berjudul “Implementasi Sistem Siaran Televisi Digital di LPP TVRI Stasiun Jawa Tengah” dari Program Studi Manajemen Teknik Studio Produksi, Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dimana dilakukan dengan pendekatan studi kasus di LPP TVRI Stasiun Jawa Tengah. Data penelitian didapatkan dengan melakukan observasi secara langsung terhadap LPP TVRI Stasiun Jawa Tengah dan wawancara dengan pihak yang terkait dengan pelaksanaan TV Digital. Materi data yang dibahas meliputi kemajuan implementasi penyiaran TV digital, kebijakan, strategi dan teknologi TV digital.
4. Budi Agus Setianingsih dan Azhar Kasim dengan judul “Peran Desain Kebijakan: Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia” dari fakultas ekonomi ilmu administrasi, Universitas Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan studi pustaka. Metode penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif dari tinjauan literatur dan sintesis penelitian sebelumnya untuk memperkuat basis pengetahuan.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Nama dan Lokasi/Tempat Penelitian	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian yang Dilakukan
<p>Model Bisnis Penyiaran Televisi Digital di Indonesia</p>	<p>Arif Wibawa, Subhan Afifi dan Agung Prabowo / TVRI</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan <i>socio-technical approach</i>. Pendekatan <i>socio-technical approach</i> adalah perspektif yang memiliki <i>framework</i> sangat baik dalam melakukan investigasi hubungan timbal balik yang terjadi antara aspek teknis dan proses sosial. Pendekatan</p>	<p>Hasil penelitian ini menemukan bahwa model bisnis harus mempertimbangkan daya dukung ekonomi masyarakat local yang pada gilirannya akan berpengaruh pada iklan sebagai sumber daya hidup stasiun televisi</p>	<p>Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Arif Wibawa, Subhan Afifi dan Agung Prabowo yaitu mengupas tentang model bisnis televisi digital di Indonesia yang harus mempertimbangkan daya dukung ekonomi lokal</p>

		<p>sosio-teknis ini sangat luas digunakan dalam mendesain bekerjanya sistem. Pendekatan ini membantu dalam menjelaskan interaksi antara artefak sosial dan artefak teknik</p>		<p>Indonesia sementara peneliti membahas tentang strategi komunikasi yang dilakukan untuk sosialisasi televisi digital.</p>
<p>Sikap Penyelenggara Siaran Televisi Terhadap Penyelenggaraan Siaran Televisi Digital</p>	<p>Bambang Mudjiyanto, melalui survey 100 responden kepada penyelenggara televisi dan masyarakat Indonesia</p>	<p>Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui survey yang bersifat eksploratif yakni membuat deskripsi tentang fenomena sikap penyelenggara terkait siaran televisi digital.</p>	<p>Hasil responden terhadap penelitian tersebut cenderung lebih banyak setuju pada empat dimensi, yaitu dimensi : kendala penyelenggaraan penyiaran televisi digital; potensi penyelenggaraan siaran televisi digital; arah penyelenggaraan penyiaran siaran televisi digital</p>	<p>Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Bambang Mudjiyanto, lebih kepada menitik beratkan kesiapan laju program televisi digital oleh penyelenggara televisi digital dan kesiapan masyarakat</p>

			bergerak; dan penyelenggaraan siaran televisi digital; Sementara sikap terkait dimensi ‘kesiapan masyarakat dan industri menghadapi migrasi analog ke digital’ responden lebih banyak bersikap netral.	untuk menyambut televisi digital sementara membahas tentang sosialisasi yang dilakukan untuk menyambut ASO sudah sejauh mana.
Implementasi Sistem Siaran Televisi Digital di LPP TVRI Stasiun Jawa Tengah.	Marwiyati, Ade Wahyudin di LPP TVRI Stasiun Jawa Tengah.	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara.	Hasil penelitian LPP TVRI Stasiun Jawa Tengah mendapatkan subsidi infrastruktur yang berupa pemancar atau transmisi digital pada tahun 2013 dari Menkominfo dengan type UHF BT-ESA (DVB-T2), Merk RS dengan kekuatan pancar 5KW. LPP TVRI Stasiun Jawa Tengah	Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Marwiyati dan Ade Wahyudin dengan judul peneliti adalah gambaran pelaksanaan system penyiaran televisi digital di LPP TVRI Stasiun Jawa Tengah dengan judul peneliti yang

			<p>sebagai penyedia infrastruktur dalam system siaran televise digital sangat mendukung dan sudah menyatakan siap untuk beralih ke system digital. Hasil uji coba siaran digital belum bisa menjangkau semua wilayah masyarakat Jawa Tengah karena terkendala infrasutruktur dan SDM</p>	<p>mengupas tentang sejauh mana sosialisasi televisi digital untuk menyambut ASO ini.</p>
<p>Peran Desain Kebijakan Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia</p>	<p>Budi Agus setianingsih dan Azhar Kasim, Melakukan penelitian dengan penelusuran terhadap berbagai sumber data sekunder yang kemudian</p>	<p>Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi literature.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan digitalisasi penyiaran televisi seharusnya dirumuskan secara holistik dan implementasin ya melibatkan dukungan dari para pemangku</p>	<p>Perbandingan penelitian yang dilakukan oleh Budi Agus setianingsih dan Azhar Kasim lebih kepada menitik beratkan bagaimana proses kebijakan</p>

	<p>diolah untuk di deskripsikan kedalam bentuk studi literatur dan melakukan analisis data yang didasarkan pada teori desain kebijakan oleh Birkland (2015) yang difokuskan pada empat elemen desain kebijakan, yaitu tujuan, teori kausal, instrumen, dan proses implementasi kebijakan</p>		<p>kepentingan. Desain kebijakan digitalisasi penyiaran televisi belum diimbangi dengan pemetaan teori kausal yang komprehensif sehingga instrumen dan proses implementasi kebijakan belum sepenuhnya dipersiapkan untuk membangun industri penyiaran dan masyarakat untuk beralih ke televisi digital.</p>	<p>digitalisasi penyiaran televisi Indonesia dengan focus pada persiapan untuk beralih kepada penyiaran televisi digital, sementara peneliti mengambil pada sudut pandang yang berbeda dimana strategi komunikasi yang dilakukan untuk menyambut peralihan penyiaran televisi dari analog ke digital terhadap masyarakat umum Indonesia.</p>
--	--	--	---	--

2.9. Kerangka Pemikiran

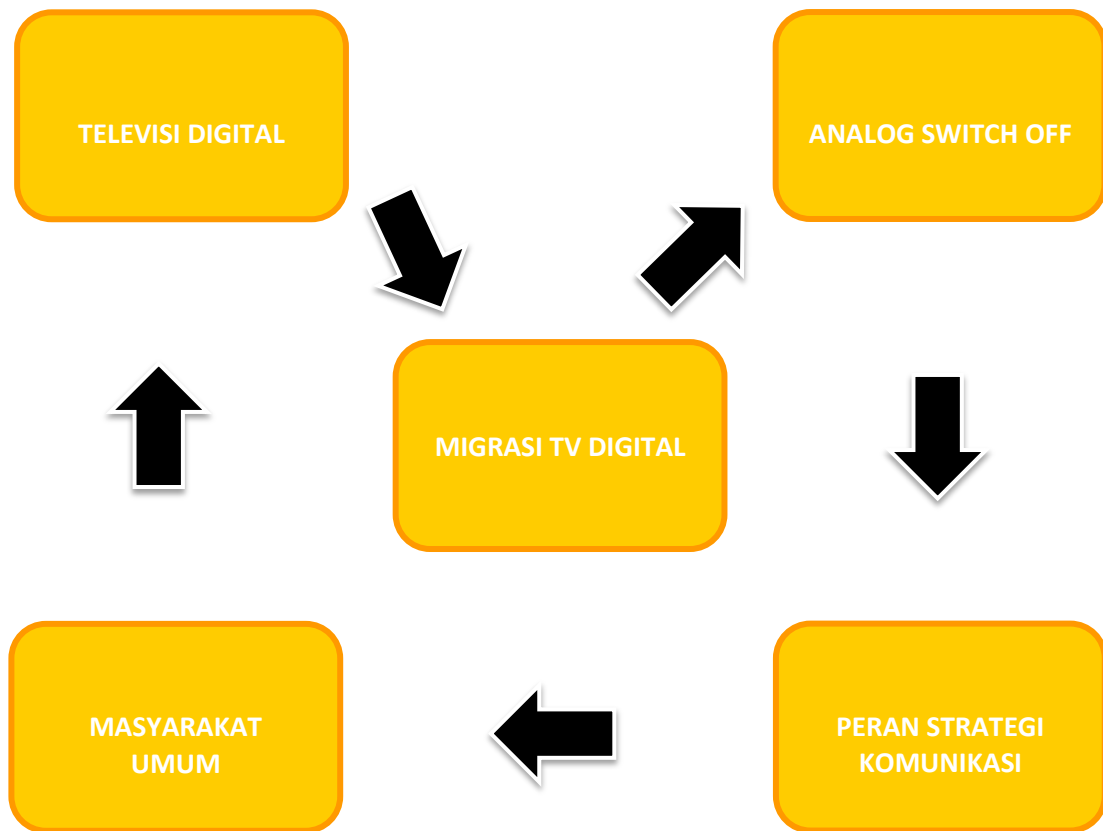
Menurut Sugiyono (2017: 60), Kerangka pemikiran adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai isu penting.

Menurut (Nawawi, 2001: 40), Kerangka pemikiran adalah hasil berpikir rasional, yaitu suatu pernyataan kritis yang dapat memprediksi hasil penelitian yang diperoleh dan mengarahkan penelitian pada perumusan hipotesis.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2021 tentang Pos, Telekomunikasi dan Penyiaran (PP Postelsiar), pada Pasal 72 angka 8 menyatakan bahwa migrasi penyiaran teresterial teknologi analog ke digital atau dikenal dengan ASO harus diselesaikan paling lambat dua tahun sejak diundangkan. Dengan begitu, maka migrasi TV analog ke digital itu paling lambat terjadi pada 2 November 2022.

Maka demikian keputusan pemerintah dalam agenda menyambut ASO ini, para pelaku industri televisi yang masih bersiaran dengan frekuensi analog harus segera berpindah melalui jaringan digital dengan begitu masyarakat Indonesia juga harus dilibatkan karena bukan tanpa alasan merekalah yang akan menjadi audiens atau pemirsa televisi.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti ingin mengetahui sejauhmana peran strategi yang dilakukan oleh pemerintah dan asosiasi televisi digital untuk memaparkan agenda ASO atau migrasi televisi analog kepada saluran frekuensi televisi digital.



Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Hasil Modifikasi Penelitian dari Rangkaian yang akan diuraikan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2016:9) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *post-positivisme* digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif manusia merupakan instrumen penelitian dan hasil penulisannya berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Menurut Nazir (1988: 63) metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Menurut Rukajat, (2018:1) Ciri-ciri deskriptif bukan hanya menggambarkan mengenai situasi atau kejadian, tetapi juga menerangkan hubungan, menguji, hipotesa-hipotesa, membuat prediksi serta mendapatkan arti

dan implikasi dari suatu masalah yang ingin dipecahkan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, penelitian tersebut dapat dikatakan deskriptif karena bertujuan memperoleh pemaparan yang objektif.

Menurut Boghdan & Biklen (1975), penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan sikap orang-orang yang diamati. Menurut David Williams (1995), penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan menggunakan metode ilmiah dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alami. (masukan daftar pustaka)

Prinsip penelitian kualitatif bersifat naturalistik atau alamiah. Disebut naturalistik karena situasi lapangan penelitian bersifat “natural” atau wajar, sebagaimana adanya, tanpa dimanipulasi, diatur dengan eksperimen atau test. Dasar pemikiran digunakannya metode ini karena peneliti ingin mengetahui tentang fenomena yang ada dan dalam kondisi yang alamiah, bukan dalam kondisi terkendali, labolatoris atau eksperimen. Dengan demikian hasil dari penelitian ini dilakukan senatural mungkin pada objek peneliti dan di samping itu, karena peneliti perlu untuk langsung terjun ke lapangan bersama objek penelitian sehingga jenis penelitian kualitatif deskriptif kiranya lebih tepat untuk digunakan.

3.2 Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Pengertian subjek & objek penelitian menurut Sugiyono (2013:32) adalah sebagai berikut: “subjek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel

tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.”

2. Objek penelitian

Sedangkan menurut Iwan Satibi (2011:74) adalah sebagai berikut :

“Objek penelitian secara umum akan memetakan atau menggambarkan wilayah penelitian atau sasaran penelitian secara komperhensif, yang meliputi karakteristik wilayah, sejarah perkembangan, struktur organisasi, tugas pokok dan fungsi lain-lain sesuai dengan pemetaan wilayah penelitian yang dimaksud.”

Subjek dari penelitian ini yaitu narsumber yang bersangkutan dalam penelitian ini seperti KPID Jabar sebagai lembaga yang mewadahi seluruh industri penyiaran di Jawa Barat. Sedangkan objek dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi yang dilakukan untuk mengetahui sudah sejauh mana sosialisasi terhadap agenda yang akan dilakukan terkait migrasinya siaran televisi analog menuju siaran televisi digital atau ASO.

3.3 Informan Kunci

Dalam penelitian ini data yang digunakan bersifat kualitatif yakni untuk mengetahui sosialisasi yang digunakan sudah sejauh mana untuk menyambut agenda migrasinya siaran televisi analog menuju siaran televisi digital atau ASO. Sumber data diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui beberapa teknik yaitu, dengan wawancara yang mendalam terhadap koordinator bidang kelembagaan di KPID Jabar yaitu Bapak Roni Tabroni yang akan diwawancari untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan sudah sejauh mana terkait permasalahan yang akan dieliti oleh peneliti terhadap agenda ASO ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014, hlm. 224) “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Teknik pengumpulan data merupakan langkah-langkah dalam memperoleh data penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1. Observasi

Widoyoko (2014: 46) Observasi adalah “pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam gejala yang diteliti”. Sugiyono (2014: 145) “Pengamatan adalah proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.”

Peneliti melakukan pengamatan melalui tayangan iklan tentang Analog Switch Off dan *champaign* diinternet tentang Analog Switch Off.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dimana penyelidik mengumpulkan data dengan jalan komunikasi langsung dengan subyek, penyelidik baik dalam situasi yang sebenarnya. Dalam penelitian ini narasumber yang diwawancarai adalah: dari pihak asosiasi terkait, pelaku media digital televisi dan media analog televisi dan masyarakat umum.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dari buku-buku yang relevan dengan masalah penelitian, dokumen-dokumen, arsip-arsip, catatan-catatan yang berhubungan dengan obyek penelitian. Menurut pandangan Arikunto (2006:231),

“metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar”. Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan mempelajari sumber informasi dengan berupa dokumen-dokumen kominfo tentang penyiaran televisi.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diarahkan untuk menjawab rumusan masalah yang bersifat kualitatif. Menurut Sugiyono (2017:243) Data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus-menerus sampai datanya jenuh. Menurut Nasution (1998) dalam Sugiyono (2017:244) analisa telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai peneliti hasil penelitian. Analisa data pada penelitian kualitatif lebih difokuskan selama proses di lapangan bersama dengan pengumpulan data.

Analisis data merupakan bagian terpenting dalam metode ilmiah karena dengan analisis data dapat berguna dalam pemecahan masalah penelitian. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif (Miles dan Huberman, 1992:16-20) yang prosesnya meliputi :

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah bagian dari analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sehingga simpulan penelitian dapat dilakukan. *Data Content analysis* Wawancara Dokumen/arsip Informan Data Wawancara Informan 1 Informan2 Informan 3.

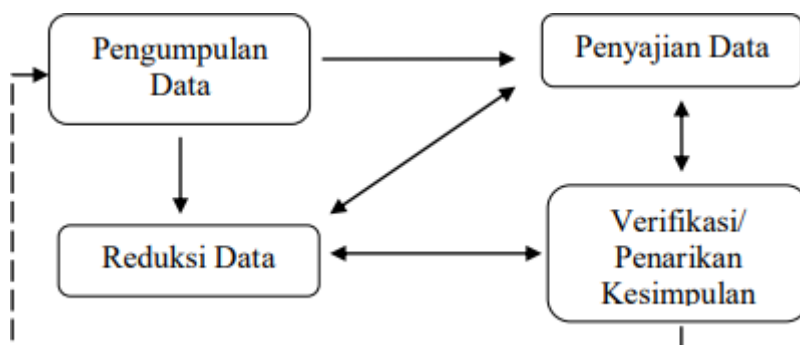
2. Sajian Data

Sajian data atau bisa juga disebut sebagai representasi data adalah kumpulan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis sehingga ketika dibaca mudah dipahami sesuai apa yang terjadi, dan memungkinkan peneliti untuk melakukan sesuatu tentang analisis atau tindakan lain berdasarkan pemahaman itu. Penyajian data ini mengacu pada rumusan masalah yang telah dirumuskan sebagai pertanyaan penelitian, sehingga narasi yang disajikan merupakan gambaran rinci tentang kondisi di mana menceritakan pertanyaan dan menjawab pertanyaan.

3. Penarikan simpulan dan verifikasi

Setelah memperoleh data, peneliti mencoba menarik kesimpulan dari data yang diperoleh. Selama proses penelitian, kesimpulan dapat diverifikasi dengan mengumpulkan data baru untuk memperjelas bahwa kesimpulan yang diambil memang masuk akal.

Tahapan analisis data model interaktif tersebut merupakan serangkaian interaksi yang bersifat siklus. Adapun proses analisis data dengan model interaktif ini digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3.3 Model Analisis Data Interaktif (Miles dan Huberman,1992:20)

Berdasarkan gambar tersebut, setelah data dikumpulkan langkah selanjutnya adalah melakukan reduksi data atau meringkas data, menyingkirkan data yang dianggap tidak perlu dan mengelompokan data sesuai dengan tema. Setelah data direduksi kemudian data disajikan secara urut sesuai tema serta dilakukan verifikasi antar data yang sesuai yang selanjutnya diambil simpulan. Proses pengumpulan data, reduksi data, sajian data serta penarikan simpulan/verifikasi tersebut dilakukan terus menerus selama proses penelitian berlangsung untuk mendapatkan kesimpulan yang lebih mantap atas pokok bahasan yang diteliti.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2017:267) kriteria utama dalam hasil penelitian kualitatif adalah valid, reliable dan subjektif. Data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara dua data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Terdapat dua macam validitas penelitian, yaitu validasi internal dan validasi eksternal.

Validasi internal mengacu pada tingkat akurasi suatu desain penelitian dengan hasil . Validasi eksternal mengacu pada tingkat akurasi mengenai apakah hasil studi dapat digeneralisasikan atau apakah sampel dapat diterapkan pada populasi yang diekstraksi.

Menurut Moleong (2005), uji reliabilitas digunakan untuk menilai keaslian temuan kualitatif. Keandalan menunjukkan ketika peserta mengungkapkan bahwa catatan studisebenarnya sebagai pengalamannya sendiri. Reliabilitas menunjukkan reliabilitas data dari hasil penelitian kualitatif. Beberapa pengujian diperlukan untuk memvalidasi data dalam penelitian kualitatif. Penelitian menggunakan uji reliabilitas (verifikasi internal) atau uji reliabilitas atas temuan.

Triangulasi Data, Pemeriksaan Keandalan Triangulasi didefinisikan sebagai

pengecekan data dari sumber pada waktu yang berbeda dengan cara yang berbeda. Peneliti melakukan triangulasi data menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik dan wawancara. Triangulasi terbagi tiga yaitu:

1. Triangulasi sumber adalah untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dengan cara menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.
2. Triangulasi teknik adalah untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Sebagaimana diketahui, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara, observasi, dan survei. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang tepat dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu, peneliti bisa menggunakan dari metode-metode tersebut. Peneliti dapat menggabungkan metode wawancara bebas dan wawancara terstruktur. Peneliti dapat juga menggunakan wawancara dan observasi atau pengamatan untuk mengecek kebenarannya. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Karena itu, triangulasi tahap ini dilakukan jika data atau

informasi yang diperoleh dari subjek atau informan penelitian diragukan kebenarannya.

3. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara mewawancarai, mengamati, atau sebaliknya mengkonfirmasi pada berbagai waktu dan situasi. Data dapat berubah dari waktu ke waktu dan keadaan, sehingga kebenaran data dapat diverifikasi dengan mengamati dan meninjau wawancara berulang kali hingga peneliti menemukan kepastian tentang tujuan awal. Dengan triangulasi waktu, sudah jelas bahwa variabel perbandingannya adalah waktu. Jadi, peneliti akan melengkapi data dan juga mengecek validitasnya berdasarkan waktu. Contohnya peneliti akan *crosscheck* pada waktu yang berbeda memastikan apakah data yang didapat itu berubah atau tidak.

Selain triangulasi data untuk menguji keabsahan data, peneliti juga melakukan verifikasi reliabilitas data dengan menggunakan referensi dan member check. Bahan acuannya adalah adanya pendukung untuk membuktikan data yang ditemukan peneliti. member check adalah proses dimana peneliti memvalidasi data yang mereka terima dari penyedia data mereka. Periksa tujuan dan keanggotaan agar informasi yang diberikan oleh sumber data diketahui valid dan dapat diandalkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan analisis dan pembahasan untuk mengetahui Analisis Strategi Komunikasi KPID Jawa Barat Dalam menyosialisasikan Agenda ASO. Dalam kegiatan ini peneliti akan membahas tentang sudah seberapa jauh kegiatan sosialisasi ini dilakukan. Strategi komunikasi ini meliputi perencanaan apa saja yang akan dilakukan, implementasi apa dalam kegiatan sosialisasi ini dan evaluasi.

Selanjutnya untuk menjawab apa yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini, maka dilakukan analisis dengan melakukan wawancara yang dilakukan pada informan. Penelitian ini menggunakan dua informan inti dan informan pendukung, dimana peneliti menggunakan cara yang sama yaitu dengan menggunakan teknik wawancara yang mendalam.

4.1 Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Lembaga

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) adalah sebuah lembaga independen di Indonesia yang kedudukannya setingkat dengan lembaga negara lainnya yang berfungsi sebagai regulator penyelenggaraan penyiaran di Indonesia. Komisi ini berdiri sejak tahun 2002 berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. KPI terdiri atas Lembaga Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan KPID Jawa Barat yang bekerja di wilayah setingkat Provinsi. Wewenang dan lingkup tugas Komisi Penyiaran meliputi pengaturan penyiaran yang diselenggarakan oleh Lembaga Penyiaran Publik, Lembaga Penyiaran Swasta, dan Lembaga Penyiaran Komunitas.

Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), yang lahir atas amanat Undang-

undang Nomor 32 Tahun 2002, terdiri atas KPI Pusat dan KPI Daerah (tingkat provinsi). Anggota KPI Pusat (9 orang) dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat dan KPI Daerah (7 orang) dipilih oleh Dewan Perwakilan Rakyat Daerah. Selain itu, anggaran program kerja KPI Pusat dibiayai oleh APBN (Anggaran Pendapatan Belanja Negara) dan KPI Daerah dibiayai oleh APBD (Anggaran Pendapatan Belanja Daerah).

Dalam pelaksanaan tugasnya, KPI dibantu oleh sekretariat tingkat eselon II yang stafnya terdiri dari staf pegawai negeri sipil serta staf profesional non PNS. KPI merupakan wujud dari peran masyarakat serta berfungsi mewadahi aspirasi dan mewakili kepentingan masyarakat akan penyiaran yang harus mengembangkan program-program kerja hingga akhir kerja dengan selalu memperhatikan tujuan yang diamanatkan Undang-undang Nomor 32 tahun 2002 Pasal 3:

"Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integrasi nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertaqwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil, dan sejahtera, serta menumbuhkan industri penyiaran Indonesia."

Untuk mencapai tujuan tersebut organisasi KPI dibagi menjadi tiga bidang, yaitu bidang kelembagaan, struktur penyiaran dan pengawasan isi siaran. Bidang kelembagaan menangani persoalan hubungan antar kelembagaan KPI, koordinasi KPID serta pengembangan kelembagaan KPI. Bidang struktur penyiaran bertugas menangani perizinan, industri dan bisnis penyiaran. Sedangkan dalam bidang pengawasan isi siaran ini KPI menangani pemantauan isi siaran, pengaduan masyarakat, advokasi dan literasi media.

Mekanisme pembentukan KPI dan rekrutmen anggota yang diatur oleh Undang-undang nomor 32 tahun 2002 akan menjamin bahwa pengaturan sistem penyiaran di Indonesia akan dikelola secara partisipatif, transparan, akuntabel sehingga menjamin independensi KPI.

4.1.2 Deskripsi Geografis Lembaga

Kantor Komisi Penyiaran Daerah Jawa Barat terletak pada wilayah Bandung Tengah tidak jauh dari pusat pemerintahan kota yaitu beralamat di jalan Malabar, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40262

4.1.3 Profil Umum Lembaga

Nama Perusahaan : Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID)

Provinsi Jawa Barat

Alamat : Jl. Malabar, Malabar, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat

Kode Pos : 40262

Instagram : kpidjabar

Twitter : kpidjabar1

Youtube : KPID JABAR

Website : kpid.jabarprov.go.id

4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

Terwujudnya Lembaga Penyiaran Juara Lahir Batin untuk kemanfaatan dan kesejahteraan masyarakat Jawa Barat.

2. Misi

- Meningkatkan silaturahmi dengan berbagai stakeholder untuk penguatan KPID Jawa Barat.
- Mendorong lembaga siaran menghasilkan konten sehat, positif dan inspiratif, demi menjaga mata dan telinga masyarakat Jawa Barat.
- Memperdayakan masyarakat untuk membangun kemandirian informasi berupa pengawasan dan pembuatan konten berbasis warga.
- Meningkatkan kapasitas SDM penyiaran di Jawa Barat.

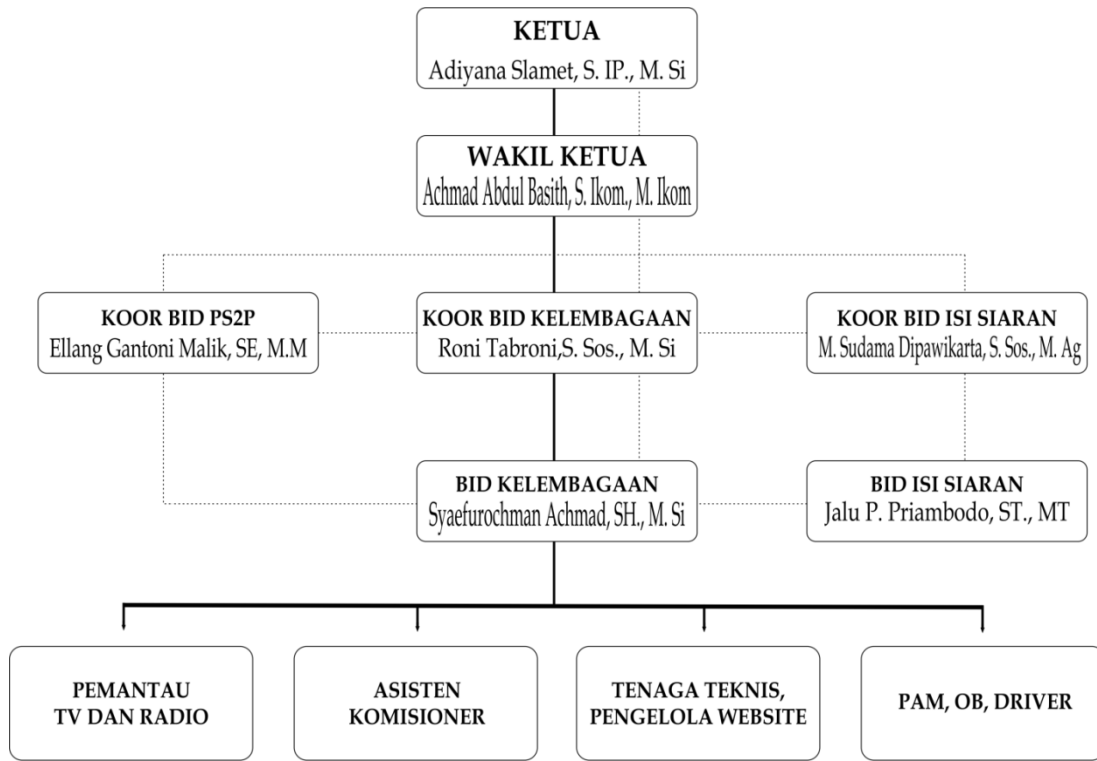


Gambar 4.1 logo KPID Jabar

Sumber : arip pribadi KPID Jabar

4.1.5 Struktur Organisasi Lembaga

Setiap perusahaan pasti memiliki struktur organisasi, struktur ini dikembangkan untuk menetapkan bagaimana bisnis beroperasi dan membantu usaha dalam mencapai tujuannya untuk memungkinkan pertumbuhan di masa depan. Struktur diilustrasikan menggunakan bagan organisasi.



Tabel 4.1 struktur kelembagaan KPID Jabar

Sumber : arsip pribadi KPID Jabar

4.2 Hasil Penelitian

Data hasil penelitian diperoleh dari teknik observasi, wawancara dan dokumentasi langsung ke lokasi yang menjadi tempat penelitian. Wawancara dilakukan terhadap dua informan yang dianggap representative terhadap objek masalah dalam penelitian.

Kedua informan tersebut merupakan informan inti dan informan pendukung yang menjadi perwakilan dari objek masalah dalam penelitian. Yang pertama merupakan koordinator bidang kelembagaan dari Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Provinsi Jawa Barat yaitu Bapak Roni Tabroni, S. Sos., M. Si dan yang kedua yaitu sebagai sumber informan pendukung dari

penelitian ini yaitu Bapak Cikal Rosyayuda selaku dari perwakilan keanggotaan dari Asosiasi yang menaungi penyiaran digital ini adalah Asosiasi Televisi Siaran Digital Indonesia (ATSDI). Adapun karakteristik informan dijelaskan sebagai berikut:

Wawancara dilakukan terhadap Kedua Narasumber (Informan)

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1	Roni Tabroni, S. Sos., M. Si	Koordinator bidang kelembagaan dari Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Provinsi Jawa Barat	Informan
2	Cikal Rosyayuda	Perwakilan keanggotaan dari ATSDI	Informan

Tabel 4.2 Tabel Informan

Sumber: Olahan Peneliti (2022)

4.2.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Peneliti akan menguraikan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di KPID Jawa Barat khususnya dalam strategi sosialisasi tentang perubahan sistem penyiaran dari analog ke sistem penyiaran digital, dimana peneliti mengangkat judul Strategi Komunikasi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Dalam menyosialisasikan Agenda ASO di Jawa Barat.

Untuk sumber informan inti wawancara dilakukan secara tatap muka di kantor KPID Jawa Barat di jalan Malabar kota Bandung langsung dengan koordinator bidang kelembagaan yaitu Bapak Roni Tabroni, S. Sos., M. Si yang memiliki kaitannya langsung dengan kegiatan sosialisasi tentang sistem atau mekanisme cara penggunaan dari televisi digital ini guna akan lebih relevan terhadap penelitian yang akan diteliti oleh peneliti ini. Dari pertanyaan yang akan ditanyakan oleh peneliti serta sumber informasi

terbaru tentang kesiapannya warga Jawa Barat untuk menyambut sistem penyiaran digital ini. Kemudian informan kedua yang merupakan informan pendukung yaitu Bapak Cikal Rosyayuda perwakilan dari keanggotaan Asosiasi Televisi Digital Indonesia (ATSDI) yang merupakan satu-satunya asosiasi yang berfokus pada penyiaran digital ini. Peneliti membutuhkan informasi pelengkap seperti dari Asosiasi Televisi Digital Indonesia (ATSDI) untuk mendapatkan sudut pandang baru terkait objek yang akan diteliti karena bukan tanpa alasan Asosiasi Televisi Digital Indonesia (ATSDI) ini selalu paling terdepan untuk segera melancarkan suksesnya agenda dari ASO ini, yaitu bermigrasinya sistem penyiaran televisi Indonesia yang semula bersiaran melalui frekuensi analog kini beralih menjadi sistem penyiaran yang digital.

Wawancara dengan informan ahli bersama Bapak Roni Tabroni, S. Sos., M. Si selaku koordinator bidang kelembagaan yang dilakukan pada tanggal 18 April di kantor KPID Provinsi Jawa Barat jalan Malabar Bandung. Sedangkan wawancara dengan informan pendukung bersama Bapak Cikal Rosyayuda dilaksanakan pada tanggal 22 April 2022 di kantor Inspira TV di jalan Parakan Saat kota Bandung.

4.2.2 Strategi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat

Peneliti melakukan proses wawancara dan dokumentasi untuk memperoleh data mengenai Strategi Komunikasi dalam sosialisasi mengenai ASO atau bermigrasinya sistem penyiaran televisi yang semula menggunakan frekuensi analog yang dibantu dengan perangkat antenna, kini berubah menjadi sistem penyiaran digital yang hanya menggunakan set top box yaitu perangkat yang menerima jaringan televisi digital. Dalam wawancaranya bidang kelembagaan dari KPID Jawa Barat mengatakan bahwa:

“Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa saluran yang pertama saluran media yang rutin ke TV radio yaitu sifatnya talkshow kemudian ada yang langsung ke masyarakat, desa-desa, ada yang lewat ormas, komunitas, kampus-kampus dan sekolah. Termasuk juga event-event lain seperti kegiatan press conference. Kalau sudah press conference berarti semua media bukan hanya 7 radio tapi juga online & cetak kita libatkan.”

Dalam agenda ini KPID Jawa Barat tidak sendiri dalam melakukan sosialisasinya, mereka selalu menggandeng Kominfo sebagai *partner* dalam setiap kegiatan-kegiatannya. Hal itu untuk meyakinkan masyarakat juga bahwa agenda ini merupakan kegiatan yang serempak dilakukan di seluruh Indonesia. Perencanaan dalam strategi yang dilakukan tentu saja KPID Jawa Barat mengobservasi terlebih dahulu siapa saja yang akan menjadi target sasaran dalam kegiatan sosialisasi ini. Dalam perencanaan yang dilakukan juga KPID Jawa Barat ingin mengimplementasikan kegiatan ini tepat sasaran. Oleh karena itu didalamnya juga Kominfo memiliki tanggung jawab penuh terhadap keberlangsungan perubahan siaran televisi digital ini.

“Iya, selama ini kita kolaborasi terus. Untuk yang di daerah, kita selalu melibatkan Kominfo. Mau di kampus, masyarakat, dimanapun kita selalu mengajak Kominfo baik secara fisik maupun daring selalu hadir. Contohnya kemarin di Cirebon selama 2 hari Kominfo hadir terus. Selalu berkolaborasi dengan Kominfo juga komisi 1 (dewan mitra kerja).”

Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G Plate menargetkan ASO ini harus segera rampung selambat-lambatnya tanggal 2 November 2022. Karena itu pemerintah pusat baik dari KOMINFO dan KPI selalu berkolaborasi dalam hal sosialisasi ini. Ada beberapa tahapan menuju ASO total. Skemanya yakni dari wilayah pesisiran Indonesia hingga final nanti di Jakarta dan kota-kota besar

“2 November itu secara nasional tahap akhir, sudah pasti mau tidak mau, dari sisi TV juga warga harus sudah siap. Tapi kan ada 3 tahap pelaksanaannya berdasarkan *permen 11 2020: Tahap 1, di 30 April ada 12 daerah yang akan ASO. Tahap 2, di 25 Agustus. Tahap 3, 2 November sudah semuanya.

Tapi jangan dianggap nanti ASO 2 November, karena di 12 daerah yaitu Garut, Tasik, Priangan Timur, kemudian wilayah 3 dan Cianjur, nanti tanggal 1 Mei sudah berganti menjadi TV digital, sudah ASO, karena mereka tahap pertama.”

KPID Jawa Barat bersama mitra kerjanya KOMINFO terus menerus menggenjot dalam rencana kerja program inisiatif ini. Sosialisasi yang diberikanpun tidak bosan-bosannya mengenai perubahan sistem siaran dari televisi analog menjadi sistem siaran digital yang bisa kita sebut sebagai ASO. Nampak kegiatan ini mereka lakukan dengan serius dilihat dari target yang ditentukan yaitu sudah tidak lama yakni 2 November 2022, maka KPID Jawa Barat terus melakukan sosialisasi biak itu mengunjungi media lokal daerah ataupun datang langsung kepada masyarakat. Sampai penelitian ini dilakukan, mereka terus genjar melakukan penyuluhan-penyuluhan ke desa-desa

“Iya, jadi sambil menunggu waktu KPID terus gencar ke masyarakat khususnya di wilayah yang akan terdampak oleh tahap pertama ini. Akan digempur di 2 daerah yaitu Cirebon dan Kuningan. Kalau Priangan Timur sudah di awal tahun, Tasik, Ciamis, Pangandaran, Cianjur juga sudah.”

Bagi sebagian masyarakat desa pelosok yang telah mengetahui kabar ini memang mereka sedikit mengeluhkan, karena keterbatasan informasi dan media mereka hanya bisa menunggu pergerakan dari pemerintah atau lembaga terkait untuk mengupayakan permasalahan ini selesai. Dan ini tentu menjadi tantangan yang pasti akan dihadapi oleh KPID

Jawa Barat. Dengan hadirnya program inisiatif dari mereka hal tersebut sedikit demi sedikit teratasi. Saya sebagai peneliti memastikan permasalahan tersebut bisa teratasi karena hal yang dikhawatirkan adalah setelah ASO ini sudah ketuk palu pada tahap akhir, tidak ada kesenjangan akan informasi antara masyarakat perkotaan dan pedesaan. Dan kekhawatiran tersebut terjawab oleh coordinator bagian kelembagaan KPID Provinsi Jawa Barat, beliau memaparkan :

“Iya tetap berjalan saja. Kalau ada kendala, kita laporkan ke pusat dan memfasilitasi. Kalau KPID bisa dan berwenang, KPID akan lakukan. Tapi karena alatnya ada disana, dan punya kewenangan juga mereka (pemerintah pusat), kita hanya menyampaikan aspirasi warga dan membantu”

4.2.3 Program dan Implementasi yang dilakukan KPID Jawa Barat

Dalam kegiatannya Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat juga tidak hanya berfokus pada sosialisasi melalui media saja, baik itu media televisi dan radio atau bahkan melalui iklan di media sosial tapi, menyeimbangkan juga dengan kegiatan sosialisasi langsung. Salah satunya dengan penyuluhan on the spot, seperti dalam wawancara yang dijelaskan bahwa kegiatan penyuluhan on the spot ini datang langsung ke wilayah desa-desa yang jangkauannya termasuk kedalam pelosok daerah. Memang hal seperti itu harus dilakukan karena mengingat masyarakat dari desa seperti ini untuk mengandalkan sosialisasi dalam media saja itu terbatas. Untuk mendapatkan informasi seperti ini dirasa presentase yang didapat hanya sekitar 40 persen saja. Mengapa? Tentu dalam era serba teknologi ini kecanggihan media sosial sangat diandalkan bahkan menjadi patokan untuk beberapa kota besar tapi tidak untuk wilayah desa yang secara letak geografis termasuk kedalam wilayah pelosok desa. Dengan kecepatan internet yang terbatas

masyarakatnya saja sudah pasti hanya mendalkan informasi dari media televisi saja dan bahkan mungkin radio hanya sekian persen dari pemirsa televisi.

Dalam kegiatan penyuluhan on the spot ini ada poin penting yang bisa dilakukan secara langsung yang mana dengan menggunakan sosialisasi melalui media lainnya itu terbatas, yaitu melakukan demonstrasi atau simulasi tata cara menggunakan set top box. Disana masyarakat akan dapat memahami secara langsung bagaimana cara menikmati siaran televisi digital seperti yang dikemukakan oleh narasumber :

“Turun langsung sudah pasti kita itu sampai ke pelosok-pelosok langsung terjun. Yang dilakukan itu:

Pertama, sosialisasi ASO. Memperkenalkan dan menjelaskan kepada masyarakat termasuk ormas.

Kedua, simulasi ASO. Lebih kepada pemasangan STB (set-up box) supaya mereka lebih tahu cara pemasangannya di TV seperti apa.

Ketiga, supaya mereka tahu perubahan gambar juga suara sebelum dan setelah dipasang STB. Masyarakat bisa langsung melihat dan merasakan perubahannya”

Beliau menambahkan bahwa penyuluhan seperti ini penting dilakukan kepada masyarakat desa yang terpelosok agar hal seperti ini dapat dijadikan sebuah data untuk yang dapat terbaca oleh pemerintah pusat mengingat peralihan sistem penyiaran televisi digital ini sebentar lagi akan segera rampung, menjadikan sebuah acuan bahwa masyarakat Jawa Barat sudah siap untuk menyambut televisi digital.



Gambar 4.2 dokumentasi sosialisasi ke desa-desa

sumber : instagram kpid jabar



Gambar 4.3 dokumentasi sosialisasi ke desa-desa

sumber : instagram kpid jabar

Selain melakukan sosialisasi secara langsung KPID Jawa Barat juga memanfaatkan media sebagai senjata utama mereka untuk melancarkan sosialisasi ini, juga literasi langsung kepada mahasiswa di kampus-kampus besar Jawa Barat.



Gambar 4.4 dokumentasi sosialisasi bersama tvri jabar

sumber : instagram kpid jabar



Gambar 4.5 dokumentasi sosialisasi bersama rri bandung

sumber : instagram kpid jaba

Ketiga, ada masyarakat yang tahu, mau beli, namun tidak memiliki uang.

Jadi secara peralihan, mereka ini menanggapi ASO secara positif dan siap. Tetapi itu tadi, ada beberapa kendala yang harus dijawab oleh pemerintah dan televisi.”

Dalam perbincangan saya sebagai peneliti dengan narasumber dari bidang kelembagaan KPID Jawa Barat bahwa dalam sosialisasinya selalu menghadapi hambatan-hambatan yang sifatnya tidak bisa diprediksikan. Namun terlebih dari itu KPID dalam usahanya untuk melancarkan agenda ASO ini selalu menjadikan evaluasi dan mengadakan rapat koordinasi bersama KPI pusat dan Kominfo untuk selalu berkolaborasi dalam agenda kerjanya. Mereka mengatakan hal seperti ini merupakan bagian dari proses yang selalu dihadapi, edukasi terhadap seluruh elemen masyarakat memberikan sebuah informasi dimulai dari cara menggunakan Set Top Box (STB) perangkat utama untuk menangkap jaringan digital dari instalasi sampai cara penggunaan.

Sosialisasi ini merupakan bagian dari program inisiatif KPID Jawa Barat karena setelah berita ini muncul bahwa akan ada perubahan sistem siar televisi yang biasa masyarakat menyaksikan televisi itu hanya cukup dengan antenna yang dipasang, namun hal ini sedikit berbeda dengan sistem siar multiplexing siaran digital. Masyarakat Jawa Barat khususnya sedikit ragu dan keberatan dengan sistem penyiaran televisi yang baru ini, dan alasan KPID menyebutkan ini sebagai program inisiatif adalah untuk meyakinkan warga Jawa Barat bahwa dengan kehadiran tv digital ini mereka tidak merasa dirugikan sama sekali. Kehadiran tv digital ini justru akan membuat dampak percepatan-percepatan teknologi kita akan semakin berkembang, contohnya hal ini berkaitan langsung yaitu dengan sistem jaringan internet 5G yang akan hadir semakin merata, justru hal ini berdampak pada kecepatan internet kita yang akan semakin stabil secara menyeluruh.

Dalam wawancaranya saya sebagai peneliti mendapatkan fakta terbaru, karena selama ini saya sebagai peneliti mengangkat judul penelitian ini karena perubahan sistem siaran televisi, adanya ASO, masuk era tv digital adalah merupakan bagian dari KPI Pusat dan KOMINFO namun ternyata agenda ini semua seluruhnya tanggung jawab dari KOMINFO, KPI pusat berserta KPID hanya sebatas mengawasi agar rencana ini rampung secepatnya dan terlaksana sesuai dengan target.

“Yang pertama mengenai blank spot atau *terestria, kita sudah mendatangi beberapa Pemda yang area blank spotnya tinggi seperti Majalengka, Tasik dan Garut. Yang kita minta adalah, mereka mengirimkan surat kepada Kominfo (Bapak Bakti) kita sudah berkomunikasi dengan Bakti untuk menyelesaikan persoalan itu dan posisi KPID hanya membantu, tidak ada kewenangan dalam konteks ASO. Nah, kenapa KPID Jawa Barat aktif, karena KPID Jawa Barat ingin memastikan ASO ini tidak merugikan masyarakat Jawa Barat, jadi disebutnya program inisiatif. Karena sebetulnya ini kewajiban pemerintah dan kewajiban dari pemegang multiplexing untuk mendirikan tower-tower baru. Dan selama ini belum terjamah sehingga kami hadir memfasilitasi Pemda dengan Kominfo.

Yang kedua, permasalahan STB untuk mereka yang belum tahu tapi punya uang, kami selalu menyosialisasikan untuk secepatnya membeli STB. Jangan nunggu mepet, harus beli dari sekarang, kenapa? Selain lebih cepat menikmati siaran digital juga channelnya lebih banyak, kalau nanti sudah mepet harganya pasti akan naik.

Yang ketiga, untuk masalah masyarakat yang ingin beli STB tapi tidak ada uang berarti itu masyarakat belum sejahtera. Kita selalu koordinasi dengan Kominfo untuk membagikan STB kepada masyarakat yang tidak sejahtera tadi dengan kriteria tertentu, karena datanya sudah dipegang. Kita meminta untuk secepatnya membagikan STB, jangan ditunda-tunda supaya masyarakat bisa cepat menikmati.”

Jika dilihat dari sudut pandang bisnis, maka tentu saja hal ini akan menyebabkan dampak bisnis yang terjadi, dalam sosialisasinya KPI dan

Kominfo juga tidak serta merta target sosialisasi ini hanya untuk masyarakat Indonesia saja khususnya Jawa Barat. Lebih dari itu para pelaku tv analog dan tv komunitas ini ikut juga dalam target sosialisasi ini, namun sesuai pada porsinya masing-masing, jika masyarakat ditargetkan sebagai pengguna atau penikmat tv yang akan berdampak pada cara penggunaannya, ini ditargetkan sebagai pelaku industrinya.

“Semua TV wajib, jadi nanti wajib pindah ke digital. Sehingga TV-TV komunitas yang ada di kampus semuanya terberangus mati. Karena nanti tidak ada lagi sinyal teresial yang analog sudah tidak ada. Oleh karena itu mulai dari TV nasional, TV berjaringan, TV lokal, TV komunitas semuanya pindah ke digital. Nah ketika semua ke digital, ada resiko semuanya mempunyai peluang yang sama. Oleh karena itu nanti dari sisi bisnis bisa jadi menjanjikan karena nanti TV yang di Jakarta dan daerah sama persaingannya. Tinggal nanti bagaimana TV-TV digital daerah bisa menayangkan konten-konten yang bisa mengayomi warga lokalnya.”

Wacana perubahan siaran televisi dari analog ke digital jika kita melihat ke belakang justru hal ini sudah dalam perumusan rencana kegiatan Kominfo. Memang bisa dibilang alot, kita sudah tertinggal oleh negara tetangga yang dari dulu sudah melakukan ASO. Polemik ini ada sangkut pautnya dengan Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) yang mengesahkan rancangan undang-undang cipta kerja menjadi undang-undang. Undang-undang tersebut banyak mengandung prokontra salah satunya yakni pengalihan TV analog menjadi TV terrestrial digital atau yang kita kenal dengan tv digital. Mengingat selama ini peran televisi di media sangatlah krusial. Televisi dianggap sebagai suatu media yang sangat berjasa dalam penyampaian informasi, yang memberitakan tentang konflik di seluruh negara, menyajikan berbagai isu politik, ekonomi dan sosial. Oleh karenanya televisi juga bisa mempengaruhi opini masyarakat sebagai sarana menyalurkan atau menerima informasi secara menyeluruh.

Melihat seberapa pentingnya televisi dari dulu hingga sekarang tentunya harus mengalami revolusi dalam dunia penyiaran agar tayangan televisi menjadi tayangan yang lebih baik dari sebelumnya. Seperti yang kita ketahui semua bahwa selama ini Indonesia hanya memiliki TV analog yang dimana TV analog ini sinyal yang dipancarkan masih kurang layak bagi daerah Indonesia perbatasan dengan negara lain. Faktanya seperti wilayah Sumatera dan Kalimantan Barat lebih sering menonton televisi siaran Singapura dan Malaysia. Hal ini tentunya memunculkan keresahan munculnya radikalisme karena pesan yang disampaikan oleh media televisi mampu menyebarkan ideologi bangsa secara masif dan luas.

Oleh karenanya pemerintah dan DPR mengesahkan RUU Cipta Kerja menjadi undang-undang dalam Sidang Paripurna pada hari senin 5 Oktober 2020 dalam pasal 60 A ayat 2 UU Cipta Kerja yang berisikan tentang migrasi televisi analog ke televisi digital dan harus diselesaikan paling lambat dua tahun sejak undang-undang ini berlaku. Seperti yang sudah dijelaskan oleh Johnny G Plate selaku Menteri Komunikasi dan Informatika memaparkan bahwa “migrasi digital ini bisa mengejar ketertinggalan Indonesia dari negara Asean di bidang siaran televisi digital. Selain itu menurutnya migrasi digital ini juga akan menghemat pita frekuensi sehingga bisa dialokasikan untuk pemanfaatan lain seperti rancangan jaringan 5G karna layanan 5G di Indonesia akan optimal sehingga mampu mendorong peningkatan ekonomi nasional dan menciptakan lapangan kerja baru di era industri 4.0 seperti saat ini hingga pada akhirnya transformasi digital di Indonesia adalah transformasi digital yang berdaya saing dan adaptif terhadap perkembangan teknologi”.

Sebetulnya revolusi media televisi di Indonesia ini memang sangatlah baik agar semua masyarakat Indonesia bisa mendapatkan hak yang sama di berbagai pelosok daerah saat menerima informasi melalui televisi secara jernih dan tanpa adanya gangguan sinyal. Namun masih banyak

masyarakat yang masih belum mengerti dan belum siap pengalihan televisi analog ke televisi digital. Hal ini masih bisa dimaklumkan dan untuk meminimalisir kemungkinan berita hoax mengenai revolusi siaran televisi ini alangkah baiknya pemerintah mengingatkan dan menjelaskan pengalihan televisi analog ke digital di tayangan televisi saat ini sesering mungkin agar semua orang paham dan tau berita ini secara jelas.

“Jadi sebenarnya, dulu Indonesia sudah siap untuk bermigrasi, kendalanya.

Pertama, belum ada payung hukum. Payung hukum ini baru ada di tahun 2020.

Kedua, ada proses tarik menarik, antara pemerintah dan pengusaha media TV, jadi perlu waktu yang cukup panjang. Tapi diluar konteks itu, kalau regulasinya sudah ada, para pengusaha pasti ikut. Dan selama ini sebelum tahun 2020 memang tidak ada regulasi yang memaksa Indonesia melakukan migrasi. Nah, setelah ada ciptaker di pasal 60A disebutkan cluster penyiaran, baru kita melakukan ASO yang ditetapkan pada tanggal 2 November 2020 dan harus berlaku 2 tahun setelah itu berarti 2 November 2022. Dulu tidak ada regulasinya, dan sekarang sudah ada.”

Sejak tanggal 30 April 2022 lalu sudah dilakukan tahap pertama ASO ada 5 kategori wilayah Jawa Barat yang sudah merasakan ASO ini 5 wilayah tersebut adalah :

Jawa Barat 2	Jawa Barat 3	Jawa Barat 4	Jawa Barat 7	Jawa Barat 8
Kabupaten Garut	Kabupaten Cirebon	Kabupaten Ciamis	Kabupaten Cianjur	Kabupaten Majalengka
	Kabupaten Kuningan	Kabupaten Pangandaran		Kabupaten Sumedang
	Kota Cirebon	Kabupaten Tasikmalaya		
		Kota Banjar		
		Kota Tasikmalaya		

Tabel 4.3 Tabel persebaran peta wilayah Analog Switch Off Sumber: KPID Jabar (2022)

Dan pada hasil evaluasi di tahap pertama mereka menyampaikan bahwa masyarakat ini sebetulnya sudah menunggu dan menyambut baik tentang perubahan sistem penyiaran ini. Yang dikhawatirkan mereka bagi masyarakat adalah karena keterbatasan informasi dan mereka benar-benar buta akan apa yang harus disiapkan untuk menikmati siaran televisi digital ini.

Hadirnya program insiatif yang digagas oleh KPID Provinsi Jawa Barat ini sangat membantu bagi mereka yang membutuhkan informasi seperti ini. Dalam kegiatannya saat ini fokus kepada sosialisasi tentang perubahan sistem siaran televisi digital. Mereka terus melakukan penyuluhan-penyuluhan baik melalui media massa atau datang langsung kepada masyarakat desa, melakukan demonstrasi cara penggunaan Set Top Box (STB) yang merupakan alat utama untuk menangkap frekuensi jaringan digital memastikan pemberian informasi kepada masyarakat Jawa Barat ini telah terpenuhi sampai pada tahap akhir yaitu

tahap ketiga yang akan jatuh pada tanggal 2 November 2022.

“Iya sebetulnya mereka tinggal menunggu, karena mereka tidak ada yang dirugikan karena ketika itu bermigrasi mereka akan menerima siaran yang lebih bagus, channel lebih banyak, kualitas suara lebih bagus. Tinggal kita sosialisasi terus supaya mereka tahu.”

Dari sekian pemaparan yang telah dijelaskan oleh koordinator bidang kelembagaan KPID Jawa Barat, saya sebagai peneliti menanyakan pertanyaan terakhir seperti harapan apa yang ingin dicita-citakan oleh KPID sebagai lembaga independen pemerintah yang bertugas untuk mengawal setiap konten penyiaran tidak hanya televisi, konten siaran radiopun tidak luput dari pantauan KPID.

“Kembali ke konten, mau itu analog atau digital secara konten siaran mereka positif untuk masyarakat. Kualitas gambar, kualitas suara, kualitas teknologi lebih bagus harus berbanding lurus dengan kualitas siaran sehingga masyarakat semakin banyak menonton TV juga semakin banyak dapat hal positif. Karena, pertanggung jawaban KPID berkaitan dengan penyelamatan warga dari konten yang tidak baik“

Sebagai yang memiliki tanggung jawab penuh dan mengawal asupan konten yang positif dari industri penyiaran baik itu televisi dan radio, KPID memiliki harapan bahwa akan perubahan terhadap migrasinya siaran televisi analog ke digital ini masyarakat Jawa Barat khususnya sebagai dari objek penelitian ini menerima asupan konten-konten yang positif dan informative karena media adalah sebagai modal utama untuk penyampaian informasi. Ketika ada saja informasi yang menyimpang, maka itu akan merusak polapikir masyarakat. Hal yang mendasar itu akan merubah terhadap perilaku dan kehidupannya sehari-hari. Seperti yang dikutip dalam buku *Awas Tayangan Televisi* (2008) oleh E. B. Surbakti, televisi memberikan kontribusi terhadap kemajuan pengetahuan masyarakat. Namun juga memberikan dampak kemerosotan nilai-nilai kehidupan.

Televisi dapat memberikan pengaruh positif berupa munculnya kreativitas. Beberapa siaran televisi yang sifatnya mendidik bisa menambah kreativitas seseorang, selain itu konten tayangan yang mendidik dapat menjadi metode pembelajaran di rumah bagi anak. Adapun hal-hal yang diawasi oleh KPID sebagai lembaga yang mengawasi konten isi siaran salah satunya adegan kekerasan yang dapat menimbulkan efek yang serius karena hal tersebut sangat mudah untuk ditiru oleh anak dibawah umur. Hal tersebut yang menjadi concern KPID untuk menjalankan tugasnya.

Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh KPID Jawa Barat ini merupakan strategi komunikasi sosialisasi yang bersifat massif mereka melakukan ini dengan cara memanfaatkan dari segala aspek baik itu melalui media massa televisi dan radio lalu mengadakan acara webinar yang mengundang mahasiswa dari seluruh kampus besar di Jawa Barat, memberikan sebuah literasi tentang migrasinya siaran televisi analog ke digital dan penyuluhan yang bersifat datang langsung menemui masyarakat desa pelosok yang kurang memiliki akses terbuka seperti internet. Sampai penelitian ini ditulis mereka masih terus gencar melakukan kegiatan tersebut. Jadi bisa dibilang program kerja yang disebut Program Inisiatif oleh KPID Jawa Barat ini benar-benar mengejar target sampai tahap akhir ASO dilakukan yang akan jatuh pada tanggal 2 November 2022 semua masyarakat Jawa Barat sudah tidak ketinggalan informasi mengenai hal ini jadi mereka sudah dapat dipastikan siap untuk perubahan sistem siaran tv digital.

Informan pendukung merupakan orang yang dapat memberikan informasi tambahan untuk pelengkap analisis dan pembahasan dalam sebuah penelitian kualitatif.

Informan pendukung untuk penelitian ini saya sebagai peneliti akan mewawancarari anggota aktif dari Asosiasi Televisi Siaran Digital Indonesia (ATSDI) yang menaungi seluruh media televisi digital. Informan pendukung ini bernama Cikal Rosyayuda. Alasan saya untuk menggali informasi dari

beliau selain untuk menambahkan informasi dari penelitian ini, ATSDI juga merupakan asosiasi yang selalu terdepan untuk merampungkan agenda migrasi televisi analog ke televisi digital ini.

Sejak awal dibentuk asosiasi ini memfokuskan pada proses transformasi sistem penyiaran televisi dari analog ke digital, mereka terus mengawal proses kegiatan ini dari wacana sebelum diformulakan bagaimana teknis proses ASO ini sampai pada tahap akhir. Lokasi pada saat melakukan wawancara ini di kantor Inspira TV jalan Parakan Saat no. 50. Selain menjadi anggota aktif di asosiasi beliau juga merupakan crew salah satu televisi yang sudah bersiaran secara digital.

“Pada saat ketuk palu oleh pemerintah pusat mulainya proses migrasi siaran televisi analog ke digital ini dilakukan, kami sebagai asosiasi terus berkomunikasi dan melakukan kolaborasi bersama dengan KPI pusat dan daerah untuk melancarkan agenda ini. Kami melakukan supporting system yang menunjang proses sosialisasi ini”

ATSDI dengan gencar melakukan persiapan untuk menyambut proses ini. Beberapa kesempatan pula melakukan kolaborasi bersama dengan KPID seperti mengadakan webinar pada kalangan mahasiswa untuk memberikan informasi tentang perubahan sistem ini.

“Ini merupakan babak baru bagi wajah pertelevisian, karena kita sudah tertinggal jauh oleh negara tetangga yang sudah bersiaran secara digital. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPID Provinsi Jawa Barat merupakan program inisiatif yang patut kita apresiasi, mereka memfokuskan agenda kerja mereka pada kegiatan ini. Meskipun tanggung jawab penuh untuk mencapai keberhasilan ini ada pada tangan pemerintah pusat seperti KOMINFO”



Gambar 4.7 Wawancara dengan Cikal Rosyayuda

Sumber : diambil oleh penulis

4.3 Pembahasan

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pedoman teori dari (Effendy, 2015: 32) Semua perkembangan di suatu bidang saat ini membutuhkan strategi komunikasi, dan keberhasilan komunikasi sangat tergantung pada strategi komunikasi. Strategi komunikasi merupakan perpaduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*management communication*) dalam mencapai tujuannya. Untuk mencapai hal tersebut, strategi komunikasi harus menunjukkan taktik operasionalnya, yaitu pendekatan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung pada situasi dan kondisi.

Dalam hal ini strategi komunikasi meliputi perencanaan (*planning*), implementasi (*implementation*) dan evaluasi (*evaluation*).

- Perencanaan (*planning*)
Perencanaan adalah proses deterministic ke mana harus pergi dengan menentukan kondisi apa yang seharusnya sampai di sana

dengan cara yang paling efisien dan efektif, dengan kata lain, perencanaan sebagai norma pengaturan tujuan yang ingin dicapai, antara lain mencapai tujuan itu. Dalam strategi komunikasi perencanaan ini merupakan suatu kegiatan yang merujuk kepada landasan apa yang akan digunakan serta pemilihan dalam pendekatan penyampaian pesan kepada komunikan.

- Implementasi (*implementation*)

Implementasi komunikasi yang efektif adalah dimana aplikasi berinteraksi untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dalam setiap interaksi atau transaksi yang ada di antara mereka untuk menciptakan rasa saling pengertian.

- Evaluasi (*evaluation*)

Evaluasi dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan berupa hambatan dan segala kemungkinan risiko yang dihadapi. Sebuah evaluasi keseluruhan kinerja organisasi diperlukan. Salah satunya adalah mengevaluasi pelaksanaan program komunikasi. Output realisasi diharapkan mencapai target dan menjangkau sasaran khalayak secara tepat dan efektif. Evaluasi yang dapat dilakukan dengan menggunakan audit komunikasi. Audit komunikasi adalah alat yang digunakan untuk menilai efektivitas sistem komunikasi internal dan eksternal. Fokus utamanya adalah pada penilaian sistem komunikasi, seperti penilaian kualitas dan arus informasi yang terjadi dalam suatu organisasi.

Hal ini selaras dengan apa yang dilakukan oleh KPID Jawa Barat dalam melakukan sosialisasinya terhadap agenda ASO seperti perencanaan dalam programnya yang dinamakan Program Inisiatif pada agenda kerjanya, pemilihan

media dalam menyosialisasikan kegiatan ini dan pendekatan apa saja yang dilakukan oleh KPID Jawa Barat untuk melancarkan strategi komunikasinya agar tepat sasaran dan berjalan lancar. Meskipun dalam sosialisasi ini belum sepenuhnya selesai, sampai penelitian ini ditulispun KPID Jawa Barat masih terus melakukan kegiatan sosialisasi tentang ASO. Akan tetapi peneliti berhasil mengumpulkan hasil data yang diperoleh selama KPID Jawa Barat menyosialisasikan ASO yang terhimpun dalam observasi dan wawancara secara mendalam.

Dari hasil wawancara bersama informan inti dan informan pendukung terdapat beberapa informasi yang didapat yaitu:

4.3.1 Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Barat menggunakan konsep strategi komunikasi yang bersifat massif dan merata dalam menyosialisasikan agenda *Analog Switch Off* (ASO) kepada seluruh masyarakat Jawa Barat.

Sosialisasi dalam arti luas merupakan suatu proses interaksi dan pembelajaran yang dilakukan seseorang sejak ia lahir hingga akhir hayatnya di dalam suatu budaya masyarakat. Konteks ini dibagi menjadi dua pengertian, sosialisasi dalam arti sempit adalah proses pembelajaran yang dilakukan individu dalam mengenal lingkungan sekitarnya, baik lingkungan fisik maupun sosial. Jadi secara umum, sosialisasi merupakan suatu proses belajar atau penanaman nilai, kebiasaan, dan aturan dalam bertingkah laku di masyarakat dari satu generasi ke generasi lainnya sesuai dengan peran dan status sosial masing-masing di dalam kelompok masyarakat. Melalui proses sosialisasi ini seseorang dapat memahami dan menjalankan hak dan kewajibannya berdasarkan peran status masing-masing sesuai budaya masyarakat. Seperti halnya yang dilakukan oleh KPID Jawa Barat ini mereka mengenalkan sesuatu hal yang baru dalam kebiasaan yang sudah dilakukan oleh masyarakat pada sebelumnya. Mereka

menyosialisasikan terhadap sistem penyiaran televisi yang baru, ini jelas mendobrak kebiasaan lama masyarakat saat ingin menyaksikan sebuah tayangan televisi. Seperti yang kita ketahui perubahan ini sudah lama direncanakan pemerintah pusat menamakan agenda ini ASO dimana seluruh stasiun televisi baik itu nasional atau lokal daerah akan mematikan saluran frekuensinya dan berganti menjadi sistem jaringan digital yang kini kita ketahui sebagai televisi digital.

Proses strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPID Jawa Barat yang menarik perhatian saya sebagai peneliti untuk menelisik lebih jauh sudah sejauh mana kegiatan atau program-program yang dilakukannya, hal ini yang akan menjadi faktor penentu kesiapan masyarakat Jawa Barat untuk siap menyambut televisi Digital. Tentu saja rentetan proses yang panjang bagi KPID Provinsi Jawa Barat untuk melakukan sosialisasi ini, mereka melakukan konsep sosialisasi yang serentak dilakukan secara terus menerus. Sosialisasi yang dilakukan dibagi menjadi tiga metode yaitu :

1. Dilakukan secara on air yakni menjadi narasumber di berbagai program televisi dan radio. Hal ini dilakukan untuk menyasar segmentasi masyarakat perkotaan yang masih aktif menonton televisi dan mendengarkan radio, berharap dengan adanya informasi ini masyarakat dapat memahami tentang perubahan sistem siaran televisi yang baru.
2. Dilakukan secara online yakni mengadakan webinar berkerja sama dengan kampus-kampus besar di Jawa Barat dengan harapan dilakukannya kegiatan ini akan memberikan informasi kepada mahasiswa yang sudah tidak aktif menonton televisi dan mendengarkan radio. Pendekatan ini juga mahasiswa dapat

bertanya langsung kepada narasumber terkait perubahan sistem televisi ini.

3. Dan yang terakhir dilakukan secara langsung, yang dimaksud langsung disini adalah mereka melakukan sosialisasi ini dengan cara mendatangi ke lokasi-lokasi yang dituju. Tahapan ini dilakukan guna untuk menjangkau masyarakat pelosok desa yang memiliki akses terbatas terhadap penggunaan internet dan minimnya masyarakat menonton televisi dan mendengarkan radio sebagai sumber informasi. Pada tahap yang terakhir ini KPID Provinsi Jawa Barat benar-benar memastikan kepada seluruh elemen masyarakat Jawa Barat bahwa mereka sudah siap untuk menyambut ASO ini.

Pada kegiatan yang telah disebutkan berikut semuanya merupakan bagian dari program kerja yang dinamakan Program Inisiatif yang dilakukan oleh KPID Provinsi Jawa Barat, ini semua dilakukan karena KPID mendukung dengan agenda pemerintah tentang perubahan sistem penyiaran televisi yang semula analog gini menjadi digital. Alasan melakukan ini adalah KPID menyambut baik tentang perencanaan perubahan sistem siaran televisi yang dicanangkan oleh pemerintah pusat KOMINFO selain mendukung penuh perubahan sistem ini, juga merupakan sebuah kemajuan teknologi untuk Indonesia di era sekarang.

Seperti yang dikatakan Effendy (2011), strategi komunikasi adalah perencanaan yang efektif dalam penyampaian pesan sehingga mudah dipahami oleh komunikan dan bisa menerima apa yang telah disampaikan sehingga bisa mengubah sikap atau perilaku seseorang. Hal tersebut selaras dengan apa yang dilakukan oleh KPID provinsi Jawa Barat saat ini dalam

program kerjanya yang menyusun “Program Inisiatif” berfokus pada proses perihal sosialisasi ASO dan mendemonstrasikan Set Top Box kepada masyarakat Jawa Barat agar bisa menyaksikan sebuah tayangan televisi digital.

Namun ada yang menarik dalam penelitian ini, saya sebagai peneliti mewawancarai secara mendalam tentang proses ASO kepada Koordinator bidang kelembagaan dari Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Provinsi Jawa Barat mengatakan bahwa agenda ini tidaklah sepenuhnya tanggung jawab oleh KPID. Justru agenda ini sepenuhnya ada pada tanggung jawab pemerintah pusat yaitu KOMINFO yang memiliki wewenang penuh terhadap perubahan sistem penyiaran ini. Akan tetapi KPID menyambut dengan baik terhadap perubahan ini maka KPID men-support untuk sosialisasi ini demi kelancaran yang diharapkan kita semua. Hal yang dikhawatirkan justru ketika strategi komunikasi tidak berjalan, tidak sesuai dengan kaidah-kaidah teori yang telah dijelaskan dalam teori seperti yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell “who says what in wich chanel to whom with what effect”. ”who?” siapakah komunikatornya?, “says what?” pesan apa yang di sampaikan ?, “in wich chanel?” media apa yang digunakan?, “to whom?” siapa komunikannya?, “with what effect?” efek apa yang diharapkan?. Maka akan terjadi sebuah kesenjangan informasi di masyarakat Jawa Barat. Adapun yang harus diperhatikan demi kelancaran sebuah proses strategi komunikasi yaitu :

A. Mengenal Khalayak

Untuk mencapai hasil yang positif dalam proses komunikasi, maka seorang komunikator harus menciptakan persamaan kepentingan dengan khalayak terutama dalam pesan, metode dan media. Untuk mempersamakan kepentingan tersebut maka seorang komunikator harus mengerti dan memahami terhadap pola pikir (*frame of reference*) dan pengalaman lapangan

(*field of experience*) khalayak secara tepat. Hal pertama yang harus dimengerti dari khalayak adalah kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak seperti:

1. Pengetahuan khalayak mengenai pokok permasalahan.
 2. Pengetahuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan.
 3. Pengetahuan khalayak terutama perbendaharaan kata yang digunakan.
- Kedua, pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma dalam kelompok itu berbeda, ketiga situasi kelompok di mana itu berada.

B. Menentukan Tujuan

Tujuan komunikasi menentukan fokus strategi komunikasi yang akan digunakan. Adapun beberapa tujuan komunikasi yang baik antara lain yaitu:

1. Memberikan informasi merupakan interaksi komunikasi. Masyarakat cenderung merasa lebih baik diberi informasi yang telah diperlukannya atau yang akan diberi jalan masuk menuju informasi tersebut yang merupakan bagian dari keadaan percaya dan rasa aman.
2. Menyelesaikan masalah dan membuat keputusan, karena semakin tinggi kedudukan atau status seseorang maka semakin penting meminta orang lain untuk keahlian teknis sehingga dalam penyelesaian masalah atau membuat keputusan tersebut harus ada komunikasi untuk meminta data sebagai bahan pertimbangan.
3. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh suatu kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran pada saat digerakkan untuk memberi jawaban yang dikehendaki.

C. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan

Dalam menciptakan efektivitas komunikasi, selain kemantapan isi pesan yang diselaraskan dengan kondisi khalayak, maka metode komunikasi akan turut mempengaruhi penyampaian pesan oleh seorang komunikator kepada komunikan. Dalam menciptakan sebuah komunikasi yang efektif, pemilihan media memiliki peran penting. Terdapat empat ciri pokok dalam komunikasi melalui media, terutama bagi media massa, yaitu: bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis. Bersifat satu arah, artinya tidak ada reaksi antara para peserta komunikasi. Bersifat terbuka, artinya ditunjukkan kepada publik yang terbatas dan anonim dan mempunyai publik yang secara geografis terbesar. Jika kita korelasikan berdasarkan pemaparan teori yang dijelaskan dengan “Program Inisiatif” yang dilakukan oleh KPID Jawa Barat maka poin-poin tersebut telah sesuai dengan langkah-langkah strategi komunikasi. Kini kita tinggal melihat hasilnya karena berjalan tidaknya sebuah sosialisasi ditentukan pada hasil yang telah dilakukan.

4.3.2 Faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi sosialisasi tentang *Analog Switch Off (ASO)* itu sendiri.

1. Faktor pendukung memiliki peranan penting untuk kelancaran sebuah proses strategi komunikasi hal tersebut dapat mempengaruhi hasil dari proses sosialisasi yang dilakukan. Berdasarkan Soekanto dalam buku Sosiologi Suatu Pengantar (1990), faktor penunjang efektifnya komunikasi memiliki syarat interaksi yaitu adanya kontak sosial dan adanya komunikasi. Agar komunikasi tersebut berjalan efektif memerlukan kondisi yang harus dipenuhi agar suatu pesan dapat memunculkan tanggapan atau efek yang dikehendaki. Terdapat beberapa faktor pendukung KPID untuk melancarkan sosialisasinya yaitu

- Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih ini menjadikan sebuah kesempatan bagi KPID untuk menyosialisasikan ASO dengan demikian masyarakat dituntut untuk segera beradaptasi pada percepatan teknologi yang sedang berlangsung.
- Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama mengerti. Dalam penyampaian pesannya, agar komunikan mengetahui bahwa KPID Provinsi Jawa Barat adalah lembaga yang mengawasi terhadap isi konten penyiaran mereka melakukan tiga tahapan sosialisasi yaitu dengan cara melalui media massa, online dengan melakukan webinar dan bertemu langsung kepada masyarakat pelosok desa.
- Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikasi dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut. Dengan cara mendemonstrasikan langsung cara penggunaan *Set Top Box* kepada masyarakat desa dengan harapan mereka bisa melakukannya secara mandiri untuk instalasi *Set Top Box* tersebut. Karena perangkat tersebut merupakan satu-satunya alat penunjang untuk menikmati siaran televisi digital, bukan tidak mungkin televisi saat ini menjadi pilihan *entertaint* masyarakat nomor satu. Selain mudah untuk diakses kebutuhan akan informasi seperti berita juga ada pada siaran televisi.

Pada faktor pendukung ini KPID Provinsi Jawa Barat memanfaatkan teknologi yang semakin mudah untuk diakses, namun kegiatan sosialisasi secara langsung juga tidak luput ditinggalkan oleh mereka karena pada target sosialisasi ini menyasar kepada seluruh elemen masyarakat Jawa Barat.

2. Faktor Penghambat

Dalam komunikasi tentu saja tidak luput dari hambatan yang terjadi, hambatan tersebut sering terjadi ketika proses pesan yang tidak sampai sehingga informasi yang diterima tidak secara utuh. Menurut (Zuhid, 2011), kegiatan komunikasi tak pernah lepas dari gangguan (*noise*) dalam proses penyampaiannya yang dapat mengurangi jalannya proses komunikasi. Hambatan tersebut bisa di kelompokkan menjadi hambatan internal dan hambatan eksternal. Secara umum hambatan-hambatan komunikasi dapat disebabkan oleh hal berikut:

- Penyampaian pesan yang kurang efektif. Faktor ini umumnya dikarenakan oleh faktor bahasa. Faktor ini sering terjadi ketika proses sosialisasi dilakukan di wilayah pelosok desa, keterbatasan dalam penggunaan bahasa menjadi sering keliru dan salah dalam penerimaan informasi. KPID Provinsi Jawa Barat dalam sosialisasinya selalu mengupayakan bagaimana informasi yang akan diberikan bisa diterima oleh masyarakat.
- Kurang perhatian, kurangnya perhatian dari masyarakat akan kebutuhan untuk mempersiapkan menyambut ASO ini menjadi “PR” dalam menyosialisasikan hal tersebut. Kurangnya keterbukaan masyarakat pelosok desa untuk mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi yang semakin cepat serta kesadaran mereka akan informasi ini menjadi sebuah hambatan baru bagi KPID Provinsi Jawa Barat untuk menyosialisasikan ASO.
- Menimbulkan penafsiran yang kurang tepat, hal ini terjadi pada kalangan mahasiswa pada saat menyosialisasikannya dan pada kalangan masyarakat pelosok desa. Pertama pada kalangan mahasiswa kegiatan sosialisasi tersebut mereka menganggap tingkat

urgensi untuk melakukan agenda ini dirasa tidak terlalu penting, terlebih mereka yang rata-rata sudah pasif untuk menyaksikan siaran televisi. Dan yang kedua pada kalangan masyarakat desa pelosok beranggapan untuk menonton televisi kini prosesnya menjadi tidak semudah yang dahulu mereka lakukan karena bagi mereka televisi adalah satu-satunya hiburan hingga saat ini yang mudah untuk diakses.

Faktor penghambat strategi komunikasi yang dilakukan oleh KPID Jawa Barat adalah ketika sosialisasi ini dilakukan rata-rata masyarakat yang menjadi target sosialisasi kebingungan persiapan apa yang harus dilakukan untuk menyambut ASO ini. Mereka sudah lebih dahulu mendengar berita tentang perubahan sistem siaran televisi ini tapi mereka kebingungan apa yang harus mereka lakukan, terlebih pada saat KPID Jawa Barat sosialisasi langsung kepada masyarakat desa. Karena untuk bisa mengakses siaran televisi digital harus memiliki komponen-komponen penunjang atau setidaknya sebuah televisi sudah bisa menangkap jaringan digital tanpa harus menggunakan perangkat pelengkap. Selama ini mereka untuk bisa menyaksikan sebuah tayangan televisi hanya bermodalkan seperangkat televisi dan antenna untuk menangkap frekuensi televisi. Akan tetapi pada sistem siaran televisi digital ini berbeda. Faktor penghambat lainnya yaitu terjadi pada saat KPID Jawa Barat melakukan sosialisasi pada kalangan mahasiswa, rata-rata mereka sudah pasif untuk menyaksikan sebuah tayangan program televisi. Saat ini kalangan mahasiswa ketika ingin menyaksikan sebuah tayangan program televisi mereka lebih memilih kepada pilihan alternatif seperti Youtube, Netflix atau platform on demand lainnya. Tidak heran memang karena kegiatan tersebut menyuguhkan pengalaman dimana kita bisa memilih secara langsung program atau tayangan apa yang ingin kita nikmati.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Sesuai dengan penelitian yang telah saya teliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi komunikasi sosialisasi yang dilakukan oleh KPID Jawa Barat dalam mengupayakan untuk menyosialisasikan agenda ASO ini masih dalam tahap proses pengerjaan. Bahkan sampai penelitian ini ditulis pun KPID Jawa Barat ini masih melakukan kegiatan sosialisasi ASO tersebut. Hal tersebut masih terus dilakukan sampai pada tahap akhir ASO itu sendiri yang mana terbagi menjadi tiga tahapan. Tahap pertama penghentian siaran televisi analog dilakukan pada 30 April 2022, tahap kedua pada 25 Agustus 2022, dan tahap ketiga selambat-lambatnya pada 2 November 2022. Sementara itu KPID Jawa Barat terus melakukan pendataan wilayah mana saja yang sudah siap untuk menyambut agenda ASO ini dan wilayah mana saja yang membutuhkan bantuan khusus agar siap menyambut ASO yang nantinya akan dilaporkan berdasarkan data yang diperoleh kepada pemerintah pusat seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan KOMINFO.

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh KPID Jawa Barat terbagi menjadi tiga tahapan ketiga tahapan tersebut antara lain

1. Yang pertama melalui media massa, KPID Jawa Barat menjadi salah satu narasumber di media massa baik itu televisi dan radio. Dalam kegiatannya mereka menginformasikan tentang perubahan sistem siaran televisi ini, menjadi bintang tamu dalam program acara televisi maupun radio.
2. KPID Jawa Barat mengadakan kegiatan webinar bekerja sama dengan kampus-kampus besar Jawa Barat dengan target sosialisasi kalangan mahasiswa.
3. KPID Provinsi Jawa Barat melakukan kegiatan sosialisasi secara langsung mendatangi wilayah-wilayah pelosok desa yang keterbatasan

dengan sinyal internet dan sulitnya mengakses informasi sekaligus mendemonstrasikan cara penggunaan *Set Top Box*. Yang menjadi target pada sosialisasi ini adalah masyarakat pelosok desa dengan rentan umur 40 keatas, dengan menggunakan pendekatan khusus kegiatan sosialisasi ini dilakukan. harapan ini dilakukan karena kecenderungan masyarakat desa tentang kesadaran akan kebutuhan terhadap teknologi ini masih kurang.

5.2 Rekomendasi

Hasil kesimpulan ini sebagai gambaran dalam memberikan saran yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan/lembaga, penulis memiliki beberapa saran yang ingin disampaikan terkait penelitian ini terhadap KPID Jawa Barat yakni:

1. Kurangnya keterbukaan mengenai data wilayah mana saja yang sudah ASO tahap pertama. Dengan demikian masyarakat Jawa Barat khususnya perkotaan sudah mengambil sikap atau persiapan untuk menyambut perubahan sistem siaran televisi ini.
2. Kurangnya sosialisasi mengenai agenda ini melalui intagram atau facebook, karena KPID Jawa Barat terlalu fokus kepada program yang dicanangkan yaitu Program Inisiatif yang hanya berfokus kepada sosialisasi tiga tahapan itu. KPID Provinsi Jawa Barat hanya mendokumentasikan tentang kegiatannya saja terhadap sosialisasi ini, padahal kegiatan sosialisasi tersebut bisa dilakukan juga melalui iklan *ads* di instagram atau facebook seperti *boosting story* iklan yang akan dilihat oleh pengguna instagram atau facebook secara otomatis oleh masyarakat Jawa Barat.

Saran yang diberikan kepada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung yakni:

1. Kurangnya referensi buku di perpustakaan mengenai sosialisasi

strategi komunikasi untuk menjadi acuan teori dalam penelitian ini. Diharapkan buku untuk menunjang teori sebagai acuan dasar penelitian ini diperbanyak lagi untuk memudahkan akses dalam penelitian.

2. Team Fakultas FISIP diharapkan memberikan masukan lebih terhadap mahasiswa mengenai penelitian strategi komunikasi sosialisasi ini terlebih dalam penelitian ini masih bisa dilakukan lagi riset secara mendalam dalam cakupan yang lebih luas, tidak hanya Jawa Barat saja dan selama peneliti melakukan penelitian ini pun agenda ASO masih terus berjalan.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Arifuddin, Irfan. (2014). *Ensiklopedia Mini: Perkembangan Sejarah Penemuan Televisi*. Bandung: Angkasa.

Bogdan, R.C. and Biklen, S.K. (2007) *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. 5th Edition, Allyn & Bacon, Boston.

Budiarto, Hary. Rufiyanto, Arief. Tjahjono, Heru, Bambang. Kusuma, Ananda. Hendratoro, Gamantyo. Dharmanto, Satriyo. (2007). *Sistem TV DIGITAL dan Prospeknya di Indonesia*. Jakarta : PT. Multikom.

Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desai Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Fachruddin, Andi. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, Dan Teknik Editing*. Jakarta : Kencana Prenada Group.

Fisher, B. Aubrey. (1986). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: CV. Remadja Karya.

Gerbner, G. 1967. *Mass Media and Human Communication Theory*. *Human Communication Theory*, F. E. X. Dance, editor. New York: Holt, Rinehart, & Winston

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Morrissan. (2011). *Managemen Media Penyiaran Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana

Prenada Media Group.

Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosada.

Nurhadi, Zikri, Fachrul. (2015). *Teori Komunikasi dalam Perspektif Penelitian Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Slamet, Adiyana. Tabroni, Roni. Achmad, Syaefurrochman. (2021). *Bersiap Menghadapi ASO*. Bandung: Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Jawa Barat.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Surbakti, EB. (2008). *Awas Tayangan Televisi*. Jakarta: PT ELEX MEDIA KOMPUTINDO.

Suryadi, Edi. (2018). *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.

Soekanto, Soerjono. (2010). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: RAJAWALI PERS.

Yusanto, Freddy. Esfandari, Agung, Diah. (2016). *Buku Ajar Produksi Program Televisi*. Yogyakarta : Deepublish.

Sumber Jurnal

Mudjiyanto, Bambang. (2013). *Sikap Penyelenggara Siaran Televisi Terhadap Penyelenggaraan Siaran Televisi Digital*. Kominfo : Jurnal Studi Komunikasi Dan Media.

Setianingsih, Agus, Budi. Kasim, Azhar. (2021). *Peran Desain Kebijakan: Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia*. Universitas Indonesia.

Wibawa, Arif. Afifi, Subhan. Prabowo, Agung. (2014). *Model Bisnis Penyiaran Televisi Digital di Indonesia*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.

Sumber Internet

Detikinet. (2021). *Migrasi TV Analog ke Digital, Mimpi Lama yang Tertunda 10 Tahun*. Diakses pada 30 Desember 2021, dari <https://inet.detik.com/law-and-policy/d-5661851/migrasi-tv-analog-ke-digital-mimpi-lama-yang-tertunda-10-tahun>.

Garjito, Dany. (2021). *Apa Itu TV Digital? Ini Perbedaan TV Digital dengan TV Analog*. Diakses pada 30 Desember 2021, dari <https://www.suara.com/news/2021/08/05/214252/apa-itu-tv-digital-ini-perbedaan-tv-digital-dengan-tv-analog>.

Kemkominfo. (2021). *Penghentian Siaran TV Analog Tak Jadi 17 Agustus 2021*. Diakses pada 30 Desember 2021, dari <https://siarandigital.kominfo.go.id/berita/kemkominfo-penghentian-siaran-tv-analog-tak-jadi-17-agustus-2021>.

Oktari, Rosi. (2021). *Analog Switch-Off (ASO), Hadirkan Siaran Televisi Berkualitas*. Diakses pada 30 Desember 2021, dari <https://indonesiabaik.id/infografis/analog-switch-off-aso-hadirkan-siaran-televisi-berkualitas>.




CURRICULUM VITAE

Dian Nabila Kusumah lahir di Bandung pada tanggal 13 November 1997 merupakan anak tunggal dari pasangan Rudiana dan Tini Supartini

Riwayat pendidikan Sekolah Dasar di SDN Cibadak I lalu melanjutkan ke Sekolah Menengan Pertama di SMPN 33 Bandung, peneliti melanjutkan di Sekolah Menengan Kejuruan di SMK Pasundan 3 jalan Sumatera Bandung dengan jurusan Multimedia dan menyelesaikan pada tahun 2015. Peneliti melanjutkan

pendidikan di Universitas Sangga Buana YPKP Bandung jurusan Ilmu Komunikasi. Selama kuliah peneliti sangat tertarik dengan dunia komunikasi media massa khususnya bidang pertelevisian. Dengan relasi yang dimiliki oleh peneliti melalui teman-teman yang bekerja di industri televisi, maka peneliti melakukan penelitian tentang perubahan sistem penyiaran televisi atau Analog Switch Off (ASO) yang saat ini sedang dilakukan sehingga peneliti melakukan sebuah penelitian kepada lembaga independen yang mengawasi tentang konten isi siaran televisi yaitu Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Jawa Barat.

LAMPIRAN



USB
UNIVERSITAS SANGGA BUANA
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik **YPKP**

Jl. PHH. Mustopa No. 68 Telp. 022-7275489, 7202841 Fax. 022-7201756 BANDUNG 40124

Nomor : 15/01.1-ILKOM-FISIP/III/2022
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Ketua Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Jawa Barat.
di
Jl. Malabar, Malabar, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40262.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

"Teriring salam hormat, semoga rahmat dan karunia Allah SWT senantiasa menyertai Bapak/Ibu, *Aamin.*"


Dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam kurikulum, setiap mahasiswa jenjang Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sangga Buana (USB) YPKP, diharuskan melakukan penelitian dengan mengumpulkan data/informasi yang akan digunakan sebagai bahan penyusunan skripsi.

Sehubungan hal tersebut, dengan ini kami sampaikan permohonan izin bagi mahasiswa :

Nama : Dian Nabila Kusumah
NPM : 3112181116
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Genap)
Rencana Judul Penelitian : Analisis Strategi Komunikasi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Dalam Mensosialisasikan Agenda *Analisis Switch Off* (ASO).

Atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Bandung, 5 Maret 2022



Drs. Tatang Sudrajat, S.IP., M.Si.

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 2 Pertanyaan Wawancara

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PENYIARAN INDONESIA DAERAH (KPID) DALAM MENYOSIALISASIKAN AGENDA *ANALOG SWITCHOFF* (ASO) DI JAWA BARAT

STUDI KASUS DESKRIPTIF KUALITATIF PADA STRATEGI KOMUNIKASI KOMISI PENYIARAN DAERAH (KPID)

1. apa tujuan dari penghentian siaran televisi analog ini dilakukan?
2. manfaat apa yang dirasakan oleh masyarakat setelah penghentian siaran televisi analog ini atau bisa disebut analog switch off (aso) dan beralih kepada siaran televisi digital?
3. terkait polemic yang terjadi belakangan ini tentang peralihan siaran televisi menuju siaran televisi digital, sebenarnya apa yang terjadi dimata kpid selaku lembaga independen pemerintah yang mengatur seluruh keberlangsungan siaran di jawa barat ini?
4. perencanaan kominfo terkait analog switch off ini dilakukan sempat diundur karena adanya pandemic covid19 dan Apa yang akan terjadi jika migrasi penyiaran televisi digital ini meleset yang seharusnya ditargetkan selesai pada 2 november 2022?
5. apakah kpid memiliki peranan untuk menyosialisasikan atau mengedukasikan kepada masyarakat selaku objek utama tentang adanya agenda analog switch off ini?
6. langkah-langkah atau program apa saja yg dilakukan oleh kpid untuk mensukseskan agenda analog switch off ini?
7. adakah alokasi dana khusus untuk menyosialisasikan Anaog Switch Off ini untuk mencapai pada target yang diharapkan?
8. jika dihitung berdasarkan data, berapa presentase masyarakat jawa barat yang telah mengetahui tentang agenda analog switch off ini atau sudah sejauh mana kesiapan masyarakat jawa barat untuk menyambut peralihan siaran televisi analog ke siaran

televisi digital?

9. sejauh ini apakah ada hambatan selama menyosialisasikan agenda analog switch off ini kepada masyarakat?

10. Bagaimana tanggapan bapak/ibu terkait dampak bisnis yang terjadi pada televisi local daerah dan televisi komunitas dimata komisi penyiaran Indonesia daerah?

11. sudah sejauh mana kesiapan baik dari warga jawa barat dan lembaga penyiaran untuk menyambut siaran televisi digital ini?

12. harapan dari kpid setelah agenda analog switch off ini rampung dan seluruh lapisan masyarakat Indonesia khususnya warga jawa barat beralih kepada siaran televisi digital?



Lampiran 3 Proses Wawancara bersama Bapak Roni Tabroni (koordinator bidang kelembagaan KPID Jawa Barat)



Lampiran 4 Proses Wawancara bersama Bapak Cikal (Anggota dari ATSDI Jawa Barat)