

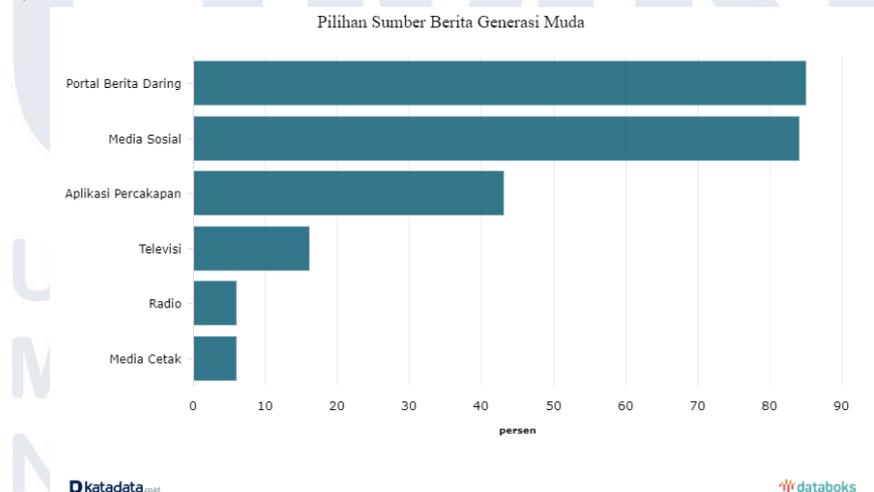
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Terdapat ragam media yang dapat dipergunakan untuk menjangkau khalayak luas. Adapun salah satu media massa yang merupakan media penyiaran kegemaran masyarakat adalah televisi. Sebagai media massa, televisi telah hadir di kehidupan masyarakat dengan memberikan tampilan audio visual dalam bentuk tayangan musik, film, berita, dan lain sebagainya (Abdullah, 2018, p.102). Di Indonesia sendiri, televisi telah menjadi media yang tidak pernah kehilangan penggunaannya, untuk itu televisi sering kali dijadikan media utama untuk menyampaikan pesan informasi.

Media televisi merupakan salah satu media massa yang berperan penting dan memiliki pengaruh dalam perkembangan masyarakat. Jenis media ini dikenal sebagai media dengan pola komunikasi satu arah dan tidak memberikan respon atau *feedback* langsung dari komunikannya (Permana, 2019, p.22). Bisa dikatakan di Indonesia, hampir di seluruh rumah tangga memiliki setidaknya satu televisi sebagai media atau alat untuk menerima informasi. Televisi telah menjadi selayaknya suatu kebutuhan pokok bagi masyarakat (Haqqu, 2020, p.39).



Gambar 1.1 Hasil Survey Sumber Berita Generasi Muda

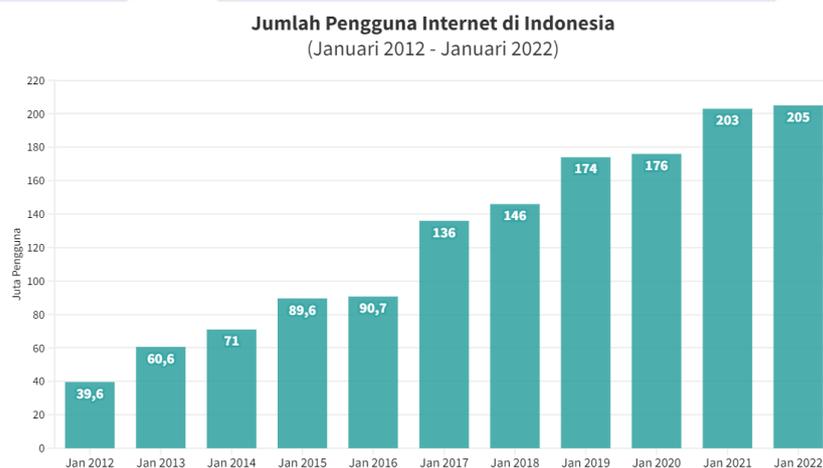
Akan tetapi dewasa ini, media televisi tidak lagi menjadi media favorit bagi masyarakat. 85% masyarakat dunia kini telah membawa penyiaran kepada ranah digital. Hal serupa juga dapat ditemukan di Indonesia. Masyarakat Indonesia kini lebih banyak mengonsumsi media daring atau digital ketimbang media konvensional seperti televisi. Saat ini para generasi muda di Indonesia, sudah tidak lagi menggunakan televisi. Media tersebut tidak menjadi pilihan ketika mereka ingin mengakses informasi maupun hiburan. Namun terlepas dari itu, televisi tetap digunakan untuk mendapatkan informasi (Pratama, Iqbal, 2019, p.90). Dilihat pada hasil survey Maverick Solusi Komunikasi yang dilakukan pada Desember 2020, saat ini generasi muda lebih gemar mencari atau mengakses informasi melalui portal berita online ketimbang mencari informasi melalui berita di televisi.

Ditemukan pada hasil survey tersebut pula peringkat kedua ditempati oleh media sosial dan posisi ketiga adalah aplikasi percakapan atau yang lebih akrab disebut dengan *messenger*. Dari hasil ketiga posisi ini sudah bisa diketahui bahwa saat ini kebanyakan masyarakat cenderung lebih memilih mencari informasi via digital. Kebutuhan masyarakat akan informasi yang bisa diakses melalui digital inilah yang pada akhirnya memengaruhi media konvensional untuk akhirnya melakukan proses konvergensi atau melakukan digitalisasi media. Digitalisasi media merupakan sebuah proses transformasi media yang semula bersifat analog menjadi digital.

Untuk dapat menarik minat masyarakat untuk kembali menggunakan atau mengakses televisi sebagai media untuk mendapatkan informasi, maka media perlu melakukan inovasi untuk dapat mendapatkan kembali minat khalayak. Alternatif yang dapat dilakukan ialah dengan membuat tayangan atau konten yang menarik atau *user generated* dan menyampaikannya dengan cara yang tepat (Park, 2019, p. 5). Terlebih saat ini media dapat dengan mudah melakukan

inovasi dengan kehadiran teknologi informasi yang juga dapat dirasakan di Indonesia. Kemunculan internet ini akan menciptakan sebuah transisi atau perkembangan media baru di Indonesia.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam berinteraksi dan juga penggunaan media masyarakat. Di era dirupsi yang cepat dan massif ini, media konvensional seperti televisi tidak lagi digunakan, karena semua kegiatan lebih banyak dilakukan di dunia maya (Audinovic, 2021, p.142). Berdasarkan survey dari *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan selama 10 tahun ini.



Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Pada tahun 2022 terdapat total 205 juta penduduk di Indonesia telah menggunakan internet. Mengacu pada sifat penggunaan media, masyarakat lebih lama menghabiskan waktu dengan media internet. Dalam sehari individu menghabiskan waktu enam jam sedangkan untuk mengakses media televisi, dalam sehari individu cenderung menghabiskan waktu pada kisaran satu jam (Prabowo, 2012, p.302).

Berlandaskan perubahan perilaku masyarakat dan arus digitalisasi yang telah mengglobalisasi, maka pemerintah pun kini semakin mendorong migrasi dari penyiaran analog ke digital. Di Indonesia, sejak tahun 2018 telah dirancangan Undang-Undang Penyiaran dalam pembahasan badan legislatif terkait RUU migrasi sistem penyiaran televisi analog menjadi digital untuk menggantikan Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 (Gultom, 2018, p. 93).

Pemerintah menerapkan ASO (*Analog Switch-Off*) untuk semakin menghadirkan siaran televisi yang berkualitas, sesuai dengan amanat UU Cipta Kerja, maka penyiaran televisi analog akan diberhentikan dan dialihkan kepada siaran televisi digital (Sari, 2015, p.215). Semangat pemerintah untuk membawa media televisi ke arah digital menargetkan ASO atas peraturan Menteri No.11/2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No.6/2021 tentang Penyelenggaraan Penyiaran, tahap pertama penghentian siaran TV analog dilakukan pada 30 April 2022 tahap kedua dilakukan pada 25 Agustus 2022, dan tahap terakhir atau ketiga dilakukan pada 2 November 2022. Tahap pertama bermula dengan uji coba penghentian lisensi untuk TV analog dan mulai memperbaharui lisensi untuk penyelenggara infrastruktur TV digital. Tahap kedua melanjutkan penghentian siaran TV analog di kota-kota besar hingga ke daerah. Tahap ketiga adalah menghentikan siaran TV analog secara keseluruhan.

Berbagai stasiun televisi telah melakukan digitalisasi, salah satunya ialah stasiun televisi lokal tanah air yaitu Kawanua TV. Stasiun Kawanua TV merupakan stasiun penyiaran lokal yang tergolong baru di Kota Manado. Sebagai upaya untuk mempertahankan eksistensinya sebagai media massa, Kawanua TV ikut terjun dalam gerus digitalisasi dengan melakukan digitalisasi.

Terlepas dari pertumbuhan jumlah masyarakat Indonesia yang telah menggunakan internet, data masih menunjukkan bahwa perkembangan teknologi informasi di Indonesia berada jauh di bawah peringkat negara-negara lainnya

terutama negara di wilayah ASEAN. Hal ini tentu akan mempengaruhi laju dari digitalisasi media, mengingat belum banyak masyarakat yang paham betul dengan kegunaan internet (Respati, 2014, p. 41).

Ketimpangan dalam melek teknologi terlebih dapat dilihat di daerah regional Indonesia. Kesetaraan akses dan pemerolehan informasi bagi semua lapisan masyarakat masih menjadi permasalahan yang perlu diselesaikan di Indonesia terlebih di wilayah regional dan bukan di ibu kota (Fadilla, 2020, p. 3) . Hal ini tentu menjadi suatu hambatan terlebih untuk Kawanua TV sebagai salah satu stasiun televisi yang berkiprah di lingkup regional.

Berlandaskan pada pemaparan terkait digitalisasi media dan penerapan ASO yang tengah dicanangkan oleh pemerintah, maka penelitian ini berupaya untuk melihat strategi yang dilakukan oleh Kawanua TV dalam melakukan digitalisasi stasiun televisinya dan mempertahankan upaya konvergensi medianya.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Kawanua TV menghadapi digitalisasi?

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana proses digitalisasi terjadi pada Kawanua TV?
2. Apa tantangan yang dihadapi Kawanua TV dalam proses digitalisasi?
3. Bagaimana dampak proses digitalisasi terhadap konten dan struktur redaksi produksi Kawanua TV?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana Kawanua TV menghadapi proses digitalisasi.

2. Mengetahui tantangan yang dihadapi Kawanua TV dalam proses digitalisasi.
3. Mengetahui apakah adanya perubahan dari produksi konten dan struktur redaksi Kawanua TV akibat proses dari digitalisasi media.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Menjadi sumbangan bagi bidang keilmuan komunikasi terutama terkait perkembangan media massa dan peralihan media konvensional menuju media digital. Selain itu penelitian ini diharapkan pula dapat semakin memperkaya penelitian yang membahas difusi inovasi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Menjadi saran atau masukan bagi media massa yang ingin melakukan peralihan dari konvensional atau analog ke arah digital untuk dapat terus berkiprah dibidang media dan tidak tertelan arus digitalisasi. Diharapkan pula melalui penelitian ini, media massa di Indonesia dapat semakin mendapatkan penggambaran mengenai kesadaran untuk terus berkembang di era digital ini, agar dapat terus berinovasi dan menjadi jembatan atau media berkomunikasi kepada khalayak luas serta dapat terus menjadi sumber bagi masyarakat dalam mengakses informasi kedepannya.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Diharapkan melalui penelitian ini dapat semakin memperkaya pengetahuan masyarakat mengenai perkembangan media yang dahulu bersifat konvensional kini menjadi digital. Perkembangan ini juga diharapkan membuat masyarakat sadar dan tidak meninggalkan stasiun televisi, terlebih ketika media konvensional juga bisa diakses secara digital kedepannya.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti tidak dapat melihat secara langsung cara kerja atau praktik dari kegiatan digitalisasi atau aktivitas yang dilakukan jurnalis Kawanua TV secara langsung akibat keterbatasan dari hal jarak dan juga pandemi, sehingga peneliti tidak dapat merasakan secara langsung tantangan yang dialami oleh Kawanua TV dalam proses digitalisasi media.

