

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi yang saat ini berkembang semakin pesat menimbulkan beberapa bidang harus mengikuti perkembangan tersebut. Hal ini juga berdampak pada perkembangan industri siaran televisi. Media informasi seperti televisi mempunyai peran penting dalam menyampaikan suatu informasi yang bermanfaat untuk masyarakat. ¹ Dengan adanya peran penting tersebut maka kualitas dari siaran televisi juga harus terus ditingkatkan dengan mengikuti perkembangan teknologi termasuk dengan melakukan migrasi dari siaran analog ke siaran digital. Hal ini selaras dengan undang – undang cipta kerja nomor 11 tahun 2020 yang menjadi dasar hukum kebijakan penyiaran digital di Indonesia, hal ini disebutkan pada pasal 60 A ayat 1 dimana penyelenggara penyiaran mengikuti perkembangan teknologi, termasuk migrasi dari siaran analog ke digital. ² Adanya kebijakan digitalisasi merupakan salah satu sikap dalam merespon pesatnya perkembangan teknologi sehingga dengan adanya kebijakan migrasi dari siaran analog ke siaran digital ini diharapkan bisa membawa peningkatan dibidang penyiaran. Kebijakan tersebut bertujuan untuk menghentikan televisi analog sehingga media penyiaran harus menerima kehadiran teknologi baru yaitu televisi digital.

Adanya peraturan Undang – Undang no. 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja dimana pemerintah wajib mengalihkan sistem siaran televisi di wilayah NKRI dari analog ke digital membuat penonton televisi juga beralih ke siaran televisi digital dikarenakan siaran analog atau yang menggunakan antena konvensional sudah dimatikan pemerintah di wilayah Jabodetabek. Program peralihan ini dikenal dengan Analog Swich Off (ASO). Dengan peralihan dari siaran analog ke digital pemerintah menjanjikan kualitas konten siaran yang lebih baik dibandingkan

¹ Anton Mabruki KN, Manajemen Produksi Program Acara TV, PT Grasindo, Jakarta, 2013, hlm 15

² Budi, Azhar, “Peran Desain Kebijakan dan Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia”, Jurnal Administrasi Publik, Vol. 7 Nomor 2, 2021, hlm 175

dengan siaran analog baik dari segi gambar maupun suara karena siaran melalui transmisi analog lebih rentan mengalami gangguan yang menyebabkan gambar pada layar televisi menjadi berbintik dan suara tidak jelas.³ Pemerintah memberlakukan penghentian siaran TV analog atau Analog Swich Off (ASO) untuk sejumlah wilayah di Indonesia pada Jumat 2 Desember 2022 tepat pukul 24.00 WIB.⁴ Penghentian siaran ini dilakukan oleh stasiun televisi termasuk Jogja TV yang awalnya masih menggunakan siaran analog dan digital secara bersamaan. Penghentian siaran TV analog diumumkan melalui instagram resmi Jogja TV pada tanggal 2 Desember 2022.



Gambar 1. 1 Penghentian Siaran Analog Jogja TV 2022

Sumber: Instagram Jogja TV

³ Emir, Siaran TV Analog Mulai Dimatikan, diakses dari <https://siarandigital.kominfo.go.id/berita-detail/503/siaran-tv-analog-mulai-dimatikan-ini-alasan-pindah-digital> pada tanggal 27 Desember 2022

⁴ Giovani, Siaran TV Analog di Yogyakarta, Bandung, Solo, Semarang, dan Batam Dimatikan, diakses dari <https://www.liputan6.com/teknologi/read/5143298/siaran-tv-analog-di-yogyakarta-bandung-solo-semarang-dan-batam-dimatikan> pada tanggal 27 Desember 2022

Jogja TV merupakan salah satu televisi lokal di Yogyakarta yang baru melakukan perpindahan dari siaran analog ke digital secara penuh. Dengan hal ini Jogja TV merupakan salah satu televisi yang melaksanakan fase percobaan penyiaran digital. Meskipun perencanaan yang dilakukan untuk beralih dari siaran analog ke digital sudah lama namun baru terlaksana pada 2 Desember 2022. Hal ini menandakan bahwa untuk beralih dari siaran analog ke digital memerlukan berbagai pertimbangan dan persiapan karena harus menyesuaikan dengan perubahan dari siaran analog ke siaran digital. Manajemen media penyiaran sangat penting untuk diterapkan pada suatu organisasi penyiaran karena manajemen penyiaran merupakan penggerak untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan adanya perkembangan teknologi pada industri siaran televisi manajemen penyiaran juga merasakan dampak dari perubahan tersebut.

Dalam setiap perubahan pasti manajemen akan mempertimbangkan dari berbagai sudut pandang. Berdasarkan seleksi yang sudah pernah dilakukan oleh kominfo pada zona 6 meliputi Jawa Tengah dan DIY tidak ada TV lokal yang ikut bermigrasi termasuk Jogja TV karena melihat aturan atau persyaratan dan pendanaan yang dianggap cukup berat untuk kapasitas televisi lokal. Pada penelitian sebelumnya Jogja TV masih berjalan dengan sistem lama. Manajemen Jogja TV awalnya membutuhkan berbagai pertimbangan untuk mengadopsi teknologi digital karena selain regulasi yang belum jelas mengenai bagaimana aturan utamanya untuk kedepannya, mengadopsi siaran digital juga menghabiskan dana yang tidak sedikit karena harus berinvestasi ulang untuk menyesuaikan standar penyiaran teknologi digital dimana ada banyak peralatan atau infrastruktur yang akan diganti akibat tidak sesuai dengan penyiaran digital.⁵ Jumlah televisi lokal yang semakin banyak membuat tingkat kompetisi semakin tinggi, hal ini membuat setiap televisi harus mampu bersaing. Migrasi dari analog ke digital ini

⁵ Panji Dwi Ashrianto, "Studi Kesiapan Lembaga Penyiaran Terhadap Penerapan Sistem Penyiaran Berteknologi Digital di Yogyakarta, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 13 Nomor 2, 2015, hlm 165

memerlukan perubahan dan persiapan yang matang baik dari segi bisnis maupun teknis.⁶

Melihat regulasi tersebut maka adopsi teknologi akan membawa perubahan sehingga manajemen perlu mempertimbangkan berbagai aspek perubahan yang ada dan bagaimana mengelolanya. Migrasi dari analog ke digital menuntut lembaga penyiaran untuk melakukan perubahan dari beberapa aspek khususnya manajemen media penyiaran agar bisa beradaptasi dengan perubahan penggunaan teknologi penyiaran digital dengan mempertimbangkan tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital disetiap media penyiaran dalam menopang keberhasilan media penyiaran yaitu teknik, program dan pemasaran.⁷

⁶ Ibid. hlm 163

⁷ Morissan, Manajemen Media Penyiaran, Prenadamedia Group, Jakarta, 2008, hlm 132

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana manajemen media penyiaran yang diterapkan Jogja TV dari siaran analog ke digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti dalam menyusun penelitian ini adalah untuk mengetahui manajemen media penyiaran yang diterapkan Jogja TV dari siaran analog ke digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis / akademis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana manajemen media penyiaran menangani peralihan dari penyiaran analog ke digital. Bagi yang berminat mendalami penelitian tentang manajemen media penyiaran, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktisnya adalah sebagai informasi penilaian bagi media penyiaran dalam mengelola manajemen di era migrasi dari analog ke digital.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma atau pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami suatu kondisi konteks dengan cara mendeskripsikan secara mendalam dan rinci suatu kondisi yang terjadi di lapangan.⁸ Dalam buku Mahi M. Hikmat yang berjudul metode penelitian dikatakan bahwa metode kualitatif digunakan sebagai strategi penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati.⁹ Penggunaan metode ini untuk melihat bagaimana manajemen media Jogja TV setelah beralih dari siaran analog ke siaran digital.

1.5.2 Subjek dan objek penelitian

Menurut Tatang M. Amrin subjek penelitian adalah sumber yang akan memberikan informasi terkait penelitian yang akan dilakukan.¹⁰ Dalam penelitian ini subjek penelitian yang dibutuhkan adalah narasumber yang berkopeten dalam manajemen media penyiaran seperti pada bagian teknik, program dan pemasaran. Narasumber yang berkaitan dengan tiga bagian tersebut adalah Waskito Prihantoro selaku kepala studio Jogja TV, Kriscahyo selaku kepala produksi program Jogja TV dan Prasetyo Agung Wibowo selaku marketing atau pemasaran Jogja TV.

Sedangkan objek penelitian merupakan pembahasan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sehingga objek pada penelitian ini adalah manajemen media penyiaran Jogja TV dari siaran analog ke digital.

⁸ Farida Nugrahani, Metode Penelitian Kualitatif, Cakra book, Surakarta, 2014, hlm 87

⁹ Mahi M. Hikmat, Metode Penelitian dalam perspektif ilmu komunikasi dan sastra, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2014, hlm 37

¹⁰ Rahmadi, Pengantar Metodologi Penelitian, Antasari Press, Banjarmasin, 2011, hlm 61

1.6 Jenis Data

Menurut Bungin data primer adalah informasi yang langsung dikumpulkan dari sumber data pertama di lokasi atau objek penelitian sedangkan data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber kedua.¹¹ Data primer yang digunakan adalah wawancara dan observasi lapangan yaitu dengan melakukan wawancara langsung dengan manajemen teknik, manajemen program dan manajemen pemasaran di Jogja TV dan observasi dilakukan dengan melihat bagaimana penerapan manajemen teknik, manajemen program dan manajemen pemasaran yang dilakukan Jogja TV dari siaran analog ke digital sementara data sekunder diperoleh melalui dokumen yang berkaitan dengan penelitian seperti buku, jurnal dan website.

1.7 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan beberapa pertanyaan yang diajukan terhadap topik wawancara sebagai bagian dari teknik pengumpulan data. Tujuan wawancara adalah untuk mengumpulkan informasi dari pertanyaan yang diajukan yang berkaitan dengan penelitian.¹² Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara langsung kepada responden yang berkaitan dengan topik penelitian di Jogja TV untuk mendapatkan informasi mengenai penelitian.

Peneliti melakukan kegiatan wawancara dengan responden yaitu bagian teknik, program dan pemasaran sehingga informasi yang didapatkan dapat memberikan penjelasan secara jelas dan mendalam dengan teknik wawancara yang terstruktur sesuai fokus penelitian. Narasumber yang berkaitan dengan tiga bagian tersebut adalah Waskito Prihantoro selaku kepala studio Jogja TV, Kriscahyo selaku kepala produksi program Jogja

¹¹ Ibid. hlm 71

¹² Ibid. hlm 75

TV dan Prasetyo Agung Wibowo selaku marketing atau pemasaran Jogja TV.

b. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah pengamatan yang dilakukan untuk memahami suatu fenomena dan mengumpulkan data untuk penelitian. Menurut Margono observasi merupakan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap gejala yang tampak atau terlihat pada objek penelitian.¹³ Peneliti akan melakukan pengamatan atau observasi langsung ke tempat penelitian untuk melihat bagaimana manajemen teknik, program dan pemasaran di Jogja TV dari siaran analog ke digital. Dengan observasi peneliti akan lebih memahami bagaimana manajemen media setelah beralih dari analog ke digital.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik mengumpulkan data melalui dokumen baik berupa dokumen tertulis maupun terekam.¹⁴ Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal, website dan dokumen mendukung lainnya.

1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data model interaktif dimana analisis ini terdiri dari reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.¹⁵

¹³ Ibid. hlm 80

¹⁴ Ibid. hlm 85

¹⁵ Farida Nugrahani, Metode Penelitian Kualitatif, Cakra book, Surakarta, 2014, hlm 173

a. Reduksi Data

Peneliti memilih informasi yang mendukung data penelitian sehingga peneliti memilih informasi yang memang sesuai dengan fokus penelitian dan menyisihkan informasi yang tidak berkaitan dengan penelitian.

b. Sajian Data

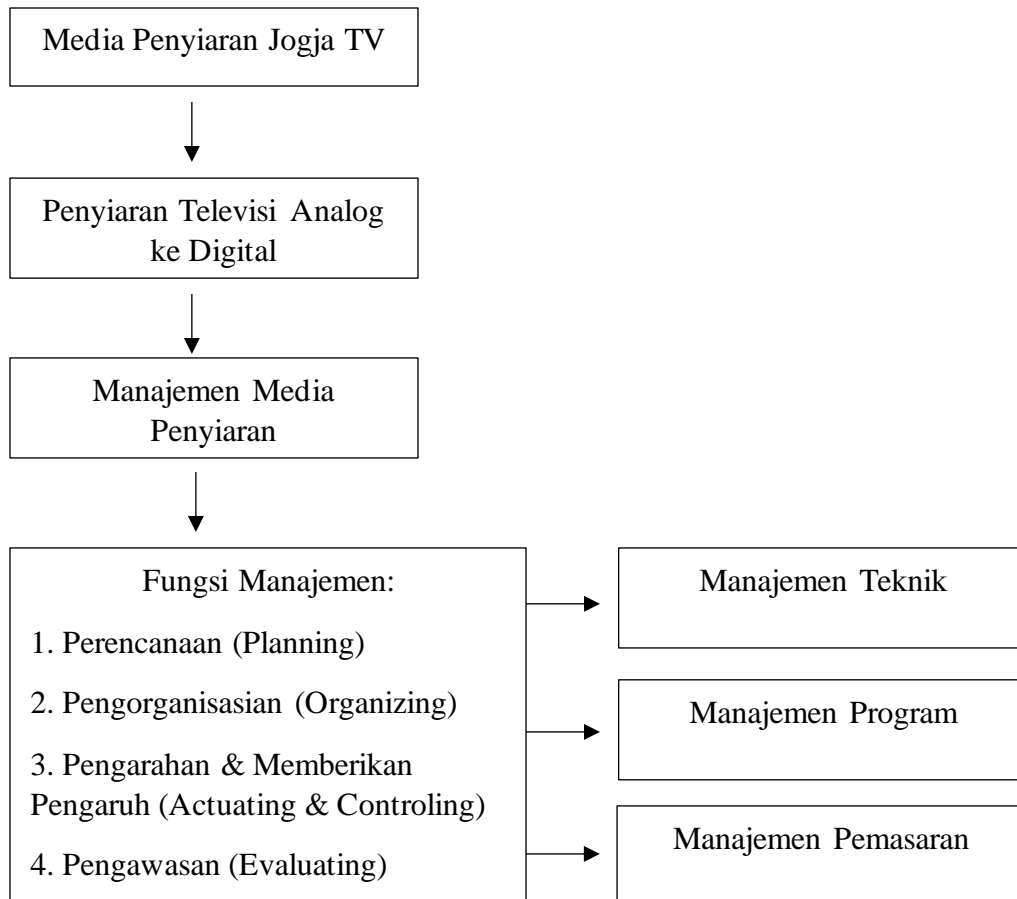
Sajian data merupakan kumpulan informasi yang berbentuk deskripsi dan narasi yang disusun berdasarkan temuan yang sudah diperoleh pada reduksi data yang disajikan dalam bahasa yang mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada bagian penarikan kesimpulan peneliti menarik kesimpulan berdasarkan data yang sudah disusun dengan singkat dan mudah dipahami sehingga dapat menjawab rumusah masalah dalam penelitian.

1.9 Kerangka Konsep dan Definisi Konsep

1.9.1 Kerangka Konsep



Gambar 1.2 Kerangka Konsep

1.9.2 Definisi Konsep

1. Media Penyiaran Televisi

Media televisi merupakan industri yang padat modal, teknologi dan sumber daya manusia. ¹⁶ Televisi merupakan salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan gambar dan suara kepada pemirsa. Melalui media televisi pemirsa dirumah bisa mendapatkan hiburan dan berbagai macam informasi lainnya. Selain itu televisi juga menjadi salah satu media yang dimanfaatkan untuk melakukan promosi atau memasang iklan sehingga stasiun televisi mendapatkan keuntungan dari pemasangan iklan dan beberapa usaha lainnya yang memiliki keterkaitan dengan penyiaran.

Stasiun swasta merupakan lembaga penyiaran yang bersifat komersial dengan artian didirikan salah satunya untuk mengejar keuntungan. Stasiun swasta diselenggarakan dengan menggunakan melalui sistem satelit secara analog dan digital. ¹⁷

Bedasarkan jangkauan siaran stasiun televisi dibagi menjadi penyiaran lokal, nasional dan jaringan. Pada penyiaran lokal biasanya siarannya menjangkau wilayah yang terbatas atau tertentu sehingga beberapa program menyiarkan hal – hal yang terjadi pada wilayah tersebut. ¹⁸

2. Penyiaran Televisi Analog ke Digital

Televisi analog merupakan televisi yang mengirimkan gambar dan suara dari pemancar ke penerima dengan menggunakan sinyal analog. Gambar dan suara pada penyiaran analog menjadi tidak jelas apabila sinyalnya tidak kuat atau rawan mengalami gangguan. Dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat kini keberadaan televisi analog mulai digantikan dengan televisi digital dimana kualitas gambar dan

¹⁶ Morissan, Manajemen Media Penyiaran, Prenadamedia Group, Jakarta, 2008, hlm 10

¹⁷ Ibid. hlm 88

¹⁸ Ibid. hlm 112

suara yang ditawarkan jauh lebih baik daripada televisi analog. Televisi digital merupakan televisi yang mengirimkan gambar dan suara menggunakan sinyal digital.¹⁹

Pada penyiaran digital kualitas kontennya lebih tajam dan jernih sehingga menjadi faktor pendorong untuk penyiaran analog beralih ke siaran digital. Selain itu pasar televisi analog yang telah jenuh dan migrasi dari sistem penyiaran analog ke digital ini sudah menjadi tuntutan secara internasional.²⁰

3. Manajemen Media Penyiaran

Manajemen media penyiaran merupakan sebuah kontrol dalam mencapai suatu tujuan yang diharapkan perusahaan. Manajemen diterapkan pada stasiun televisi sebagai pengendali kegiatan. Manajemen dapat berubah menyesuaikan dengan keadaan atau situasi yang terjadi. Fungsi manajemen diantaranya:²¹

1). Perencanaan

Perencanaan merupakan sebuah rencana atau strategi yang disiapkan untuk mencapai suatu tujuan.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan penyusunan struktur organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

3. Pengarahan dan memberikan pengaruh

Pengarahan dan memberikan pengaruh merupakan upaya dalam menumbuhkan antusias karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab yang dimiliki dengan efektif.

4. Pengawasan

Pengawasan merupakan proses yang dilakukan untuk mengetahui apakah tujuan dalam organisasi sudah tercapai atau belum. Dalam

¹⁹ Hidajanto dan Andi, Dasar – Dasar Penyiaran, Prenadamedia Group, Jakarta, 2011, hlm 312

²⁰ Ibid. hlm 316

²¹ Morissan, Manajemen Media Penyiaran, Prenadamedia Group, Jakarta, 2008, hlm 138

pengawasan ini menilai bagaimana perencanaan, pengorganisasian dan pengarahan yang dilakukan sudah berjalan dengan efektif atau belum.

4. Manajemen Teknik, Program dan Pemasaran

Dalam mengelola media penyiaran keberhasilannya ditopang oleh teknik, program dan pemasaran yang merupakan sebuah fungsi vital yang dimiliki oleh setiap media penyiaran.²²

1. Manajemen Teknik Penyiaran

Teknik penyiaran merupakan hal yang harus diperhatikan dalam menjaga kelancaran siaran dengan memperhatikan peralatan yang digunakan. Peralatan siaran harus mengikuti perkembangan zaman agar teknologi penyiaran yang digunakan sesuai dengan perubahan sehingga memadai untuk mendukung dalam membuat sebuah program televisi.²³ Dalam hal ini manajemen teknik membutuhkan strategi yang efektif dalam memastikan bagaimana kualitas produksi atau siaran televisi.

2. Manajemen Program

Program merupakan acara yang disuguhkan kepada audiens dimana sebuah program dibuat dengan harapan mendapatkan penonton yang tinggi. Dalam manajemen media penyiaran pengelolaan program diterapkan dengan strategi program berupa merencanakan sebuah program, memproduksi atau membeli program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program.²⁴

²² Ibid. hlm 133

²³ Ibid. hlm 157

²⁴ Ibid hlm 273

3. Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan proses dalam memperkenalkan sebuah layanan untuk menjual program kepada pihak pemasang iklan.²⁵ Hal yang harus diperhatikan dalam sebuah pemasaran adalah promosi. Bagian promo program bertugas dalam melakukan kegiatan yang informatif. Untuk melakukan kegiatan informatif untuk mempertahankan penonton, menarik perhatian penonton baru, simpati sekaligus mengundang pemasang iklan. Metode promosi yang bisa dilakukan media televisi adalah promo on air dan promo off air.²⁶

²⁵ Ibid hlm 159

²⁶ Andi Fachruddin, Manajemen Pertelevisian Modern, Andi Offset, Yogyakarta, 2016, hlm 129