BAB I

PENDAHULUAN

STRATEGI TELEVISI LOKAL YOGYAKARTA DALAM KONVERSI SISTEM PENYIARAN ANALOG KE DIGITAL

(Studi Pada Stasiun RBTV dan ADiTV)

A. LATAR BELAKANG

Fenomena konversi sistem siaran analog ke digital merupakan tuntutan kemajuan teknologi yang tidak terhindarkan lagi di Indonesia. Bermula dari konferensi telekomunikasi internasional di Genewa 2006, seluruh negara diwajibkan segera beralih. Hingga kini banyak negara yang telah menghentikan siaran analog, misal USA menghentikan penggunaan televisi analog pada tahun 2009, Jepang tahun 2011, Inggris & Korea Selatan tahun 2012, Brunei menyusul pada tahun 2014, dan Malaysia, Singapura, Thailand & Filipina juga akan berakhir pada 2015.[1]

Di Indonesia, khususnya kota Yogyakarta, fenomena ini sedang digali oleh para pelaku industri penyiaran, pemerintahan, dan regulator terkait karena akan merubah sistem, sebuah tatanan yang akan sangat berbeda dari aspek teknologi, model bisnis, ekonomi, sosial politik, dan sebagainya.

Perbedaan utama dalam fenomena ini adalah dari teknologinya. Dalam siaran digital, terdapat peralatan *multiplexer* (*mux*), sedangkan

[1] Bambang Mudjiyanto. "Sikap Penyelenggara Siaran Televisi Terhadap Penyelenggaraan Siaran Televisi Digital". *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media.* Vol. 17 No. 2 (Juli - Desember 2013) Hal : 123 – 133.

dalam siaran digital hanya menggunakan pemancar sinyal UHF/VHF saja. *Multiplexer* adalah suatu sistem perangkat untuk menyalurkan beberapa program siaran dari para Penyelenggara Program Siaran (PPS) yang kemudian dipancarkan kepada masyarakat/pemirsa melalui suatu perangkat transmisi. Sistem penyiaran digital berjalan melalui *mux*/ *multiplexing* dan kompresi yang menggabungkan sejumlah audio/data stream ke dalam satu kanal penyiaran. Setiap stasiun menempati slot di *multiplex* dengan *bit rate* yang sama atau berbeda sesuai kebutuhan. Teknologi *multiplexing* ini sendiri memungkinkan dilakukannya pelebaran kanal frekuensi. Dalam sistem analog, satu kanal hanya bisa diisi satu frekuensi, sedangkan dalam sistem digital satu kanal bisa diisi dengan lebih dari tujuh frekuensi sekaligus. Bahkan penyiaran digital mengandaikan satu frekuensi yang digunakan oleh satu stasiun televisi ini dapat menawarkan 12 slot siaran. Kondisi ini memungkinkan karena dalam sistem digital pelebaran frekuensi bisa dilakukan. Berbeda dengan teknologi analog yang memungkinkan hanya satu frekuensi untuk satu slot siaran.[2]

Fokus utama yang sangat menentukan berhasil tidaknya digitalisasi penyiaran adalah proses migrasi dari analog menuju digital. Konversi dalam proses digitalisasi penyiaran meliputi beberapa aspek, yakni : (1) kebijakan *simulcast* dan *switch off*, (2) mekanisme sosialisasi, (3) pengadaan *set-top-box* (4) ketersediaan pusat layanan informasi, dan (5) kejelasan regulasi sebagai aturan main bila terjadi pelanggaran selama proses konversi.[3]

[2] Rianto, Puji, Bayu Wahyono, Iwan Awaluddin Yusuf, dkk. 2012. *Digitalisasi Televisi di Indonesia*. Yogyakarta: PR2Media-Yayasan Tifa.

[3] www.bincangmedia.wordpress.com/ tag/perngertian-digitalisasi-penyiaran, diakses 06/06/2015

Ada pula sebuah isu tentang undang-undang penyiaran No.32 tahun 2002 yang dianggap telah kadaluarsa karena sudah tidak kontekstual lagi dengan kondisi penyiaran di Indonesia saat ini. Maka dari itu, pemerintah, akademisi, regulator media, dan pelaku industri televisi sedang menyempurnakan undang-undang baru yang diharapkan dapat menjadi pedoman berbisnis televisi digital.

Di luar persoalan perundang-undangan atau pengaturan bidang penyiaran, pemerintah telah membuat *roadmap* digitalisasi penyiaran. Ada berbagai argumentasi yang diajukan oleh pemerintah mengapa *roadmap* digitalisasi ini dibuat. Pertama, di tingkat global, negara-negara telah mempersiapkan digitalisasi penyiaran mereka. Di negara maju, seperti bisa kita ketahui, telah banyak yang melakukan konversi, seolah-olah jika tidak melakukannya, akan menjadi negara yang tertinggal. Karenanya, *roadmap* memang harus dibuat demi kelancaran konversi dari sistem siaran analog ke digital.

Alasan kedua yang diajukan pemerintah adalah, digitalisasi penyiaran memberikan banyak keuntungan. Bagi konsumen, digitalisasi berarti kualitas gambar dan program yang lebih baik. Ini akan memanjakan konsumen dengan berbagai alternatif tayangan, baikhiburan ataupun informasi.

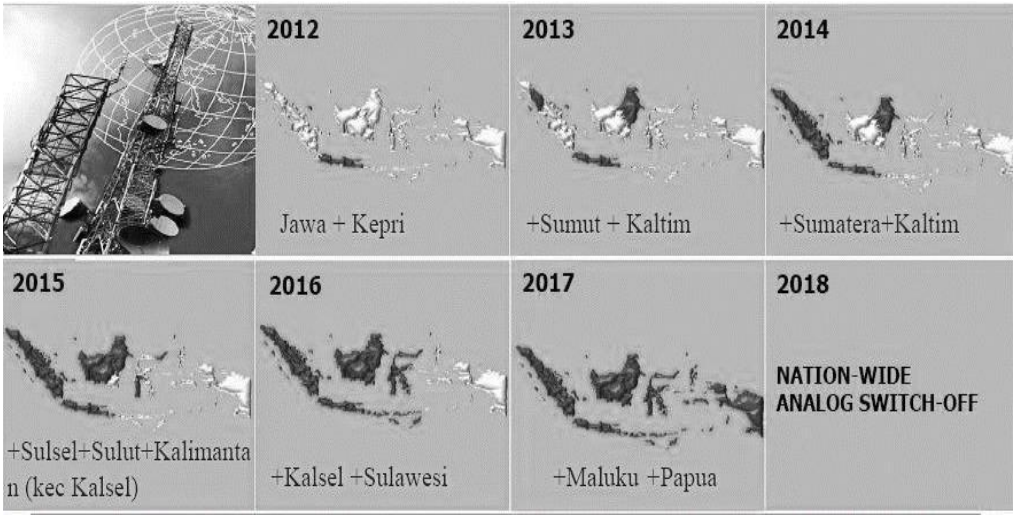
Ketiga, dari industri kreatif, akan menumbuhkan industri konten lokal dan nasional lainnya. Logika sederhananya, jika penyelenggara siaran lebih banyak, maka kebutuhan penyedia layanan akan lebih banyak juga. Pada akhirnya, hal ini akan mendorong industri konten untuk tumbuh lebih baik lagi.

Scheedule pelaksanaan TV digital atau dikenal dengan roadmap, disusun sebagai peta jalan bagi implementasi konversi dari sistem penyiaran televisi analog ke digital di Indonesia. Peta jalan ini dimulai sejak awal tahun 2009 sampai dengan akhir tahun 2018. Rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan dalam rangka konversi siaran analog ke digital diantaranya: soft launching uji coba siaran TV digital di wilayah Jabodetabek oleh Wakil Presiden Jusuf Kalla pada tanggal 13 Agustus 2008 di TVRI. Kemudian secara resmi Presiden Susilo Bambang Yudhoyono melakukan Grand Launching uji coba siaran TV digital pada tanggal 20 Mei 2009 bertepatan dengan Hari Kebangkitan Nasional yang pelaksanaannya dipusatkan di Studio SCTV Jakarta.4Kegiatan siaran percobaan ini merupakan hasil kerjasama antara pemerintah dengan Konsorsium TV Digital Indonesia (KTDI) yang anggotanya terdiri dari TV swasta nasional yang ada di Indonesia. Kemudian pada tanggal 3 Agustus 2009, Menteri Kominfo Muhammad Nuh, meresmikan uji coba lapangan siaran digital untuk penerimaan TV bergerak (Mobile TV) yang dilakukan oleh Konsorsium Tren Mobile TV dan Konsorsium Telkom – Telkomsel –Indonesia.

Pada awal tahun 2010, Menteri Komunikasi dan Informatika, Tifatul Sembiring meresmikan uji coba lapangan penyiaran TV digital untuk wilayah Bandung dan sekitarnya. Pada kegiatan yang dilaksanakan di Sasana Budaya Ganesha tersebut, sebanyak kurang lebih 1000 *set-top-box* diberikan kepada masyarakat Bandung sebagai bentuk sosialisasi dan dukungan pemerintah dalam mensukseskan konversi dari penyiaran TV analog ke TV digital. Berikut *roadmap* penerapan di Indonesia dalam Gambar 1.

[4] KOMINFO. *Roadmap TV Digital*. https://kominfo.go.id/content/detail/3262/roadmap-tv-digital/0/tv_digital. Diakses 5/9/2016.

Gambar 1.



(Sumber Foto : Kementrian Komunikasi Dan Informatika)[5]

Aktivitas yang sudah direncanakan oleh pemerintah, antara tahun 2012-2018 diantaranya: pelaksanaan seleksi penyelenggaraan penyiaran multipleksing (Juni-Juli 2012), penetapan regulasi perizinan TV digital, penggelaran jaringan infrastruktur multipleksing TV digital di setiap zona layanan, pelaksanaan periode simulcast (masa dimana layanan siaran TV analog dan digital dilakukan secara bersamaan) dan analog *switch-off* (mematikan siaran analog dan menggantikannya dengan siaran digital).[6]

Pemerintah memiliki target capaian penetrasi siaran TV digital terhadap populasi sebanyak 35% pada tahun 2014 sebagaimana tertuang dalam RPJMN 2010-2014. Sementara itu, analog switch-off direncanakan akan dilakukan secara bertahap diawali dari wilayah yang telah tercover layanan siaran TV digital dan secara nasional analog *switch-off* akan dilakukan pada awal tahun 2018.

[5] *Ibid*
[6] KOMINFO. *Roadmap*. https://tvdigital.kominfo.go.id/?page_id=17. Diakses 5/9/2016

Di Yogyakarta, terdapat 6 stasiun televisi lokal, 1 diantaranya merupakan televisi komunitas kampus Akindo Jogja yaitu Akindo TV. Sedangkan 5 berikutnya merupakan televisi berjaringan nasional. (Lihat dalam tabel 1)

Tabel 1.

Stasiun Televisi	Frekuensi	Jaringan	Kabupaten/Kota
TVRI Yogyakarta	22 UHF	TVRI	Yogyakarta
RBTV Jogja	40 UHF	Kompas TV	Yogyakarta
AdiTV	44 UHF	City TV Network	Yogyakarta
Jogja TV	48 UHF	Indonesia Network	Yogyakarta
Malioboro TV	52 UHF	JawaPos TV	Yogyakarta
Akindo TV	4 VHF	Kampus Akindo Jogja	Yogyakarta

Sumber : Wikipedia.[7]

Fenomena digitalisasi ini menimbulkan kehawatiran bagi sejumlah pihak, yakni televisi lokal. Pasalnya, tidak semua televisi lokal bisa ikut dalam peralihan teknologi dari analog ke digital tersebut. Ini akan menyebabkan banyak dari televisi lokal tersebut berhenti di tengah jalan karena biaya investasi yang cukup tinggi.[8]

Televisi lokal yang sudah memiliki Ijin Penyelenggara Penyiaran (IPP) tentu tidak akan dapat memanfaatkan lagi izin tersebut. Padahal, televisi lokal sudah mengeluarkan investasi yang tidak sedikit dan belum tentu balik modal. Skala bisnis televisi lokal tidak sebesar stasiun televisi yang bersiaran nasional. Padahal, keberadaan televisi lokal inilah yang diidamkan lahir dari UU No. 32/2002 tentang penyiaran. (Rianto, dkk., 2012:

[7] Wikipedia. https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_stasiun_televisi_lokal_di_Indonesia# Yogyakarta. Diakses 22/11/2015.
[8] KPI. *Digitalisasi Jangan Sampai Mematikan TV Lokal*. http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-terkini/31178-digitalisasi-jangan-sampai-mematikan-tv-lokal. Diakses 5/9/2016.

52 – 54).

Dari beberapa uraian di atas, peneliti ingin menggali informasi tentang strategi televisi lokal di D.I.Yogyakarta dalam konversi sistem penyiaran analog ke digital. Pemilihan objek di kota ini karena, Yogyakarta merupakan kota bersegmen kuat atas budaya dan pendidikannya, sehingga televisinya cukup menjadi panutan televisi lain di daerah-daerah. Penelitian ini meliputi perencanaan tv lokal demi tergambarnya sebuah sistem industri yang niscaya dapat bermanfaat untuk kepentingan politik, sosial, ekonomi, atau mungkin peluang bisnis untuk pihak lain.

B. RUMUSAN MASALAH

Pelaksanaan digitalisasi akan mengubah tatanan penyiaran sepenuhnya di Indonesia. Perubahan ini diprediksi menyulitkan televisi lokal yang notabene tidak sepenuhnya siap di segala aspek.

Dari latar belakang tersebut, penulis ingin meneliti perencanaan manajemen televisi lokal dalam menjawab :

1. Bagaimana strategi RBTV dan ADiTV Yogyakarta dalam menghadapi konversi dari analog ke digital?
2. Bagaimana kendala & hambatan RBTV dan ADiTV Yogyakarta dalam menghadapi konversi analog ke digital?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan bagaimana kesiapan televisi lokal Yogyakarta, dalam aspek :

1. Strategi RBTV dan ADiTV menghadapi konversi dari analog ke digital dari aspek teknologi dan manajemen.
2. Kendala dan hambatan dalam proses konversi analog ke digital.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademik

1.1. Memberikan gambaran mengenai persiapan televisi lokal Yogyakarta dalam menghadapi digitalisasi televisi.

1.2. Sebagai bahan refrensi penelitian kedepannya atau penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

2.1. Untuk Lembaga atau Objek yang diteliti

Sebagai bahan dasar acuan industri televisi Kota Yogyakarta dalam membandingkan sejauh mana kesiapan antara beberapa stasiun televisi.

2.2. Untuk Publik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada mayarakat luas khususnya kota Yogyakarta mengenai apa sebetulnya fenomena Digitalisasi Penyiaran. Dan diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap televisi lokal di kota lain.

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. Penelitian Terdahulu

A. Penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini adalah "Kebijakan Digitalisasi Penyiaran Dan Implikasinya Bagi Televisi Lokal Di Semarang". Made Dwi Andjani, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Sunan Agung pada tahun 2014. Penelitian ini membahas tentang kesiapan beberapa televisi lokal Semarang tentang kesiapan manajerial. Dari 3 stasiun televisi yang ada, salah satu dari mereka menyatakan tidak bersedia menjadi

informan karena merasa belum ada kesiapan tentang fenomena peralihan ini.

Teori yang dipaparkan dalam penelitian ini ialah teori ekonomi politik media dan strukrasi, dimana pendekatan dari sisi keuntungan bisnis dijelaskan. Ada beberapa ketimpangan yang terjadi yaitu antara pihak Lembaga Penyiaran Penyelenggara Program Siaran (LPPPS) dan pihak Lembaga Penyiaran Penyedia Penyiaran Multipleksing (LPPPM). Masalah yang timbul ialah belum ada kejelasan tentang siapa pihak LPPPS dan belum diketahui tentang harga sewa pemancar multipleksing. Jika harga ditentukan oleh televisi lama yang memenangkan tender pemilik siaran, televisi lokal akan mati kutu karena memasang harga standar mereka. Pada garis besarnya, problematika ini masih perlu menunggu undang-undang terbaru dari KEMENKOMINFO, yang harus melibatkan para praktisi, akademisi, dan pakar telekomunikasi, dan pihak lainnya, agar peraturan tidak memberatkan semua pihak, agar televisi lokal dapat berkembang bebas dengan independen, sesuai dengan cita-cita negara demokrasi.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba melanjutkan pembahasan tentang seluk beluk problematika di beberapa televisi lokal. Bedanya, dengan penelitian ini ialah (1)Objeknya, penelitian di atas dilaksanakan di Semarang, dan ini dilaksanakan di Yogyakarta dengan objek 2 stasiun televisi. (2)Perbedaan yang kedua ialah dari sudut pandang, dimana penelitian ini mengupas kesiapan dari internal industri, bukan lagi kebijakan eksternal yang

sama-sama menjadi problematika yang di isukan menghambat proses digitalisasi.

B. Hendrawan, Pradika (2013) *Analisis Strategi Stasiun Televisi Lokal Dalam Menghadapi Era Televisi Digital (Studi Penelitian Pada TVRI D.I Yogyakarta.* Undergraduate Thesis, UPN "VETERAN" Yogyakarta. Tujuan dari penelitian diatas adalah penulis ingin menengetahui strategi TVRI Yogyakarta dalam menghadapi era televisi digital. Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Melalui metode ini penulis berusaha mengnalisis apa dan bagaimana strategi TVRI Yogyakarta dalam menghadapi era televisi digital kemudian membandingkan dengan kerangka pemikiran manajement siaran televisi, konsep televisi digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara serta dari dokumen dan arsip yang dimiliki oleh TVRI Yogyakarta.Penulis menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kevalidan hasil penelitian dengan melakukan wawancara dengan beberapa karyawan TVRI Yogyakarta sebagai pihak yang mampu memberikan penilaian secara objektif.

Hasil dari penelitian yang dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa strategi yang dilakukan TVRI Yogyakarta untuk menghadapi era digital yaitu dengan mengirimkan beberapa karyawan ke Jakarta untuk mengikuti pelatihan mengenai televisi digital, melakukan sosialisasi kepada masyarakat, menyiapkan siaran *simulcast*, pada tahun depan TVRI Yogyakarta sudah merencannakan untuk siaran digital karena tahun 2014 mendapat pemancar baru serta peralatan untuk siaran digital, penulis juga memberikan saran agar secepatnya

menyiapkan jaringan transmisi peralatan siaran digital dan merencanakan strategi yang sangat baik untuk tercapainya realisasi pelaksanaan penyiaran berteknologi digital serta selalu berkoordinasi dengan jajaran manajemen untuk membahas rencana penggunaan teknologi digital agar penerapannya berjalan dengan baik dan jelas, serta menjaga kerjasama di dalam manajemen TVRI agar bisa menjadi televisi publik yang baik.

Pembeda antara penelitian diatas dengan penelitian ini terletak pada (1) Objeknya, penelitian ini bukan pada TVRI Jogja tetapi di RBTV dan AdiTV Jogja. (2) Sudut pandang penelitian diatas mengacu pada strategi peningkatan kinerja SDM, sedangkan penelitian ini pada kesiapan teknologi, namun sama-sama membahas strategi dalam menghadapi fenomena konversi penyiaran analog ke digital.

F. KERANGKA PEMIKIRAN

1. Definisi Strategi

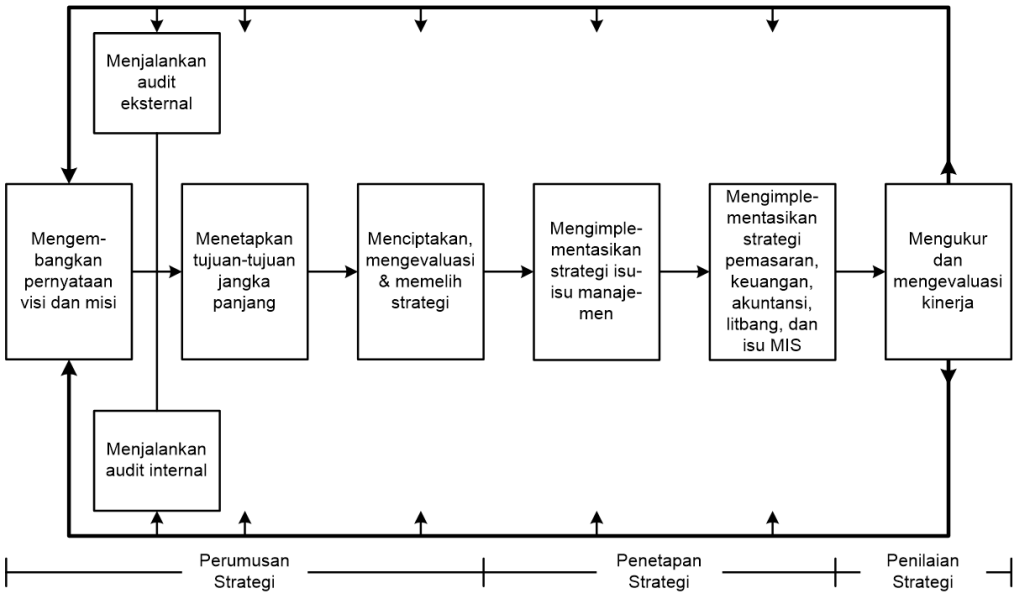
Secara etimologis, kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategia*" yang diartikan sebagai "*the art of the general*" atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan.

Strategi adalah Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. (William F. Glueck & Lawrence Jauch, 1998)

Perumusan Strategi

Perlunya manajemen strategi yang dituangkan dalam sebuah model yaitu, agar perusahaan dapat mengaplikasikannya dengan lebih mudah. Setiap model digunakan untuk meggambarkan proses tertentu. Kerangka kerja berikut merupakan generalisasi sebuah model proses manajemen strategi yang diterima secara luas.

Gambar 2. Model Proses Manajemen Strategis



Sumber : Fred R. David[9]

Berikut adalah penjabaran mengenai komponen – komponen pada gambar diatas, yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Membuat visi dan misi perusahaan

   Menentukan visi, misi, tujuan dan strategi yang dimiliki suatu organisasi, menjadi langkah awal yang lebih baik dilakukan untuk

[9] David, Fred R. *2010.*

manajemen strategi, sebab situasi dan kondisi perusahaan saat ini untuk mendikte langkah aksi khusus serta menghalangi langkah tertentu yang tidak diperlukan. Pernyataan visi, misi, tujuan dan strategi yang dimiliki suatu organisasi akan menjawab pertanyaan kemana suatu organisasi akan melangkah.

b. Audit eksternal dan internal

Mengidentifikasi lingkungan eksternal dan internal sangatlah penting untuk dilakukan. Lingkungan eksternal perusahaan terdiri dari semua keadaan, baik itu peluang ataupun ancaman yang akan mempengaruhi pilihan strategi, serta penentuan situasi persaingannya. Sedangkan lingkungan internal perusahaan akan menggambarkan kuantitas dan kualitas sumber daya manusia, keuangan dan fisik perusahaan. Lingkungan internal perusahaan juga akan menilai kekuatan dan kelemahan manajemen dan struktur organisasi perusahaan.

c. Membuat tujuan jangka panjang

Sebuah keberhasilan yang diharapkan suatu organisasi dalam kurun waktu beberapa tahun dinamakan sasaran jangka panjang. Sasaran seperti ini biasanya meliputi bidang – bidang berikut, yaitu : posisi bersaing, *return on investment*, *profitabilitas,* teknologi, tanggung jawab sosial perusahaan, produktivitas, hubungan dan pengembangan karyawan.

d. Membuat, Mengevaluasi dan Memilih strategi

Pada tahapan ini, sebuah organisasi sudah mulai untuk membuat suatu strategi dengan memperhatikan aspek – aspek eksternal dan internal perusahaan. Setelah itu, strategi – strategi yang telah dibuat akan dievaluasi yang kemudian dipilih yang terbaik untuk diterapkan dalam menciptakan keunggulan bersaing.

e. Mengimplementasikan strategi – Isu-isu manajemen

Melakukan penerapan strategi dengan memperhatikan isu

– isu manajemen yang paling penting dalam proses pengimplementasian strategi. Isu – isu manajemen bagi penerapan strategi meliputi penetapan tujuan tahunan, perubahan struktur organisasi yang ada, pembuatan kebijakan, restrukturisasi dan rekayasa ulang, alokasi sumber daya, perbaikan program penghargaan dan insentif, dan sebagainya.

f. Mengimplementasikan strategi – Pemasaran, Keuangan, Akuntansi, Litbang,

Melakukan penerapan strategi dengan memperhatikan isu – isu keuangan/akuntansi, pemasaran, litbang, yang penting untuk penerapan strategi yang efektif. Di dalam menerapakan strategi yang efektif diperlukan adanya dukungan dan kerja sama dari setiap bagian dari perusahaan tersebut.

2. Teknologi Penyiaran Digital

Digitalisasi digunakan sebagai istilah untuk menjelaskan proses peralihan format sinyal dari bentuk analog menjadi bentuk digital. Teknisnya yaitu, proses berubahnya bentuk informasi (data, gambar, suara, angka, kata) yang dikodekan/*decoding* ke dalam bentuk *bit* atau *binary digit*, yang menimbulkan adanya konversi data atau *bitstreaming*, sehingga dimungkinkan terjadinya penambahan, pengurangan, maupun penggandaan. Semua jenis informasi yang konversi, kemudian diperlakukan bukan dalam bentuk analog lagi, namun bentuk digital yang sama atau dikenal dengan *bit/byte*. Aplikasi dari kinerja *bit* ini berupa pilihan karakter yang hanya terdiri dari dua macam saja, antara lain : 0 dan 1, *on* dan *off, yes* dan *no*, kemudian ada informasi atau tidak. Model kerja *bit* inilah yang kemudian dapat dilihat menjadi aneka bentuk informasi: huruf, suara, gambar, warna, gerak, dan sebagainya sekaligus ke dalam satu format sehingga dapat memproses informasi untuk berbagai keperluan seperti: pengiriman, penyimpanan, pengolahan, penyajian, sekaligus dalam satu perangkat yang lebih praktis.[10]

Terdapat 6 keuntungan utama dari penyiaran dengan sistem digital saat ini yang akan dikembangkan, yakni (1)sangat sederhana dalam hal instalasi. Sebab untuk audio maupun video sudah dalam satu kabel atau *embedded*. Jika dibandingkan dengan sistem analog, sistem *audio-video* yang terpisah perlu banyak kabel dalam

[10] Yusuf, Iwan Awaluddin. "Problematika Infrastruktur dan Teknologi dalam Transisi dari Sistem Penyiaran Analog Menuju Digital". *JURNAL IPTEK-KOM*, Vol. 14, No. 2, Desember 2012, hal. 179

instalasinya. Sebagai contoh, pada sistem audionya saja, dikenal 3 *channel* suara yaitu Audio 1 dan Audio 2 untuk sistem stereo serta Audio 3 untuk saluran mono. Untuk sistem video yang memerlukan banyak penguatan *(booster/video gain)* akibat dari penurunan kualias gambar sebagai efek panjangnya jalur instalasi. Namun, pada penyiaran yang menggunakan sistem siaran digital, penurunan kualitas gambar sangatlah sedikit dijumpai; (2) dapat dipadukan dengan perkembangan teknologi yang ada, semisal internet dalam televisi, teknologi sigap bencana, dan sebagainya, karena berbasis digital komputerisasi atau data; (3) meminimalisir kesalahan operasional (*human error*), karena lebih sedikit interaksi antara alat dengan *user* operasinya; (4) lebih hemat dalam segi pemeliharaan karena sudah komputerisasi dalam database, atau tidak lagi banyak menggunakan hardware mekanik dimana pesawat sederhana model pegas yang terbatas elastisitasnya; (5) cukup menggunakan converter sederhana dalam sistemnya, yaitu *Analog to Digital Converter* (ADC) atau *Digital to Analog Converter* pada instalasinya, serta *Encoder* maupun *Decoder* pada tampilan audio-videonya; (6) Alat receivernya berbasis software yang cukup modern, sehingga memungkinkan pembaharuan versi setiap saat.[11]

Selain keuntungan dari aspek teknis penyiaran, teknologi penyiaran televisi digital juga terbukti dapat memberikan keuntungan lain bagi penonton dibandingkan dengan televisi analog. Beberapa manfaat tersebut antara lain, menghasilkan kualitas

[11] *Ibid.*, hal 182-183.

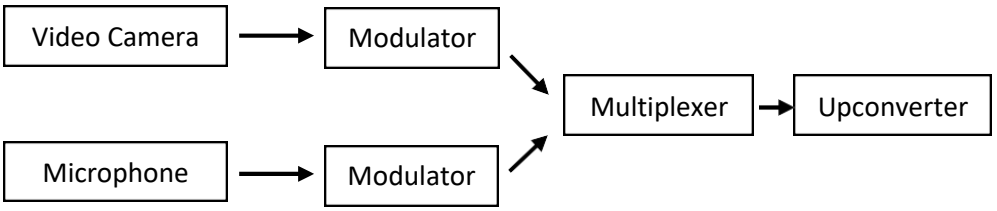
gambar yang lebih tajam, menghemat kanal frekuensi, dan aplikasi yang interaktif, dalam arti banyak ragam dan pilihan yang dapat diperoleh.[12]

Meskipun teknologi penyiaran digital telah dikembangkan, semua pemancar televisi di Indsonesia masih analog. Dengan demikian, semua penerima televisi juga masih analog meskipun memiliki banyak fitur digital. Dengan adanya konversi (*phase out*) ke penyiaran TV digital sampai dengan target *switch-off* tahun 2018, pemilik TV konvensional harus menyediakan suatu kotak konversi sinyal radio dari digital ke analog yang lazim disebut *set-top-box* (STB), yakni piranti tambahan pada pesawat TV sebagaimana VCD player.[13] Hingga kini masih terdapat ketidakjelasan STB yaitu nantinya juga akan menjadi masalah yang cukup kompleks karena Indonesia adalah pasar yang sangat potensial akan kepemilikan TV yaitu sekitar 40 juta unit. Dari kacamata bisnis, jumlah ini merupakan pasar yang sangat potensial bagi industri nasional yang akan mengembangkan produksi masal STB. Bila diperkirakan harga STB adalah Rp300.000,00, peluang bisnis terkait per tahun 10% x 40 juta x Rp300.000,00= Rp 1,2 triliun, wow, nominal yang cukup menggiurkan bagi industri menengah atau keatas.[14]

Berikut sistem siaran televisi analog digambarkan dalam bagan.

[12] *Ibid.*
[13] UGM. *Teknologi Penyiaran TV Digital Terbukti Lebih Baik*. https://ugm.ac.id/id/berita/686-teknologi.penyiaran.tv.digital.terbukti.lebih.baik. Diakses 5/9/2016.
[14] *Ibid.*

Bagan 1



Sumber: Arnold, John [15]

Sistem sinyal video analog biasanya dihasilkan dari 25 atau 30 foto-foto yang berurutan dan ditampilkan setiap satu detik yang dikenal dengan *fps (frame per second).* Setiap gambar terdiri dari jumlah baris, masing-masing yang dipindai dari kiri ke kanan. Resolusi biasanya terdiri antara 576 baris untuk 25 sistem Hz hingga 480 baris untuk 30 sistem Hz. Sedangkan audio yang menyertai video dalam sistem televisi analog biasanya memiliki *bandwidth* sekitar 15 kHz. Oleh karena itu, sinyal analog mempunyai lebih banyak kelemahan gambar yang sering disebut dengan gambar semut atau *noise* yang membuat gambar tidak jernih serta audio yang *monophonic*.

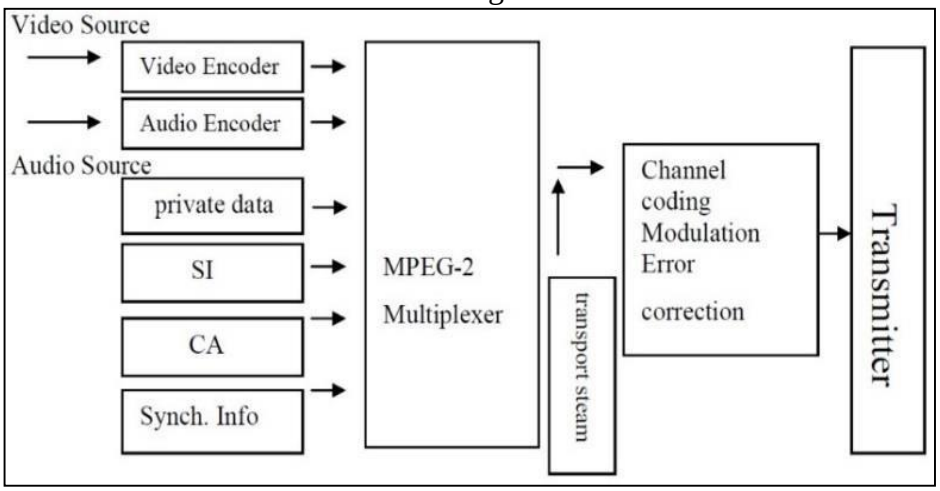
Untuk meningkatkan efisiensi frekuensi dan meningkatkan kualitas layanan resolusi yang lebih tinggi, serta integrasi berbagai layanan interaktif ke dalam siaran televisi, maka dilakukanlah konversi dari sistem siaran televisi analog menuju sistem siaran televisi digital. Selain peningkatan kuantitas program siaran yang dapat disalurkan, teknologi penyiaran digital juga menawarkan keandalan kualitas penerimaan siaran dan variasi program siaran yang dapat disalurkan. Kelebihan lainnya, kemampuan teknologi

[15] Arnold, John, Michael Frater, and Mark Pickering, 2007: 3

penyiaran digital menyalurkan semua program siaran di satu wilayah layanan (di Indonesia terdapat 14 wilayah layanan), sehingga penerimaan siaran pun lebih merata dan penggunaan infrastruktur dapat lebih efisien.

Berikut sistem siaran televisi digital dalam bagan 2.

Bagan 2



Chengyuan[16]

Terkait teknis siarannya, terdapat perbedaan antara penyiaran digital dan penyiaran analog yaitu adanya peralatan *multiplexer (mux). Multiplexer* merupakan suatu sistem perangkat untuk menyalurkan beberapa program siaran dari para Penyelenggara Program Siaran yang kemudian dipancarkan kepada penonton/ masyarakat melalui suatu perangkat transmisi berdaya *watt*. Sistem penyiaran digital bekerja melalui *mux/multiplexing* dan kompresi yang menggabungkan sejumlah audio/data stream ke dalam satu kanal penyiaran. Setiap stasiun dapat menempati slot di *multiplex* dengan *bit rate* yang sama atau berbeda sesuai kebutuhan

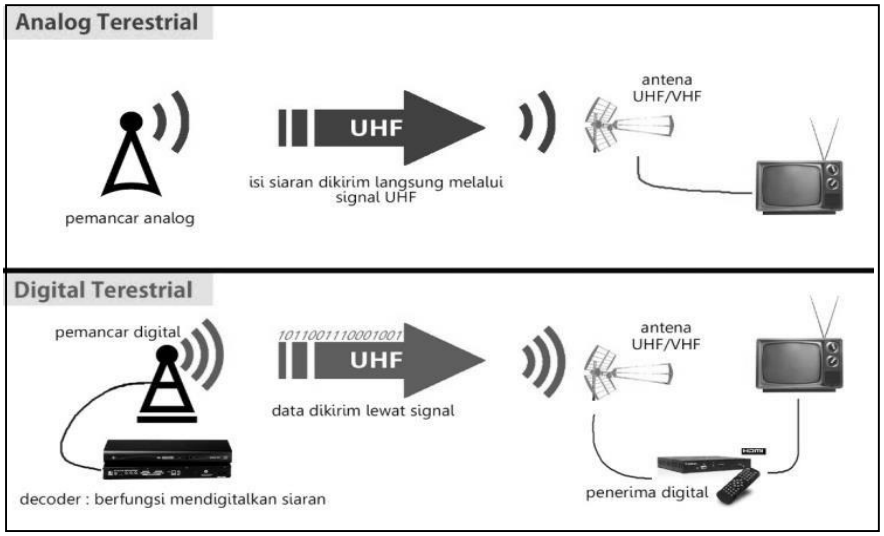
[16] Peng, Chengyuan. 2002:4

masing-masing.[17]

Teknologi *multiplexing* ini sendiri memungkinkan dilakukannya pelebaran kanal frekuensi. Sinyal digital dari pemancar ini akan diterima oleh antena televisi di setiap rumah. Jika televisi yang digunakan masih analog, maka dibutuhkan alat yang bernama *set-top-box* untuk menerjemahkan sinyal digital tersebut.

Sebuah sistem televisi digital terdiri dari satu set standar. Berikut dalam gambar 3, menunjukkan perbedaan sistem siaran televisi analog dengan sistem siaran televisi digital.

Gambar. 3



Sumber : TV Digital Indonesia (KEMKOMINFO)[18]

Prinsip kerja pada perangkat siaran televisi digital seperti antena, menara pemancar, dan saluran transmisi lebih praktis dan efisien, karena menggunakan satu alat untuk banyak siaran. Sistem penyiaran televisi digital berjalan melalui multiplexing dan kompresi yang menggabungkan sejumlah audio atau data stream ke dalam satu

[17] *Ibid.*
[18] KEMKOMINFO. "Tentang TV Digital". http://tvdigital.kominfo.go.id/?attachment_id=11. Diakses: 22/8/2016.

kanal penyiaran. Setiap stasiun menempati slot di multiplex dengan *bit rate* yang sama atau berbeda sesuai dengan kebutuhan. Teknologi *multiplexing* ini sendiri memungkinkan dilakukannya pelebaran kanal frekuensi. Dalam sistem analog, satu kanal hanya bisa diisi dengan satu saluran siaran, sedangkan dalam sistem siaran televisi digital satu kanal bisa diisi dengan lebih dari enam saluran siaran sekaligus. Hal ini dimungkinkan karena dalam sistem digital, pelebaran frekuensi bisa dilakukan.[19]

3. Model Bisnis Penyiaran Televisi Digital

Konversi dari sistem penyiaran analog ke sistem penyiaran digital akan menghasilkan model bisnis penyiaran yang baru. Model bisnis penyiaran digital akan mengakibatkan struktur bisnis yang sama sekali berbeda dengan struktur bisnis penyiaran televisi analog. Dalam model bisnis penyiaran televisi analog, pemain bisnis lebih berupa pemain tunggal*(Blue Ocean Strategy)/* BOS. Stasiun televisi sebagai lembaga penyiaran sekaligus berperan sebagai pemroduksi konten dan mentransmisikan sendiri program siarannya. Dalam situasi seperti itu, struktur bisnisnya bersifat "*vertical*", semua dikuasai oleh penyelenggara siaran.

Struktur bisnis penyiaran televisi analog yang semula bersifat "*vertical*" ini akan berubah menjadi "*horizontal*" dalam struktur bisnis penyiaran televisi digital. Sebagai akibat dari struktur bisnis yang bersifat "horizontal" ini akan muncul pemain-pemain

[19] Rianto, dkk, 2012 : 67-68

baru karena rantai bisnis menjadi semakin panjang. Struktur "*horizontal*" dalam bisnis penyiaran digital menjadi akibat sifat teknologi dalam penyiaran digital.

Kegiatan digitalisasi juga dapat dimanai sebagai terbukanya kesempatan-kesempatan baru dimana penyelenggara televisi dapat menawarkan layanan multimedia dan jual-beli online melalui transmisi penyiaran digital. Sehingga, efisiensi penggunaan spektrum frekuensi melalui program konten yang menawarkan berbagai macam kapasitas bandwidth yang bervariatif jika dibandingkan dengan transmisi yang digunakan melalui sistem analog dimana hal ini menghemat biaya.[20]

Kelebihan mendasar secara mudah didapat melalui konten lokal. Konten yang lebih luas dan lebih beragam dengan bahasa yang berbeda dan distribusi geografis di Indonesia. Selain itu, layanan baru yang tersedia yang interaktif dan mudah digunakan. Selain itu, layanan penyiaran digital akan memfasilitasi pelaksanaan konvergensi penyiaran dengan teknologi telekomunikasi dan teknologi informasi lainnya yang diinginkan dan tak terelakkan. Dengan demikian, penerapan teknologi sistem digital ini mampu memberikan kualitas penerimaan tinggi dengan daya radio rendah dibandingkan dengan stasiun pemancar analog[21].

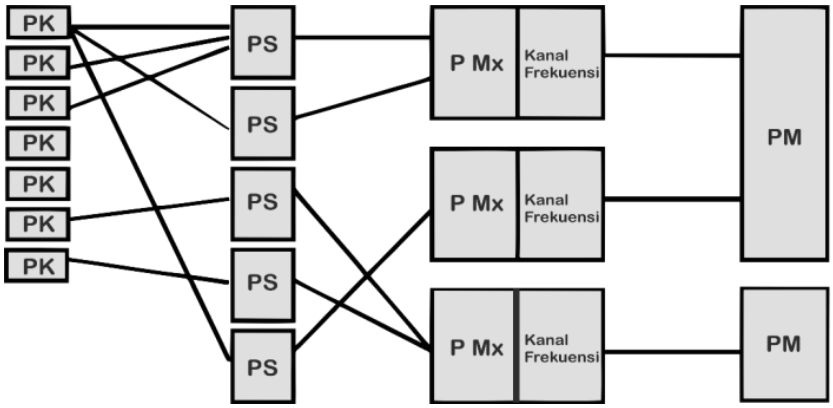
[20] Hutabarat, Daniel P. 2014: 487.
[21] *Ibid*

Keuntungan penonton (publik) dalam pelaksanaan penyiaran televisi digital *free to air* ini adalah sebuah program layanan yang ditawarkan lebih dan menyediakan akses ke layanan nilai tambah yang juga dapat bertindak konten data tambahan. Selain itu, kualitas gambar lebih baik dan ada banyak layanan baru seperti *messaging*, telekonferensi, profil layanan, *web surfing*, *e-commerce*, dll, yang memberikan lebih banyak kesempatan untuk memilih video dan pemrograman data. Selain itu, instalasi dan operasi sederhana, tidak perlu untuk instalasi tambahan parabola.[22]

Inovasi baru dari penyiaran digital ini, memungkinkan dalam satu kanal bisa memuat sekaligus enam sampai delapan frekuensi, oleh karena itu, hal ini memungkinkan melibatkan banyak pemain baru. Pemisahan rantai layanan dalam bisnis penyiaran TV digital harus dilakukan demi terwujudnya media yang independen.[23]

Pemisahan tersebut tampak dalam skema arsitektur layanan pada diagram berikut.

Arsitektur Layanan TVD-TT dalam 1 (satu) Wilayah Jangkauan Siaran[7]



Sumber : Publikasi Kominfo[24]

[22] *Ibid.*
[23] *Ibid.*
[24] KOMINFO. *Arsitektur TVD-TT*. Http://publikasi.kominfo.go.id/whitebook/2009. Diakses 25/08/2016.

Ket :

PK : Penyedia Konten
PS : Penyelenggara Program Siaran
P Mx : Penyelenggara Multiplekser
PM : Penyedia Menara

Penyedia konten. Memproduksi siaran penyedia konten seperti berita, siaran pendidikan, program anak-anak, budaya dan seni program, pendidikan publik, iklan, dll. Konten dapat diproduksi oleh individu, ataupun oleh rumah produksi eksternal "*Production House*".[25]

Penyelenggara Program Siaran. berfungsi menggabungkan program-program siaran dari Penyedia Konten sesuai dengan susunan dan jadwal tertentu untuk dipancarkan melalui Penyelenggara Multiplekser. Penyelenggara Program Siaran wajib mematuhi aturan-aturan konten yang telah ditetapkan dalam UU RI No. 32 Tahun 2002 dan PP No. 50 Tahun 2005. Penyelenggara Program Siaran wajib memiliki lisensi IPP yang akan diatur tersendiri.[26]

Penyelenggara Multiplekser. Berfungsi memadukan beberapa program siaran dari Penyelenggara Program Siaran yang nantinya akan dipancarkan ke penonton melalui suatu sistem peralatan transmisi (pemancar, sistem antena dan menara). Jumlah penyelenggara multiplekser dalam satu zona layanan disesuaikan dengan "*Master Plan*" TVD-TT yang ditetapkan oleh Menteri atau

[25] *Ibid*
[26] *Ibid*

Direktur Jenderal Pos dan Telekomunikasi. Program Siaran operator dapat mengajukan permohonan izin baru sebagai penyelenggara multiplexer, tapi karena jumlahnya tidak sebanyak jumlah PS, pemberian izin atau lisensi dilakukan melalui mekanisme seleksi.[27]

Penyedia Menara. Penyedia menara adalah perusahaan yang menyediakan menara untuk penyiaran beberapa Operator Multiplex. Menara ini digunakan, harus mengikuti standar dan persyaratan yang ditetapkan oleh Menteri.[28]

G. Model Pemrograman Televisi Digital

Stasiun lokal memiliki jangkauan jaringan yang terbatas tidak seperti halnya televisi nasional. Program acara yang disajikanpun terbatas meliputi tentang gaya kehidupan adat istiadat, budaya lokal yang dikemas kemudian menjadi suatu program yang bisa disajikan sumber informasi dan hiburan masyarakat lokal.

Untuk itu stasiun televisi lokal perlu memiliki arahan tentang strategi program agar bisa mengaktualkan program acara pada televisi pasca digitalisasi penyiaran, dimana mengintegrasikan nilai-nilai kelokalan dengan model bisnis yang baru.

Strategi pemrograman merupakan upaya mengatur suatu tahapan awal usaha pembuatan program dimana program itu dapat dikemas dengan terstruktur agar dapat dinikmati oleh masyarakat.

[27] *Ibid*
[28] *Ibid*

Dalam strategi pemrograman, terdapat beberapa tahapan menurut Morisan[29].

a. Perencanaan Program

Menurut Prigle Starr, perencanaan program merupakan pekerjaan meliputi mempersiapkan rencana jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapat tujuan program dan keuntungannya. Prigle dan rekannya juga menambahkan, *the television programmer target a general audience and attempt to response to the preferences of those person who are available to view*. Dengan demikian, televisi komersil harus bisa mengatur segmen agar terdapat efektifitas *pricing.*

b. Produksi & Pembelian Progam

Media penyiaran membutuhkan program untuk mengisi waktu siarannya (*airtime)* dan tidak akan berfungsi apa-apa tanpa tersedia program untuk disiarkan. Program bisa diperoleh dengan cara membeli atau memproduksi sendiri.

c. Eksekusi Program

Merupakan kegiatan penayangan program sesuai dengan rencana yang ditetapkan

[29] Morisan, 2011 : 274-354

meliputi penentuan *prime time* , penempatan spot iklan, dan sebagainya.

d. Pengawasan Dan Evaluasi

Tahapan ini menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah diwujudkan oleh stasiun siar, departemen, dan karyawan.

Berdampak dari banyaknya kanal siaran digital, maka akan terdapat juga banyak channel siaran. Maka dari itu, televisi akan semakin tersegmen, satu channel lebih fokus menyiarkan satu topik. Hampir sama dengan model penyiaran berbayar, berikut contoh programnya dalam ranah internasional dalam tabel 2.

Tabel 2.

Nama Channel	Segmentasi	Contoh Program
HBO (Home Box Office)	Menyajikan film bioskop dalam rumah.	Ironman, Jurasic World, Harry Potter and The Gobet of Fire.
Cartoon Network	Khusus tayangan animasi berupa kartun, animasi, CGI (*Computer Graphic Imagery*).	Jake's Dungeon Stone, Adventure Time Battle Party, The Amazing World of Gumball.
National Geographic	Dokumenter alam, ilmu pengetahuan, budaya, dan sejarah.	Life Below Zero, Port Protection, Yukon River Run.
Fashion TV	Menayangkan program tentang *fashion, glamour beauty*, dan *lifestyle.*	Fashion 4 Night, Fashion Breakfast, Fashion News, Top Photoshoots, Swimwear, Special

Discovery Channel	Menyediakan program non-fiksi berfokus pada ilmu pengetahuan, sejarah, dan alam.	Naked and Afraid, I Almost Got Away With It, Treasure Quest, Edge of Alaska.
Golf Channel (NBC group)	Khusus tayangan golf di Benua Amerika.	Week Ball, Summer Ball, Winter Ball, olf Central Pre Game.

Sumber: Indovision[30]

Beberapa contoh diatas merupakan gambaran dari program siaran televisi digital kabel berlangganan. Dalam model bisnis TV berlangganan, pendapatan penyenggara program bukan dari iklan namun berasal dari banyaknya jumlah pelanggan. Dalam penyiaran digital, siaran tidak berbayar , tetap terdapat iklan, namun sama-sama lebih tersegmen. Keuntungan menggunakan sistem siaran digital bagi penyelenggara konten dan penyelenggara siaran ialah, dapat memonitor lebih detail berapa jumlah penontonnya dan dapat menempatkan iklan lebih tepat sasaran berdasar segmentasi programnya.

H. METODE PENELITIAN

1. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode studi kasus sesuai dengan yang dikemukakan oleh Robert K.Yin (2013). Penelitian studi kasus adalah sebuah metoda penelitian yang secara khusus menyelidiki fenomena kontemporer yang terdapat dalam konteks kehidupan nyata, yang dilaksanakan ketika batasan-batasan antara

[30] Indovision. “Daftar Saluran”. https://id.wikipedia.org/wiki/Indovision. Diakses 22/08/2016.

fenomena dan konteksnya belum jelas, dengan menggunakan berbagai sumber data.

Menurut Yin (2013), studi kasus adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tidak tampak secara tegas atau jelas dan menggunakan berbagai sumber atau multisumber bukti. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mempertahankan karakteristik holistik dan bermakna dari peristiwa-peristiwa kehidupan nyata seperti silklus kehidupan seseorang, proses-proses organisasional dan manajerial, perubahan lingkungan sosial, hubungan-hubungan internasional, dan kematangan industri-industri.

Metode penelitian *case study* dapat dibedakan menjadi tiga tipe, masing-masing adalah tipe **deskriptif**, penelitian yang memiliki pernyataan yang jelas mengenai masalah yang akan diteliti, hipotesis yang spesifik, dan informasi detail yang dibutuhkan; **eksplanatoris** yaitu untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat dalam konteks kehidupan nyata. Yang ketiga adalah tipe **eksploratoris**, yaitu digunakan untuk menggali suatu situasi yang tidak dapat dievaluasi secara intevensi atau berdasarkan *single point* saja.[31]

Menurut Robert K. Yin, 2013, studi kasus dirancang untuk mengidentifikasi fenomena-fenomena kontemporer, bilamana peristiwa-peristiwa yang bersangkutan tak dapat dimanipulasi. Maka dari itulah, studi kasus mendasarkan diri pada cara-cara yang lazim

[31] Yin, 2013.

digunakan pada strategi historis dimana peneliti sangat bergantung pada dokumen-dokumen utama (primer), dokumen sekunder, peralatan-peralatan budaya, dan fisik sebagai bukti tetapi kemudian menambahkan dua sumber bukti yang biasanya tidak dimiliki oleh penelitian historis yakni observasi dan wawancara sistematik. Dengan demikian, keunikan khas dari penelitian studi kasus adalah kemampuannya untuk berhubungan sepenuhnya dengan berbagai jenis bukti, selebihnya dalam beberapa situasi seperti observasi partisipan, manipulasi informasi juga dapat terjadi.[32]

Pola dalam penelitian studi kasus juga menentukan ranah kemungkinan generalisasi, yaitu apakah interpretasi yang dicapai dapat digeneralisasikan terhadap suatu populasi yang lebih besar atau situasi-situasi yang berbeda. Dapat disimpulkan bahwa desain dari penelitian ini mengarahkan peneliti pada sebuah langkah-langkah atau cara yang menjadi acuan sebuah penelitian sehingga peneliti tidak mengalami kesulitan yang berarti dalam melaksanakan penelitian.[33]

Tujuan utama menggunakan desain penelitian adalah membantu peneliti menghindari data yang tak mengarah ke pertanyaan-pertanyaan awal penelitian.[34]

Komponen-komponen desain penelitian studi kasus ada lima, yaitu:

1. Pertanyaan penelitian

Pertanyaan penelitian harus mencakup "*5W+1H*" yaitu *what, who,*

[32] *Ibid.*
[33] *Ibid.*
[34] *Ibid.*

where, why dan *how* yang akan member rambu-rambu terhadap strategi penelitian yang digunakan. Dari bentuk pertanyaan diatas, studi kasus paling cocok menggunakan pertanyaan *Why* dan *How*.

2. Proposisinya, jika ada

Proposisi mengarahkan fokus utama peneliti kepada sesuatu yang harus diselidiki dalam ruang lingkup studinya. Contoh: peneliti mungkin berpikir bahwa perusahaan bekerja sama untuk sebuah keuntungan timbal balik yang besar. Proposisi ini mencerminkan isu teoritis penting dan juga menyatakan kepada peneliti dimana ia harus mencari bukti yang relevan.

3. Unit-unit analisis

Unit analisis ada hubungannya dengan masalah penentuan apa yang dimaksud dalam latar belakang masalah dalam penelitian. Contoh studi kasus tentang pasien histeria atau pemimpin yang otoriter. Pada situasi seperti ini, perorangan merupakan kasus yang akan dikaji, dan individu tersebut merupakan unit analisis. Sehingga informasi mengenai setiap individu yang relevan disatupadukan.

4. Logika yang mengaitkan data dengan proposisi

Pencocokan berbagai pola merupakan cara mengaitkan data dengan proposisi, penjodohan pola adalah pengelompokkan jenis-jenis data dalam satu kategori atau proses koding.

5. Kriteria untuk menginterpretasi temuan

Topik ini merupakan isu yang sedang aktual dibicarakan di dunia. Masih sedikit referensi buku atau penelitian yang mengupas tentang topik ini. Maka dari itu, dengan pendekatan metode penelitian

deskriptif semi eksploratoris diharapkan mampu memaparkan secara detail tentang perkembangan dan dinamika digitalisasi televisi di level lokal Indonesia sehingga dapat menjadi referensi untuk pemerintah dalam mengimplementasikan sistem siaran televisi digital di atau sebagai pertimbangan bagi televisi lokal lain dalam proses transisi analog ke digital.

I. Waktu Dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini membutuhkan waktu sekitar sebelas bulan dimulai dari bulan Februari 2015 sampai dengan Januari 2016.

Lokasi dari penelitian ini dititikberatkan pada objek utamanya, yaitu di kantor dari RBTV di Jl Jagalan 36-A, Purwokinanti, Pakualaman, Yogyakarta, dan AdiTV di Jl. Raya Tajem Km 3, Panjen, Ngemplak, Wedomartani, Kec. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian tentang penyiaran digital ini mengambil objek TV Lokal Yogyakarta karena, Yogyakarta sendiri identik dengan kota yang cukup maju, dimana secara kekuatan finansial dan daya saing perusahaan, biasanya industri TV lokal kota-kota besar dahulu daripada TV lokal di daerah.

J. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yin (2013), pengumpulan data untuk studi kasus ada 6, yaitu : dokumen, rekaman arsip, wawancara, observasi dan perangkat fisik. Untuk itu prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara *(interview).*

Wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan (Moleong, 2005:118). Melalui wawancara ini pula peneliti menggali informasi secara mendalam dari informan mengenai persiapan , baik dari pengadaan multipleksing, atau rancangan manajemen program televisi era setelah digitalisasi. Narasumber yang dianggap representatif dalam penelitian ini antara lain Manager atau CEO dari masing-masing stasiun televisi.

2. Observasi

Observasi dilakukan untuk mendekatkan peneliti ke orang-orang yang ditelitinya dan ke situasi atau lingkungan mereka yang sebenarnya. Dan peneliti dapat masuk ke lingkungan yang ditelitinya atau yang dikenal dengan observasi partisipatif. Pada observasi ini, peneliti mengamati cara kerja penyiaran analog dan mengamati beberapa stasiun televisi yang sedang dalam masa percobaan digitalisasi.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang datanya diperoleh dari buku, internet, atau dokumen lain yang menunjang penelitian yang dilakukan. Dokumen merupakan catatan mengenai peristiwa yang sudah berlalu. Peneliti mengumpulkan dokumen yang dapat berupa tulisan, gambar,

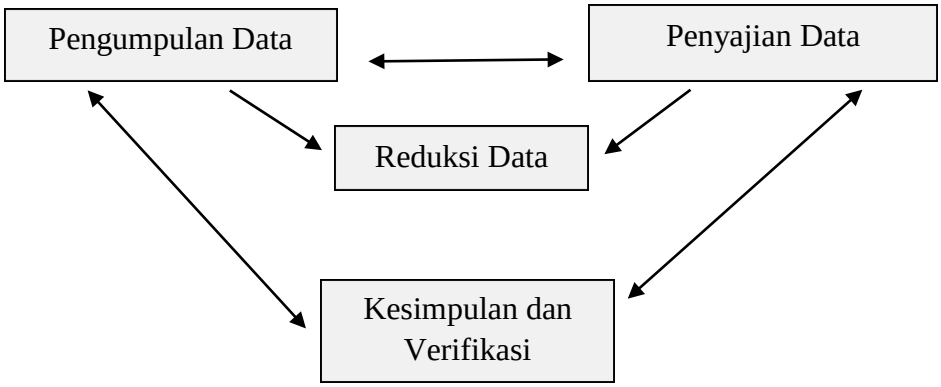
atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2012:240). Dalam hal ini peneliti menggunakan dokumen berupa catatan rancangan pembelanjaan alat multipleksing atau dokumen rancangan manajemen program pasca digitalisasi. Data sekunder adalah data-data yang didapat dari sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari surat-surat pribadi, buku harian, notula rapat perkumpulan, sampai dokumen-dokumen resmi dari berbagai instansi pemerintah. Data sekunder juga dapat berupa majalah, buletin, publikasi dari berbagai organisasi, lampiran-lampiran dari badan-badan resmi seperti kementrian-kementrian, hasil- hasil studi, tesis, hasil survey, studi histories, dan sebagainya. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi tentang dokumen rancangan strategi pemrograman dan persiapan memasuki digitalisasi televisi.

K. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data, seluruh data yang terkumpul kemudian diolah oleh peneliti. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan mendeskripsikan secara menyeluruh data yang didapat selama proses penelitian. Sugiyono (2012:246) mengungkapkan bahwa dalam mengolah data kualitatif dilakukan melalui tahap reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dapat dilihat dalam bagan 3 berikut.

Bagan 3.

Komponen Analisis Data Model Interaktif



(Sugiyono, 2012)

1. Reduksi Data

   Mereduksi berarti merangkum, memilih hal-hal pokok dan penting kemudian dicari tema dan polanya (Sugiyono, 2012:247). Pada tahap ini peneliti memilah informasi mana yang relevan dan mana yang tidak relevan dengan penelitian. Setelah direduksi data akan mengerucut, semakin sedikit dan mengarah ke inti permasalahan sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai objek penelitian.

2. Penyajian Data

   Setelah dilakukan direduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Data disajikan dalam bentuk tabel dan uraian penjelasan yang bersifat deskriptif. Wujud dari data yang telah direduksi dapat juga berupa matriks, grafik, diagram dan jaringan.

Fungsi utama dari penyajian data pasca reduksi agar data yang kompleks menjadi sederhana, menyimpulkan interpretasi peneliti terhadap data namun tetap menyajikan poinnya hingga menyeluruh.

3. Penarikan Kesimpulan

   Tahap akhir pengolahan data adalah penarikan kesimpulan. Setelah semua data tersaji permasalahan yang menjadi objek penelitian dapat dipahami dan kemudian ditarik kesimpulan yang merupaan hasil dari penelitian ini. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut lebih tepat dan obyektif.