

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Televisi adalah salah satu penyebar informasi, edukasi hingga hiburan yang berupa media elektronik, sampai saat ini media televisi terus berkembang baik pada teknologi maupun pada program-programnya. Perkembangan televisi selain memberikan informasi juga menayangkan acara-acara hiburan yang pada umumnya dapat mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan bagi yang menontonnya. Pemanfaatan teknologi canggih oleh televisi menjadikan siaran televisi semakin menarik untuk disaksikan. Dengan adanya perkembangan pada teknologi yang semakin canggih, saat ini terjadi migrasi perpindahan antara televisi analog ke televisi digital.

Pada pemaparan yang dikaji pada *website* Kominfo.com mengatakan bahwa, televisi analog merupakan penyiaran pertama televisi pertama yang dikembangkan dengan menggunakan sinyal analog dalam transmisi gambar dan suara, pada televisi analog memerlukan sebuah antena untuk dapat menangkap sinyal. Dalam kondisi lapangan yang sebenarnya ternyata tata letak antena yang semakin jauh dari stasiun pemancar televisi bisa menyebabkan sinyal yang akan diterima oleh antena akan melemah. Hal tersebut akan bisa memberikan pengaruh pada kualitas gambar yang akan disiarkan oleh televisi analog, sedangkan televisi digital adalah siaraan yang memanfaatkan sinyal digital yang juga menggunakan sistem kompresi. Televisi digital tentu saja menjadi salah satu perkembangan bagi dunia penyiaran, pada dasarnya televisi digital memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan televisi analog selain itu teknologi digital ini dipilih karena memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan teknologi analog. Sistem penyiaran televisi digital dapat memberikan keuntungan lebih dibandingkan dengan sistem analog. Sehingga, menjadi suatu keharusan untuk beralih (migrasi) ke sistem penyiaran digital (Kominfo, 2020).



Gambar 1. 1 Pernyataan Pemerintah
Sumber: Website Kominfo.com

Kominfo.com mempublikasikan pada *website* resminya bahwa pada tanggal 2 november 2022 adalah hari dimana industri penyiaran mengesahkan keputusan besar pemerintah dalam menerapkan *Analog Switch Off (ASO)* secara penuh khususnya pada daerah Jabodetabek dan seiring berjalannya waktu, *Analog Switch Off (ASO)* mulai diberlakukan pada kota-kota besar di Indonesia, seperti berita pada Gambar 1.1. *Analog Switch Off (ASO)* tersebut dapat diartikan sebagai peralihan siaran televisi analog ke televisi digital, dimana hal ini menjadi perkembangan yang cukup pesat bagi Indonesia dalam mengembangkan media siaran televisi.

Hal ini mengacu pada Undang-undang Nomor 1 Tahun 2020 tentang Cipta Lapangan Kerja pada Pasal 60A yang berisi: “Penyelenggaraan penyiaran dilaksanakan dengan mengikuti perkembangan teknologi termasuk migrasi penyiaran dari teknologi analog ke teknologi digital”. Pasal tersebut menjadi pendukung pemberlakuannya ASO Bagi yang tidak memiliki perangkat TV digital, masyarakat tidak perlu membeli TV baru karena TV analog bisa

menyiarkan siaran TV digital dengan bantuan Set Top Box (STB). Pemerintah juga mewajibkan kepada para penyiar media untuk berkontribusi dalam membagikan STB kepada masyarakat yang tidak mampu, masyarakat tersebut terdata pada kominfo dan dibagikan kepada stasiun televisi nasional seperti MNC, RCTI, GTV, SCTV, ANTV dan lain-lain. Pemerintah membagikan data sesuai dengan rating media tersebut di suatu wilayah (Kominfo, 2021).

Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada PT. Cakrawala Andalas Televisi atau yang biasa dikenal dengan sebutan ANTV. ANTV menjadi stasiun televisi Indonesia dan telah diakui sebagai stasiun televisi nasional sejak 1 Januari 1993. Mula-mula ANTV adalah persatuan dari beberapa stasiun televisi di beberapa kota antara lain; Lampung, Palembang dan Yogyakarta dan telah mendapatkan izin penyiaran Stasiun Televisi Swasta Lokal Umum Dan PT. Cakrawala Andalas Televisi menetapkan untuk mengudara dengan nama ANTV. Sekalipun pada awalnya hanya menjadi stasiun televisi lokal, seiring berjalannya waktu, ANTV terus memberikan beragam tayangan yang menghibur masyarakat juga mementingkan kualitas yang menarik. Awal mula dapat mengudara selama lima jam sehari di wilayah Lampung dan sekitarnya. ANTV juga menghadirkan banyak tayangan yang menambah wawasan serta pengetahuan masyarakat Indonesia. Pada maret 2023 ANTV telah berhasil menemani para penonton untuk memberikan tayangan berkualitas selama 30 tahun. Berikut ini adalah logo dari PT. Cakrawala Andalas Televisi (ANTV).



Gambar 1. 2 Logo PT. Cakrawala Andalas Televisi (ANTV)

Sumber: Internal Perusahaan

Berdasarkan informasi yang dipublikasikan pada website Kominfo.com, STB adalah alat untuk mengkonversi sinyal digital menjadi gambar dan suara,

yang dapat ditampilkan di TV analog biasa. Set Top Box (STB) merupakan alat bantuan yang saat ini sangat dibutuhkan masyarakat guna untuk menampilkan siaran televisi. STB pada dasarnya tidak harus antena parabola dalam menerima sinyal digital hanya dengan menggunakan antena TV biasa atau UHF, namun antena parabola dapat membantu memaksimalkan penggunaan STB. Tanpa menggunakan TV *digital*, STB dapat menjadi alat untuk televisi analog terasa menjadi seperti televisi *digital*. STB ini sudah mendukung *Digital Video Broadcasting-Second Generation Terrestrial*, penggunaan STB tanpa perlu menggunakan parabola atau TV *digital* hanya dengan menggunakan televisi biasa atau sinyal UHF.

Pada masa transisi ini, masih banyak masyarakat khususnya daerah Jabodetabek yang sudah diwajibkan menggunakan TV digital atau dapat menggunakan STB. Tidak sedikit masyarakat yang masih awam dengan penggunaan TV digital atau penggunaan STB, karna kurangnya tingkat pengetahuan masyarakat. Sosialisasi perpindahan televisi analog ke televisi *digital* hanya disiarkan pada televisi dan *media online*, namun umumnya sosialisasi yang diadakan secara *off air* akan lebih *efektif* bagi para peserta program "Siap Terima Bonus". Pemerintah dan berbagai penyiar televisi melakukan berbagai sosialisasi dengan berbagai cara agar seluruh masyarakat dapat menggunakan TV *digital* dengan baik dan tepat.

Brand Activation And Communication ANTV memberikan peran penting pada masa transmigrasi televisi ini yaitu dengan memberikan sosialisasi kepada masyarakat yang memiliki perekonomian menengah kebawah. ANTV membuat sebuah program "Siap Terima Bonus" dengan cara berkunjung ke rumah warga diberbagai kota guna sebagai salah satu bentuk kepedulian terhadap masyarakat sehingga *Brand Activation And Communication* ANTV terjun langsung kepada masyarakat dengan membagikan pengetahuan mengenai cara penggunaan Set Top Box (STB). Berdasarkan hasil diskusi, salah satu karyawan ANTV yang terjun langsung pada *event* ini mengatakan bahwa "Fokusnya buat *awareness* ke para penonton beralih ke siaran *digital*, sosialisasi si ya jatohnya." hal ini dikatakan oleh salah satu bagian dari *Brand Activations and Communications*.

Brand Activation And Communication ANTV melaksanakan program “Siap Terima Bonus (STB)”, unsur dari program ini adalah memberikan Set Top Box kepada para penonton setia ANTV khususnya dikalangan masyarakat menengah kebawah sesuai dengan arahan pemerintah. Pemerintah memfokuskan program ini terhadap masyarakat menengah kebawah, karena kurangnya tingkat pengetahuan mengenai penggunaan Set Top Box (STB) sehingga ANTV juga mengikuti arahan pemerintah dan membantu masyarakat menengah kebawah untuk mendapatkan Set Top Box (STB) sekaligus mendapatkan pengetahuan mengenai perubahan jaman serta penggunaan Set Top Box (STB). Program ini berlangsung pada 1 Desember – 7 Desember 2022 di Yogyakarta dan sudah mengunjungi wilayah Depok, Banguntapan, Kasihan, Sewon, Gamping, Ngaglik dan Mlati.

Berdasarkan informasi yang diberikan oleh perusahaan program yang diadakan pada Kota Yogyakarta berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Untuk menjalankan kegiatan “Siap Terima Bonus” tersebut ANTV mengajak salah satu finalis “Koplo Superstar” sebagai bintang tamu untuk memandu jalannya kegiatan ini dan menjadikan acara ini lebih menarik.



Gambar : Bersama dengan Finalis Koplo Superstar

Tim ANTV mengunjungi rumah warga yang sedang menonton *channel* ANTV. Pada *event* ini, *crew* ANTV dengan sengaja mendatangi rumah warga yang

sedang menonton *Channel* ANTV namun masih menggunakan televisi analog. *Crew* ANTV juga memiliki kriteria tertentu dalam memberikan STB gratis pada program Siap Terima Bonus ini, rumah yang terpilih adalah rumah-rumah yang termasuk dalam kategori masyarakat tidak mampu, selain itu *crew* ANTV juga membantu dalam proses pemasangan STB tersebut sehingga masyarakat sekitar tereduksi dengan adanya sosialisasi ini. *Crew* ANTV berhasil mendatangi 76 rumah dan berbincang-bincang langsung dengan masyarakat sekitar. Segala keluhan dan kesulitan yang dialami masyarakat mengenai perpindahan televisi dialog ke televisi *digital* dapat didengarkan secara langsung dengan para *crew* ANTV yang dapat memberikan solusi (Sumber: Internal Perusahaan).

Program ini berhubungan erat dengan *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat (Humas). *Public relations* merupakan suatu rangkaian kegiatan yang diorganisir secara berkesinambungan dan teratur. *Public relations* bukanlah kegiatan yang sifatnya dadakan atau langsung ada tanpa terorganisir terlebih dahulu. Tujuan adanya *public relations* adalah untuk membangun dan mempertahankan pengertian tentang perusahaan atau organisasi tersebut antara pihak yang terlibat didalamnya (publik) baik kelompok maupun individu. Dari pengertian *public relations* berarti peran utama *public relations* adalah sebagai pembangun hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan masyarakatnya serta untuk membentuk citra positif dimata masyarakat.

Frank Jefinks dalam Wahyuningsih (2013:9) mengatakan bahwa “Khalayak (*public*) adalah sekelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal”. Artinya bahwa setiap organisasi memiliki sendiri khalayak khususnya, dan kepada khalayak yang terbatas itulah seorang *public relation* senantiasa menjalin komunikasi baik secara internal maupun eksternal. Jelas bahwa setiap organisasi/perusahaan tidak hanya melakukan komunikasi dengan staff atau konsumennya saja. Beberapa khalayak yang dimaksudkan antara lain: masyarakat luas, calon pegawai/anggota, para pegawai atau anggota, pemasok, investor, distributor, konsumen, dan para pemimpin pendapat umum.

Cutlip & Center (2011:321) menjelaskan bahwa: “Ada empat prinsip dasar dalam aktivitas *public relations* yaitu: menyusun semua fakta melalui riset, menyusun rencana, mengambil tindakan, dan mengevaluasi program”. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa aktivitas *public relations* meliputi: Pencarian fakta/permasalahan (*fact finding*), Perencanaan (*Planning*), Komunikasi (*Communications*), Evaluasi (*Evaluating*).

Nugraha & Aryani (2019:21) mengemukakan bahwa, salah satu proses kerja *Public Relations* adalah evaluasi, evaluasi dalam bahasa Inggris adalah *Evaluation* dan pada Bahasa Indonesia *evaluation* adalah penilaian. Menurut Cutlip, Center & Broom (dalam Desya & Aat, 2019:13) tujuan dari mengevaluasi program adalah mengevaluasi kegiatan yang sifatnya menyimpang dari rencana, sehingga dapat dicatat apa yang harus diperbaiki, sehingga tahap pelaksanaan proses *Public Relations* berikutnya diharapkan akan terlaksana secara lebih sempurna. Humas mencari tahu apa saja yang tidak ada dalam pelaksanaan, tetapi sudah direncanakan. Tujuan lain adalah untuk mengevaluasi dan mengukur keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan. Apakah kegiatan komunikasi telah mencapai target sesuai dengan rencana. Jika dikaitkan dengan penelitian ini evaluasi yang dilakukan oleh *Brand Activation and Communications* pada saat berlangsungnya kegiatan sosialisasi ”Siap Terima Bonus”, *Brand Activation and Communications* mendata secara detail hal-hal apa saja yang akan dilaksanakan pada saat sosialisasi berlangsung. Aktivitas tersebut guna untuk memperkenalkan ANTV lebih luas dan melancarkan sosialisasi Set Top Box.

Cutlip dalam bukunya yang berjudul "*Effective Public Relations*" mendefinisikan *public relations (PR)* sebagai "fungsi manajemen yang membangun dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya."

Menurut Cutlip, efektivitas PR dapat diukur dari tiga perspektif, yaitu:

1. Perspektif Organisasi: PR efektif jika dapat membantu organisasi mencapai tujuan bisnisnya. Hal ini dapat dilakukan dengan membangun citra positif

organisasi, menanggapi isu-isu yang muncul dengan cepat dan tepat, serta menjalin hubungan baik dengan publik yang berbeda.

2. Perspektif Publik: PR efektif jika dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan publik. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan informasi yang akurat dan transparan, serta memperhatikan masukan dan umpan balik dari publik.
3. Perspektif Sosial: PR efektif jika dapat memberikan kontribusi positif bagi masyarakat secara luas. Hal ini dapat dilakukan dengan mengambil tanggung jawab sosial, menjalankan program-program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang bermanfaat, serta berpartisipasi aktif dalam memecahkan masalah sosial.

Secara keseluruhan, Cutlip berpendapat bahwa PR efektif adalah PR yang mampu menciptakan hubungan saling menguntungkan antara organisasi dan publiknya, yang diukur dari tiga perspektif yang berbeda. Berdasarkan paragraf yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti melakukan penelitian Efektifitas Sosialisasi Pemakaian Set Top Box (STB) dalam Program Siap Trima Bonus (STB) Oleh *Brand Activation And Communication* Pada PT. Cakrawala Andalas Televisi (ANTV). Ada pun penelitian terdahulu yaitu:

	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3
Judul	Dinamika Sosialisasi Kebijakan Digitalisasi Penyiaran di Jawa Tengah	Efektivitas Pemberitaan Buletin iNews di GTV tentang Perindo	Sosialisasi Program CSR Oleh <i>Public Relations</i> PT Telkom Indonesia Melalui <i>Event</i> Telkom Craft Indonesia
Penulis	Made Dwi Adnjani	Erwin Leonardo, Gatut Priyowidodo, & Megawati Wahjudianata	Helen Olivia, Diah Novianis Putri

Lembaga	Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA)	Universitas Kristen Petra	Universitas Satya Negara Indonesia
Tahun	2017	2020	2019
Teori	Teori Sosialisasi	Teori Pembanding	Teori Interaksi Simbolik
Metode	Kuantitatif Deskriptif	Kuantitatif Deskriptif	Kualitatif
Hasil	Setelah terjadinya pemadaman atau disebut dengan <i>Analog Switch Off</i> (ASO), masyarakat sudah tidak bisa lagi menikmati siaran televisi analog, kematian (<i>switch off</i>) teknologi analog sudah direncanakan untuk mati bersamaan untuk seluruh daerah dan mulai beroperasi dengan televisi digital. Selain itu pemahaman yang harus diketahui oleh	Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pemberitaan Buletin iNews di GTV tentang Perindo tergolong efektif. Pemberitaan Buletin iNews di GTV tentang Perindo dapat diterima dengan baik oleh khalayak dan khalayak dapat menerima maksud pesan yang disampaikan dari	Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi dan wawancara bahwa sosialisasi untuk memperkenalkan produk UKM (Usaha Kecil Menengah) melalui event “Telkom Craft Indonesia” merupakan strategi dari <i>Public Relations</i> Telkom yang direncanakan mulai dari penyusunan konsep, perumusan

	<p>masyarakat mengenai ASO ini dari sisi teknis, masyarakat harus menyesuaikan TV mereka menjadi <i>digital</i> agar bisa menikmatinya dengan menambahkan perangkat Set Top Box</p>	<p>pemberitaan tersebut.</p>	<p>masalah, perencanaan dan pemograman dan evaluasi serta dilanjutkan dengan penentuan personel serta promosi yang dilakukan untuk mempublikasikan melalui sosial media, media cetak maupun media elektronik tentang UKM kepada masyarakat yang mengunjungi <i>event</i> Telkom Craft Indonesia 2017.</p>
--	---	------------------------------	---

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk kepada latar belakang yang dipaparkan diatas, maka dapat disusun rumusan permasalahannya adalah: Apakah program “Siap Terima Bonus” yang diadakan oleh ANTV efektif dalam mensosialisasikan Penggunaan Set Top Box Peserta Program “Siap Terima Bonus” di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui “Efektivitas Program Public Relations ANTV Terhadap

Sosialisasi Penggunaan Set Top Box (Survei Pada Peserta "Siap Terima Bonus" Di Yogyakarta)" yang dilaksanakan pada masyarakat kalangan menengah ke bawah. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan ide dan pemikiran bagi perusahaan khususnya pada proses sosialisasi masa transisi Televisi Analog ke Televisi Digital pada media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan para peneliti selanjutnya dan mampu meningkatkan pengaruh yang positif terhadap perusahaan melalui teori yang dikaji pada penelitian ini.

B. Manfaat Praktisi

Penelitian ini bermanfaat membuka wawasan bagi peneliti dalam mensosialisasikan suatu program pada masyarakat yang tidak mengikuti perkembangan teknologi.

C. Manfaat Sosial

Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat, sebagai tambahan informasi mengenai perpindahan televisi analog ke televisi *digital* dan penggunaan Set Top Box.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini, terdiri dari latar belakang yang menjelaskan segala hal yang bersangkutan dengan penelitian ini, dilengkapi dengan data-data yang dapat dipertanggung jawabkan, juga menjabarkan argumentasi bahwa penelitian ini harus disertakan dengan penelitian terdahulu. Bab ini menjabarkan mengenai rumusan masalah yang dirumuskan untuk ditemukan jawabannya, selain itu terdapat tujuan sebagai tumpuan pada penelitian ini. Bab ini juga menjelaskan manfaat penelitian akademik, praktisi dan sosial yang akan ditemukan setelah penelitian selesai. Pada bagian terakhir bab ini terdapat sistematika penulisan yang menjabarkan bagaimana isi secara singkat mengenai bab 1 sampai bab 5.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjabarkan mengenai landasan teori yang berisikan konsep atau teori yang peneliti terapkan pada masalah penelitian dan kerangka teori yang menjelaskan teori dan konsep sebagai gambaran yang sistematis. Kemudian muncul kerangka kerja dan juga hipotesis.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab tentang paradigma penelitian ini, peneliti mendefinisikan paradigma yang ingin memperkuat masalah penelitian. Pendekatan penelitian menjelaskan argumentasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Metode penelitian menggambarkan metode apa yang peneliti gunakan agar relevan dengan masalah yang diteliti. Populasi studi, semua uji statistik digunakan dalam penelitian.

BAB 4: PEMBAHASAN

Menyajikan gambaran umum populasi penelitian, gambaran umum responden, pemaparan hasil pengolahan data penelitian, interpretasi penelitian dan pembahasan mengenai hasil uji validitas dan uji reliabilitas.

BAB 5: PENUTUP

Berisi kesimpulan serta saran mengenai penelitian guna untuk menjadi masukan bagi orang-orang yang membutuhkan agar mendapatkan penelitian yang lebih relevan dan lebih baik lagi kedepannya.