

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan salah satu media yang sedang melalui proses digitalisasi. Hal ini tentunya menyebabkan pro dan kontra di masyarakat. Kebijakan untuk melakukan digitalisasi oleh beberapa orang dianggap sebagai peluang untuk mengembangkan serta memperluas macam-macam layanan agar nantinya dapat dijangkau oleh khalayak yang lebih luas. Sedangkan untuk sebagiannya lagi, perpindahan ini dapat menyebabkan ketidakmerataan penyebaran informasi kepada Masyarakat serta hancurnya beberapa perusahaan siaran (Budiman, 2015).

Tingkat pemahaman dan banyaknya informasi yang diterima oleh masyarakat mengenai transisi televisi analog ke televisi digital ini tidak boleh diremehkan. Pasalnya, ternyata sosialisasi pemerintah masih kurang sehingga masyarakat belum paham mengenai transisi, dampak, dan persiapan yang perlu dilakukan. (Jemadu, 2022). Selain itu, persoalan lain yang perlu dicermati adalah masih banyaknya masyarakat yang menganggap bahwa ASO (*Analog Switch Off*) merupakan program berbayar. (cnnindonesia., 2022).

Rencana tentang digitalisasi penyiaran sudah ada sejak tahun 2007, karena di negara-negara yang maju seperti Amerika dan Inggris, digitalisasi ini sudah terjadi sejak tahun 1998. Menurut Menko Polhukam Wiranto, sudah

85% negara-negara di dunia yang saat ini sudah melakukan digitalisasi penyiaran (Ismail et al., 2019). Di Amerika sendiri, perpindahan televisi analog ke digital diterapkan pada tanggal 12 Juni 2009, sedangkan di Indonesia, pemerintah baru akan melakukan *Analog Switch Off* secara serentak pada tanggal 2 November 2022 sesuai dengan UU Cipta Kerja, namun sudah beberapa kali mengalami pengunduran karena berbagai hal seperti pembagian STB atau *Set Up Box* dan kesiapan masyarakat. (Suharno, 2022)

Pemerintah dan DPR mengesahkan UU Cipta Kerja. Salah satunya adalah dalam ayat 2 pasal 60A UU Cipta Kerja dituliskan kewajiban peralihan televisi dari analog menjadi digital. *Analog switch-off* (penghentian siaran secara analog dan diganti siaran digital) yang sudah direncanakan dari tahun 2018 akan segera dilakukan, mengacu dari UU Cipta Kerja ini. *Analog switch-off* akan dilakukan secara nasional dan paling lambat dimulai pada tahun 2022 (Ikhsan, 2020).

Seiring berjalannya waktu, siaran analog juga diperkirakan tidak akan ada lagi sehingga memang diharuskan untuk berpindah ke siaran digital. Selain itu, regulasi penyiaran akan mengalami banyak perubahan bersama dengan perubahan televisi analog ke digital. Maka, seiring dengan perubahan ini, media harus membekali masyarakat dengan informasi dan akses mengenai televisi digital, sehingga seluruh masyarakat dapat menikmati dan memanfaatkan kemajuan tersebut dengan nyaman dan lancar. (Yusuf, 2014).

Pada penelitian mengenai rencana sosialisasi perpindahan sistem

penyiaran dari analog ke digital yang dilakukan oleh Adjani & Mubarak (2018), disimpulkan bahwa masih banyak khalayak yang masih belum tahu akan pentingnya proses migrasi digital. Proses penyampaian informasi kepada masyarakat mengenai migrasi digital ini perlu dilakukan dengan baik sehingga migrasi dapat berjalan dengan maksimal, sehingga media sebagai instrumen penyebaran informasi kepada masyarakat harus mampu memenuhi tugasnya demi lancarnya migrasi digital ini. Selain itu, dalam penelitian mengenai strategi komunikasi KPI dalam mengoptimisasi migrasi televisi digital yang dilakukan oleh Dewi & Muzakkir (2022) dikatakan bahwa strategi komunikasi yang tepat sungguh dibutuhkan, terkhusus perkembangan teknologi. Informasi yang disampaikan harus jelas dan menyeluruh sehingga bisa diterima oleh seluruh kalangan masyarakat. Dikatakan juga bahwa masih banyak masyarakat yang belum mengerti dengan baik mengenai perpindahan televisi analog ke digital ini, sehingga penyampaian informasi sangat diperlukan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wahjudi dan Agnes (2022) yang berjudul “Difusi Inovasi dan Komunikasi Persuasi Terhadap Adopsi Program Siaran Televisi Digital” diketahui bahwa terdapat beberapa kendala dalam melakukan ASO (*Analog Switch Off*) seperti pemerintah yang harus melakukan persuasi kepada masyarakat sebagai pelaku dan pengguna agar dapat beradaptasi terhadap perpindahan televisi dari analog ke digital. Diperlukan juga ketersediaan STB (*Set Up Box*) untuk masyarakat yang kurang mampu. Metode yang dipakai dalam penelitian

tersebut yaitu kuantitatif eksplanatif, sedangkan akumulasi datanya dilakukan dengan observasi. Hasil dari penelitian tersebut adalah adopsi program yang dilakukan pemerintah terhadap masyarakat sangat berpengaruh karena setelah mengetahui manfaat-manfaat yang bisa dinikmati melalui televisi digital, masyarakat menjadi semangat dan ingin berpartisipasi.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kamila (2021) yang berjudul “Pengaruh Agenda Media Program AIMAN Kompas TV Terhadap Agenda Publik Pada Pemberitaan Habib Rizieq” dicari tahu apakah ada pengaruh Agenda Media terhadap Agenda Publik dalam program AIMAN yang disiarkan di Kompas TV dengan penonton yang menonton acara tersebut. Teori yang dipenelitian ini adalah Teori *Agenda Setting*. Kemudian untuk metode yang digunakan pada penelitian tersebut adalah metode kuantitatif yang memakai teknik analisis uji regresi dan korelasi sederhana. Hasil penelitian tersebut adalah Agenda Media memiliki pengaruh secara simultan kepada Agenda Publik.

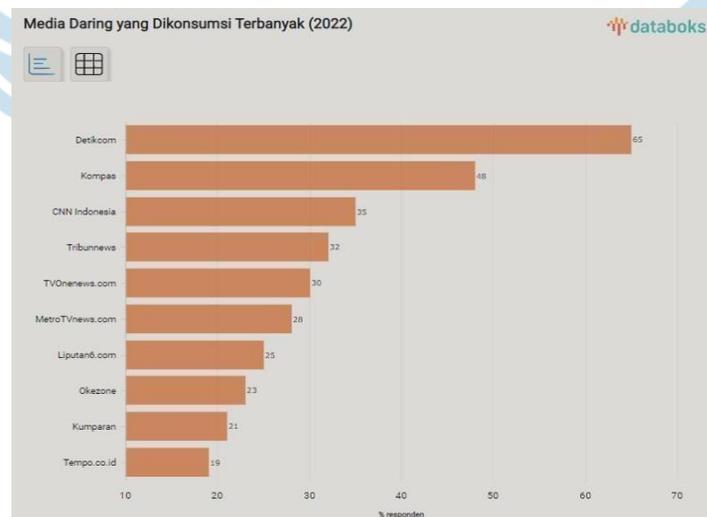
Menurut penelitian yang dilakukan oleh Simamora, Yuniarso, dan Pamungkas (2022), diketahui bahwa Indonesia dijadwalkan untuk mulai melakukan ASO pada tahun 2018 namun baru direalisasikan pada tahun 2022. Namun hingga tahun 2023 penerapan ASO belum diterapkan di seluruh wilayah Indonesia. Metode yang dipakai dalam penelitian tersebut yaitu deskriptif kualitatif, serta menggunakan data sekunder dan primer. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa ada 4 kategori yang menyebabkan ASO di Indonesia belum berjalan secara maksimal.

Pertama, regulasi dan hukum pemerintah yang tidak segera mengesahkan UU mengenai migrasi TV digital. Kemudian yang kedua adalah kebutuhan perusahaan, ASO akan menyebabkan perubahan struktur dan model bisnis penyiaran. Banyak media televisi yang belum siap menghadapi perubahan tersebut, khususnya yang tergabung dalam ATVSI. Ketiga, tuntutan akan teknologi lain, masyarakat Indonesia yang sebagian besar masih menggunakan televisi analog, harus menggunakan STB atau mengganti televisi mereka menjadi televisi digital. Kesiapan masyarakat juga sangat penting dalam perpindahan ini. Kemudian yang terakhir, keempat ada kekuatan-kekuatan sosial di masyarakat, selain melibatkan pemerintah dan masyarakat, ada juga kelompok kekuatan sosial di masyarakat yang ikut berpartisipasi dalam isu perpindahan televisi analog ke digital.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Imaddudin, Sitanggang, Bachtiar, dan Priyadi (2022), ditemukan bahwa media massa berperan penting dalam penyebaran informasi, terkhususnya media digital yang mudah didapat oleh khalayak luas. Metode yang dipakai pada penelitian tersebut yaitu metode kuantitatif eksplanasi. Penelitian tersebut dilakukan untuk mencari tahu apakah penyebaran informasi *Covid-19* melalui media online berpengaruh terhadap sikap masyarakat. Hasil dari penelitian tersebut adalah bahwa penyebaran informasi mengenai *Covid-19* melalui media online memiliki hubungan yang signifikan terhadap sikap masyarakat.

Menurut survei yang dilakukan oleh databoks mengenai situs media

online yang paling banyak diakses oleh penduduk Indonesia pada tahun 2022 diketahui bahwa Detikcom mendapat peringkat pertama. (Pahlevi, 2022). Detikcom percaya bahwa media tidak cukup hanya sekedar menyampaikan informasi saja namun juga harus mampu berinteraksi dan menggerakkan para pemangku kepentingan terutama masyarakat sehingga mau bersama-sama membangun bangsa ini. Sedangkan dari sisi konten yang diunggah oleh Detikcom sendiri, mereka lebih banyak menonjolkan hal-hal yang positif, inspiratif, solutif, kreatif, dan inovatif tanpa menghilangkan daya kritis mereka. Berita-berita ini dikemas dengan mencampur foto, teks, dan video sehingga proses penyerapan informasi oleh masyarakat dapat lebih cepat. (Asydhad, 2015). Maka, penelitian ini akan dilakukan terhadap Detikcom dalam pengaruhnya meningkatkan tingkat pemahaman masyarakat terhadap perpindahan televisi analog ke digital. (Pahlevi, 2022)



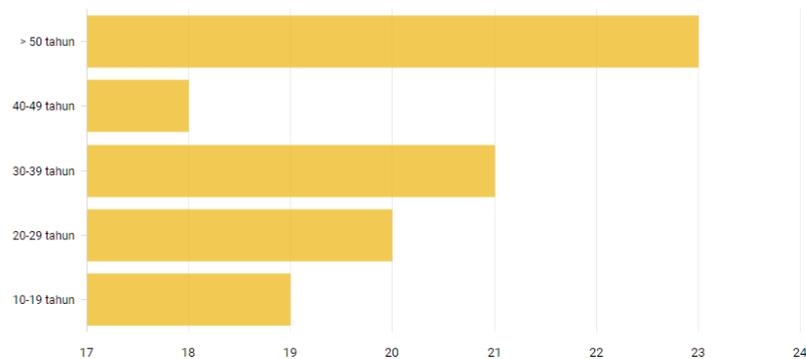
Gambar 1. Hasil Survei Popularitas Media Online di Indonesia (Pahlevi, 2022)

Berdasarkan data hasil survei yang dilakukan oleh Nielsen tentang usia penonton televisi di Indonesia, ditemukan bahwa demografi pengguna televisi di Indonesia menunjukkan penduduk yang berusia 50 tahun ke atas merupakan mayoritas penonton televisi di tahun 2022. Presentasinya terbagi sebagai berikut, penduduk berusia 50 tahun ke atas 23%, 40-49 tahun 18%, 30-39 tahun 21%, 20-29 tahun 20%, dan 10-19 tahun sebanyak 19%. Survei ini diisi oleh total 11.500 responden pengguna TV di 11 kota besar di Indonesia. Kemudian, berdasarkan hasil survei yang dilakukan kominfo mengenai indeks literasi digital di Indonesia diketahui bahwa Gen X dan *Boomers* merupakan generasi yang memiliki literasi digital paling rendah di Indonesia, mengingat usia mereka yang tergolong tidak muda dan mengakibatkan tingkat pemahaman mereka mengenai migrasi teknologi rendah. (Annur, 2022)

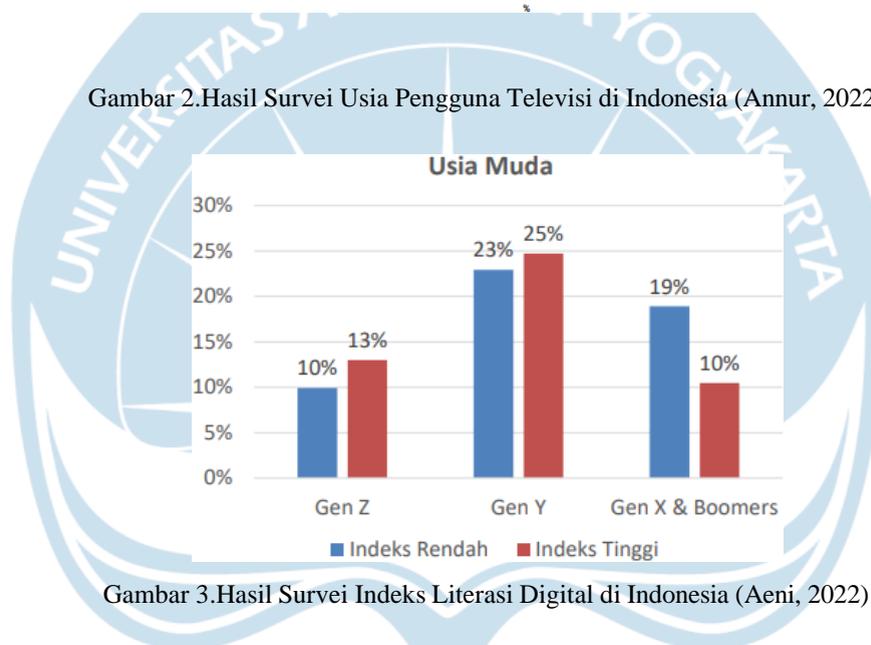
Generasi *Boomers* merupakan mereka yang lahir pada tahun 1946-1964 (Usia 69-77 tahun pada tahun 2023), sedangkan Generasi X merupakan mereka yang dilahirkan pada tahun 1965-1980 (usia 43-77 tahun pada tahun 2023). Maka, mempertimbangkan kedua survei di atas, penelitian ini akan dilakukan terhadap masyarakat yang berusia 43-77 tahun. (Aeni, 2022).

Demografi Pengguna Televisi di Indonesia Berdasarkan Usia (2022)

databoks



Gambar 2. Hasil Survei Usia Pengguna Televisi di Indonesia (Annur, 2022)



Gambar 3. Hasil Survei Indeks Literasi Digital di Indonesia (Aeni, 2022)

Penelitian ini akan dilakukan ke penduduk yang tinggal di DKI Jakarta, mempertimbangkan fakta bahwa DKI Jakarta memegang peringkat pertama sebagai provinsi dengan kepadatan penduduk tertinggi. Sehingga Menurut data yang dirilis BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia, pada tahun 2022 Provinsi DKI Jakarta adalah provinsi yang memiliki kepadatan penduduk tertinggi yakni 16,158 orang per km persegi. (Widi, 2022). Maka, penelitian akan dilakukan terhadap penduduk DKI Jakarta, agar penelitian dapat dilakukan dengan lebih efisien dan maksimal.

Pada penelitian-penelitian sebelumnya sudah diketahui bahwa banyak masyarakat yang belum mengerti pentingnya proses migrasi digital sehingga media sebagai instrumen penyebaran informasi kepada masyarakat harus mampu memenuhi tugasnya demi lancarnya migrasi digital ini. Media massa berperan penting dalam penyebaran informasi, terkhusus media digital yang mudah diakses oleh masyarakat. Maka, penelitian ini akan mengetahui mengenai bagaimana sebuah media berita online berpengaruh dalam menyebarkan informasi mengenai migrasi digital, khususnya perpindahan televisi analog ke digital.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis, penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh Detikcom dalam meningkatkan tingkat pemahaman masyarakat terhadap perpindahan televisi dari analog ke digital. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penulis akan melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada fokus subjek penelitian.

B. Rumusan Masalah

Apakah Detikcom berpengaruh dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap perpindahan televisi analog ke digital khususnya pada masyarakat usia 43-77 tahun di DKI Jakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu Apakah Detikcom berpengaruh terhadap masyarakat Indonesia usia 43-77 tahun di DKI Jakarta dalam

meningkatkan pemahaman mengenai perpindahan televisi analog ke digital.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis/ Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa dipakai sebagai acuan atau pijakan bagi penelitian-penelitian selanjutnya terutama yang masih berkaitan dengan pengaruh media dalam meningkatkan tingkat pemahaman masyarakat terhadap perpindahan televisi analog ke digital. Serta memberi kontribusi bagi kajian komunikasi media.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau landasan untuk media berita online khususnya Detikcom dalam menyebarkan informasi mengenai isu tertentu kepada masyarakat khususnya perpindahan televisi analog ke digital. Penelitian ini juga diharapkan bisa berperan sebagai acuan atau landasan bagi pemerintah dalam menginformasikan masyarakat terkait isu penting yang berhak diketahui masyarakat secara luas dan merata.

E. Kerangka Teori

1. *Agenda Setting*

Teori yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah teori *Agenda Setting*. Secara etimologi, *Agenda Setting* berasal dari Bahasa Inggris yaitu *Agenda* dan *Setting*. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia)

bisa ditemukan dua pengertian dari kata Agenda yaitu 1) Buku catatan yang bertanggal untuk satu tahun: acara rapat itu telah dicatat dalam agenda, dan 2) Acara (yang dibicarakan dalam rapat). Kata *Setting* diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia menjadi “mengeset” diartikan sebagai pekerjaan menata, mengatur. Sementara itu kata “pengesetan” memiliki arti “pengaturan”. Maka berdasarkan pengertian secara etimologi tersebut, *Agenda Setting* diartikan sebagai penyusunan atau pengaturan acara/ kegiatan/ agenda. (Ritonga, 2018).

Dalam istilah komunikasi, McCombs dan Shaw sebagai ilmuwan yang pertama sekali menguji teori ini pada tahun 1968 percaya bahwa media massa mampu menyampaikan hal yang menonjol dalam suatu berita dari *news agenda* kepada *public agenda*, kemudian menyebabkan apa yang menurutnya penting menjadi penting pula bagi khalayak. Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat diartikan bahwa teori *Agenda Setting* membahas mengenai peran sentral media massa dalam menetapkan agenda masyarakat yang terkena informasi. Masyarakat terbiasa dengan pesan-pesan yang diberitakan media, sehingga menjadi bahan perbincangan pada interaksi sehari-hari. Informasi atau berita yang diberitakan media bukan sekedar ilmu atau pengetahuan sosial, bahkan bisa mengubah sikap, perilaku, atau gaya hidup masyarakat. (Ritonga, 2018).

Dalam teori *Agenda Setting* dikatakan bahwa pada saat media menyorot suatu hal tertentu, maka masyarakat akan beranggapan bahwa

hal tersebut penting. Media berperan dalam mengontrol asumsi masyarakat. Menurut Rogers dan Dearing (1998), *Agenda setting* adalah proses linear dengan 3 (tiga) tahapan yaitu agenda kebijakan, agenda media, dan agenda publik. Penetapan agenda media diartikan sebagai penentuan apakah suatu isu menjadi prioritas media massa. Dalam hal ini agenda media akan berinteraksi atau mempengaruhi pemikiran publik dan interaksi ini akan menghasilkan agenda publik. (Elfrida, 2015)

Terdapat konseptualisasi yang dapat digunakan untuk lebih memahami proses Agenda Setting, yaitu Agenda Publik, Agenda Media, dan Agenda Kebijakan. Namun penelitian ini hanya akan menggunakan dua (2) konseptualisasi yaitu Agenda Publik dan Agenda Media. Kedua agenda tersebut memiliki dimensi-dimensi sebagai berikut (Kamila, 2021):

- a. Agenda Publik: 1.) Keakraban (*familiarity*) merupakan tingkat kesadaran masyarakat terhadap suatu topik, 2.) Penonjolan Pribadi (*personal salience*) yaitu hubungan berita dengan kepentingan pribadi khalayak, dan 3.) Kesenangan (*favorability*) yaitu senang atau tidaknya khalayak dengan topik berita.
- b. Agenda Media: 1.) Visibilitas (*visibility*) yaitu tingkat aksentuasi suatu berita, 2.) Tingkat penekanan bagi khalayak (*audience salience*) yaitu besarnya hubungan suatu berita dengan keperluan khalayak, dan 3.) Valence (*valence*) yaitu apakah suatu berita ditulis dengan gaya yang

menyenangkan atau tidak.

2. Teori Difusi Inovasi

Diartikan sebagai suatu proses saat sebuah inovasi disampaikan atau dikomunikasikan via saluran tertentu dalam rentang waktu yang tertentu juga, teori ini dikembangkan oleh Rogers (Everett Roger, *Diffusion of Innovation*, 1983). Identik dengan pembahasan mengenai keputusan inovasi dan juga bagaimana sebuah bentuk sosial dapat menyetujui datangnya ide baru yang ditimbulkan oleh sebuah inovasi (Sholahuddin et al., 2017), seseorang akan mengetahui bagaimana sebuah inovasi akan diterima atau ditolak oleh kelompok sosial maupun individu.

A. Jenis Difusi Inovasi

Sebuah proses mengkomunikasikan sebuah ide maupun gagasan baru dengan tujuan pembaharuan. Difusi inovasi dibagi menjadi dua kategori, yakni (Sholahuddin et al., 2017):

a. Difusi Sentralisasi

Difusi sentralisasi merupakan proses yang dilakukan oleh seorang pemimpin dalam mengkomunikasikan kapan akan dimulainya sebuah inovasi, penilai, dan saluran komunikasi.

b. Difusi Desentralisasi

Difusi desentralisasi merupakan proses yang dilakukan oleh masyarakat yang telah bekerja sama dengan individu lain yang telah menerima inovasi. Difusi inovasi terjadi karena adanya empat

elemen penting, yaitu inovasi, sistem sosial, saluran komunikasi, dan waktu (Rogers, 1983).

- a. Inovasi dipahami sebagai konteks perubahan perilaku, inovasi tidak dipahami sebagai hal yang sama atau setara melainkan sebagai hal yang berbeda dan membutuhkan usaha.
- b. Sistem sosial dipahami sebagai kumpulan orang atau masyarakat yang berkumpul guna memecahkan masalah untuk tujuan tertentu.
- c. Saluran komunikasi, saluran komunikasi dipahami sebagai penghubung antara komunikator dan komunikan untuk pertukaran pesan.
- d. Waktu dipahami sebagai proses dari difusi inovasi. Pengukuran waktu sendiri dalam difusi inovasi dapat diukur dari beberapa faktor, yang salah satunya adalah proses ketetapan inovasi yang meliputi 5 tahap penting, yaitu keputusan (*decision*), pelaksanaan (*implementation*), pengetahuan (*knowledge*), konfirmasi (*confirmation*), dan persuasi (*persuasion*).

3. Peran Media

Menurut Kahn (dikutip dalam Agustina, 2009) Peran dapat diartikan sebagai posisi individu dalam suatu sistem sosial yang memiliki hak, kewajiban, kekuasaan, dan tanggung jawab. Sedangkan Media menurut AECT (*Association of Education and Communication Technology*) (dikutip oleh Basyaruddin, 2002) diartikan sebagai “Segala

bentuk yang dimanfaatkan dalam proses penyampaian informasi”. Maka Peran Media bisa diartikan sebagai hak atau tanggung jawab suatu media dalam proses penyaluran informasi kepada masyarakat.

4. Televisi

Pada saat ini media televisi tidak dapat terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Media televisi digunakan sebagai sarana hiburan untuk menghabiskan waktu bersama keluarga, saudara, maupun teman. Dalam UU No. 32 tahun 2002 penyiaran televisi merupakan suatu media komunikasi secara massa yang dapat mengalirkan informasi maupun gagasan dalam bentuk gambar dan suara secara umum, berupa program yang berkesinambungan serta teratur, serta baik secara terbuka maupun tertutup. Selain itu jika kita amati di Indonesia, media televisi dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis seperti:

- a. *News TV* (Televisi Berita) seperti TVOne, BBCNews, Kompas TV, Inews, dan lain-lain.
- b. *General Entertainment TV* (Televisi Hiburan) seperti MNCTV, SCTV, RCTI, GTV, dan lain-lain.
- c. *Education TV* (Televisi Edukasi) seperti TVRI, TV Edukasi, dan lain-lain.

Terdapat beberapa karakteristik dari media televisi, yakni:

- a. Bersifat Tidak Langsung: Televisi sangat tergantung dengan kekuatan peralatan-peralatan elektronik, di mana jika tidak ada listrik maka televisi tidak dapat *on-air* dan dinikmati oleh audiens. Selain itu, jika

dilihat dari segi teknologi yang digunakan serta investasi yang ditanamkan, televisi merupakan jenis media massa yang paling canggih serta paling mahal.

- b. Bersifat Satu Arah: Siaran dalam televisi berkarakter satu arah, di mana para audiens tidak dapat melakukan interupsi maupun menyela saat suatu acara disiarkan maupun tidak disiarkan. Artinya, para audiens hanya dapat menerima program-program acara yang sebelumnya telah disiapkan oleh pihak penyelenggara dari berbagai stasiun televisi. Selain itu menurut konsep komunikasi massa, selaku penonton televisi kita dapat memilih-milih maupun pasif. Selektif untuk memilih mana acara yang sebaiknya ditonton dan aktif untuk mencari acara yang diinginkan.
- c. Bersifat Terbuka: Siaran televisi disampaikan ke audiens secara terbuka ke banyak wilayah sesuai dengan daya pancar siarannya. Artinya kita sebagai audiens dapat mengakses siaran televisi tanpa adanya batasan letak daerah, tingkatan akademis audiens, serta usia biologis. Maka audiens dari televisi bersifat heterogen dan anonim.
- d. Publik Tersebar: Audiens televisi tidak hanya berada di lingkup wilayah yang sama saja, namun terpecah di banyak wilayah baik dalam lingkup regional, local, nasional, bahkan hingga internasional.
- e. Bersifat Selintas: Menurut Wahyudi (dalam Roso Prajoko, 2020) pesan-pesan yang disampaikan oleh televisi hanya dapat didengar maupun dilihat secara sepintas saja. Jika dilihat dari sifatnya yang

hanya dapat didengar maupun dilihat secara sebentar, hal ini dapat mempengaruhi metode dalam penyampaian pesan. Di mana para stasiun TV diharapkan dalam penyampaian pesannya harus mudah dipahami, menarik, serta mudah dicerna audiens sehingga audiens tidak mudah bosan

5. Perbedaan Televisi Analog dan Televisi Digital (cnnindonesia., 2021)

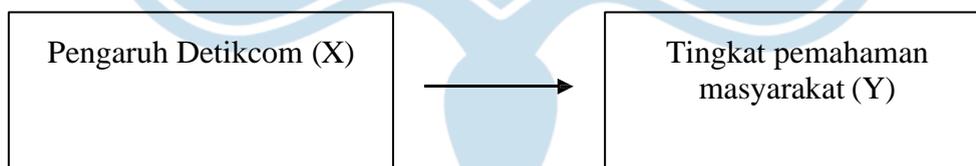
Tabel 1. Perbedaan Televisi Analog dan Televisi Digital

NO	Perbedaan	TV Analog	TV Digital
1.	Gelombang Sinyal	Berbentuk Setengah lingkaran atau sinus. Televisi analog hanya dapat menerima sinyal dari antena UHF. Hal ini yang menyebabkan TV analog mudah mengalami gangguan, distorsi, dan <i>noise</i> .	Berbentuk kotak maupun gelombang persegi. Televisi Digital dapat memproses sinyal digital maupun analog. Hal ini yang menyebabkan TV Digital minim terjadi gangguan.
2.	Kemampuan Menangkap Sinyal	TV Analog sangat bertopang dengan jarak stasiun pemancar TV. Hal ini dapat menyebabkan kualitas gambar menurun apabila jarak antena terlalu	TV Digital tidak bergantung dengan jarak stasiun pemancar. Hal ini yang menyebabkan kualitas dari TV Digital tidak akan pernah berubah

NO	Perbedaan	TV Analog	TV Digital
		jauh dari pemancar sinyal stasiun TV.	meskipun memiliki jarak yang jauh dari pemancar.
3.	Sistem Transmisi Pemancar	Pada frekuensi <i>Carrier</i> terdapat modulasi langsung	Data pada suara maupun gambar dikodekan menggunakan mode digital yang kemudian dipancarkan
4.	Jenis Televisi	TV Analog sering disebut juga dengan TV tabung karena identik dengan bentuk yang besar. Namun, terdapat juga TV Analog yang memiliki bentuk layar datar meskipun tetap hanya bisa menangkap siaran analog. Untuk bisa menerima siaran digital diperlukan STB.	Sistem pemancar DVB-T2 merupakan tanda dari TV Digital. Selain itu, <i>smart tv</i> dapat dikategorikan sebagai TV Digital apabila memiliki DVT yang dapat mencari saluran televisi.
5.	Fitur TV	Tidak memiliki fitur canggih.	Memiliki sebuah layanan interaktif yang biasa

NO	Perbedaan	TV Analog	TV Digital
			disebut dengan <i>electronic program guide</i> . Dalam layanan ini, penonton bisa mendapatkan sebuah penjelasan mengenai jadwal program tayangan acara sepanjang hari di sebuah <i>channel</i> maupun penjelasan mengenai tayangan yang sedang disiarkan.

F. Kerangka Konsep



Gambar 4. Kerangka Konsep

Melihat pengaruh dari adanya penyaluran informasi dari media berita Detikcom terhadap tingkat pemahaman masyarakat mengenai perpindahan televisi analog ke digital didasarkan pada landasan utama teori *Agenda Setting*, di mana intensitas suatu media dalam menyorot isu tertentu akan mempengaruhi seberapa masyarakat menganggap penting isu tersebut.

Bagaimana suatu media berita digital yang paling banyak diakses di

Indonesia ini memberitakan isu yang penting dan krusial untuk diketahui oleh masyarakat menjadi menarik untuk diteliti. Mengingat bukti-bukti bahwa banyak masyarakat yang masih bingung dan tidak paham atau bahkan tidak tertarik dengan perpindahan ini. Peneliti ingin melihat bagaimana Detikcom dari segi pengaruhnya dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai perpindahan televisi analog ke digital. Kemudian juga ingin dilihat apakah pengaruh Detikcom signifikan dalam meningkatkan tingkat pemahaman masyarakat mengenai perpindahan televisi analog ke digital. Dari Teori *Agenda Setting* ini, peneliti ingin melihat bagaimana suatu berita membentuk sebuah isu dari segi 3 indikator variabel isu yang diulas oleh media yaitu *Visibility*, *Audience Salience*, serta *Valence*, kemudian 3 indikator dari variabel agenda publik yaitu *Familiarity*, *Personal Salience*, dan *Favorability*.

G. Hipotesis

H0: Detikcom tidak berpengaruh dalam meningkatkan tingkat pemahaman masyarakat mengenai perpindahan televisi analog ke digital.

Ha: Detikcom berpengaruh dalam meningkatkan tingkat pemahaman masyarakat mengenai perpindahan televisi analog ke digital

H. Definisi Operasional

Sugiyono (2015) mengartikan definisi operasional yaitu suatu variabel dalam penelitian yang berhubungan dengan nilai, sikap, dan atribut dari suatu objek atau aktivitas yang beragam yang sudah ditentukan oleh peneliti.

Tabel 2. Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Definisi Variabel	Indikator	Satuan Pengukuran
Variabel Independen (X)	Visibilitas (<i>Visibility</i>)	Tingkat aksentuasi suatu berita	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat mengetahui mengenai migrasi televisi analog ke digital dari situs berita online Detikcom Masyarakat paham akan isi berita yang disajikan oleh situs media digital Detikcom mengenai migrasi televisi analog ke digital 	Likert (1-5)

Variabel	Dimensi	Definisi Variabel	Indikator	Satuan Pengukuran
Agenda Media, isu yang dibahas oleh suatu media	Tingkat penekanan bagi khalayak (<i>audience salience</i>)	Besarnya hubungan suatu berita dengan kebutuhan khalayak	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat merasa bahwa berita mengenai migrasi televisi analog ke digital yang disajikan oleh Detikcom merupakan informasi yang penting. • Masyarakat merasa bahwa berita mengenai migrasi televisi analog ke digital dari situs berita online Detikcom merupakan informasi yang penting 	Likert (1-5)

Variabel	Dimensi	Definisi Variabel	Indikator	Satuan Pengukuran
	Valence (<i>Valence</i>)	Apakah suatu berita ditulis dengan gaya yang menyenangkan atau tidak	<ul style="list-style-type: none"> • Berita mengenai migrasi televisi analog ke digital yang disajikan oleh Detikcom bersifat akurat. • Berita mengenai migrasi televisi analog ke digital yang disajikan oleh Detikcom bersifat lengkap. • Berita mengenai migrasi televisi analog ke digital yang disajikan oleh Detikcom bersifat informatif. • Berita mengenai migrasi televisi analog ke digital yang disajikan oleh Detikcom bersifat mendidik. • Berita mengenai migrasi televisi analog ke digital yang disajikan oleh Detikcom dapat dipercaya. • Berita mengenai migrasi televisi analog ke digital yang disajikan oleh Detikcom sudah jelas. • Berita mengenai migrasi televisi analog ke digital yang disajikan oleh Detikcom bersifat sesuai 	Likert (1-5)

Variabel	Dimensi	Definisi Variabel	Indikator	Satuan Pengukuran
Variabel Dependen (Y)	Keakraban (<i>Familiarity</i>)	Tingkat kesadaran masyarakat terhadap suatu topik	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat mengikuti berita mengenai perpindahan televisi analog ke digital Masyarakat memiliki ketertarikan terhadap berita mengenai perpindahan televisi analog ke digital 	Likert (1-5)
Agenda Publik, naluri publik terhadap pentingnya suatu isu	Penonjolan pribadi (<i>Personal Salience</i>)	Hubungan berita dengan kepentingan pribadi khalayak	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat merasa berita yang disajikan oleh Detikcom mengenai migrasi televisi analog ke digital sudah sesuai dengan informasi yang beredar 	Likert (1-5)

Variabel	Dimensi	Definisi Variabel	Indikator	Satuan Pengukuran
	Kesenangan (<i>Favorability</i>)	Senang atau tidaknya khalayak dengan topik berita	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat menyukai atau tidak menyukai berita yang dipublikasikan oleh Detikcom mengenai migrasi televisi analog ke digital • Masyarakat membagikan berita yang dipublikasikan oleh Detikcom mengenai migrasi televisi analog ke digital 	Likert (1-5)

I. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif sendiri adalah penelitian yang terstruktur dan datanya dapat digeneralisasikan (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2018). Sementara menurut Sugiyono (dalam Rizki, 2017), metodologi penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang memakai data berbentuk angka atau *scoring*. Sehingga, data-data tersebut dapat dianalisis menggunakan teknik statistik. Metodologi penelitian kuantitatif memiliki beberapa jenis dan yang peneliti pakai pada penelitian ini yaitu jenis penelitian eksplanatif, yaitu bertujuan untuk mencari tahu sebab dan akibat antara dua variabel yang diteliti (Kriyantono, 2006).

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini yaitu penelitian survei. Menurut Singaribun (1995) penelitian survei merupakan penelitian yang memakai sampel dari satu populasi serta menggunakan kuesioner untuk akumulasi data pokoknya. Selain itu, Menurut Kriyanto (2006) penelitian survei adalah metode riset yang menggunakan kuesioner untuk instrumen akumulasi data. Maka, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian survei ini untuk mengumpulkan sebuah informasi mengenai sejumlah responden yang dianggap dapat mewakili

suatu populasi tertentu.

3. Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari objek penelitian yaitu masyarakat DKI Jakarta berusia 43-77 Tahun yang merupakan pembaca Detikcom dan pengguna televisi analog. Sedangkan data sekunder sendiri didapatkan secara tidak langsung melalui media, jurnal, serta artikel yang memiliki hubungan erat dengan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik akumulasi data yang dipakai adalah dengan cara membagikan kuesioner yang sesuai dengan kriteria sampel. Menurut Suryadi (2019), teknik pengumpulan data diartikan sebagai teknik yang digunakan peneliti untuk mengakumulasikan data mengenai “apa” dan “siapa” suatu penelitian. Salah satu teknik akumulasi data adalah kuesioner. Kuesioner sendiri secara definisi yaitu suatu alat yang berisi sederet pertanyaan yang harus dijawab dan diisi oleh responden (Suryadi, 2019). Tujuan dari penyebaran kuisisioner adalah untuk memperoleh info melalui responden yang sebelumnya telah diidentifikasi memenuhi syarat untuk dijadikan responden. Pada penelitian ini, kuesioner akan dibagikan ke masyarakat DKI Jakarta yang berusia 43-77 tahun dan sedang menggunakan televisi analog serta merupakan pembaca media

berita online Detikcom.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai wilayah atau daerah generalisasi yang memiliki kuantitas yang sudah ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, populasinya adalah masyarakat DKI Jakarta usia 43-77 tahun ke atas. Hal ini berdasarkan data hasil survei yang dilakukan oleh Nielsen tentang usia penonton televisi di Indonesia, ditemukan bahwa demografi pengguna televisi di Indonesia menunjukkan penduduk yang berusia 50 tahun ke atas merupakan mayoritas penonton televisi di tahun 2022. Kemudian, DKI Jakarta dipilih karena memegang peringkat pertama sebagai provinsi dengan kepadatan penduduk yang tertinggi. Menurut data dari BPS, pada tahun 2022 tercatat populasi masyarakat berusia usia 50 tahun ke atas di provinsi DKI Jakarta berjumlah 2.445.494 jiwa (BPS, 2022). Lalu, berdasarkan hasil survei yang dilakukan kominfo mengenai indeks literasi digital di Indonesia diketahui bahwa Gen X dan *Boomers* merupakan generasi yang memiliki literasi digital paling rendah di Indonesia (Usia 43-77 tahun) mengingat usia mereka yang tergolong tidak muda dan mengakibatkan tingkat pemahaman mereka mengenai migrasi teknologi rendah.

b. Sampel

Sampel didefinisikan sebagai bagian dari populasi yang diambil melalui perwakilan karakteristik dan jumlah yang mencakup keseluruhan dari populasi tersebut. Karena jumlah masyarakat yang masih menggunakan televisi analog di DKI Jakarta tidak diketahui maka dari itu penelitian ini akan memakai rumus Wibisono (2003) dalam (Akdon dan Riduwan, 2013), yaitu:

$$N = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

N = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai tabel Z tingkat kepercayaan 95% (ketetapan 1,96)

σ = standar deviasi (ketetapan 0,25)

e = ukuran kemungkinan kesalahan (5%)

$$N = \left(\frac{1,96 \cdot 0,25}{0,05} \right)^2$$

$$= 96,04$$

Hasil tersebut dibulatkan menjadi 100 responden. Maka, sampel dari penelitian ini terdiri dari 100 orang yang akan mewakili masyarakat usia 43-77 tahun di provinsi DKI Jakarta.

c. Teknik Pengambilan Sampel

Peneliti akan memakai teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel penelitian ini. Artinya yaitu, penarikan sampel akan dilakukan dengan kriteria tertentu yang sudah ditetapkan. Dalam penarikan sampel tipe *purposive*, yang berarti pemilihan sampel akan memakai kriteria-kriteria lain yang sudah ditentukan yaitu berusia 43-77 tahun, tinggal di DKI Jakarta, menggunakan televisi analog, dan merupakan pembaca media berita online Detikcom.

Teknik *purposive sampling* dipilih sehingga peneliti dapat mendapatkan kriteria responden yang sesuai harapan. Responden akan didapat melalui penyebaran kuesioner ke kerabat dan teman peneliti yang sesuai dengan kriteria responden, serta media sosial facebook. Media sosial *Facebook* dipilih karena menurut survei yang dilakukan oleh *DataIndonesia.id* diketahui bahwa 10,9% pengguna facebook berusia lebih dari 45 tahun, lebih tinggi daripada pengguna Instagram yang hanya memiliki 4,9% pengguna berusia >45 tahun (Rizaty, 2023). Selain itu pemilihan *facebook* juga mempertimbangkan banyaknya *group-group* yang mudah diakses untuk menyebarkan kuesioner, contohnya adalah *group* pembaca Detikcom, dan *group* televisi analog.

6. Teknik Analisis Data

a. Skala Likert

Perhitungan variabel dalam penelitian ini adalah menggunakan Skala Likert (*Likert Scale*). Jawaban dari pernyataan bersifat pilihan ganda dengan pilihan jawaban berjumlah 5 yaitu :

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju

3. N : Netral
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Data dari kuesioner yang sudah didapat akan dianalisis menggunakan analisis interval skala likert. Maka dari itu masing-masing jawaban mempunyai skor yaitu :

STS (Sangat Tidak Setuju) :	1
TS (Tidak Setuju) :	2
N (Netral) :	3
S (Setuju) :	4
SS (Sangat Setuju) :	5

Hasil yang didapat dari pengujian digolongkan berdasarkan interval yang ditentukan menggunakan rumus :

$$I = 100 / \text{Jumlah Pilihan Jawaban (Likert)}$$

$$I = 100 / 5$$

$$I = 20$$

Keterangan :

I = Interval

Penggolongan berdasarkan rentang interval yang didapat adalah sebagai berikut :

0% - 19,99%	=	Buruk
20% - 39,99%	=	Kurang Baik
40% - 59,99%	=	Cukup
60% - 79,99%	=	Baik
80% - 100%	=	Sangat Baik

- Langkah pertama adalah dengan mencari nilai X yang didapatkan dari skor likert tertinggi dikali jumlah responden yaitu 100. Angka yang didapatkan adalah 500 dari hasil perkalian 5×100

$$X = \text{Skala likert tertinggi} \times N$$

Keterangan:

N= Jumlah responden

- Langkah kedua setelah mendapat nilai X adalah mencari nilai Y. Hal ini dilakukan dengan mengkalikan jumlah pertanyaan per-variabel dengan X. Contohnya dalam variabel *visibility* terdapat 3 pertanyaan, kemudian jika dikalikan dengan X akan menghasilkan angka 1500. Maka, nilai Y untuk variabel *visibility* adalah 1500.

$$Y = \text{Jumlah pernyataan variabel} \times X$$

- Langkah ketiga adalah mencair tahu nilai persentasinya. Hal ini dilakukan dengan cara menambahkan skor yang didapat dari pernyataan P1-P3 lalu dibagi dengan nilai Y kemudian dikalikan 100%. Maka akan didapatkan hasil persentase dari variabel *visibility*. Perhitungan ini berlaku untuk seluruh variabel dengan menyesuaikan nilai Y dari setiap variabel.

$$P = \frac{\text{Total skor variabel}}{Y} \times 100\%$$

Keterangan:

P= Persentase variabel

4. Selanjutnya untuk mengukur pengaruh secara keseluruhan dilakukan dengan menghitung rata-rata dari persentasi semua variabel yang diuji.

b. Uji Validitas

Validitas bersumber dari kata *validity* yang diartikan sebagai sejauh mana keakuratan sebuah alat ukur dalam menghitung data (Morissan, 2015: 106). Manfaat dari uji validitas sendiri adalah untuk membantu menguji apakah instrumen sudah sesuai dalam sebuah penelitian (Creswell, 2009). Hasil dari sebuah penelitian akan dikatakan valid jika data yang diperoleh memiliki kesamaan dengan data yang asli dari objek yang diteliti. Untuk mengetahui hasil uji validitas, terdapat ukuran:

- Sebuah pertanyaan dikatakan valid jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$.
- Sebuah pertanyaan dikatakan tidak valid jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$

Penelitian ini akan menggunakan uji validitas yang memiliki tingkat kepercayaan 95% dengan rumus $df = n - 2$, yang artinya $100 - 2$, sehingga nilai $df = 98$. Kemudian akan diperoleh nilai $r \text{ tabel} = 0,197$.

Pengambilan kesimpulan pada uji validitas menurut pada:

- Jika $r \text{ hitung} > 0,197$ ($r \text{ tabel}$), maka pernyataan tersebut valid.
- Jika $r \text{ hitung} < 0,197$ ($r \text{ tabel}$), maka pernyataan tersebut tidak valid.

c. Uji Reliabilitas

Saat sebuah alat pengukuran dinyatakan valid, maka proses selanjutnya yaitu melakukan uji reliabilitas pada alat tersebut. Reliabilitas adalah ukuran kepercayaan yang dengannya alat ukur melakukan fungsi pengukurannya. Hasil pengukuran dikatakan reliabel jika hasil dari beberapa implementasi pengukuran relatif identik atau konsisten. Pengujian reliabilitas dengan melihat tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebar. (Anggraini, 2019). Koefisien *Alpha* yang dikemukakan oleh Cronbach merupakan rumus yang paling sering digunakan untuk melakukan uji reliabilitas instrumen. Suatu instrumen dianggap reliabel jika nilai koefisien alfa > 0,70. Yaitu:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma^2 i}{\sigma^2 x} \right)$$

Keterangan:

α = Koefisien alpha

k = Jumlah item

$\sigma^2 i$ = Varian dari item i

$\sigma^2 x$ = Varian total

d. Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik dipakai untuk mencari tahu apakah ada tidaknya racun pada hasil estimasi regresi sehingga menyebabkan hasil regresi yang diperoleh menjadi tidak valid, dan hasil akhir regresi tidak dapat dipakai untuk dasar pengujian hipotesis dan penarikan kesimpulan. Ada dua asumsi klasik perlu diperhatikan yaitu:

e. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk memeriksa apakah data variabel independen dan dependen yang dipakai dalam model regresi berdistribusi normal. Ada berbagai macam metode pengujian, salah satunya adalah analisis grafis. Dengan menggunakan metode grafik kita dapat mengetahui apakah data yang kita pakai terdistribusi normal dengan melihat histogram dan plot probabilitas normal. (Bawono, 2006)

f. Uji Linearitas

Pengujian linearitas dipakai untuk memverifikasi bahwa spesifikasi model yang dipakai sudah memadai atau lebih baik dibandingkan spesifikasi model lainnya. Spesifikasi model bisa linier, persegi, atau kubik. Salah satu cara untuk melihat spesifikasi model secara pasti adalah dengan uji pengali *Lagrange*. Pengujian ini untuk mendapatkan nilai X^2 , dapatkan nilai X^2 dengan cara mengkalikan jumlah data pengamatan dikalikan dengan R^2 atau $n \cdot R^2$. (Bawono, 2006)

g. Analisis Data

Penelitian ini memakai teknik analisis dari data hasil uji regresi linear sederhana. Uji regresi sendiri dilakukan untuk menerangkan pengaruh yang dihasilkan variabel independen (Agenda Media, isu yang dibahas oleh suatu media) kepada variabel dependen (Agenda

Publik, naluri publik terhadap pentingnya suatu isu). Karena variabel yang dipakai dalam penelitian ini berjumlah 2 (dua) buah, maka uji regresi bisa dilaksanakan dengan rumus regresi linear sederhana seperti ini (Widarjano, 2015):

$$Y = \alpha +$$

Keterangan:

Y = taksiran variabel Y untuk setiap nilai X

b = nilai koefisien regresi

α = nilai konstant

h. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan Uji Parsial (Uji-t) dan Uji Koefisien Determinasi (R²).

i. Uji Parsial (Uji-t)

Kemudian terakhir, dilakukan uji-t demi mengetahui nilai signifikansi pengaruh variabel X secara individu kepada variabel Y dengan menganggap variabel lain konstan (Sulaiman, 2004). Rumus dari uji-t sendiri adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i - (\beta_i)}{se(b_i)}$$

Keterangan:

b_i = koefisien variabel ke-i

β = parameter ke-i yang dihipotesiskan

$se(b_i)$ = kesalahan standar b_i

Dalam melakukan uji t ini, peneliti memakai derajat kebebasan (dk) = $n-2$ dan taraf kesalahan (α) = 0,05. Maka dari itu, bila hasil thitung > ttabel, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, serta sebaliknya. Seluruh perhitungan data akan dilakukan memakai IBM SPSS Statistics versi 25.0

j. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dipakai dalam menentukan persentasi variabel independen yang secara serentak bisa menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar dari nol hingga satu. Jika koefisien determinasinya (R^2) = 1, berarti variabel independen menurunkan informasi yang diperlukan untuk memperkirakan variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, berarti variabel independen tidak dapat menuturkan pengaruhnya kepada variabel dependen (Anwar, 2012).