

**TESIS**

**PLATFORM MEDIA SOSIAL MENDUKUNG EKSPANSI  
SIARAN TVRI SULAWESI SELATAN DALAM  
TRANSFORMASI MEDIA**

**SITTI WAHYUNI ARTINI**

**E022191040**



**PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR**

**2021**

## HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL

### PLATFORM MEDIA SOSIAL MENDUKUNG EKSPANSI SIARAN TVRI SULAWESI SELATAN DALAM TRANSFORMASI MEDIA

Diajukan oleh:

**SITTI WAHYUNI ARTINI**  
E022191040

*telah diperiksa dan disetujui untuk melaksanakan ujian proposal*

Mengetahui:  
**Komisi Penasehat**

Dr.H.Muhammad Farid, M.Si

**Ketua**

Dr.Jeanny Maria Fatimah, M.Si

**Anggota**

Makassar, 15 April 2021

Mengetahui:  
**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

Dr.H.Muhammad Farid, M.Si

## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	v
DAFTAR TABEL .....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Masalah.....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Konsep dan Teori.....	10
1. Komunikasi Massa.....	10
1.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	10
1.2 Fungsi Komunikasi Massa .....	12
2. Televisi .....	13
2.1 Pengertian Televisi.....	13
2.2 Program Televisi .....	14
3. Media Baru .....	17
3.1 Pengertian Media Baru.....	17
3.2 Karakteristik Media Baru .....	18
4. Manajemen Media Penyiaran .....	19
4.1 Pengertian Manajemen .....	20

4.2	Pengertian Penyiaran.....	20
4.3	Manajemen Penyiaran .....	21
5.	Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia .....	27
5.1	Sejarah TVRI.....	27
5.2	Visi – Misi TVRI.....	31
B.	Teori yang Relevan .....	32
1.	Teori Difusi dan Inovasi .....	32
2.	Teori New Media.....	37
C.	Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya .....	39
D.	Kerangka Pikir.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	42
B.	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	43
C.	Informan Penelitian .....	43
D.	Sumber Data .....	44
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	45
F.	Teknik Analisa Data .....	46
G.	Keabsahan Penelitian .....	47
LAMPIRAN.....		vii
DAFTAR PUSTAKA.....		ix

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia tahun 2020 .....	5
---	---

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Jenis-jenis Platform Media TVRI Pusat.....	5
Table 1.2 Jenis-jenis Platform Media TVRI Sulawesi Selatan .....	6
Tabel 3.1 Daftar Informan .....	44

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Televise merupakan salah satu media yang masih mendapat tempat di masyarakat karena memiliki kelebihan yakni fasilitas audio visual yang memudahkan penyampaian pesan kepada audiens. Dibanding dengan media massa lain, televisi relative mempunyai pengaruh lebih besar dikarenakan sifat audio dan visual yang mampu membantu literasi khalayak dan mencerdaskan bangsa.

Dwyer , seorang pakar dan peneliti pertelevisian, menganggap televisi sebagai media audio-visual, sebanyak 94% dapat memengaruhi jiwa manusia melalui mata dan telinga untuk menyerap pesan-pesan atau informasi. Dengan fasilitas audio-visual, orang dengan menonton televise mampu mengingat 50% informasi yang mereka lihat dan dengar sehingga televise merupakan media pembelajaran yang masih diandalkan di masyarakat.

Sebagai salah satu media elektronik yang juga merupakan media komunikasi, televise juga dapat dikatakan sebagai alat pemuas kebutuhan *curiosity* manusia yang selalu ingin mengetahui segala hal. Sikap proaktif

manusia jika ingin mengetahui sesuatu memaksa mereka terus mencari untuk mendapat pengetahuan lebih, maka dari itu televisi digunakan sebagai alat pemuas kebutuhan mereka karena didalamnya terdapat dunia yang sangat kompleks yang berupa hiburan dan informasi. Sejarah televisi juga sudah sangat berkembang mulai dari hitam putih, televisi berwarna hingga kini berinovasi menjadi *Smart TV*. Siaran televisi juga telah melakukan perkembangan, jika dilihat dari kuantitas yakni jumlah stasiun televisi, keragaman acara dan durasi siaran sudah mengalami peningkatan yang begitu baik saat ini. Namun dari segi kualitas siaran televisi, umumnya masih memprihatinkan. Tak banyak stasiun televisi mempunyai misi untuk mencerdaskan masyarakat dengan menampilkan informasi yang mendidik dan keragaman budaya, namun sebagian besar stasiun memberikan tontonan yang melemahkan daya nalar masyarakat sehingga terkesan membodohi dan berada diluar jalur dalam visi mencerdaskan bangsa terutama tuntutan bagi generasi muda saat ini.

Sebagai televisi publik, Lembaga Penyiaran Publik TVRI memiliki peran penting yakni memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan semua lapisan masyarakat dengan menjangkau wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Untuk menjangkau seluruh daerah di Indonesia, LPP TVRI mempunyai 30 stasiun daerah dengan pola siaran yang terintegrasi dengan siaran TVRI Pusat.

Sebagai media televisi pertama kali di Indonesia, monopoli kejayaan LPP TVRI dimulai sejak diresmikan tahun 1962 hingga diawal tahun 1990 tepat stasiun televise swasta didirikan. Dengan hadirnya televisi swasta di Indonesia, perlahan-lahan masyarakat mulai melirik dan berpindah hati untuk menonton siaran hiburan yang disuguhi televisi swasta. Pandangan umum yang ada, melihat LPP TVRI dinilai jauh tertinggal dibandingkan oleh televise swasta baik dari segi pengemasan isi acara maupun kualitas siaran.

Dipandang sebagai televisi publik yang “mati suri”, beberapa tahun terakhir LPP TVRI berbenah diri yang ditandai dengan perubahan logo TVRI pada 29 Maret 2019. Pergantian logo TVRI menjadi proses rebranding LPP TVRI yang bermaksud mengubah citra perusahaan (*corporate image*) hingga budaya organisasi (*corporate culture*). Perubahan ini juga berpengaruh pada peningkatan kualitas konten siaran hingga jangkauan siaran yang berbasis digital.

Untuk mengikuti perubahan era digitalisasi, LPP TVRI yang menjadi stasiun pertama di Indonesia mempunyai saluran khusus di teresterial digital pada tahun 2010 yang diluncurkan bersamaan dengan siaran digital dari TVRI Pusat dan stasiun TVRI daerah. Kebangkitan TVRI sebagai media pemersatu bangsa terlihat pada salah satu misi TVRI yang menyelenggarakan penyiaran berbasis digital konvergensi dalam bentuk layanan multiplatform dengan teknologi terkini dikelola secara modern dan mudah diakses secara global.

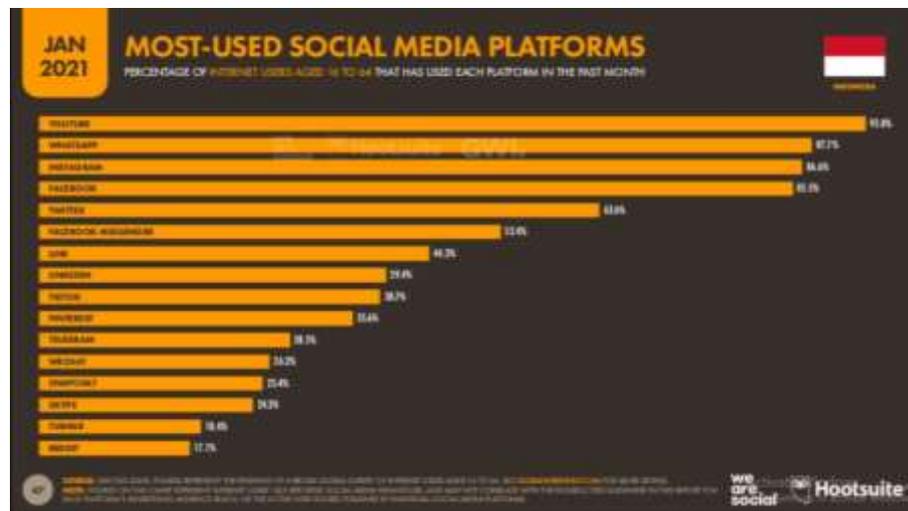
Landasan dasar dari transformasi di LPP TVRI ke dalam dunia digitalisasi tertuang dalam Visi dan Misi untuk mencapai tujuan sebagai televisi public yang dapat dijadikan rujukan bagi masyarakat, dapat sejajar dengan televisi publik di negara-negara lain dan dapat diakses secara global. Sebagai contoh TVRI mulai menjelajahi dunia digital yakni hadirnya aplikasi TVRI Klik yang dapat diunduh melalui *smartphone* dan dapat ditonton melalui *Live Streaming* melalui *website* TVRI sehingga siaran TVRI Pusat dan 30 TVRI Stasiun Daerah dapat disaksikan melalui gadget. Sementara untuk memperluas daya jangkau siaran LPP TVRI juga mulai melakukan siaran *Live Streaming* melalui platform media sosial seperti *Facebook* dan YouTube. Transformasi melalui platform media sosial tak hanya dilakukan oleh Tim komunikasi TVRI Pusat tetapi semua TVRI di 30 stasiun daerah juga mengikuti strategi ini

Berdasarkan data diperoleh dari Tim Komunikasi LPP TVRI, TVRI Pusat memiliki 5 jenis platform media sosial diantaranya *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, *Tiktok*. Jika melihat Tabel 1. Jumlah followers masing-masing platform media sosial TVRI Pusat sudah banyak mendapat respon positif dari publik. Perluasan daya jangkau siaran melalui platform media sosial menjadi inovasi baru dalam industri media penyiaran. Sebagai strategi yang tepat dalam menyesuaikan dengan teknologi lama dengan teknologi baru untuk bersama-sama mencapai tujuan dalam melayani kebutuhan publik dibidang informasi dan lebih mendekatkan industri media penyiaran dengan publik. Apalagi data yang

diperoleh melalui Hootsuite dan Social Media bahwasaja di tahun 2020 Masyarakat Indonesia lebih banyak menggunakan YouTube sebagai sosial media yang diikuti oleh Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Twitter.

PLATFORM	FOLLOWERS
FACEBOOK	77K Followers / 63.3K Likes
INSTAGRAM	250K Followers
TWITTER	119K Followers
YOUTUBE	326k Subscribers
TIKTOK	3.231 Followers / 26K Likes

Table 1.1 Jenis-jenis Platform Media TVRI Pusat



Gambar 1.1 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di

Indonesia Tahun 2020

(sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>)

Dengan adanya penggabungan atau integrasi yang dilakukan LPP TVRI menjadi bagian dari transformasi media untuk penguatan pemberitaan dan program LPP TVRI.

Dalam hal ini penulis melihat direksi LPP TVRI mengharapkan untuk semua stasiun TVRI Daerah bisa memanfaatkan platform social dengan baik sebagai strategi untuk memperkaya konten dan penyebarluasan distribusi dengan melakukan siaran melalui platform sosial media. Namun penulis menemui beberapa kendala yaitu:

1. Apakah kebijakan ini telah diatur dalam kebijakan manajemen siaran di masing-masing stasiun daerah?
2. Apakah dengan menayangkan siaran di Platform media sosial dapat menarik perhatian publik sehingga mampu memperbaiki kualitas siaran?
3. Apakah dengan adanya konvergensi dapat mendukung transformasi media tanpa harus menghilangkan identitas dari lembaga televisi tersebut?

Dari permasalahan tersebut, penulis ingin menganalisa secara deskriptif kebijakan TVRI Sulawesi Selatan dalam ekspansi siaran di platform media sosial sebagai transformasi media. TVRI Sulawesi Selatan mempunyai platform media sosial yakni Facebook, YouTube, Instagram, dan Twitter. Untuk saat ini TVRI Sulawesi Selatan menggunakan dua jenis platform media sosial untuk memperluas siaran dengan menayangkan

siaran langsung dengan Facebook dan Youtube. Namun dilihat dari Tabel 2. presentasi pengikut media sosial Facebook dan Youtube TVRI Sulawesi Selatan masih kurang jika dibandingkan jumlah populasi masyarakat Sulawesi Selatan. Sehingga ini menjadi tantangan TVRI Sulawesi Selatan mendukung transformasi media untuk memudahkan publik menyaksikan program acara TVRI Sulawesi Selatan dengan menjangkau semua kalangan sehingga dapat menarik perhatian publik dan meningkatkan kualitas siaran

PLATFORM	FOLLOWERS
FACEBOOK	1.764 Followers / 1.093 Likes
YOUTUBE	2.11k Subscribers
INSTAGRAM	2.210 Followers
TWITTER	193 Followers

Table 1.2 Jenis-jenis Platform Media TVRI Sulawesi Selatan

Untuk itulah penulis tertarik untuk menjadikan judul penelitian yaitu :

**Platform Media Sosial Mendukung Ekspansi Siaran TVRI Sulawesi Selatan Dalam Transformasi Media.**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari permasalahan tersebut dapat ditarik perumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana kebijakan TVRI Sulsel dalam melakukan ekspansi penyiaran di platform digital?
2. Apakah platform digital dapat meningkatkan kualitas siaran TVRI Sulsel?

### **C. Tujuan Masalah**

Tujuan penelitian ini untuk:

1. Mendeskripsikan kebijakan manajemen TVRI Sulsel untuk memperluas daya jangkauan siaran melalui platform digital.
2. Mengetahui kualitas siaran TVRI Sulsel melalui tayangan di platform digital.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat dua manfaat yang bisa didapat, yaitu:

#### **1. Manfaat Teoritis / Akademis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan civitas akademik dalam pengembangan ilmu komunikasi yang terkait dengan kreatifitas strategi daya jangkauan siaran khususnya dalam ilmu metode penelitian tentang Televisi publik.

#### **2. Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan dijadikan landasan pengalaman bagi TVRI Stasiun Sulawesi Selatan dalam merumuskan strategi daya jangkau siaran yang lebih baik di masa mendatang.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai bahan pertimbangan bagi TVRI Stasiun Sulawesi Selatan untuk memperhatikan faktor-faktor yang mendukung peningkatan kualitas siaran di TVRI Sulawesi Selatan.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan akses informasi yang sesuai dengan porsi dan kebutuhan bagi masyarakat khususnya masyarakat lokal.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Konsep dan Teori**

##### **1. Komunikasi Massa**

###### **1.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Dalam kehidupan manusia beragam bentuk komunikasi yang diterapkan salah satunya yaitu komunikasi massa. Dalam tingkatan organisasi sosial masyarakat, komunikasi massa dinilai sebagai salah satu proses komunikasi yang mengarah pada suatu jaringan yang menghubungkan banyak penerima atau saling terhubung kepada satu sumber untuk bertukar informasi. (McQuail, 2011).

Asal mula perkembangan komunikasi massa erat hubungannya dengan media massa sebagai media yang pesan/isi-nya berpengaruh pada kehidupan suatu negara dan masyarakatnya. Komunikasi massa merupakan suatu macam komunikasi manusia (*human communication*) yang tumbuh bersama dengan penggunaan alat-alat mekanik, yang mampu memperbanyak dan memperluas pesan-pesan komunikasi (Wiryanto, 2000).

Secara sederhana (Bitnerr, 1980) mengartikan tentang komunikasi massa, *mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people* (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa untuk orang dengan jumlah yang besar).

Definisi komunikasi massa, menurut Tan dan Wright dalam Liliweri (1991) mengatakan bahwa massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikasi secara massal, dalam jumlah banyak, tempat tinggal berjauhan, bersifat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu.

Sementara pendapat ahli lainnya Jay Black dan Fredrick C. Whitney, komunikasi massa merupakan sebuah sarana dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal akan disalurkan kepada penerima pesan dengan cakupan yang luas, anonim, dan bersifat satu arah (Black & Whitney, 1983).

Beragam definisi dari komunikasi massa telah dikemukakan oleh beberapa ahli komunikasi sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa untuk melakukan sebuah proses komunikasi harus menggunakan media massa. Media komunikasi yang termasuk dalam media massa merupakan Koran, majalah, buku – ketiganya di kategorikan kedalam media cetak; radio, film dan televisi dikenal dengan media elektronik.

## 1.2 Fungsi Komunikasi Massa

Wilbur Schramm menyatakan bahwa komunikasi massa berfungsi sebagai *decoder*, *interpreter* dan *encoder* (Wiryanto, 2000).

- Komunikasi sebagai *Decoder*

Dalam komunikasi *decoder* diartikan sebagai kemampuan penerima dalam memahami pesan. Oleh karena itu, komunikasi massa berfungsi untuk memahami pesan yang terjadi di lingkungan masyarakat.

- Komunikasi sebagai *Interpreter*

Pesan yang sudah di-*decode* atau dipahami akan diinterpretasikan untuk pengambilan kebijakan dan menjaga keharmonisan interaksi masyarakat

- Komunikasi sebagai *Encoder*

Untuk menjaga hubungan masyarakat, Pesan yang diubah akan dilakukan *encode* atau penyesuaian sehingga dapat diterima oleh audiens dan dengan cara yang mereka inginkan.

Komunikasi massa merupakan salah satu aktivitas sosial yang berfungsi dalam kehidupan masyarakat (Romli, 2016). Robert K. Merton memaparkan bahwa fungsi aktivitas memiliki dua aspek yaitu:

- a. Fungsi nyata (manifest function) adalah fungsi yang diinginkan

- b. Fungsi tidak nyata atau tersembunyi (latent function) adalah fungsi tidak diinginkan.

Sementara dalam buku "*Communication and Society in Developing Nations*" (Hedebro, 1979) menuturkan peran komunikasi dalam komunikasi massa berfungsi untuk:

1. Menciptakan suasana perubahan dengan memperkenalkan nilai-nilai baru untuk mengubah sikap dan perilaku ke arah modernisasi
2. Membantu menemukan nilai baru dan keharmonisan dari suatu situasi tertentu.
3. Mengajarkan keterampilan baru
4. Berperan sebagai pelipat ganda ilmu pengetahuan
5. Meningkatkan aspirasi seseorang
6. Meningkatkan partisipasi dalam pengambilan keputusan terhadap hal-hal yang menyangkut kepentingan orang banyak
7. Menciptakan efisiensi tenaga dan biaya terhadap mobilitas seseorang

## **2. Televisi**

### **2.1 Pengertian Televisi**

Televisi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah Sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) melalui kabel atau melalui angkasa dengan menggunakan alat yang mengubah cahaya

(gambar) dan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar.

Televisi (TV) merupakan suatu perangkat teknologi yang memiliki fungsi dapat menampilkan gambar dan suara yang dapat menayangkan informasi, hiburan, dan pendidikan. Sebagai media komunikasi audio-visual, Televisi memiliki kemampuan yang lebih baik untuk merangsang dan membentuk perilaku pemirsa dibanding media massa lain (Unde, 2014).

Televisi merupakan sebuah pesawat penerima gambar siaran. Kata televisi berasal dari dua kata yaitu tele dan vision, dimana tele mempunyai arti jauh sedangkan vision berarti tampak. Dapat disimpulkan televisi berarti tampak atau dapat melihat dari jarak jauh.

Televisi sebagai media yang mampu menampilkan gambar hidup dengan kualitas baik dengan didukung suara yang merupakan bahasa yang umum digunakan manusia. Inilah menjadi sumber kekuatan televisi untuk mendominasi media lain, kelebihan lainnya diantaranya *simultaneous*, persuasif, dan menghadirkan realitas sosial.

## **2.2 Program Televisi**

Program berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang penyiaran Indonesia

tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai rangkaian pesan yang disajikan dalam sebuah bentuk (Morissan, 2008). Dengan demikian dapat diartikan program ialah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiens atau khalayak. Program atau acara yang disajikan dalam sebuah konten merupakan faktor utama yang membuat audiens tertarik mengikuti siaran sebuah stasiun penyiaran baik itu radio maupun televisi.

Suatu program televisi selalu mempertimbangkan program acara yang diinginkan atau dapat diterima oleh audiens. Berikut karakteristik suatu program televisi:

1. Product, materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audiens yang dituju.
2. Price, biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program dengan menentukan tarif iklan bagi pemasangan iklan yang berminat memasang iklan pada program bersangkutan.
3. Place, pemilihan waktu siaran yang tepat untuk menayangkan program tersebut. Penayangan waktu yang tepat bagi suatu program, sangat membantu keberhasilan program tersebut.
4. Promotion, memperkenalkan lalu menjual acara program tersebut agar mendapat iklan maupun sponsor yang dapat memengaruhi keberlangsungan program itu.

Untuk menarik perhatian dan menahan audiens agar tidak pindah dari saluran atau program lain agar tetap menonton program acara televisi, berikut kiat atau cara yang digunakan:

1. *Head to Head,*

Terdapat program baru yang sejenis disiarkan bersamaan dengan stasiun televisi lainnya, sehingga pengelola program harus mempertimbangkan konten program baru itu cukup kuat menarik audiens agar menonton program baru tersebut.

2. *Counter Programming* (Program Tandingan),

Membuat dan menyajikan suatu program yang berbeda dari program-program yang sedang ditayangkan televisi lainnya, agar menjadi daya tarik berbeda untuk menarik perhatian audiens yang belum terpuaskan keinginannya.

3. *Block Programming*

Mempertahankan audiens untuk tidak memindahkan saluran televisi yang menyajikan acara yang sejenis selama waktu siaran.

4. *Strong Lead-in*

Menyajikan program dengan pembukaan atau permulaan segmen yang kuat agar mendapat perhatian audien sebanyak mungkin.

5. *Creating Hammock*

Merancang sebuah strategi untuk kembali membangun dan meningkatkan jumlah audiens terhadap program yang mulai mengalami penurunan minat audiens.

6. *Stunting*,

Suatu langkah strategi untuk merebu perhatian audiens dengan cara melakukan perubahan jadwal program secara cepat.

### **3. Media Baru**

#### **3.1 Pengertian Media Baru**

Media baru merupakan sebuah istilah yang mencakupi konsep digitalisasi dalam perkembangan teknologi informasi yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan dunia teknologi seperti komputer dan internet.

Menurut Everett M. Rogers dalam (Abrar & Dermawan, 2003) menjelaskan tentang perkembangan media komunikasi dalam empat era.. pertama, era komunikasi tulisan. Kedua, era komunikasi cetak. Ketiga, era telekomunikasi. Keempat, era komunikasi interaktif. Maka media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

Dalam buku *Research Methods and the New Media* (Williams et al., 1988), media baru merupakan media teknologi komunikasi yang melibatkan perangkat komputer untuk memfasilitasi penggunaanya agar

dapat berinteraksi antar sesama pengguna ataupun mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Sementara menurut Mc Quail, media baru adalah sebuah wadah untuk semua pesan komunikasi terdesentralisasi yang dapat meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan komputer karena distribusi pesan melalui satellite. Sehingga keterlibatan pengguna dalam proses komunikasi juga semakin meningkat (McQuail, 2011).

### **3.2 Karakteristik Media Baru**

(Lister et al., 2009) menjelaskan bahwa saja media baru memiliki beberapa karakteristik diantaranya : digital, jaringan, virtual, interaktif, hipertekstual, dan simulasi.

#### **1. Digital**

Media baru merujuk terhadap media yang bersifat digital yang merupakan peralihan dari media analog sehingga lebih mudah mengubah data menjadi angka dengan keluaran menjadi digital. Dengan adanya proses digitalisasi dapat mempermudah dan mempercepat dalam mengakses data.

#### **2. Jaringan**

Dalam media baru membutuhkan karakteristik jaringan untuk menghubungkan pengguna dalam suatu lingkup yang sempit maupun luas yang terhubung melalui internet.

### 3. Interaktif

Dengan adanya media baru lebih memudahkan pengguna untuk aktif terlibat melakukan proses secara langsung baik berinteraksi dengan pengguna lainnya maupun melakukan perubahan terhadap suatu konten yang mereka akses

### 4. Virtual

Media baru berupaya mewujudkan sebuah dunia virtual. Virtual dapat diartikan sebagai fitur budaya *postmodern*, sehingga masyarakat dapat mensimulasikan pengalaman dan lingkungan yang dibangun dengan grafis komputer dan video digital.

### 5. Hipertekstual

Sebuah tautan yang berbentuk teks yang menghubungkan teks lainnya. Hiperteks digunakan dalam media baru bersifat sebagai *keywords* untuk mempermudah pengguna untuk mencari informasi yang sama atau berkaitan dan dapat membaca teks tidak berurutan.

### 6. Simulasi

Karakteristik simulasi hampir sama dengan karakteristik virtual yang menghadirkan proses tiruan terhadap objek atau peristiwa dalam dunia nyata yang akan didemonstrasikan dalam dunia maya dengan fasilitas teknologi.

## 4. Manajemen Media Penyiaran

#### **4.1 Pengertian Manajemen**

Manajemen dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, diartikan sebagai proses penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran.

George R. Terry dan Leslie W. Rue dalam sebuah buku *Principle of Management* yang diterjemahkan oleh G.A Ticoalu (Terry & Rue, 2005) mendefinisikan manajemen sebagai suatu proses atau aturan yang mengarahkan atau membimbing atau mengarahkan untuk menentukan serta mencapai sasaran melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya.

Ricky W. Griffin menjelaskan manajemen merupakan sebuah proses terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian dan pengontrolan sumber daya yang dapat mencapai tujuan sesuai perencanaan awal (Griffin, 2012).

Secara sederhana makna manajemen dapat diartikan sebagai pengelolaan suatu kegiatan, sedangkan yang melaksanakan atau pelaksanaannya disebut manajer atau pengelola.

#### **4.2 Pengertian Penyiaran**

Penyiaran berasal dalam bahasa Inggris, *broadcasting* yang mempunyai arti sebagai keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, bahan penyiaran, produksi, hingga pemancaran kepada penerima siaran.

Dalam Undang-undang penyiaran mendefinisikan sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui pemancar atau sarana transmisi di darat, laut dan antariksa dengan menggunakan spectrum frekuensi berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, atau media yang digunakan oleh masyarakat sebagai penerima.

Berdasarkan definisi dalam Undang-undang 32 tahun 2002 tentang penyiaran, terdapat 5 (lima) syarat yang mutlak dipenuhi untuk dapat terjadinya penyiaran yaitu :

1. Spektrum frekuensi radio harus tersedia
2. Sarana Pemanacaran atau transmisi harus tersedia
3. Perangkat penerima siaran (*receiver*) harus tersedia
4. Ada siaran (program atau acara) harus tersedia
5. Dapat diterima secara serentak/bersamaan

### **4.3 Manajemen Penyiaran**

Dalam sebuah media penyiaran terdapat manajer umum (*general manager*) yang bertanggung jawab kepada pemilik dan pemegang saham

dalam melaksanakan koordinasi sumber daya sehingga tujuan media penyiaran suatu instansi dapat terpercaya. Pada dasarnya manajer umum yang bertanggung jawab dalam setiap aspek operasional suatu penyiaran. Ada empat fungsi dasar yang perlu manajer umum lakukan untuk melaksanakan tanggung jawaban yang dipopulerkan oleh Piter pringle dalam (Morissan, 2008), yaitu :

### **1) Perencanaan**

Perencanaan meliputi kegiatan penentuan tujuan (*objectives*) media penyiaran hingga persiapan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan. Dalam perencanaan sudah dapat menentukan “apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya” dengan mempertimbangkan kondisi di masa sekarang maupun akan datang agar mecapai tujuan.

Dalam perencanaan harus mempertimbangkan kebutuhan flektibilitas agar mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi baru secepat mungkin (T. Hani handoko hlmn 78). Perencanaan strategis dibutuhkan suatu organisasi untuk memenuhi tujuan-tujuan suatu organisasi yang lebih luas.

Perencanaan strategis (*strategic planning*) adalah proses pemilihan tujuan-tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan dan program strategis yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan dan menetapkan

metode yang dibutuhkan untuk menjamin strategis dan kebijaksanaan telah diimplementasikan. Dapat disimpulkan perencanaan strategis stasiun penyiaran meliputi :

- 1) Membuat keputusan mengenai sasaran dan tujuan program penyiaran
- 2) Melakukan identifikasi dan sasaran (target) audien
- 3) Menetapkan kebijakan atau aturan untuk menentukan strategi yang akan dipilih
- 4) Memutuskan strategi yang akan digunakan

## **2) Pengorganisasian**

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Ada dua aspek utama proses penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama. Hal ini terlihat pada struktur formal suatu organisasi, dan tampak atau ditunjukkan oleh suatu bagan organisasi.

Tidak ada struktur organisasi baku yang berlaku umum atas struktur organisasi suatu stasiun penyiaran. Struktur organisasi sangat bergantung pada skala kegiatan. Organisasi suatu stasiun penyiaran biasanya terdiri dari beberapa bagian atau departemen. Suatu bagian

pada stasiun penyiaran biasanya dipimpin oleh seorang manajer atau direktur yang membawahi sejumlah manajer. Semua manajer bagian harus selalu melaporkan kegiatan, terkait perkembangan kegiatan hingga hasil kegiatan kepada direktur utama. Manajer merupakan asisten direktur dari suatu bidang atau bagian atau departemen. Direktur departemen biasanya dipilih dari manajer senior yang ada di departemen itu. Direktur departemen inilah yang bertanggung jawab kepada direktur utama.

### **3) Pengarahan dan memberikan pengaruh**

Untuk merangsang antusiasme karyawan dalam melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif merupakan fungsi dari mengarahkan (directing) dan memberikan pengaruh atau memengaruhi (influencing). Berdasarkan hal tersebut, Peter Pringle (1991) dalam Mrissan (2009) mengemukakan bahwa fungsi memengaruhi atau mengarahkan terpusat pada stimulasi karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka dengan antusiasme dan efektif.

**Motivasi**, keberhasilan stasiun penyiaran dalam mencapai tujuannya terkait sangat erat dengan tingkatan atau derajat kepuasan karyawan dalam memenuhi kebutuhannya. Ketika kebutuhan dasar karyawan sudah dapat terpenuhi, maka manajer umum atau pimpinan harus memberikan respons terhadap kebutuhan yang lebih tinggi agar motivasi karyawan tetap baik. Semakin tinggi tingkat kepuasan karyawan, maka kemungkinan semakin besar karyawan memberikan kontribusi terbaiknya untuk mencapai tujuan stasiun penyiaran tersebut.

**Komunikasi,** komunikasi merupakan faktor yang sangat penting untuk dapat melaksanakan fungsi manajemen secara efektif. Komunikasi adalah cara yang perlu dilakukan pimpinan agar karyawan mengetahui atau menyadari tujuan dan rencana stasiun penyiaran sehingga dapat bekerja sama secara penuh dan efektif untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Kunci sukses suatu manajemen stasiun penyiaran adalah komunikasi yang lancar antara berbagai bagian atau antara personel dalam suatu bagian.

**Kepemimpinan.** Kepemimpinan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk memengaruhi dan mengarahkan orang-orang lain agar bekerja mencapai tujuan dan sasaran. Pemimpin yang berhasil atau sering disebut dengan pemimpin yang efektif mempunyai sifat-sifat atau kualitas tertentu yang diinginkan seperti kharisma, berpandangan ke depan, keyakinan diri dan sikap adil kepada karyawan. Kenyataannya para pemimpin dapat memengaruhi moral dan kepuasan kerja dan tingkat prestasi karyawan.

**Pelatihan.** Perusahaan memilih karyawan biasanya karena mereka memiliki pengalaman atau latar belakang dan keahlian untuk melaksanakan suatu tanggung jawab tertentu. Tetapi, karyawan juga diberikan pelatihan karena sesuatu hal seperti pembelian peralatan baru dan penerapan prosedur baru pada stasiun penyiaran. Biasanya, stasiun penyiaran menerima karyawan baru yang belum berpengalaman (*fresh graduate*) yang membutuhkan pelatihan khusus di kelas atau pelatihan

sambil bekerja (*on the job training*). Manajemen stasiun penyiaran dapat pula mendorong karyawan untuk menambah pengetahuan, wawasan dan keahlian mereka dengan mengikuti kegiatan seperti seminar, *workshop*, kursus dan sebagainya .

#### **4) Pengawasan**

Robert J. Mockler (1972) dalam (Morissan, 2008) mendefinisikan pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.

Sebutan lain untuk fungsi pengawasan (*controlling*) diantaranya evaluasi (*evaluating*), penilaian (*appraising*) dan perbaikan (*correcting*). Pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum. Dari pengertian ini adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan. Melalui perencanaan, stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan.

Untuk mengukur prestasi kerja (*performance*) manajemen stasiun penyiaran terdapat dua konsepsi utama yaitu efisiensi dan efektivitas.

**Efisiensi.** Efisiensi merupakan kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Seorang manajer yang efisien adalah seseorang yang mencapai keluaran yang lebih tinggi (hasil, produktivitas, *performance*) dibanding masukan-masukan (tenaga kerja, bahan, uang, peralatan, dan waktu) yang digunakan. Dengan kata lain, manajer yang dapat meminimumkan biaya penggunaan sumber-sumber daya untuk mencapai keluaran yang telah ditentukan disebut manajer yang efisien, atau sebaliknya manajer disebut efisien bila dapat memaksimumkan keluaran dengan jumlah masukan yang terbatas.

**Efektivitas.** Efektivitas merupakan kemampuan untuk memilih tujuan yang tepat atau peralatan yang tepat untuk pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Dengan kata lain, seorang manajer efektif dapat memilih pekerjaan yang harus dilakukan atau metode cara yang tepat untuk mencapai tujuan.

## **5. Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia**

### **5.1 Sejarah TVRI**

Televisi Republik Indonesia (TVRI) merupakan lembaga penyiaran memiliki nama negara yang mengandung arti bahwa dengan nama

tersebut yang dimaksudkan untuk kepentingan negara. Berdasarkan SK Menpen RI No.20/SK/VII/61 TVRI berdiri pada 24 Agustus 1962 ditandai dengan siaran perdana Asian Games ke IV dengan mengemban tugas sebagai televisi yang mengangkat citra bangsa melalui penyelenggaraan penyiaran peristiwa yang berskala internasional, mendorong kemajuan kehidupan masyarakat serta sebagai perekat sosial.

Pada Tanggal 23 Oktober 1961, Presiden Soekarno yang pada saat itu menjabat sebagai Presiden sedang berada di Wina, mengirimkan teleks kepada Menteri Penerangan Maladi untuk segera menyiapkan proyek televisi dalam waktu persiapan 10 bulan dengan jadwal sebagai berikut :

1. Membangun studio di eks AKPEN di Senayang (Gedung TVRI sekarang)
2. Membangun dua pemancar yang masing-masing berkekuatan 100 watt dan 10 kw dengan tower 80 meter
3. Mempersiapkan software (program dan tenaga)

Pembangunan tower selesai pada tanggal 20 Agustus 1962, namun sebelumnya, tanggal 17 Agustus 1962, TVRI mulai mengadakan siaran percobaan yang saat itu peringatan HUT proklamasi Kemerdekaan Indonesia XVII dari halaman Istana Merdeka Jakarta dengan pemancar cadangan yang berkekuatan 100 watt.

Tanggal 24 Agustus 1962, Pertama kalinya TVRI mengudara dengan acara siaran langsung Upacara Persiapan Asian Games IV dari Stadion Utama Bung Karno dengan status Seksi Televisi. Siaran pertama ini, TVRI mendapat sambutan yang positif dari semua pihak maka secara kronologis status TVRI Tahun 1963 berbentuk Yayasan Televisi Republik Indonesia (TVRI) berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 215 Tahun 1963 tentang Pembentukan Yayasan Televisi Republik Indonesia yang merupakan stasiun televisi tertua di Inonesia dan satu-satunya televisi yang jangkauannya mencapai seluruh wilayah NKRI.

Memasuki era Reformasi bersamaan dengan dilikuidasinya Departemen Penerangan melalui Keppres terkait Pembentukan Kabinet Persatuan Nasional, maka status hukum TVRI mengambang. Di tahun 1976 TVRI berubah status menjadi UPT (Unit Pelaksana Teknis) dibawah Departemen Penerangan. Memasuki tahun 2000 TVRI berubah status menjadi PERJAN (Perusahaan Jawatan) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2000 dimana TVRI memperoleh kejelasan status hukum yakni sebagai perusahaan jawatan yang menyelenggarakan kegiatan penyiaran televisi sesuai dengan prinsip-prinsip televisi publik, independen, netral, mandiri dan program siarannya berorientasi kepada kepentingan masyarakat serta tidak hanya mencari keuntungan, dan menyelenggarakan kegiatan usaha jasa penyiaran publik dalam bidang informasi, pendidikan, dan hiburan serta usaha-usaha terkait lainnya yang dilakukan dengan standar yang tinggi.

Perubahan status TVRI dari tahun 2000 masih berlangsung hingga di tahun 2005 hingga saat ini, status TVRI berubah menjadi Lembaga Penyiaran Publik sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 2005 tentang Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia. Sebagai televisi publik, TVRI mempunyai tugas untuk memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pada tahun 1964, TVRI melakukan ekspansi pembangunan Stasiun Penyiaran Daerah dimulai dengan TVRI Stasiun Yogyakarta, yang secara berturut-turut diikuti dengan Stasiun Medan, Surabaya, Ujung Pandang, Manado, Denpasar dan Balikpapan (bantuan Pertamina). Sebagai stasiun televisi tertua di Indonesia dan satu-satunya televisi dengan jangkauan mencapai seluruh wilayah Indonesia dengan sistem siaran analog dan siaran digital. TVRI menjalankan 3 saluran televisi berskala nasional (dengan 2 diantaranya hanya bersiaran digital) dan 30 stasiun televisi daerah serta didukung 361 stasiun transmisi (termasuk 120 stasiun transmisi digital) diseluruh provinsi Indonesia. Selain di televisi konvensional, siaran acara TVRI dapat ppula ditonton melalui siaran *streaming* di situs resmi TVRI ([www.tvri.go.id](http://www.tvri.go.id)), aplikasi TVRI Klik (yang dapat di unduh melalui Play Store dan APP Store) dan layanan OTT lainnya.

## **5.2 Visi – Misi TVRI**

### **Visi,**

Visi Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia adalah menjadi lembaga penyiaran kelas dunia yang memotivasi dan memberdayakan, melalui program informasi, pendidikan dan hiburan yang menguatkan persatuan dan keberagaman guna meningkatkan martabat bangsa.

### **Misi,**

Misi Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia adalah:

1. Menyelenggara program siaran yang terpercaya, memotivasi, dan memberdayakan yang menguatkan kesatuan dan keberagaman guna meningkatkan martabat bangsa.
2. Mengelola sumber daya keuangan dengan tata kelola yang transparan, akuntabel dan kredibel, secara profesional, modern, serta terukur kemanfaatannya.
3. Menyelenggarakan penyiaran berbasis digital konvergensi dalam bentuk layanan multiplatform dengan menggunakan teknologi terkini, yang dikelola secara modern dan tepat guna, serta dapat diakses secara global.
4. Menyelenggarakan tata kelola sumber daya manusia yang berkualitas, kompeten, kreatif dan beretika secara transparan berbasis meritokrasi, serta mencerminkan keberagaman.

5. Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan beserta tata kerjanya yang ramping dan dinamis, serta pengelolaan aset secara optimal dan tepat guna berdasarkan peraturan perundang-undangan.
6. Mengoptimalkan pemanfaatan aset, meningkatkan pendapatan siaran iklan, dan usaha lain terkait penyelenggaraan penyiaran, serta pengembangan bisnis sesuai peraturan perundang-undangan.

## **B. Teori yang Relevan**

### **1. Teori Difusi dan Inovasi**

Everett Rogers pada tahun 1983 memperkenalkan teori difusi inovasi melalui bukunya *Diffusion of Innovation*. Rogers menggambarkan difusi sebagai sebuah proses dimana inovasi dikomunikasi melalui saluran dengan jangka waktu tertentu dalam sebuah sistem sosial (Rogers et al., 1983). Difusi inovasi terdiri dari dua padanan kata diantara difusi dan inovasi.

Difusi dapat diartikan sebagai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial. Sedangkan inovasi merupakan gagasan, praktek, benda yang dirasa baru oleh suatu individu atau kelompok masyarakat. maka dapat

disimpulkan difusi inovasi adalah suatu proses penyerapan ide, gagasan atau hal-hal yang baru dalam upaya untuk mengubah suatu perilaku atau pemahaman masyarakat yang terjadi secara kontinu dari suatu tempat ke tempat yang lain, dari suatu kurun waktu ke kurun waktu, dan dari suatu bidang tertentu ke bidang lainnya.

Awalnya difusi inovasi didasarkan atas teori pada abad ke 19 dari seorang ilmuwan Prancis, Gabriel de Tarde dalam bukunya *The Laws of Imitation*. Ia memperkenalkan teori kurva S dari adopsi inovasi dan pentingnya komunikasi interpersonal (de Tarde et al., 1903). Selanjutnya, Gabriel Tarde juga memperkenalkan gagasan *opinion leadership* yang menjadi penting untuk para peneliti efek media. Dalam suatu komunikasi, beberapa orang biasanya memiliki ketertarikan terhadap sebuah ide baru, sehingga dapat dikatakan orang seperti ini memiliki pengetahuan yang lebih baik dan dapat memengaruhi komunitasnya untuk mengadopsi suatu inovasi.

Menurut Rogers terdapat 4 (empat) elemen pokok dalam proses difusi inovasi (Rogers et al., 1983) diantaranya: inovasi, jenis saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial.

- a. Inovasi merupakan sebuah gagasan/ide, benda, atau praktek yang menjadi hal baru oleh individu atau suatu kelompok.

- b. Saluran komunikasi adalah suatu alat yang dapat menyalurkan pesan atau informasi dari individu ke individu lainnya.
- c. Waktu adalah seluruh rangkaian dalam sebuah proses, perilaku, atau keadaan yang berlangsung. Waktu menjadi faktor penting untuk menggambarkan proses difusi. Rogers berhasil mengidentifikasi dimensi waktu dalam sebuah proses difusi yaitu proses putusan inovasi, keinovatifan yang diadopsi oleh individu atau unit lainnya, dan tingkat adopsi inovasi dalam sistem.
- d. Sistem sosial merupakan kumpulan unit berkaitan dan terlibat dalam kerjasama agar memecahkan masalah untuk mencapai sebuah tujuan bersama. Dalam difusi inovasi, sistem sosial berfungsi untuk mengukur tingkat adopsi inovasi.

Awalnya Rogers (1983) menyatakan dalam usaha perubahan suatu individu untuk mengadopsi perilaku yang baru terjadi beberapa tahapan terhadap individu itu, yaitu:

1. Tahap *Awareness* (Kesadaran), keadaan seseorang mengetahui dan sadar akan ide baru atau munculnya inovasi sehingga muncul adanya suatu kesadaran terhadap hal tersebut.

2. Tahap *Interest* (Keinginan), keadaan seseorang sedang membentuk sikap seperti mempertimbangkan ide baru atau inovasi yang telah diketahuinya sehingga muncul adanya ketertarikan.
3. Tahap *Evaluation* (Evaluasi), keadaan seseorang memilih dan membuat putusan apakah akan menolak atau menerima inovasi yang ditawarkan sehingga mulai mengevaluasi.
4. Tahap *Trial* (Mencoba), keadaan seseorang mencoba melakukan keputusan yang dibuatnya sehingga mulai melakukan percobaan suatu perilaku baru.
5. Tahap *Adoption* (Adopsi), keadaan seseorang memastikan keputusan yang dipilih sehingga mulai memunculkan perilaku baru.

Proses adopsi perilaku dalam suatu individu akan berubah akibat adanya pengaruh lingkungan penerima adopsi. Oleh karena itu, Rogers (1983) merevisi teorinya tentang inovasi yaitu: *Knowledge* (pengetahuan), *Persuasion* (persuasi), *Decision* (keputusan), *Implementation* (pelaksanaan), dan *Confirmation* (konfirmasi).

1. Tahap pengetahuan

Pada tahapan ini, seseorang belum mengetahui informasi terkait inovasi. Informasi mengenai inovasi atau ide-ide terlebih dahulu disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi seperti melalui media elektronik, media cetak, ataupun komunikasi

interpersonal diantara masyarakat. Tahapan ini dipengaruhi oleh beberapa karakteristik dalam pengambilan keputusan yaitu: karakteristik sosial-ekonomi, nilai-nilai pribadi, dan pola komunikasi.

## 2. Tahap persuasi

Pada tahapan ini, seseorang sudah mulai memiliki ketertarikan dengan ide-ide baru atau inovasi, lalu lebih aktif mencari informasi tentang hal tersebut. Di tahapan ini, tingkat pemikiran calon pengguna lebih banyak terjadi.

## 3. Tahap keputusan

Seseorang telah menganalisa konsep inovasi, menimbang keuntungan atau kelemahan dari menggunakan inovasi dan mengambil keputusan apakah ingin diadopsi atau menolah inovasi.

## 4. Tahap implementasi

Pada tahapan ini mempekerjakan individu untuk melakukan inovasi yang berbeda-beda berdasarkan situasi tertentu. Selama tahapan ini, individu akan menentukan kegunaan dari inovasi dan mencari informasi lanjutan berkaitan inovasi tersebut

## 5. Tahap konfirmasi

Setelah keputusan dibuat, individu akan mencari pembenaran atas keputusan yang diambil. Tidak menutup kemungkinan,

individu akan mengubah keputusan, dari menolak menjadi menerima inovasi setelah melakukan evaluasi.

## **2. Teori New Media**

Istilah *new media* atau media baru perlahan dikenal sejak akhir 1980, terlihat dari dunia media dan komunikasi mulai terlihat sangat berbeda dan perbedaanya tidak terbatas hanya satu sektor atau elemen, walaupun waktu dalam setiap perubahan akan berbeda dari medium ke medium. Perubahan yang terjadi mulai dari percetakan, fotografi, televise hingga telekomunikasi. Media-media ini akan selalu berada dalam perkembangan budaya dan teknologi. Perubahan dan perkembangan tidak hanya terbatas pada suatu periode.

Ada ikatan kuat dalam kata “baru” dimana media baru membawa kekuatan ideology bahwa “baru sama dengan lebih baik” dan membawa sejumlah makna yang mewah dan menarik (Lister et al., 2009). Kata “baru” adalah ujung tombak untuk orang-orang yang berpikiran maju. Konotasi “yang baru” berasal dari kepercayaan modernis dalam kemajuan sosial yang disampaikan melalui teknologi. Banyak yang berpikiran bahwa “media baru” merupakan penggambaran sebuah internet yakni TV Digital, dunia virtual, permainan komputer maupun blog.

Untuk memperjelas istilah “media baru” agar lebih mudah dipahami. Penempatan kata “baru” dalam kata “media baru” merujuk pada hal berikut ini :

- **Pengalaman tekstual baru:** jenis genre dan bentuk tekstual baru, hiburan, kesenangan, dan pola konsumsi media (permainan komputer, simulasi, bioskop efek khusus).
- **Cara baru untuk merepresentasikan dunia:** media yang, menawarkan pengalaman representasi baru seperti lingkungan virtual yang imersif dan multimedia interaktif berbasis layar
- **Hubungan baru antara subjek (pengguna dan konsumen) dan teknologi media:** perubahan dalam penggunaan dan penerimaan gambar dan media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari dan makna yang ditanamkan dalam teknologi media
- **Pengalaman baru dari hubungan antara perwujudan, identitas dan komunitas:** pergeseran dalam pengalaman pribadi dan sosial dari waktu, ruang, dan tempat (pada skala lokal dan global) yang berimplikasi pada cara kita mengalami diri kita sendiri dan tempat kita di dunia.
- **Konsepsi baru tentang hubungan tubuh biologis dengan media teknologi:** tantangan untuk menerima perbedaan antara manusia dan buatan, alam dan teknologi, tubuh dan media sebagai protesa teknologi, yang nyata dan maya.

- **Pola baru organisasi dan produksi:** penataan kembali yang lebih luas dan integrasi dalam budaya media, industri, ekonomi, akses, kepemilikan, kontrol, dan regulasi.

### C. Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

#### 1. *Transformasi Lembaga Penyiaran Publik (LPP) Televisi Republik Indonesia (TVRI) di Era Konvergensi Media*

Penelitian ini disusun oleh Arif Pujo Suroko (2020) yang merupakan sebuah tesis seorang mahasiswa Pascasarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret. Tujuan penelitian untuk mengetahui transformasi di LPP TVRI terkhusus proses konvergensi media. Untuk penelitian tesis ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LPP TVRI telah melakukan proses transformasi melalui konvergensi media sebagai upaya menyesuaikan diri terhadap perkembangan teknologi dan media baru.

#### 2. *Instagram TV : Konvergensi Penyiaran Digital dan Media Sosial*

Penelitian ini disusun oleh Bianca Michelle Datubara dan Irwansyah (Datubara & Irwansyah, 2019) . Penelitian ini bertujuan mengetahui fenomena media sosial Instagram TV sebagai bentuk konvergensi media. Dalam dengan menggunakan metode kualitatif berbasis

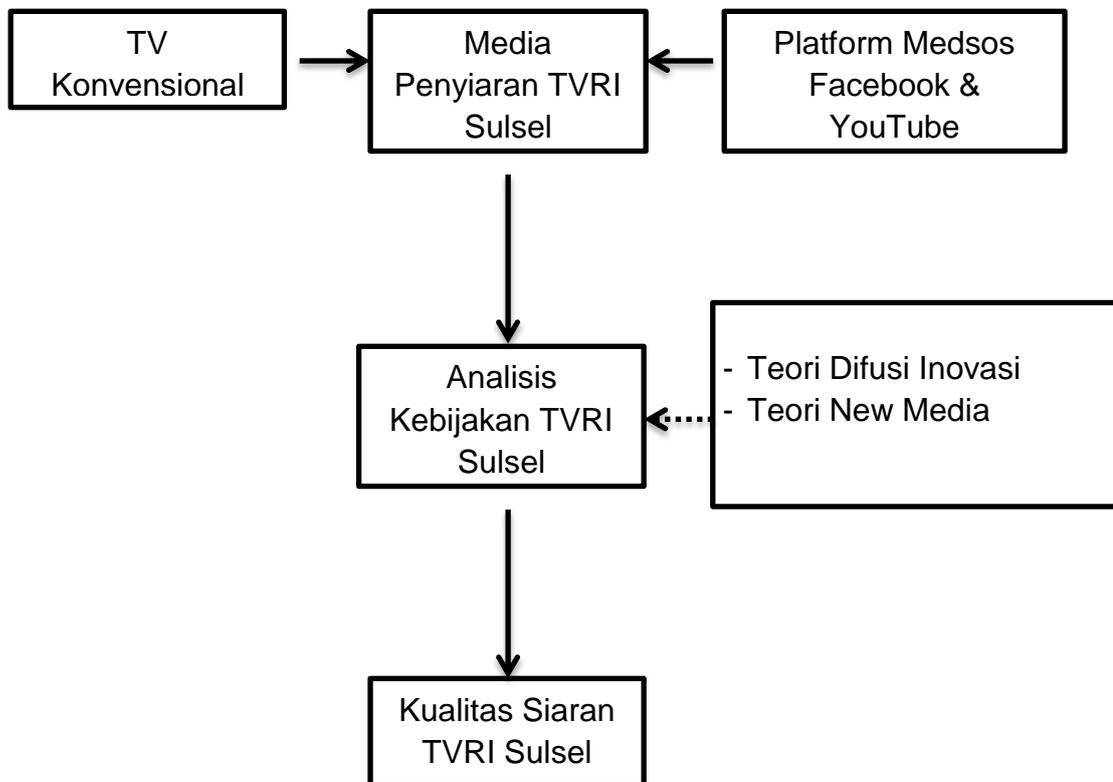
teks. Hasil penelitian menunjukkan Instagram TV merupakan salah satu contoh adanya konvergensi dari penyiaran digital dan media sosial akibat dampak pergeseran penonton dari konvensional ke digital.

### 3. *Making Public Television Social? Public Service Broadcasting and the Challenges of Social Media*

Penelitian ini disusun oleh Jose Van Dijck dan Thomas (Van Dijck & Poell, 2015). Untuk menganalisis bagaimana peningkatan sosial media memberikan dampak terhadap European Public Service Broadcasting (PSB) khususnya di United Kingdom dan The Netherlands dengan mengeksplorasi pertemuan sosial dan publik pada tiga tingkatan yakni tingkat institusi, praktik profesional dan konten.

#### **D. Kerangka Pikir**

Perluasan siaran yang diterapkan oleh industry media penyiaran televisi menjadi strategi dalam menghadapi perubahan teknologi dan transformasi media. Penayangan melalui platform media sosial yakni Facebook dan YouTube juga bertujuan untuk lebih memudahkan masyarakat Indonesia mengakses atau menonton tayangan program TVRI Sulawesi Selatan sehingga dapat meningkatkan kualitas siaran.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan kegiatan ilmiah bertujuan untuk menguji hipotesis dan mengetahui sesuatu yang belum diketahui dengan metode sistematis dan terarah. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan TVRI Sulsel dalam transformasi media dengan melakukan ekspansi di platform digital untuk peningkatan kualitas siaran maka peneliti menggunakan penelitian kualitatif, yakni peneliti akan mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat hasil wawancara mendalam terhadap objek penelitian.

Penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian kuantitatif dimana peneliti bukan mengumpulkan data sekali jadi atau sekaligus dan kemudian mengolahnya, melainkan tahap demi tahap dan makna disimpulkan selama proses berlangsung dari awal sampai akhir kegiatan atau observasi. Lebih lanjut penelitian kualitatif menggunakan *multi-method*, (Lincoln et al., 2005) menekankan pada pendekatan interpretatif dan naturalisti yang artinya mempelajari sesuatu dalam *setting* alami informan dan mencoba membuat pengertian atau interpretasi fenomena dalam konteks makna mereka.

## **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Untuk menganalisa kebijakan TVRI Sulsel dalam transformasi media dengan melakukan ekspansi di platform digital untuk peningkatan kualitas siaran, peneliti akan membutuhkan waktu kurang lebih empat minggu atau satu bulan yang akan difokuskan selama bulan April – Mei 2021.

Sementara untuk tempat atau lokasi penelitian peneliti mengambil TVRI Stasiun Sulawesi Selatan serta memantau aktivitas siaran *live streaming* melalui media sosial YouTube dan Facebook Fanspage TVRI Sulawesi Selatan.

## **C. Informan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada informan pokok (internal) yang terdiri dari Kepala Stasiun TVRI Sulawesi Selatan, Kepala Bidang Berita, Kepala Seksi Program dan Siaran, dan Karyawan pemegang akses Platform Media Sosial TVRI Sulawesi Selatan. Sedangkan informan pelengkap (eksternal) dari pemerhati siaran TVRI Sulawesi Selatan yang juga merupakan seorang akademisi serta masyarakat dari komunitas pecinta TVRI dan penonton TVRI melalui Facebook dan YouTube. Informan ditentukan dengan teknik "*purposive sampling*".

Burhan Bungin (Bungin, 2005) menggambarkan *Purposive Sampling* dengan menentukan kelompok peserta yang menjadi informan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian tertentu. Adapun informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Informan Pokok	Kepala Stasiun TVRI Sulawesi Selatan	1 Orang
	Kepala Bidang Berita TVRI Sulawesi Selatan	1 Orang
	Kepala Seksi Program dan Siaran TVRI Sulawesi Selatan	1 Orang
	Karyawan pemegang akses Platform Media Sosial TVRI Sulawesi Selatan	1 Orang
Informan Pelengkap	Pemerhati Siaran TVRI Sulawesi Selatan / Akademisi	1 Orang
	Masyarakat	5 Orang

Tabel 3.1. Daftar Informan

#### D. Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari informasi yang diberikan oleh para informan melalui wawancara mendalam atau wawancara tidak secara khusus dan observasi. Sedangkan data sekunder meliputi literature-literatur mencerminkan minat peneliti terhadap kajian yang berkaitan. Selain itu, Peneliti juga melakukan observasi lapangan dan mengumpulkan data dalam bentuk catatan dan foto saat penelitian.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data yang valid yang dapat dipertanggungjawabkan, diperoleh melalui :

1. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pemantauan sendiri yang nantinya akan disimpulkan dari yang dipantau. Pemantau akan menentukan keberhasilan observasi dari suatu objek (Yusuf, 2014). Dalam penelitian ini, peneliti memilih observasi nonpartisipan. Observasi Nonpartisipan yaitu bentuk observasi yang dilakukan pemantau yang tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan yang akan diteliti atau hanya sebagai penonton.
2. Wawancara merupakan suatu teknik yang dilakukan dalam penelitian untuk mendapatkan informasi tentang objek atau topic yang akan diteliti dengan melakukan tanya jawab secara langsung terhadap informan maupun pihak terkait atau terhadap objek penelitian. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan menyangkut masalah yang diajukan dalam penelitian.
3. Metode Kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan buku-buku yang berkaitan dengan objek penelitian sebagai bahan referensi dalam mendapatkan informasi yang akan dibutuhkan.

4. Dokumentasi merupakan metode untuk menggambarkan sumber-sumber informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian untuk memperluas data-data pendukung.

## **F. Teknik Analisa Data**

Analisis data merupakan suatu proses penelitian yang dilakukan setelah peneliti memperoleh semua data maupun informasi yang dibutuhkan untuk mendapatkan tujuan dari permasalahan yang diteliti. Dalam menganalisa data yang diperoleh, penulis menggunakan cara analisis deskriptif kualitatif, yaitu cara analisis yang cenderung menggunakan kata-kata untuk menjelaskan fenomena ataupun data yang didapatkan. Data-data yang diperoleh akan dibaca, dikaji, dan diklasifikasikan berdasarkan jenisnya, selanjutnya data dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan yang komprehensif. Hasil kolerasi dengan teori kemudian disajikan dalam bentuk narasi agar mudah untuk dipahami.

Penelitian dengan metode deskriptif tidak melakukan pengujian hipotesis. Sehingga teknik analisis data yang digunakan adalah pengolahan data kualitatif. Dalam analisis data penelitian kualitatif tidak ada suatu cara yang baku dalam mengaturnya, sehingga setiap peneliti akan memiliki cara berbeda. Namun pada dasarnya analisis data dalam penelitian kualitatif adalah dengan cara menginterpretasikan data yang diperoleh dengan kata-kata atau kalimat yang disusun menurut kategori

tertentu dengan baik dan selanjutnya ditarik sebuah kesimpulan dari penelitian tersebut,

Analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif Miles dan Huberman, menawarkan pola model alir dengan menganalisa data secara bersamaan yaitu reduksi data (*data reduction*), data display (*display data*), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Miles et al., 2014).

Reduksi data adalah sebuah proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, pemisahan, dan pentransformasian data mentah yang diperoleh dilapangan (*written-up field notes*). Reduksi data dilanjutkan sesudah penelitian dilapangan dengan mempertegas, memperpendek, membuang hal-hal yang tidak perlu, menentukan fokus dan mengatur data sehingga dapat menarik kesimpulan.

Data display adalah kumpulan informasi yang telah tersusun yang dapat ditarik untuk dirangkum dan diambil tindakan selanjutnya. Bentuk data *display* dalam penelitian kualitatif diantaranya teks naratif dan kejadian atau peristiwa yang terjadi masa lalu.

Kesimpulan/verifikasi, proses penarikan kesimpulan harus dimulai sejak awal namun belum masih belum kuat, terbuka dan skeptis. Sehingga setelah melalui proses reduksi data dan data display kembali ditarik kesimpulan akhir.

## **G. Keabsahan Penelitian**

Banyak hasil penelitian kualitatif diragukan kebenarannya karena beberapa hal, yaitu subjektivitas peneliti adalah hal yang dominan dalam sebuah penelitian kualitatif, alat penelitian yang diandalkan adalah wawancara dan observasi mendukung banyak kelemahan ketika dilakukan secara terbuka dan tanpa kontrol, dan sumber data kualitatif yang kurang *credible* akan memengaruhi hasil akurasi penelitian, maka dibutuhkan beberapa cara untuk menentukan keabsahan data diantaranya:

a. Kredibilitas

Dalam penelitian kualitatif, Uji Kredibilitas digunakan untuk mengetahui proses, data dan hasil penelitian dapat dilakukan dengan teknik observasi secara terus-menerus dan ketekunan, sehingga peneliti dapat semakin mendalami fenomena sosial yang diteliti seperti apa adanya.

b. Transferabilitas

Pengujian transferability ini merupakan validitas eksternal untuk menyatakan bahwa generalisasi suatu penemuan dapat berlaku atau diterapkan pada semua konteks dalam populasi yang sama atas dasar penemuan yang diperoleh pada sample secara representative mewakili populasi itu. Dalam penelitian ini kualitas transferability menyajiikan data deskriptif lebih lengkap, misalnya melalui latar belakang informan, jawaban dari

pertanyaan wawancara, peran informan dalam universitas ataupun rumah sakit, dan lain-lain.

c. Dependabilitas

Pengujian ini mengacu pada konsistensi peneliti dalam mengumpulkan data, membentuk, dan menggunakan konsep-konsep dalam membuat interpretasi untuk menarik kesimpulan. Pada penelitian ini *dependability* atau ketergantungan pada penelitian ini dilakukan secara cermat dan berhati-hati menggunakan data yang dipercaya, serta konsisten mendapatkan data dari wawancara langsung ataupun observasi langsung dari lapangan. Kemudian peneliti menarik kesimpulan dengan menggunakan penelitian yang tepat.

d. Konfirmabilitas

Pengujian ini digunakan untuk membuktikan kebenarannya dimana hasil penelitian sesuai dengan data yang dikumpulkan dan dicantumkan dalam laporan lapangan. Hal yang dilakukan dengan memperlihatkan hasil penelitian pada informan yang kemudian dikonfirmasi oleh informan agar hasil dapat lebih objektif.

## Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

### **PEDOMAN WAWANCARA**

#### PLATFORM MEDIA SOSIAL MENDUKUNG EKSPANSI SIARAN TVRI SULAWESI SELATAN DALAM TRANSFORMASI MEDIA

1. Bagaimana kebijakan TVRI Sulawesi Selatan menghadapi transformasi media?
2. Bagaimana dukungan LPP TVRI dalam terhadap kebijakan transformasi media di TVRI Sulawesi selatan?
3. Apakah dengan adanya konvergensi dapat mendukung transformasi media tanpa harus menghilangkan identitas dari lembaga penyiaran publik tersebut?
4. Dengan adanya konvergensi media, apakah dapat menarik perhatian publik dalam menyaksikan program berita dan acara-acara daerah dan budaya di TVRI Sulawesi Selatan?
5. Apakah ada peningkatan kualitas program berita dan acara-acara daerah dan budaya di TVRI Sulawesi Selatan?
6. Bagaimana tanggapan publik setelah penayangan program berita dan acara-acara daerah dan budaya di platform media sosial?

7. Bagaimana komunikasi antara admin Platform Media Sosial dengan pejabat di TVRI Sulawesi Selatan dalam konvergensi media?
8. Selama penayangan siaran TVRI Sulawesi Selatan di media sosial, apakah mendapat respon positif dari penonton?
9. Sebagai pemerhati siaran TVRI Sulawesi Selatan, bagaimana melihat kebijakan konvergensi media di platform media sosial?
10. Apakah dengan adanya penayangan siaran langsung di platform media sosial dapat memudahkan publik menonton program siaran TVRI Sulawesi Selatan
11. Apakah selama menyaksikan siaran TVRI Sulawesi Selatan di platform media sosial adakah kendala yang ditemui?

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A. N., & Dermawan, A. (2003). *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Lembaga Studi Filsafat Indonesia.
- Bitnerr, J. R. (1980). *Bittner, John R., Mass Communication: An Introduction, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice-Hall, 1977.*
- Black, J., & Whitney, F. C. (1983). *Introduction to Mass Communication*. Wm. C. Brown Company.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. SAGE Publications.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua*. Kencana.
- Datubara, B. M., & Irwansyah, I. (2019). Instagram TV: Konvergensi Penyiaran Digital dan Media Sosial. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 251–263.
- De Tarde, G., Parsons, E. W. C., & Giddings, F. H. (1903). *The Laws of Imitation*. P. Smith.
- Griffin, R. W. (2012). *Management*. Cengage Learning.
- Hedebro, G. (1979). *Communication and Social Change in Developing Nations: A Critical View* (Issue v. 2). Economic Research Inst.,
- LIncoln, D., Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). New Media: A Critical Introduction Second Edition. In *Technology and Culture* (Second, Vol. 52, Issue 2). Routledge.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (6th ed.). Salemba Humanika.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Media Grafika77.

- Richard, W., & Tunner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi 2: Analisis dan Aplikasi*. Penerbit Salemba.
- Rogers, E. M., Roger, G., Press, F., & Company, M. (1983). *Diffusion Of Innovation* (third). Free Press. Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa* (Adipramono (ed.)). Grasindo.
- Terry, G. R., & Rue, L. W. (2005). *Dasar-dasar Manajemen*. Bumi Aksara.
- Unde, A. A. (2014). *Televisi & Masyarakat Pluralistik*. Prenadamedia Group.
- Van Dijck, J., & Poell, T. (2015). Making public television social? Public service broadcasting and the challenges of social media. *Television and New Media*, 16(2), 148–164.
- Williams, F., Rice, R. E., & Rogers, E. M. (1988). *Research Methods and the New Media*. The Free Press.
- Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Grasindo.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.

#### **WEBSITE :**

- “Digital 2021 : Indonesia”. Datareportal.com. 11 Februari 2021. 28 Maret 2021. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- “Tentang TVRI”. TVRI.go.id. 18 Maret 2021. <http://tvri.go.id/about>