

**EFEKTIVITAS SOSIALISASI PERUBAHAN TV ANALOG KE TV
DIGITAL TERHADAP PENERIMAAN MASYARAKAT DI KEC. MEDAN
TEMBUNG**

SKRIPSI

ELFI ASYURA LUBIS

198530182



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

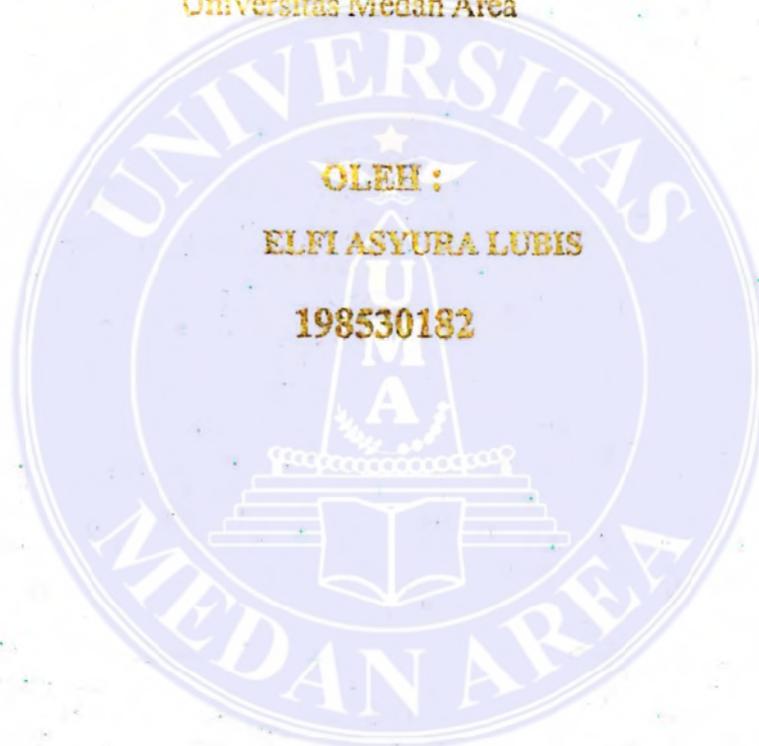
Document Accepted 17/7/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)17/7/25

**EFEKTIVITAS SOSIALISASI PERUBAHAN TV ANALOG
KE TV DIGITAL TERHADAP PENERIMAAN MASYARAKAT
DI KEC. MEDAN TEMBUNG**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Medan Area**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

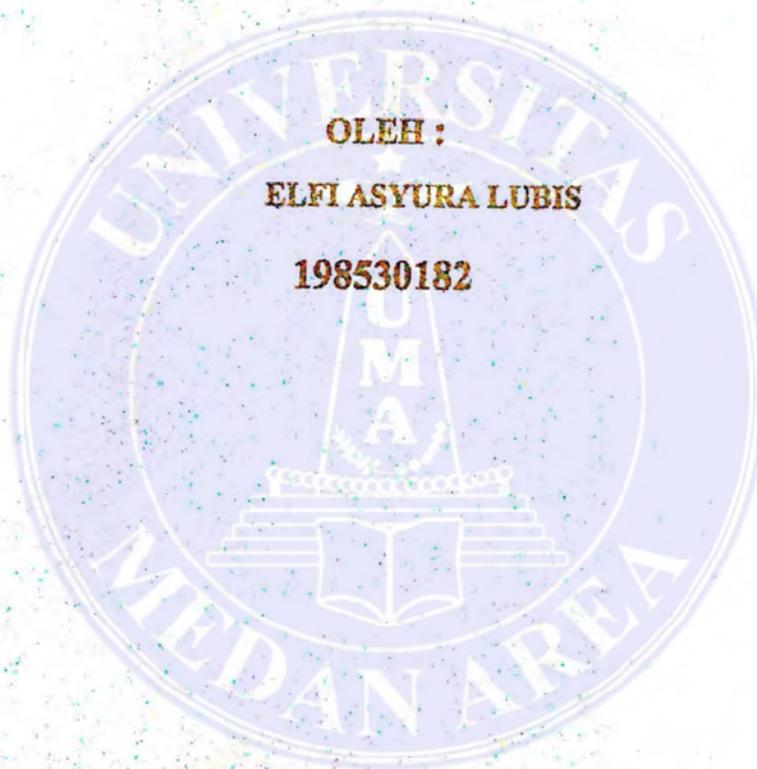
Document Accepted 17/7/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)17/7/25

**EFEKTIVITAS SOSIALISASI PERUBAHAN TV ANALOG
KE TV DIGITAL TERHADAP PENERIMAAN MASYARAKAT
DI KEC. MEDAN TEMBUNG**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Medan Area**



OLEH :

ELFI ASYURA LUBIS

198530182

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 17/7/25

Access From (repository.uma.ac.id)17/7/25

Judul skripsi :Efektivitas Sosialisasi Perubahan Tv Analog Ke Tv Digital Terhadap Penerimaan Masyarakat Di Kec. Medan Tembung

Nama : Elfi Asyura Lubis

Npm 198530182

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu

Politik Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh :
Komisi
Pembimbing


Dr. Dedi Septutra S.Sos. M.A
Pembimbing 1


Ria Wuri Andary S.Sos M.I.Kom.
Pembimbing 2


Dr. Ward Masibata S. S.Sos. M.I.P
Dekan Fakultas ISIPOL
Universitas Medan Area


Dr. Frank Hani Mahyat S.Sos.MAP
Ka. Program Studi

Tanggal Lulus :

UNIVERSITAS MEDAN AREA

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Efektivitas Sosialisasi Perubahan Tv Analog Ke Tv Digital Terhadap Penerimaan Masyarakat Di Kec.Medan Tembung”, benar hasil karya saya sendiri yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Sepanjang pengetahuan saya, tidak ada karya/pendapat yang tertulis dalam skripsi ini yang telah diterbitkan/ditulis oleh orang lain kecuali secara tertulis dirujuk dalam naskah ini.

Semua data dan informasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah dikutip dari hasil karya orang lain sudah dituliskan sumbernya sesuai dengan norma,kaidah yang berlaku dan etika penulisan ilmiah.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Medan, Maret 2025



Elfi Asyura Lubis

198530182

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah

ini: Nama : Elfi Asyura Lubis
NPM : 198530182
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Efektivitas Sosialisasi Perubahan Tv Analog ke Tv Digital Terhadap Penerimaan Masyarakat Di Kec. Medan Tembung. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Medan
Pada tanggal : Maret
2025

Yang menyatakan



(Elfi Asyura Lubis)

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of socialization regarding the transition from analog TV to digital TV in Medan Tembung District. This shift is a crucial step in the government's efforts to enhance the quality of television broadcasts and utilize frequency spectrum more efficiently. The research employs a qualitative approach with a descriptive method, allowing the researcher to adapt more readily to reality and engage directly with respondents. This study systematically describes the characteristics and facts of the objects being researched, aiming to provide an accurate depiction of the subjects involved. In line with the objective of this research, which is to assess the effectiveness of socialization regarding the transition from analog to digital TV and its acceptance by the community in Medan Tembung District, the authors summarize all data clearly based on responses from interviews and observations. The findings indicate that the majority of the community in Tembung Sub-district is aware of the transition from analog to digital TV. However, their understanding of the technical process and its implications remains limited. Many informants are confused about how to install set-top boxes and are unsure whether their existing TVs are compatible with the new devices. Although the socialization conducted by the government and relevant parties through various media, such as television and social media, has reached a significant portion of the community, its effectiveness is perceived to be lacking. The information provided is often not sufficiently in-depth or practical. The socialization efforts have primarily been informative, lacking clear technical guidance to assist the community in making the transition. Therefore, this study recommends that the government implement regular monitoring and evaluation of the transition process. This will enable the identification and resolution of emerging challenges, ensuring that all segments of society can enjoy digital broadcasts effectively.

Keywords: *Analog TV, Digital TV, Socialization, Effectiveness, Medan Tembung District.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas sosialisasi perubahan dari TV analog ke TV digital di Kecamatan Medan Tembung. Peralihan ini merupakan langkah penting dalam upaya pemerintah untuk meningkatkan kualitas siaran televisi dan memanfaatkan spektrum frekuensi secara lebih efisien. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, karena peneliti lebih mudah melakukan penyesuaian apabila berhadapan dengan kenyataan dan dapat berhubungan langsung dengan responden. Penelitian ini merupakan suatu penelitian menyimpulkan secara deskriptif mengenai metode penelitian yang berusaha menggambarkan objek atau subjek yang diteliti sesuai apa adanya dengan tujuan menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Efektivitas Sosialisasi Perubahan Tv Analog ke Tv Digital Terhadap Penerimaan Masyarakat Di Kec. Medan Tembung maka dengan tujuan diatas penulis akan menyimpulkan semua data dengan jelas berdasarkan hasil jawaban responden dari wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan Mayoritas masyarakat Kelurahan Tembung Kecamatan Medan Tembung telah mengetahui adanya perubahan dari TV analog ke TV digital. Namun, pemahaman mereka terkait proses teknis peralihan dan implikasinya masih terbatas. Banyak informan yang masih bingung mengenai cara pemasangan set top box dan tidak yakin apakah TV mereka dapat digunakan dengan perangkat baru tersebut. Sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah dan pihak terkait melalui berbagai media seperti televisi dan media sosial sudah menjangkau sebagian besar masyarakat. Namun, efektivitasnya masih dirasa kurang karena informasi yang disampaikan tidak cukup mendalam dan praktis. Sosialisasi lebih banyak bersifat informatif tanpa adanya panduan langkah-langkah teknis yang jelas untuk membantu masyarakat melakukan peralihan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan Pemerintah perlu melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap pelaksanaan peralihan ini. Dengan demikian, setiap kendala yang muncul dapat segera diidentifikasi dan ditangani, serta memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat dapat menikmati siaran digital dengan baik.

Kata kunci: TV analog, TV digital, sosialisasi, efektivitas, Kecamatan Medan Tembung.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of socialization regarding the transition from analog TV to digital TV in Medan Tembung District. This shift is a crucial step in the government's efforts to enhance the quality of television broadcasts and utilize frequency spectrum more efficiently. The research employs a qualitative approach with a descriptive method, allowing the researcher to adapt more readily to reality and engage directly with respondents. This study systematically describes the characteristics and facts of the objects being researched, aiming to provide an accurate depiction of the subjects involved. In line with the objective of this research, which is to assess the effectiveness of socialization regarding the transition from analog to digital TV and its acceptance by the community in Medan Tembung District, the authors summarize all data clearly based on responses from interviews and observations. The findings indicate that the majority of the community in Tembung Sub-district is aware of the transition from analog to digital TV. However, their understanding of the technical process and its implications remains limited. Many informants are confused about how to install set-top boxes and are unsure whether their existing TVs are compatible with the new devices. Although the socialization conducted by the government and relevant parties through various media, such as television and social media, has reached a significant portion of the community, its effectiveness is perceived to be lacking. The information provided is often not sufficiently in-depth or practical. The socialization efforts have primarily been informative, lacking clear technical guidance to assist the community in making the transition. Therefore, this study recommends that the government implement regular monitoring and evaluation of the transition process. This will enable the identification and resolution of emerging challenges, ensuring that all segments of society can enjoy digital broadcasts effectively.

Keywords: *Analog TV, Digital TV, Socialization, Effectiveness, Medan Tembung District.*

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan , 08 Oktober 2000 dari Ayah Burhanuddin Lubis dan Ibu Nur Lela Nasution. Penulis merupakan anak ke 3 dari 3 bersaudara. Awal tahun 2019 Penulis lulus dari Sekolah Menengah Atas Swasta Teladan Medan dan pada akhir tahun 2019 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area . Penulis juga melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di Kantor Berita Antara Sumut Selama 1 bulan pada tahun 2022.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt atas berkat dan rahmat-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Efektivitas Sosialisasi Perubahan TV Analog ke TV Digital Terhadap Penerimaan Masyarakat di Kec. Medan Tembung.”** Penulisan skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar sarjana S1 difakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Penulis sangat menyadari dalam penyusunan skripsi ini begitu banyak kekurangan karena keterbatasan penulis sebagai manusia yang jauh dari kata sempurna, untuk itu izinkan penulis mengucapkan permohonan maaf atas segala kekurangan yang ada dalam penyusunan skripsi ini. Tidak lupa juga penulis ingin menyampaikan rasa ucapan terima kasih yang begitu besar kepada seluruh pihak terkait yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yg telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc**, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak **Dr. Walid Musthafa S, S.Sos, M.IP**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

3. Bapak **Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, MAP**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
4. Bapak **Dr. Selamat Riadi, S.E, M.I.Kom**, sebagai Ketua.
5. Bapak **Dr. Dedi Sahputra M.A**, sebagai Dosen Pembimbing 1 yang telah bersedia dan penuh kesabaran dalam memberikan arahan kepada saya dalam penyusunan skripsi.
6. Ibu **Ria Wuri Andary S.Sos, M.I.Kom**, sebagai Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia dan penuh kesabaran dalam memberikan arahan serta bimbingan kepada saya dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak **Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom**, sebagai Sekretaris yang juga ikut serta memberikan bantuan dan arahan dalam penyusunan skripsi saya.
8. Teristimewa kepada orang tua saya, Ayahanda **Burhanuddin Lubis** dan Ibunda **Nur Lela Nasution** yang menjadi semangat bagi saya dan tidak pernah lelah menghadiahkan saya dengan doa serta kasih sayang yang sangat besar dan banyak memberikan dukungan baik moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, gelar ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya terkasih.
9. Terkhusus kepada kakak saya **Umami Salamah Lubis, S.E** dan **Nur Asyiah Lubis, S.Pd** sejak kecil telah banyak memberikan motivasi, dukungan dan semangat luar biasa terimakasih.
10. Seluruh keluarga besar saya yang telah mendukung saya terkhusus, **Almh. Hj. Fatimah/Sipasu (Nenek)**, terimakasih untuk segala dukungan moril dan doa.

11. Kepada sahabat seperjuangan saya **Sabrina Ayu Saputri** yang senantiasa menemani dan membantu penulis dalam segala situasi.
12. Buat seluruh sahabat, keluarga dan siapa saja yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang namanya tidak mungkin untuk disebutkan satu per satu disini. Terima kasih ku untuk anda semua.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, diharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Terima kasih.

Medan, 25 Februari 2025

Penulis

Elfi Asyura Lubis

198530182

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
12.1 Latar Belakang.....	1
12.2 Rumusan Masalah.....	6
12.3 Tujuan Penelitian	7
12.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian Komunikasi.....	9
2.1.1 Proses Komunikasi.....	11
2.1.2 Efek Komunikasi.....	21
2.1.3 Hambatan Komunikasi.....	22
2.2 Komunikasi Massa	24
2.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa	25
2.3 Pengertian Sosialisasi	30
2.3.1 Proses Sosialisasi	33
2.3.2 Jenis Sosialisasi.....	36
2.3.3 Tujuan Sosialisasi	37
2.3.4 Fungsi Sosialisasi.....	38
2.4 Televisi	39
2.4.1 Pengertian Televisi.....	39
2.4.2 Fungsi Televisi.....	41
2.4.3 Jenis Televisi.....	43
2.4.4 Karakteristik Televisi.....	45
2.4.5 Perkembangan Televisi	46
2.4.6 Kelebihan dan Kekurangan Televisi	46
2.5 Televisi <i>Analog</i>	47
2.6 Televisi Digital	48

2.6.1	Kelebihan dan Kekurangan Televisi Digital	49
2.7	Penerimaan Masyarakat Pada Perubahan TV Analog ke TV Digital	50
2.8	Penelitian Terdahulu	53
2.9	Kerangka Berpikir.....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....		58
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	58
3.1.1	Waktu Penelitian	58
3.1.2	Tempat Penelitian	60
3.2	Jenis Penelitian	60
3.2.1	Sumber Data.....	61
3.3	Prosedur Pengumpulan Data.....	62
3.4	Teknik Analisis Data	63
3.5	Teknik Keabsahan Data.....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian	65
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Kantor Kelurahan Tembung.....	65
4.1.2	Struktur Organisasi Pemerintahan Kelurahan Tembung	66
4.1.3	Identitas Informan.....	66
4.1.4	Deskripsi Hasil Wawancara.....	67
4.1.5	Tingkat Pemahaman Masyarakat Tentang Perubahan TV Analog ke TV Digital	70
4.1.6	Sumber Informasi.....	73
4.1.7	Sikap Masyarakat Tentang Perubahan.....	73
4.1.8	Tantangan dan Kendala.....	74
4.2	Pembahasan	75
4.2.1	Efektifitas Sosialisasi	75
4.2.2	Perbandingan Penelitian Terdahulu	76
4.2.3	Implementasi Hasil Penelitian	76
BAB V PENUTUP.....		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		81

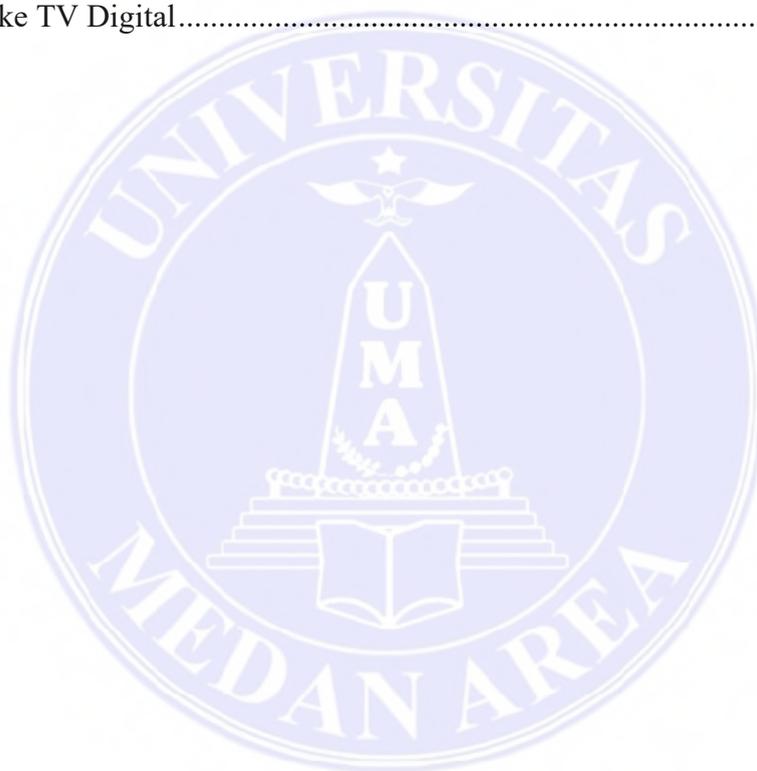
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	55
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pemerintahan Kelurahan Tembung	66



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	53
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	58
Tabel 4. 1 Identitas Informan	66
Tabel 4. 2 Hasil Wawancara Mendalam Mengenai Perubahan TV Digital	68
Tabel 4. 3 Hasil Wawancara Pemahaman Masyarakat Tentang Perubahan TV Analog ke TV Digital.....	70



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) saat ini sangat bergantung dengan *new media* yang sebagian besar saat ini berbasis digital. Kemudahan akses media baru berbasis digital dan internet seolah-olah membuat masyarakat melihat bahwa informasi dan komunikasi menjadi sebuah kebutuhan primer, yang tersedia dalam berbagai macam bentuk: mulai dari bentuk audio berupa radio berupa radio yang dapat diakses melalui streaming, visual berupa media cetak seperti surat kabar (*e-newspaper*), majalah (*emagazine*), dan buku yang hadir dalam bentuk *e-book*, dan *audio visual* yang berbentuk *analog* maupun digital seperti televisi dan internet (Budhirianto, 2018).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (*information and communication technology - ICT*) merupakan suatu yang harus ada dan diikuti oleh masyarakat modern saat ini. Pengembangannya dianggap sebagai solusi dari permasalahan yang ada. Sumbangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap peradaban dan kesejahteraan manusia tidaklah dapat dipungkiri. Seperti yang kita ketahui bahwa di era serba modern seperti saat ini. Peran teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari tentunya sangat berpengaruh. Hal ini tidak terlepas dari aktivitas kita yang kerap kali ditunjang dengan teknologi informasi itu sendiri yang mampu menjawab tuntutan pekerjaan yang lebih cepat, mudah, murah dan menghemat waktu. Kemajuan teknologi menjadi jawaban dari kemajuan globalisasi yang kian menyelimuti dunia. Suatu kemajuan yang tentunya akan

dampak bagi peradaban masyarakat. Terjadinya perkawinan antara beberapa jenis media dan teknologi menghasilkan berbagai bentuk baru yang memiliki kemampuan yang berlipat ganda.

Demikian pula di bidang komunikasi. Munculnya televisi (Tv) dengan berbagai kelebihan komunikasi yang dimilikinya telah menciptakan beraneka pelayanan komunikasi yang lengkap dan unik. Televisi mampu menyampaikan pesan informasi dalam wujud gambar dan suara sekaligus. Penemuan televisi pada masanya merupakan sebuah hal yang luar biasa, mengingat ia sebagai sebuah medium memiliki dua unsur yang bekerja bersamaan, yaitu *audio* dan *visual*. Hingga saat ini, perkembangan televisi telah berubah bentuk. Tidak hanya secara fisik namun juga dari segi teknologi internal yang dimilikinya. Televisi kini hadir dalam berbagai bentuk dan juga format di Indonesia, mulai dari televisi analog yang menyiarkan program yang dibawah *720 pixel*, hingga televisi berbasis sistem satelit, jaringan, dan *digital* yang dapat disaksikan dalam format HD (*High Defenition*) dengan resolusi lebih dari *720 pixel*, yang juga dapat menangkap jauh lebih banyak lagi program-program berbasis siaran digital.

Televisi merupakan media penerima suara dan gambar bergerak yang paling banyak digunakan diseluruh dunia. Semua peristiwa besar yang terjadi di berbagai sudut dunia, dengan cepat dapat diketahui masyarakat melalui pesawat Tv diberbagai belahan dunia berkat sistem penyiaran Tv (*television broadcasting*). Saat ini di Indonesia populasi pesawat Tv telah mencapai lebih dari 30 juta unit dengan jumlah pemirsa lebih dari 200 juta orang yang tersebar di semua perkotaan hingga pelosok pedesaan terpencil. Proses perkembangan penyiaran Tv memang telah berlangsung dalam rentang waktu yang cukup panjang. Produk teknologi

modern inipun telah tampil sebagai sarana penyebaran informasi yang cukup efektif dan relatif murah pada masyarakat luas, sehingga akan semakin berperan dalam memengaruhi pembangunan karakter bangsa.

Menurut Carey dari Boston, Amerika Serikat (2013), dan Senlecq dari Perancis (2012). Mereka menemukan sistem yang menggabungkan sejumlah sel photoelectric ke dalam satu atau beberapa panel yang dilengkapi lampu-lampu cahaya sedemikian rupa sehingga menghasilkan rangkaian elemen gambar (*picture elements*) yang diyakini menjadi dasar bagi perkembangan teknologi penyiaran Tv modern saat ini.

Teknologi penyiaran Tv digital bukanlah rekayasa dan upaya yang mengharuskan pemirsa menggunakan pesawat Tv baru yang digital. Upaya ini lebih terfokus pada sinyal digital yang ditransmisikan dari pemancar, sehingga pesawat Tv yang ada pada pemirsa cukup ditambahi perangkat *set-top box* agar dapat menerima sinyal Tv *digital*. Dibandingkan dengan analog, kelebihan sinyal digital terletak pada ketahanannya terhadap derau dan kemudahannya untuk diperbaiki (*recovery*) pada bagian penerimanya dengan suatu kode koreksi kesalahan (*error correction code*). Keuntungan lainnya adalah pada konsumsi bandwidth yang lebih efisien serta efek interferensi yang lebih rendah dan penggunaan sistem OFDM (*Orthogonal Penerimaan Penyiaran TV Digital Frequency Division Multiplexing*) yang tangguh dalam mengatasi efek lintas jamak. Pada sistem penyiaran Tv *analog*, efek lintasan jamak ini akan menimbulkan *echo* yang mengakibatkan munculnya gambar ganda yang sangat mengganggu kenikmatan menonton. Penyiaran Tv *digital* bisa dioperasikan

dengan daya yang rendah serta menghasilkan kualitas gambar dan warna yang jauh lebih bagus daripada penyiaran Tv analog.

Dengan demikian penguasaan teknologi dan sistem penyiaran Tv menjadi sangat strategis bagi bangsa Indonesia. Dengan pesatnya perkembangan teknologi *digital*, yang memberikan kontribusi dominan terhadap konvergensi di bidang penyiaran, telekomunikasi dan teknologi informasi, memungkinkan siaran Tv berkualitas gambar yang tinggi dapat dinikmati pemirsa dengan berbagai perangkat seperti telepon gengam (*handphone*), PDA (*personal digital assistant*), komputer, maupun media Tv yang tak bergerak (*fixed*) dan bergerak (*mobile*). Berdasarkan pengalaman negara lain yang telah mengganti sistem penyiaran Tv-nya ke teknologi *digital*, perubahan tersebut telah menyebabkan terjadinya perubahan model usaha dan meningkatnya layanan konten serta optimasi penggunaan kanal frekuensi, sehingga migrasi sistem penyiaran Tv analog ke sistem penyiaran Tv digital, akan sangat bermanfaat bagi pemerintah, masyarakat maupun industri.

Pada tahun 2018, pemerintah berencana untuk memberlakukan sistem televisi *digital* dan memberhentikan sistem televisi *analog* secara bertahap di seluruh pelosok negeri. Hal ini diatur dalam Peraturan Pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika No. 22 tahun 2011 mengenai Penyelenggaraan Televisi *Digital*. Keunggulan yang ditawarkan pada sistem televisi digital ialah efisiensi dari *spectrum* yang digunakan untuk membawa satu saluran televisi dalam satu spectrum (*single-mux*). Apabila sistem digital diterapkan dalam sistem penyiaran televisi di Indonesia, maka sebuah spektrum kini tidak hanya bisa mendapatkan satu saluran saja, tetapi berlipat-lipat ganda

dalam sebuah spektrum (*multi-mux*), yang berarti lebih banyak ruang tercipta bagi saluran- saluran televisi lainnya untuk dapat ditangkap dan disiarkan ke tiap-tiap televisi yang mendukung sistem televisi digital tersebut. Namun demikian, sistem penyiaran televisi Indonesia sampai saat ini belum bisa mencapai level teknologi digital. Hal ini dikarenakan pemancar.

Berdasarkan data yang diterbitkan oleh Komunikasi dan Informatika, implementasi siaran *digital* sudah dilakukan uji coba, bahkan sudah banyak juga televisi swasta yang menyiarkan program mereka dengan siaran digital, namun juga menyiarkan siaran analog.

Permasalahan yang dihadapi dalam proses digitalisasi televisi di Indonesia ini kemudian menuai banyak kritik dan rintangan, sehingga menjadi sangat penting dan relevan untuk membahas apa saja faktor-faktor yang menghambat proses digitalisasi penyiaran ini .

Alasan saya mengambil judul “Efektivitas TV dalam Mensosialisasikan Perubahan TV *Analog* ke TV *Digital*.” Saat ini, menurut yang peneliti lihat di lokasi penelitian di Kec. Medan Tembung, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui apa itu TV *digital* dan TV *digital free to air*. Hampir seluruh masyarakat masih menggunakan Tv *analog* dan sudah ada juga masyarakat yang menggunakan Tv digital kabel, Namun masyarakat masih belum pernah melihat dan mendengar sosialisasi mengenai Tv *digital free to air* oleh pemerintah. Sesuai dengan himbuan pemerintah yang akan memberlakukan *Analog switch off* (ASO) pada tahun 2018, masyarakat juga belum menghiraukan hal itu. Pada dasarnya Tv *digital* bisa diperoleh apabila menggunakan Tv yang berbasis *Digital Receiver*

(menerima sinyal *digital*), namun sekarang tidak perlu membeli Tv baru, Tv yang berbasis analog pun sudah dapat menikmati saluran Tv *Digital* dengan menambahkan *set top box*. Resiko yang diterima masyarakat apabila tidak menggunakan Tv berbasis *Digital Receiver* dan *set top box*, masyarakat tidak akan bisa menerima suara dan gambar pada pesawat televisi berbasis *analog*.

Penting masyarakat mengetahui apa itu Tv *Digital* dan keuntungan menggunakannya. Berdasarkan data *Chirplus BC* diatas sudah jelas bahwasanya jangkauan populasi Tv *Digital* masih belum menyeluruh, Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian tentang penerimaan masyarakat dalam menghadapi era Tv Digital ditahun 2018 mendatang dimana peraturan pemakaian Tv *digital* akan benar-benar berjalan sesuai dengan rencana pemerintah.

Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh tentang permasalahan ini dan menjadikan suatu karya ilmiah yang berjudul efektivitas sosialisasi perubahan tv analog ke Tv digital terhadap penerimaan masyarakat di Kec. Medan Tembung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana efektivitas sosialisasi perubahan TV *Analog* ke TV *Digital* di Kecamatan Medan Tembung?
2. Bagaimana penerimaan masyarakat terhadap perubahan TV *Analog* ke TV *Digital* di Kecamatan Medan Tembung?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian yang penulis lakukan adalah:

1. Untuk mengetahui efektivitas sosialisasi penerimaan TV *Analog* ke TV *Digital* di masyarakat Kecamatan Medan Tembung.
2. Untuk mengetahui penerimaan terhadap perubahan TV *Analog* ke TV *Digital* di Kecamatan Medan Tembung.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya terkait dengan proses *Analog Switch-Off* (ASO) Menuju Digitalisasi Penyiaran Indonesia. Dan dapat berguna bagi penulis dan pembaca untuk dapat menambah pengetahuan mengenai proses *Analog Switch-Off* (ASO) Menuju Digitalisasi Penyiaran Indonesia.

2. Secara Praktis

Diharapkan dapat menjadi sumbangan informasi bagi yang berminat melakukan penelitian tentang proses *Analog Switch-Off* Menuju Digitalisasi Penyiaran Indonesia atau digitalisasi penyiaran Indonesia. Dan mendapatkan ilmu pengetahuan tentang bagaimana lamanya proses untuk mendigitalisasikan penyiaran tersebut. Karena banyak aspek yang harus dipertimbangkan untuk melakukan suatu revolusi dari penyiaran analog ke penyiaran digital.

3. Secara Akademis

Sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan program Strata Satu (S1) guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata bahasa Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna.

Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam kelompok percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang di percakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan komunikatif apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan. (Halik, 2013). Ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tagar asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Defenisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisi secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses

mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*).

Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif seperti diuraikan di atas. Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *who says what In which channel to whom with what effect?*

Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- a. Komunikator (*communicator, source, sender*)
- b. Pesan (*message*),
- c. Media (*channel, media*),
- d. Komunikan (*communican, communicate, receiver, recipient*)
- e. Efek (*effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

2.1.1 Proses Komunikasi

Menurut (Effendy, 2009) proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan sekunder.

1. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan tawar-menawar seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pemikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasa yang mampu “menerjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk idea, informasi atau opini; baik mengenai hal yang kongkret maupun yang abstrak; bukan saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, melainkan juga pada waktu yang lalu dan masa yang akan datang. Adalah berkat kemampuan bahasa maka kita dapat mempelajari ilmu pengetahuan sejak ditampikan oleh Aristoteles, Plato, dan Socrates; dapat manusia yang beradab dan berbudaya; dan dapat memperkirakan apa yang akan terjadi pada tahun, dekade, bahkan abad yang akan datang.

Kial (*gesture*) memang dapat “menerjemahkan” pikiran seseorang sehingga terekspresikan secara fisik. Akan tetapi menggapakan tangan, atau memainkan jari-jemari, atau mengkedipkan mata, atau menggerakkan

anggota tubuh lainnya hanya dapat mengomunikasikan hal-hal tertentu saja (sangat terbatas).

Demikian pula isyarat dengan menggunakan alat seperti tong-tong, bedug, sirene, dan lain-lain serta warna yang mempunyai makna tertentu. Kedua lambang itu amat terbatas kemampuannya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

Gambar sebagai lambang yang banyak dipergunakan dalam komunikasi memang melebihi kial, isyarat, dan warna dalam hal kemampuan “menerjemahkan” pikiran seseorang tetapi tetap tidak melebihi buku yang ditulis dengan bahasa sebagai lambang untuk “menerjemahkan” pemikiran tidak mungkin diganti oleh gambar, apalagi oleh lambang-lambang lainnya.

Akan tetapi, demi efektifnya komunikasi, lambang lambang tersebut sering dipadukan penggunaannya. Dalam kehidupan sehari-hari bukankah hal yang luar biasa apabila kita terlibat dalam komunikasi yang menggunakan bahasa disertai gambar-gambar berwarna.

Berdasarkan paparan di atas, pikiran dan atau perasaan seseorang baru akan diketahui oleh dan akan ada dampaknya kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan menggunakan media primer tersebut, yakni lambang. Dengan perkataan lain, pesan (*message*) yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri atas isi (*the content*) dan lambang (*symbol*).

Seperti telah diterangkan di muka, media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa. Akan tetapi,

tidak semua orang pandai mencari kata-kata yang tepat dan lengkap yang dapat mencerminkan pikiran dan perasaan yang sesungguhnya. Selain itu, sebuah perkataan belum tentu mengandung makna yang sama bagi semua orang.

Kata-kata mengandung dua jenis pengertian, yakni pengertian denotatif dan pengertian konotatif. Sebab perkataan dalam pengertian denotatif adalah yang mengandung arti sebagaimana tercantum dalam kamus (*dictionary meaning*) dan diterima secara umum oleh kebanyakan orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Perkataan dalam pengertian konotatif adalah yang mengandung pengertian emosional atau mengandung penilaian tertentu (*emotional or evaluative meaning*).

Seperti telah disinggung di muka, komunikasi berlangsung apabila terjadi kesamaan makna dalam pesan yang diterima oleh komunikan. Dengan perkataan lain, komunikasi adalah proses membuat sebuah pesan setala (*tuned*) bagi komunikator dan komunikan.

Pertama-tama komunikator menyandi (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Ini berarti ia memformulasikan pikiran dan atau perasaannya ke dalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian menjadi giliran komunikan untuk mengawak-sandi (*decode*) pesan dari komunikator itu. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran atau perasaan komunikator tadi dalam konteks pengertiannya. Dalam proses itu komunikator berfungsi

sebagai penyandi (*encoder*) dan komunikasi berfungsi sebagai pengawarsandi (*decoder*).

Yang penting dalam proses penyandian (*coding*) itu ialah bahwa komunikator dapat menyandi dan komunikasi dapat mengawarsandi hanya kedalam kata bermakna yang pernah diketahui dalam pengalamannya masing-masing.

Wilbur Schramm, seorang ahli komunikasi kenamaan dalam karyanya, "*Communication Research in The United States*", menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh komunikasi.

Menurut Schramm (2012), bidang pengalaman (*field of experience*) merupakan faktor yang penting dalam komunikasi. Jika bidang pengalaman komunikator sama dengan bidang pengalaman komunikasi, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, bila pengalaman komunikasi tidak sama dengan pengalaman komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain.

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

Menurut (Effendy, 2009) proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada umumnya kalau kita berbicara dikalangan masyarakat, yang dinamakan media komunikasi itu adalah media kedua sebagaimana diterangkan di atas. Jarang sekali orang menganggap bahasa sebagai media komunikasi. Hal ini disebabkan oleh bahasa sebagai lambang (*symbol*) beserta isi (*content*) yakni pikiran dan atau perasaan yang dibawakannya menjadi totalitas pesan (*message*), yang tampak tak dapat dipisahkan. Tidak seperti media dalam bentuk surat, telepon, radio, dan lain-lainnya yang jelas tidak selalu dipergunakan. Tampaknya seolah-olah orang tak mungkin berkomunikasi tanpa bahasa, tetapi orang mungkin dapat berkomunikasi tanpa surat, atau telepon, atau televisi, dan sebagainya.

Pada umumnya memang bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi karena bahasa sebagai lambang mampu mentransmisikan pikiran, ide, pendapat, dan sebagainya, baik mengenai hal yang abstrak maupun yang kongkret; tidak saja tentang hal atau peristiwa yang terjadi pada saat sekarang, tetapi juga pada waktu yang lalu atau masa mendatang. Karena itulah pula maka kebanyakan media merupakan alat atau sarana yang diciptakan untuk meneruskan pesan komunikasi dengan bahasa. Seperti telah disinggung di atas, surat, atau telepon, atau radio misalnya,

adalah media untuk menyambung atau menyebarkan pesan yang menggunakan bahasa.

Pada akhirnya, sejalan dengan berkembangnya masyarakat beserta peradaban dan kebudayaan, komunikasi bermedia (*mediated communication*) mengalami kemajuan pula dengan memadukan, komunikasi berlambang bahasa dengan komunikasi berlambang gambar dan warna. Maka film, televisi, radio, dan video pun sebagai media yang mengandung bahasa, gambar, dan warna melanda masyarakat di negara manapun.

Pentingnya peranan media, yakni media sekunder, dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien, dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya; bukan saja jutaan, melainkan puluhan juta, bahkan ratusan juta seperti misalnya pidato kepala negara yang disiarkan melalui radio atau televisi.

Akan tetapi, oleh para ahli komunikasi diakui bahwa keefektifan dan efisiensi komunikasi bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif. Menurut mereka, yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan persuasif adalah komunikasi tatap muka karena kerangka acuan (*frame of reference*) komunikan dapat diketahui oleh komunikator, sedangkan dalam proses komunikasinya, umpan balik berlangsung seketika, dalam arti kata komunikator mengetahui

tanggapan atau reaksi komunikasi pada saat itu juga. Ini berlainan dengan komunikasi bermedia. Apalagi menggunakan media massa, yang tidak memungkinkan komunikator mengetahui kerangka acuan khalayak yang menjadi sasaran komunikasinya, sedangkan dalam proses komunikasinya, umpan balik berlangsung tidak pada saat itu.

Umpan balik dalam komunikasi bermedia, terutama media massa, biasanya dinamakan umpan balik tertunda (*delayed feedback*), karena sampainya tanggapan atau reaksi khalayak kepada komunikator memerlukan tenggang waktu bagaimana pun dalam proses komunikasi bermedia, misalnya dengan surat, poster, spanduk, radio, televisi, atau film, umpan balik akan terjadi dengan lain perkataan, komunikator mengetahui tanggapan komunikasi jika komunikasinya sendiri selesai secara tuntas. Ada kekecualian, memang, dalam komunikasi bermedia telepon. Meskipun bermedia, umpan balik berlangsung seketika. Namun, karena komunikator tidak melihat ekspresi wajah komunikasi maka reaksi sebenarnya dari komunikasi tidak akan dapat diketahui oleh komunikator seperti kalau berkomunikasi tatap muka.

Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikasi yang akan dituju. Komunikasi media surat, poster, atau

papan pengumuman akan berbeda dengan komuniakan surat kabar, radio, televisi, atau film. Setiap media memiliki ciri atau sifat tertentu yang hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu pula.

Dengan demikian, proses komunikasi secara sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*massa media*) dan media nirmassa atau media nonmassa (*non-massa media*).

3. Unsur-Unsur dalam Proses Komunikasi

Penegasan tentang unsur-unsur dalam proses komunikasi itu adalah sebagai berikut:

- a. *Sender*: Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- b. *Encoding*: Penyandian, yakni proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
- c. *Message*: Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- d. *Media*: Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunkator kepada komunikan.
- e. *Decoding*: Pengawasandian, yaitu proses di mana komunkan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya

- f. *Receiver*: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- g. *Response*: Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
- h. *Feedback*: Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
- i. *Noise*: Gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

4. Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut (Effendy, 2003) mengemukakan proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi proses komunikasi secara primer dan proses komunikasi secara sekunder.

- a. **Proses Komunikasi Secara Primer**, adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

- 1) Lambang Verbal, (Effendy, 2003) mengemukakan bahwa proses komunikasi bahasa sebagai lambang verbal paling banyak dan paling sering digunakan. Hal ini disebabkan bahasa dianggap mampu mengungkapkan pikiran komunikator mengenai hal peristiwa, baik yang konkret maupun yang

abstrak yang terjadi masa kini, lalu dan masa yang akan datang.

2) Lambang Nonverbal, adalah lambang yang dipergunakan dalam komunikasi yang bukan bahasa, misalnya kial, isyarat dengan anggota tubuh, antara lain kepala, mata, bibir, tangan dan jari. Penggunaan gambar adalah lambang lain yang dipergunakan dalam berkomunikasi nonverbal. Menurut Mark Knap (Cangara, 2004) menyebutkan bahwa penggunaan kode verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- a) Meyakinkan apa yang diucapkan (*Repetition*).
- b) Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*Subtation*).
- c) Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*Identity*).
- d) Menambah atau melengkapi ucapan yang dirasa belum sempurna.

b. Proses Komunikasi Secara Sekunder, adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 2003). Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau

jumlahnya banyak. Kalau komunikasi jauh, dipergunakanlah surat atau telepon. Jika komunikasi banyak, dipakailah perangkat pengeras suara.

- c. **Proses Komunikasi Secara Linear**, sebagaimana dikemukakan oleh (Effendy, 2003) yaitu mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dari satu titik ke titik lain secara lurus. Dalam konteks komunikasi, proses linear adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal. Biasanya berlangsung pada komunikasi bermedia.
- d. **Proses Komunikasi Secara Sirkular**, istilah sirkular sebagai terjemahan dan perkataan circular yang secara harfiah artinya bulat, bundar. Penggunaan dalam komunikasi yang dimaksudkan yaitu proses sirkular itu adalah terjadinya *feedback* yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator. Oleh karena itu, ada kalanya *feedback* mengalir dan komunikan ke komunikator itu adalah *response* atau tanggapan komunikan terhadap pesan yang ia terima dan komunikator.

2.1.2 Efek Komunikasi

Efek komunikasi diartikan sebagai pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Terdapat tiga pengaruh dalam diri komunikan, yaitu kognitif (seseorang menjadi tahu tentang sesuatu), afektif (sikap seseorang terbentuk) dan konatif (tingkah laku yang membuat seseorang bertindak melakukan sesuatu (Daryanto, 2010).

Efek komunikasi adalah dampak yang di ikuti dari beragam bentuk pesan atau *content*, komunikasi yang ditransformasikan dalam interaksi komunikasi atau komunikasi massa. target *audience* yang menjadi sasaran media dan saluran politik lainnya.

Efek komunikasi dalam proses dan tindakan politik ada tiga jenis atautahap, yaitu:

- a. Kognitif, yaitu efek komunikasi politik yang berlangsung pada level pemikiran.
- b. Afektif, yaitu efek komunikasi pada level emosional/perasaan/sikap.
- c. Efek Perilaku (*behavior*) yaitu efek komunikasi politik.

Kemudian ada juga efek jangka pendek dan panjang, antara lain sebagai berikut:

- a. *Short tern efek*, yaitu efek jangka pendek yang berlangsung pada individu, group, dan yang bersifat cepat dan sementara. misal: opini mengenai kasus politik.
- b. *Long tern efek*, yaitu efek komunikasi atau komunikasi massa yang bersifat lambat.

2.1.3 Hambatan Komunikasi

Berikut adalah macam-macam hambatan komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi atau perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan sematik.

Gangguan Mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Misalnya bunyi kendaraan yang lewat ketika pemimpin sedang berbicara dalam suatu pertemuan.

Gangguan Sematik adalah bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan sematik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang disampaikan komunikator yang diartikan lain oleh komunikan sehingga menimbulkan salah pengertian.

2. Kepentingan

Kepentingan atau *interest* akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang hanya akan memperhatikan prasangka yang ada hubungannya dengan kepentingannya, karena kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian, tetapi juga menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran dan tingkah laku kita akan merupakan sikap reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan.

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut (Bungin, 2001) adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Dengan demikian, maka unsur-unsur terpenting didalam komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. Komunikator
2. Media Massa
3. Informas
4. *Gatekeeper*
5. Khalayak/Publik
6. Umpan Balik.

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial kearah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Rakhmat (Rakhmat, 2009) adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Definisi komunikasi massa yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner.

Menurut Gerbner dalam Rakhmat (Rakhmat, 2009) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri. Sedangkan menurut (Rakhmat, 2009) komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim

melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik yang dikemukakan oleh para ahli. Menurut (Ardianto, 2007) komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama yaitu:

1. Diarahkan kepada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim.
2. Pesan disampaikan secara terbuka.
3. Pesan diterima secara serentak pada waktu yang sama dan bersifat sekilas (khusus untuk media elektronik).
4. Komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

2.2.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksudkan dengan komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa (*mass media communication*). Hal ini berbeda dengan pendapat ahli psikologi sosial yang menyatakan bahwa komunikasi massa tidak selalu menggunakan media massa. Menurut mereka pidato di hadapan sejumlah orang banyak di sebuah lapangan, misalnya, asal menunjukkan asal perilaku massa (*mass behavior*), itu dapat dikatakan komunikasi massa. Semula mereka yang berkumpul di lapangan itu adalah kerumunan biasa (*crowd*) yang satu sama lain tidak mengenal, tetapi

kemudian, karena sama-sama terikat oleh pidato seorang orator, mereka sama-sama terikat oleh perhatian yang sama, lalu menjadi massa. Oleh sebab itu, komunikasi yang dilakukan oleh si orator secara tatap muka seperti itu adalah juga komunikasi massa. Demikian pendapat para ahli psikologi sosial.

Seperti dikemukakan di atas, para ahli komunikasi membatasi pengertian komunikasi massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa, misalnya surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film. Karena yang dibahas disini adalah komunikasi, bukan psikologi sosial atau sosiologi, maka yang diartikan komunikasi massa disini adalah menurut pendapat ahli komunikasi itu.

Dalam berbagai literatur sering dijumpai istilah *mass communications* seperti disebutkan di atas dan yang menjadi pokok pembahasan kita ini. Arti *mass communications* sama dengan massa media atau dalam bahasa Indonesianya media massa. Sedangkan yang dimaksud dengan *mass communication* adalah prosesnya, yakni proses komunikasi melalui media massa. Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa itu adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, atau film.

Jadi, media modern merupakan produk teknologi modern yang selalu berkembang menuju kesempurnaan. Komunikasi massa memiliki ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat sifat komponennya. Ciri-cirinya adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Massa Berlangsung Satu Arah

Berbeda dengan komunikasi antarpersonal (*interpersonal communication*) yang berlangsung dua arah (*two-way traffic*)

communication), komunikasi massa berlangsung satu arah (*one-way communication*). Ini berarti bahwa tidak terdapat arus balikh dari komunikan kepada komunikator. Dengan lain perkataan, wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkannya itu. Demikian juga penyiar radio, penyiar televisi, atau sutradara film tidak mengetahui tanggapan khalayak yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksudkan dengan “tidak mengetahui” dalam keterangan di atas ialah tidak mengetahui pada waktu proses komunikasi itu berlangsung.

2. Komunikator Pada Komunikasi Massa Melembaga

Media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi. Oleh karena itu, komunikatornya melembaga atau dalam bahasa asing disebut *institutionalized communicator* atau *organized communicator*. Hal ini berbeda dengan komunikator lainnya, misalnya kiai atau dalang yang munculnya dalam suatu forum bertindak secara individual, atas nama dirinya sendiri, sehingga ia memiliki lebih banyak kebebasan.

Komunikator pada komunikasi massa, misalnya wartawan surat kabar atau penyiar televisi karna media yang dipergunakannya adalah suatu lembaga dalam menyebarluaskan pesan komunikasinya bertindak atas nama lembaga, sejalan dengan kebijaksanaan (*policy*) surat kabar dan stasiun televisi yang diwakilinya. Ia tidak memiliki kebebasan individual. Ungkapan seperti kebebasan mengemukakan pendapat (*freedom of*

expression atau freedom of opinion) merupakan kebebasan terbatas (*restricted freedom*).

c. Pesan Pada Komunikasi Massa Bersifat Umum

Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum (*public*) karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan kepada perseorangan atau kepada sekelompok orang tertentu.

Antara lain membedakan media massa dengan media nirmassa. Surat, telepon, telegram, dan teleks misalnya, adalah media nirmassa, bukan media massa, karena ditujukan kepada orang tertentu. Demikian pula majalah organisasi, surat kabar kampus, radio telegrafi atau radio citizen band, film documenter, dan televisi siaran sekitar (*closed circuit television*) bukanlah media massa, melainkan media nirmassa karena ditujukan kepada sekelompok orang tertentu.

d. Media Komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan

Ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan (*simultaneity*) pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Hal inilah yang merupakan ciri paling hakiki dibandingkan dengan media komunikasi lainnya. Bandingkan misalnya poster atau papan pengumuman adalah media komunikasi, tetapi bukan media komunikasi massa sebab tidak mengandung ciri keserempakan; sedangkan radio siaran adalah media komunikasi massa disebabkan oleh ciri keserempakan yang dikandungnya. Pesan yang disampaikan melalui poster dan papan pengumuman kepada khalayak tidak diterima oleh mereka

dengan melihat poster atau papan pengumuman itu secara serempak bersama-sama, tetapi secara bergantian. Lain dengan pesan yang disampaikan melalui radio siaran. Pesan yang disebarkan dalam bentuk pidato, misalnya pidato presiden, akan diterima oleh khalayak dalam jumlah jutaan bahkan puluhan juta atau ratusan juta serempak bersama-sama pada saat presiden berbicara. Oleh karena itulah, pada umumnya yang termasuk ke dalam media massa adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film yang mengandung ciri kerempakan tersebut.

e. Komunikasi Massa Bersifat Heterogen

Komunikasi atau khalayak yang merupakan kumpulan anggota masyarakat yang terlibat dalam proses komunikasi massa sebagai sasaran yang dituju komunikator bersifat heterogen. Dalam keberadaannya secara terpecah-pecah, dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam hal jenis kelamin, usia, agama, ideologi, pekerjaan, pendidikan, pengalaman, kebudayaan, pandangan hidup, keinginan, cita-cita dan sebagainya. Heterogenitas khalayak seperti itulah yang menjadi kesulitan seorang komunikator dalam menyebarkan pesannya melalui media massa karena setiap individu dari khalayak itu menghendaki agar keinginannya dipenuhi. Bagi para pengelola media massa adalah suatu hal yang tidak mungkin untuk memenuhinya. Satu-satunya cara untuk dapat mendekati keinginan seluruh khalayak sepenuhnya ialah dengan mengelompokkan mereka menurut jenis kelamin, usia, agama, pekerjaan, pendidikan, kebudayaan, kesenangan

(hobi), dan lain-lain berdasarkan perbedaan sebagaimana dikemukakan di atas.

Pengelompokan tersebut telah dilaksanakan oleh berbagai media massa dengan mengadakan rubrik atau acara tertentu untuk kelompok pembaca, pendengar, penonton tertentu. Hampir semua surat kabar, radio, dan televisi.

2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Harold D. Lasswell, pakar komunikasi terkenal yang namanya pernah disebut di muka, juga telah menampilkan pendapatnya mengenai fungsi komunikasi itu. Dikatakannya bahwa proses komunikasi di masyarakat menunjukkan tiga fungsi (Nora, 2010):

- a. Pengamatan terhadap lingkungan (*the surveillance of the environment*), penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat dan bagian-bagian unsur di dalamnya.
- b. Korelasi unsur-unsur masyarakat ketika menanggapi lingkungan (*correlation of the components of society in making a response to the environment*).
- c. Penyebaran warisan sosial (*transmission of the social inheritance*).

2.3 Pengertian Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses belajar yang kompleks. Dengan sosialisasi, manusia sebagai makhluk biologis menjadi manusia yang berbudaya, yang cakap menjalankan fungsinya dengan tepat sebagai individu dan sebagai anggota kelompok. Seorang bayi yang lahir merupakan organisme yang sangat lemah.

Pemenuhan segala kebutuhan fisiknya bergantung kepada orang dewasa. Namun, sejak saat itu dia mulai berinteraksi dengan lingkungan dan menyerap banyak hal hingga tumbuh dewasa, dan baru berakhir setelah dia meninggal. Hal-hal yang diserap meliputi sikap dan nilai, rasa suka dan tidak suka, rasa senang dan sedih, keinginan dan tujuan hidup, cara bereaksi terhadap lingkungan, dan pemahaman mengenai segala sesuatu. Semua itu diperolehnya melalui proses yang disebut sosialisasi. (Setyoningtias, 2018).

Dalam proses ini, seseorang juga mengalami internalisasi (mendarah-dagingkan) nilai dan norma sosial tempat dia hidup, sehingga terbentuklah kepribadiannya. Setiap orang perlu mempelajari nilai-nilai dan norma-norma sosial yang berlaku di dalam masyarakatnya. Semua itu diperlukan untuk mendewasakan diri setiap individu dan membentuk kepribadiannya. Dengan bekal kedewasaan pribadi itulah nantinya seseorang akan dapat memegang peranan di masyarakat. Oleh karena itu, sosialisasi merupakan proses penanaman kecakapan dan sikap yang diperlukan untuk dapat memainkan peran sosial di masyarakat. Di dalam diri setiap manusia, terdapat impuls-impuls (dorongan hati) untuk melakukan segala sesuatu. Di sisi lain, lingkungan tempat ia berada dan berinteraksi memiliki nilai dan norma yang mengarahkan perilaku.

Dalam proses sosialisasi, seorang individu berusaha menyesuaikan impuls-impuls itu dengan tekanan nilai dan norma yang mengikatnya. Bila potensi tingkah laku seseorang tidak bertentangan dengan nilai dan norma, maka berkembang lebih lanjut menjadi bagian dari kepribadiannya. Proses sosialisasi juga mengadopsi berbagai hal dari orang lain. Hal-hal yang diperoleh dari orang

lain meliputi kebiasaan, sikap, dan ide-ide. Ketiga hal tersebut disusun kembali menjadi sistem yang mengatur tingkahnya sendiri.

Sosialisasi merupakan suatu proses seseorang memperoleh keterampilan dan sikap yang diperlakukannya agar dapat berfungsi sebagai orang dewasa dan sekaligus sebagai pemeran aktif dalam suatu kedudukan atau peranan tertentu di masyarakat. Pengertian sosialisasi menurut para ahli yang berasal dari Indonesia pun beragam, berikut sosialisasi menurut sosiologi Indonesia:

- a. Memahami sosialisasi sebagai seluruh proses seorang individu sejak masa kanak-kanak sampai dewasa, berkembang, berhubungan, mengenal, dan menyesuaikan diri dengan individu-individu lain yang hidup dalam masyarakat sekitarnya.
- b. Aberle menjelaskan bahwa sosialisasi ialah pola-pola mengenai aksi sosial atau aspek-aspek tingkah laku yang ditanamkan kepada individu keterampilan-keterampilan (termasuk ilmu pengetahuan), motif-motif, dan sikap-sikap, guna untuk menampilkan peranan-peranan yang sekarang atau yang tengah diantisipasi (diantikan), dan yang terus berkelanjutan sepanjang kehidupan manusia normal, sejauh peranan-peranan baru masih harus terus dipelajari.
- c. Child mengatakan bahwa sosialisasi merupakan segenap proses yang menuntut individu mengembangkan potensi tingkah laku aktualnya yang diyakini sebenarnya dan telah menjadi kebiasaannya serta sesuai dengan standat dari kelompoknya
- d. Sosialisasi adalah suatu proses seorang anak menyesuaikan diri dengan norma-norma yang berlaku di lingkungan keluarganya.

- e. Sosialisasi adalah suatu proses anggota masyarakat mempelajari norma-norma dan nilai-nilai sosial dimana ia menjadi anggota.
- f. Sosialisasi adalah proses anak belajar menjadi anggota-anggota yang berpartisipasi dalam masyarakat.
- g. Sosialisasi adalah proses seseorang belajar untuk mengetahui peranan yang harus dijalankannya serta peranan yang harus dijalankan orang lain.

Proses sosialisasi terbentuk melalui tiga tahap antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Seseorang mempunyai persepsi mengenai pandangan orang lain terhadapnya.
- b. Seseorang mempunyai persepsi mengenai penilaian orang lain terhadap penampilannya
- c. Seseorang mempunyai perasaan terhadap apa yang dirasakannya sebagai penilaian yang lain terhadapnya.

2.3.1 Proses Sosialisasi

Karena dalam proses sosialisasi diajarkan peran-peran yang harus dijalankan oleh individu. Dalam proses sosialisasi terdapat pengaruh individu ke individu lain dan proses tersebut berlangsung sepanjang hidup manusia. Dalam proses sosialisasi juga, individu akan menyerap pengetahuan, nilai – nilai, norma-norma, sikap dan keterampilan. Oleh karena itu, dampak dari sosialisasi adalah berkembangnya kepribadian seseorang menjadi satu pribadi yang unik, begitu

pula dalam hal kebudayaan masyarakat yang senantiasa terpelihara dan berkembang.

Sosialisasi adalah salah satu proses penting dalam kehidupan manusia. Manusia tumbuh kembang dengan proses sosialisasi. Melalui sosialisasi, manusia bisa bersikap dan berperilaku sebagai mana peran yang akan dilakukan. Sosialisasi mencakup seluruh proses mempelajari nilai-nilai, sikap-sikap, pengetahuan, berbagai keterampilan, dan berbagai teknik yang dimiliki masyarakat. Pengertian sosialisasi sebagai upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal merupakan pengertian yang paling dapat diterima dalam konteks kajian kebijakan publik dibandingkan dengan kedua pengertian sebagaimana sudah dijelaskan diatas.

Kebijakan yang telah dihasilkan perlu diketahui oleh masyarakat sehingga kebijakan tersebut selain dapat terlaksana dengan baik juga mendapatkan dukungan dari masyarakat. Kemudian dilihat dari substansi kajian kebijakan publik yang mana proses masyarakat memahami suatu kebijakan hingga akhirnya mematuhi atau turut terlibat dalam melaksanakan kebijakan tersebut merupakan domain kajian kebijakan publik. Meskipun demikian, pengertian ini juga tidak sepenuhnya tepat, dikarenakan "memasyarakatkan" kebijakan dalam konteks kajian kebijakan publik memiliki kekhususan hanya kepada kelompok masyarakat sasaran sebagaimana termuat atau diatur dalam isi atau substansi kebijakan dan tidak mencakup semua warga masyarakat secara luas.

Perubahan adalah peristiwa yang tidak dapat dihindari. Proses sosial ini mengiringi kehidupan manusia dalam ruang lingkup yang sukar untuk dibatasi.

Perubahan dapat terjadi mulai dari lingkungan global sampai lingkungan terkecil (keluarga), dari kelompok besar sampai dengan individu. Perubahan yang terjadi pada individu dapat terjadi karena disengaja dan direncanakan sejak seseorang masih kecil melalui pendidikan misalnya. Dengan pendidikan, ia mengalami perubahan dalam pola berpikir, juga perubahan dalam segi ekonomi karena memiliki penghasilan. Dalam lingkungan global, perubahan dapat terjadi karena resesi ekonomi global yang berimbas pada negara-negara lainnya.

Sosialisasi adalah proses yang memungkinkan seseorang belajar tentang sikap-sikap, nilai-nilai, atau tindakan-tindakan yang dianggap tepat oleh suatu masyarakat atau oleh satu kebudayaan tertentu. Dalam artian lain, sosialisasi terjadi melalui interaksi individu dengan individu lainnya. Individu disini belajar sesuatu dari orang-orang yang dekat seperti keluarga, teman, guru, dan orang-orang yang berada di lingkungannya. Ada beberapa proses dalam sosialisasi yaitu:

- a. **Proses Internalisasi**, adalah proses panjang dan berlangsung seumur hidup yang dialami manusia. Dimana dalam proses ini ia belajar membentuk kepribadian melalui perasaan, nafsu-nafsu, dan emosi yang diperlukan sepanjang hidupnya.
- b. **Proses Sosialisasi**, merupakan proses seorang individu mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku sesuai dengan perilaku kelompoknya.
- c. **Proses Inkulturasi**, adalah proses pembudayaan seseorang individu mempelajari dan menyesuaikan alam pikiran serta sikapnya dengan adat istiadat, sistem norma, dan peraturan-peraturan yang hidup dalam kebudayaannya.

2.3.2 Jenis Sosialisasi

Adapun jenis sosialisasi mengantarkan kita pada jenis-jenis sosialisasi yang ada dalam kehidupan manusia didalam masyarakat. Jenis-jenis sosialisasi yang ada itu antara lain adalah sosialisasi setelah masa kanak-kanak (*socialization after childhood*), pendidikan sepanjang hidup (*life long education*), dan pendidikan berkesinambungan (*continuing education*). Selain itu, dalam kehidupan manusia juga dikenal dengan adanya beberapa jenis sosialisasi, diantaranya adalah:

1. Sosialisasi Primer

Sosialisasi primer adalah sosialisasi yang pertama kali dialami seorang individu sejak ia lahir. Sosialisasi primer biasanya berlangsung saat anak berusia 1-5 tahun. Keluarga merupakan media atau agen yang memiliki peran pokok dalam sosialisasi primer. Dalam jenis ini, seorang anak mulai mengenal anggota keluarga dan mampu membedakan perannya dengan orang lain dalam keluarga tersebut. Proses pertama dimana seorang anak mulai mengenali lingkungan sekitar dalam lingkup masyarakat kecil. Pada masa ini lingkungan keluarga sangat berpengaruh terhadap kepribadian seorang anak. Apa yang telah diresap anak pada tersebut menjadi darah daging tumbuh kembang seorang anak.

Contoh sosialisasi primer adalah ketika seorang bayi baru lahir, dia mulai bersosialisasi dengan kedua orang tua dan anggota keluarga lainnya. Sosialisasi primer disebut juga sosialisasi tahap pertama.

2. Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi sekunder merupakan proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer. Dalam sosialisasi sekunder, seseorang mulai mengenal kelompok atau individu lain selain keluarga dalam masyarakat.

Contoh sosialisasi sekunder antara lain: bermain di lingkungan sekolah, tertawa dengan teman di lingkungan bermain, maupun menghadiri rapat di lingkungan masyarakat. Terdapat dua bentuk umum saat seseorang mulai memasuki masa sosialisasi sekunder yaitu resosialisasi (pemberian identitas baru) dan desosialisasi (pencabutan identitas diri yang lama).

Berdasarkan Tipenya, sosialisasi dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:

- a. **Sosialisasi Formal**, merupakan sosialisasi yang terjadi melalui lembaga-lembaga formal yang berwenang sesuai dengan aturan dan norma menurut ketentuan negara. Contohnya adalah sekolah.
- b. **Sosialisasi Informal**, merupakan sosialisasi yang terjadi tanpa diikat oleh suatu aturan-aturan formal, melainkan lebih bersifat kekeluargaan dan kesadaran pribadi masing-masing. Contohnya adalah pertemanan baik sosialisasi formal maupun sosialisasi informal tetap mengarah kepada pertumbuhan pribadi anak agar sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di lingkungannya.

2.3.3 Tujuan Sosialisasi

Secara umum, sosialisasi bertujuan untuk membentuk kepribadian. Kepribadian terbentuk melalui proses mempelajari pola-pola kebudayaan.

Kebudayaan yang dipelajari meliputi nilai-nilai, norma-norma, beserta sanksi-sanksi yang akan diterima bila terjadi penyimpangan. Setelah kepribadian terbentuk, manusia siap menjalankan perannya di dalam kehidupan sehari-hari.

- a. Membantu individu untuk mengetahui identitas dirinya baik secara fisik maupun mental.
- b. Memberikan keterampilan yang dibutuhkan suatu individu dalam kehidupannya di tengah masyarakat.
- c. Menanamkan nilai dan kepercayaan pokok yang telah ada di masyarakat.
- d. Mengembangkan kemampuan suatu individu agar dapat berkomunikasi secara efektif.
- e. Mengajarkan cara introspeksi diri yang tepat agar ia dapat mengembangkan fungsi organiknya.

2.3.4 Fungsi Sosialisasi

Sosialisasi merupakan proses pembelajaran nilai dan norma sosial untuk membentuk perilaku dan kepribadian individu dalam masyarakat. Fungsi umum sosialisasi dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu sudut pandang individu dan kepentingan masyarakat.

1. **Sudut Pandang Individu**, sosialisasi berfungsi sebagai sarana pengenalan, pengakuan, dan penyesuaian diri terhadap nilai-nilai, norma-norma, dan struktursosial. Dengan cara begitu seseorang menjadi warga masyarakat yang baik.

- 2. Sudut Pandang Kepentingan Masyarakat,** sosialisasi berfungsi sebagai sarana pelestarian, penyebarluasan, dan pewarisan nilai-nilai serta norma-norma sosial. Dengan demikian, nilai dan norma tetap terpelihara dari generasi ke generasi dalam masyarakat yang bersangkutan.

Adapun fungsi sosialisasi khusus sebagai berikut:

- a. Membentuk pola perilaku individu.
- b. Menjaga keteraturan hidup dalam masyarakat.
- c. Menjaga intergrasi kelompok dalam masyarakat.

2.4 Televisi

2.4.1 Pengertian Televisi

Media televisi atau lebih populer disebut televisi adalah media yang sangat akrab dengan penonton atau pemirsanya. Dikatakan demikian karena media televisi ini hadir bagaikan sahabat di kala kita susah, sebagai guru dikala kita membutuhkan pengetahuan, dan sebagai pembimbing dikala kita butuh informasi. Selain itu, televisi dapat dikatakan bukan lagi barang mewah, sebab hampir setiap penduduk khususnya di perkotaan telah memilikinya, meski pemanfaatannya lebih banyak untuk hiburan dan informasi. Bagaimana dengan keperluan pendidikan, khususnya untuk kegiatan pembelajaran? Jawabannya, belum dimanfaatkan secara optimal.

Media televisi adalah media yang dapat menayangkan gambar sesuai dengan objek aslinya. Tentu pernah melihat artis kesayangan di alam nyata (tidak

di layar televisi), kemudian kita juga melihatnya di layar televisi. Apa kesimpulan tentang artis tersebut? Apakah ia berbeda atau sama saja? Tentu sama saja. Karena media televisi adalah media yang tidak terlibat kolusi yang dapat membuat bayangan objek berbeda dengan objek aslinya. Media televisi adalah media yang menghasilkan gambar sesuai dengan aslinya. Ini berarti media televisi mampu pula menghadirkan berbagai peristiwa ke hadapan penonton sama seperti kejadian yang sesungguhnya. Pada saat kematian Putri Diana, kita dapat menyaksikan peristiwa pemakamannya di Indonesia melalui media televisi. Apa yang kita saksikan di televisi sama seperti kejadian di Inggris, dan pada saat yang sama pula.

Selain kemampuan memindahkan bayangan objek sesuai dengan aslinya, media televisi memungkinkan penonton menyaksikan berbagai fenomena alam yang sulit diamati, baik itu karena jaraknya sangat jauh, peristiwanya sudah lampau, atau kejadiannya memiliki risiko tinggi bila dilihat dari dekat. Tentu Anda masih ingat peristiwa gerhana matahari total beberapa tahun lalu, kemudian peristiwa pendaratan manusia di *Bulcm*, peristiwa perang dunia kedua, peristiwa meletusnya gunung merapi, dan lain sebagainya. Semuanya dapat kita saksikan melalui layar televisi.

Media televisi adalah media visual gerak (*motion pictures*) yang dapat diatur percepatan gerakannya (gerak dipercepat atau diperlambat). Hal ini memungkinkan media televisi efektif bila digunakan untuk mengajarkan pengetahuan yang berhubungan dengan unsur gerak (*motion*). Gerak diperlambat misalnya, akan efektif bila digunakan untuk mengamati posisi-posisi sulit dalam bidang olahraga. Misalnya posisi seorang pelompat gala pada saat berada di atas

mistar; posisi pelari pada saat menyelesaikan *finish* apabila terjadi bersamaan; atau untuk mengamati berbagai gerakan lainnya. Unsur gerak ini tentunya tidak terbatas pada bidang olahraga saja. Pada mata pelajaran fisika misalnya, dapat digunakan untuk menjelaskan hal-hal yang berhubungan dengan gerak; seperti, gerak jatuh suatu benda, gerak peluru, dan sebagainya.

Sebenarnya peraturan tersebut sudah berlaku sejak tahun 2005, karena alasan stasiun televisi nasional masa itu terbatas SDM nya sehingga tertunda. Dengan berjalan nya waktu stasiun televisi swasta nasional sudah tidak dapat ditangkap lewat antena lagi secara penuh, karena berlakunya sistem berjaringan. Televisi nasional kemungkinan akan berubah menjadi televisi satelit yang kemudian akan menyuplai acara-acara televisi lokal berjaringan.

Kehadiran stasiun televisi di daerah jelas akan diikuti terbuka sekolah penyiaran (*broadcast*) televisi tingkat sekolah menengah kejuruan (SMK) hingga perguruan tinggi (PT), permintaan akan tenaga industri televisi akan meningkat. Wikipedia Indonesia mencatat stasiun televisi lokal jumlahnya tercatat 25 Mei 2014 sudah lebih dari 230 *channel* dan dimasa datang jumlahnya akan terus bertambah.

2.4.2 Fungsi Televisi

Terdapat tiga fungsi utama dari media televisi yaitu hiburan, penyebaran informasi, dan pendidikan. Ketiga fungsi tersebut saling tumpang tindih satu dengan yang lainnya sehingga batas-batasnya tidak dapat dijelaskan secara tajam.

Adapun fungsi televisi sebagai berikut:

1. **Fungsi Informasi**, artinya televisi menjadi media penyebar informasi kepada khalayak luas.
2. **Fungsi Pendidikan**, televisi berfungsi mendidik khalayaknya, terutama lewat konten atau tayangan yang disajikan. Contoh, tayangan televisi yang menampilkan nilai, norma, etika, dan peraturan yang berlaku di Indonesia.
3. **Fungsi Memengaruhi**, fungsi televisi adalah memengaruhi pikiran dan pendapat khalayak terkait hal tertentu. Jika di surat kabar, hal ini sering disebut opini atau editorial.

Selain ketiga fungsi di atas, televisi juga berfungsi sebagai hiburan dan kontrol sosial, di mana hal ini bisa memengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang.

4. **Fungsi Hiburan (*The Intertainment Function*)**, sebagai media yang melayani kepentingan masyarakat luas, fungsi hiburan yang melekat pada televisi tampaknya lebih dominan dari fungsi lainnya. Fungsi hiburan ini amat penting, karena ia menjadi salah satu kebutuhan manusia untuk mengisi waktu mereka dari aktivitas diluar rumah. Tayangan televisi dapat diartikan sebagai adanya suatu pertunjukan acara yang ditampilkan atau disiarkan melalui media massatelevisi. Tayangan tersebut bisa bersifat hiburan, informasi ataupun edukasi seperti tayangan mengenai pendidikan. Dalam kehidupan sehari-hari kita sering memperoleh berbagai pengalaman. Hal ini dikarenakan terintegrasi kelima indra yang kita miliki, tetapi dengan menonton

audiovisual, akan mendapatkan 100% dari informasi yang diperoleh sebelumnya. Ini sebagai akibat timbulnya pengalaman tiruan (*stimulated experience*) dari media audiovisual tersebut.

5. Fungsi Penerangan (*The Information Function*), televisi mendapat perhatian yang besar di kalangan masyarakat sebab dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang sangat memuaskan. Hal ini didukung oleh dua faktor, yaitu:

- a. *Immediacy* (Kesegaran), pengertian ini mencakup langsung dan peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsanya pada saat peristiwa itu berlangsung.
- b. *Realism* (Kenyataan), ini berarti televisi menyiarkan informasinya secara audio dan visual melalui perantaraan mikrofon dan kamera sesuai dengan kenyataan.

2.4.3 Jenis Televisi

1. Televisi Analog

Teknologi televisi ini mengkodekan informasi dan gambar dengan cara memvariasikan voltase dan atau frekuensi dari sinyal. Sistem televisi analog yang dipergunakan antara lain NTSC (Amerika, Jepang, Korea), PAL (Eropa, Indonesia, dan lain-lain.), SECAM (Perancis).

2. Televisi Digital

Adalah jenis televisi yang menggunakan modulasi digital dan sistem kompresi untuk menyiarkan sinyal gambar, suara dan data. Sistem televisi digital yang ada adalah DVB (Eropa, Indonesia, Malaysia, dan lain-lain), ATSC (Amerika, Korea Selatan, dan lain-lain.), ISDB (Jepang, Brasil).

3. Tv Mekanik

Merupakan cikal bakal lahirnya televisi. Paul Nipkow membuat piringan metal kecil yang bisa berputar dengan lubang-lubang di dalamnya. Menggunakan piringan Nipkow Logie Baird dan Francis Jenkins menciptakan manajemen penyiaran televisi & sistem penangkapan gambar, transmisi serta penerimanya dengan sistem mekanik.

4. Tv Elektronik

Dari Tv mekanik beralih ke tv elektronik dengan harga yang lebih terjangkau. Fransworth dan Zwaryskin mulai memancarkan siaran dengan menggunakan sistem yang sepenuhnya elektronik.

5. Tv Berwarna

Pada tahun 1940, Peter Goldmark menciptakan televisi warna dengan resolusi warna 343 garis. Plasma Display Tv pada 1975 Larry Weber membuat tampilan plasma berwarna. Ia terus mengembangkan proyek ini sehingga menciptakan layar plasma yang stabil dan cemerlang pada 1995.

2.4.4 Karakteristik Televisi

Dalam buku “Pengantar Komunikasi Massa” ciri utama televisi adalah sifatnya yang audio visual, dimana stimulasi alat indera bukan hanya satu seperti dalam radio siaran, surat kabar dan majalah. Televisi dapat didengar sekaligus dapat dilihat. Secara lebih khusus, karakteristik televisi adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki jangkauan yang luas dan segera dapat menyentuh rangsang penglihatan dan pendengaran manusia.
- b. Dapat menghadirkan obyek yang amat kecil/besar, berbahaya, atau yang langka.
- c. Menyajikan pengalaman langsung pada penonton.
- d. Dapat dikatakan “meniadakan” perbedaan jarak dan waktu.
- e. Mampu menyajikan unsur warna, gerakan, bunyi, dan proses dengan baik.
- f. Dapat mengkoordinasikan pemanfaatan berbagai media lain, seperti film, foto, dan gambar dengan baik, dengan cepat ke berbagai tempat yang berjauhan.
- g. Mudah ditonton tanpa perlu menggelapkan ruangan.
- h. Membangkitkan rasa intim atau media personal.

Dengan demikian media televisi dapat dibedakan menjadi dua yaitu Tv Analog dan Tv Digital.

2.4.5 Perkembangan Televisi

Televisi Digital SDTV (*Standard Definition Television*) dan HDTV (*High Definition Television*), bahkan saat ini sudah berkembang UHD TV (*Ultra High Definition Television*), 4K Tv yang telah menjadi standar televisi digital internasional. Akses sinyal televisi digital dapat menggunakan koneksi internet sehingga disebut dengan *smart* televisi. *Smart* Tv memiliki kemampuan mengakses berbagai konten dan terkoneksi melalui internet tanpa batas, termasuk bermain games dan mengakses hiburan online lainnya. Televisi ini juga dapat terhubung dengan berbagai *gadget* lain seperti *handphone* dengan menggunakan *WiFi*.

2.4.6 Kelebihan dan Kekurangan Televisi

1. Bersifat Tidak Langsung

Televisi adalah salah satu jenis dan bentuk media massa yang paling canggih dilihat dari sisi teknologi yang digunakan

2. Bersifat Satu Arah

Siaran televisi bersifat satu arah. Kita sebagai pemirsa hanya bias menerima berbagai program acara yang sudah dipersiapkan oleh pihak pengelola televisi.

3. Bersifat Terbuka

Televisi ditujukan kepada masyarakat secara terbuka ke berbagai tempat yang dapat dijangkau oleh daya pancar siarannya.

4. Publik Tersebar

Khalayak televisi tidak berada di suatu wilayah tetapi tersebar di berbagai wilayah dalam lingkup lokal, regional, nasional, dan bahkan internasional.

5. Bersifat Selintas

Pesan-pesan televisi hanya dapat dilihat dan didengar secara sepintas. Siarannya tidak dapat dilihat dan didengar ulang oleh pemirsa kecuali dalam hal-hal khusus.

2.5 Televisi Analog

Analog adalah sinyal-sinyal data dalam bentuk gelombang yang *continue*, yang membawa informasi dengan mengubah karakteristik gelombang. Dua parameter atau karakteristik terpenting yang dimiliki oleh isyarat analog adalah *amplitude* dan frekuensi. Gelombang pada sinyal analog yang umumnya berbentuk gelombang sinus memiliki 3 variabel dasar, yaitu *amplitude*, frekuensi dan *phase*. *Amplitude* merupakan ukuran tinggi rendahnya tegangan sinyal analog. Frekuensi merupakan jumlah gelombang sinyal analog dalam satuan detik. *Phase* merupakan besar sudut dari sinyal analog pada saat tertentu.

Analog disebarluaskan melalui gelombang elektromagnetik secara terus menerus, yang banyak dipengaruhi oleh faktor “pengganggu”. Analog merupakan bentuk komunikasi elektromagnetik yang proses pengiriman sinyal pada gelombang elektromagnetik dan bersifat variabel yang berurutan. Pelayanan

dengan menggunakan sinyal ini agak lambat dan gampang error dibandingkan dengan data dalam bentuk digital.

Adapun televisi analog adalah sinyal analog dalam bentuk gelombang elektromagnetik. Cara sinyal bergerak diekspresikan dalam frekuensi. Frekuensi sinyal analog dalam siklus perdetik. Biasanya Tv analog disebut NTSC (*National Television System Committee*), sistem ini sebagian besar diterapkan di Amerika Serikat dan beberapa bagian Asia Timur seperti Cina/Tiongkok, Jepang, Korea Utara, Korea Selatan, Taiwan, Mongolia. Tv digital adalah sistem penerimaan.

2.6 Televisi Digital

Televisi digital merupakan perkembangan sistem Tv generasi berikutnya setelah penerima TV hitam putih dan berwarna konvensional atau yang dikenal sistem analog. Sistem Tv digital menawarkan banyak kelebihan yang tidak dimiliki sistem Tv analog, tidak hanya segi kualitas gambar dan suara yang lebih baik, tetapi keluwesan dalam menampilkan teks dan informasi lain maupun bentuk pelayanan yang memudahkan para pelanggan baik dari segi kenikmatan (seperti kemampuan *picture in picture* ataupun *setting* program acara dalam memori dan lainnya) maupun dari segi memenuhi kewajiban pembebanan biaya siaran yang diterima. Sesuai dengan teknik digital yang melatar belakangi, maka baik suara dan gambar semua diubah dari analog (secara alamiah suara dan gambar video akan berupa sinyal analog) ke bentuk format digital. Dalam bentuk data digital kemudian menerapkan format standar tertentu dalam pengkodean gambar dan suara agar dapat disiarkan baik melalui saluran transmisi kabel maupun jaringan satelit (Ponta, 2017).

Televisi digital memiliki beberapa keistimewaan unik yang tidak dapat ditemukan pada teknologi analog, seperti:

- a. Mampu mengirim informasi dengan kecepatan cahaya yang mengakibatkan informasi dapat dikirim dengan kecepatan tinggi.
- b. Penggunaan yang berulang-ulang terhadap informasi tidak mempengaruhi kualitas dan kuantitas informasi itu sendiri.
- c. Informasi dapat dengan mudah diproses dan dimodifikasi ke dalam berbagai bentuk.
- d. Dapat memproses informasi dalam jumlah yang sangat besar dan mengirimkannya secara interaktif.

2.6.1 Kelebihan dan Kekurangan Televisi Digital

Dengan banyaknya keuntungan dalam menggunakan televisi digital, namun terdapat juga kekurangannya. Berikut kekurangan televisi digital:

- a. Posisi dan kondisi antena sebagai *receiver* utama siaran sangat mempengaruhi daya tangkap STB DVB-T2 terhadap siaran digital.
- b. Cakupan siaran digital masing-masing stasiun Tv tidak sama dan masih cenderung terbatas. Jadi jangan heran, kalau beda kecamatan saja jumlah kanal digital yang berhasil diterima bisa berbeda.
- c. Tidak semua stasiun Tv sudah menyediakan format siaran digital.
- d. Harga STB yang bisa dibilang masih sangat tinggi untuk kalangan tertentu.

- e. STB yang tidak mudah didapatkan, terutama bagi masyarakat di daerah yang masih minim akses terhadap layanan belanja daring.

2.7 Penerimaan Masyarakat Pada Perubahan TV Analog ke TV Digital

Dari sisi komunikator yang menyampaikan, diperankan mulai dari masyarakat biasa (pedagang/petani), Chatty Saron, Mikha Tambayong (artis), dan Azis (komedian), Agnes Widiyanti (Kominfo), tokoh masyarakat, sampai kepada Bapak Tifatul Sembiring sebagai Menkominfo. Hal ini dimaksudkan agar khalayak tidak monoton melihatnya, serta adanya variasi terpaan untuk memperkaya pemahaman dan pengetahuan. Isinya dibuat dengan bahasa yang mudah di mengerti dan tidak banyak memakai istilah-istilah yang sulit dicerna, serta secara teknis sistem aplikasinya diperagakan langsung secara visual, sehingga lebih mudah dipahami lagi oleh khalayak. Dengan demikian bagi khalayak yang berasal dari segmen masyarakat yang berbeda, akan memudahkan absorpsitas isi kampanye yang disajikan. Semua isi pesanyang disampaikan akan lebih efektif diterima khalayak tanpa interpretasi berlainan antara lapisan masyarakat. Begitu pula dalam kampanye yang dilakukan bisamemengaruhi, memberitahu dan memotivasi perubahan sikap yang lebih baik dibanding sebelumnya. Masyarakat akan lebih sadar bahwa ajakan untuk migrasi analog ke digital merupakan konsekuensi logis dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi.

Adapun isi program yang disampaikan dalam kampanye layanan masyarakat tersebut adalah selalu bersinggungan dengan berbagai keunggulan televisi digital dibanding sistem analog, hanya dengan memakai perangkat

tambahan berupa *set top box* bagi mereka yang belum mempunyai televisi digital, maka gambar televisi akan lebih tajam, suara lebih jernih dan terbebas dari gangguan visual yang biasa kita temui. Begitu pula siaran televisi akan bisa dinikmati di dalam mobil yang rentan terhadap getaran, yang selama ini selalu dibarengi gambar dan suara yang tidak sempurna.

Dengan kekuatan gambar hidup yang ditampilkan oleh figur publik terkenal dalam setiap kampanye di televisi diharap akan mampu menimbulkan perubahan sikap positif pada khalayak penonton. Apalagi dalam waktu tayang sering ditampilkan pada prime time atau pada saat selingan mata acara yang digemari masyarakat, dan tidak tanggung tanggung kampanyenya disiarkan oleh sebagian besar stasiun televisi nasional yang ditujukan bagi seluruh rakyat Indonesia. Dengan karakteristik masyarakat sekarang yang cenderung lebih konsumtif, maka layanan masyarakat ini akan mampu merubah perilaku yang positif ke arah penggunaan televisi digital. Salah satu cara untuk mengetahui respon masyarakat terhadap isi pesan kampanye televisi digital adalah dengan mengetahui sikapnya.

Ada tiga sikap komponen yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Dengan komponen kognitif, maka dapat diketahui pengetahuan masyarakat terhadap unsur-unsur kampanye keunggulan televisi digital yang ada dalam iklan layanan masyarakat. Komponen afektif berkaitan dengan perasaan suka atau tidak suka masyarakat terhadap iklan tersebut, sedangkan konatif merupakan hal yang berkaitan dengan perilaku yang ditunjukkan oleh masyarakat. Dari latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian ini yaitu bagaimana sikap khalayak penonton televisi terhadap migrasi sistem televisi analog ke sistem televisi digital.

Identifikasinya adalah:

- a. Bagaimana pemahaman khalayak penonton tentang iklan kampanye televisi digital,
- b. Bagaimana ketertarikan atau perasaan terhadap kampanye televisi digital, serta
- c. Bagaimana kecenderungan atau kesadaran khalayak penonton akan manfaat penggunaan televisi digital setelah menonton iklan kampanye di televisi.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui gambaran sikap khalayak penonton televisi terhadap kampanye televisi digital yang disiarkan oleh Kemenkominfo, baik dari aspek pemahaman, ketertarikan, atau pun kecenderungan penggunaan televisi digital.

Adapun kegunaan penelitian ini, sebagai masukan bagi Kemenkominfo khususnya Direktorat Penyelenggaraan Pos dan Informatika (PPI) dalam menentukan arah kebijakan terkait kampanye televisi digital di televisi, sehingga penerapan sistem siaran televisi digital pada tahun 2018, yang akan datang dapat diterapkan di seluruh Indonesia.

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Kesiapan Industri TV Lokal di Jawa Tengah Menuju Migrasi Penyiaran dari Analog ke Digital	2020	Deskriptif Kuantitatif	Temuan penelitian menunjukkan tentang kesiapan televisi lokal di Jawa Tengah menyambut era penyiaran digital diuraikan dalam beberapa tema yaitu: 1) Pengetahuan tentang migrasi penyiaran analog ke digital; 2) Kesiapan teknologi, kesiapan sumber daya manusia, dan kesiapan konten siaran; 3) Pengembangan potensi daerah/
2.	Transformasi Dan Adaptasi Jejak Konvergensi Media Analog Ke Digital.	2024	Deskriptif Kualitatif	Memberikan berita, informasi, dan hiburan berkat konvergensi media. Keberhasilan implementasi konvergensi dan digitalisasi mengharuskan penanganan beberapa masalah, termasuk infrastruktur yang memadai, ketersediaan modal, kesiapsiagaan, dan sumber daya manusia, selain aturan yang mengatur keduanya.
3.	Pengaruh Kebijakan TV Digital Terhadap Daya Tarik Penonton TV Di Dusun Budegan,	2024	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan TV digital berpengaruh positif terhadap daya tarik penonton TV di Dusun Budegan, Kabupaten Gunung Kidul. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya kualitas gambar dan suara siaran TV digital, serta meningkatnya pilihan

				program siaran TV digital. Kebijakan TV digital telah berhasil meningkatkan daya tarik penonton TV di Dusun Budegan, Kabupaten Gunung Kidul . Hal ini dapat menjadi salah satu indikator keberhasilan implementasi kebijakan TV digital di Indonesia.
4.	Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital	2017	Metode Eksperimen, Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan pengetahuan responden setelah dilakukan treatment namun tidak signifikan. Hasil tes menggunakan uji <i>Chi Square</i> menunjukkan Signifikansi <i>Asymtotic</i> sebesar 0.646, yang berarti lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara pengetahuan sebelum menerima pesan tentang TV digital dengan setelah menerima pesan via instagram.
5.	Kebijakan Digitalisasi Penyiaran Terhadap Kesiapan Masyarakat Menghadapi Migrasi Digital: Faktor Penghambat Analog Switch Off			

2.9 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan kajian teoritis, maka kerangka berpikir yang mendasari penelitian ini adalah bahwa efektivitas ialah suatu proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya atau kegiatan tersebut telah mencapai tujuannya. Dimana dilakukan melalui sosialisasi dengan pendekatan terhadap masyarakat melalui aksi sosial atau aspek tingkah laku masyarakat tersebut. Dengan adanya perubahan tv analog ke tv digital membuat masyarakat kesulitan dalam menerima perubahan tersebut. Karena kurang adanya sosialisasi terhadap masyarakat untuk menuju transisi perubahan tv digital. Dan jika dilakukan efektivitas sosialisasi terhadap masyarakat, akan mendapatkan hasil dari penerimaan masyarakat terkait perubahan tv analog ke tv digital.

Pertanyaan Tentang Efektivitas Sosialisasi Perubahan TV Analog Ke TV Digital Terhadap Penerimaan Masyarakat Di Kelurahan Tembung Kec. Medan Tembung.

- a. Apakah Anda sudah pernah melihat atau mendengar sosialisasi dari pemerintah tentang perubahan TV analog ke TV Digital?
- b. Apakah Anda merasa pemerintah sudah memberikan sosialisasi yang cukup mengenai perubahan dari TV analog ke TV Digital?
- c. Sudahkah pemerintah melakukan sosialisasi di lingkungan Anda terkait peralihan dari TV analog ke TV Digital?
- d. Apakah Anda pernah mendapatkan informasi langsung dari pemerintah mengenai perubahan dari TV analog ke TV Digital?
- e. Apakah pemerintah sudah pernah mengadakan sosialisasi tentang TV digital di daerah Anda?
- f. Menurut Anda, apakah sosialisasi pemerintah tentang perubahan ke TV digital sudah sampai ke masyarakat secara menyeluruh?
- g. Apakah Anda sudah menerima informasi dari pemerintah mengenai cara beralih dari TV analog ke TV digital?
- h. Apakah di lingkungan Anda sudah pernah diadakan sosialisasi oleh pemerintah tentang transisi ke TV digital?
- i. Sejauh ini, apakah pemerintah sudah memberikan sosialisasi yang cukup terkait perubahan dari TV analog ke TV digital?
- j. Apakah Anda pernah mengikuti atau mendengar sosialisasi pemerintah mengenai perubahan dari TV analog ke TV digital?

Pertanyaan Tentang Efektivitas Penerapan Perubahan TV Analog Ke TV Digital Terhadap Penerimaan Masyarakat Di Kec. Medan Tembung.

- a. Bagaimana pendapat Anda mengenai efektivitas penerapan perubahan dari TV analog ke TV digital di wilayah Anda?
- b. Apakah Anda merasa bahwa perubahan dari TV analog ke TV digital sudah berjalan dengan efektif di lingkungan Anda?
- c. Seberapa efektif menurut Anda penerapan perubahan ke TV digital dalam meningkatkan kualitas siaran di rumah Anda?
- d. Apakah Anda mengalami kesulitan dalam beralih dari TV analog ke TV digital, dan bagaimana Anda menilai efektivitas proses ini?
- e. Apakah menurut Anda pemerintah telah berhasil menerapkan perubahan dari TV analog ke TV digital secara efektif?
- f. Bagaimana pendapat Anda tentang kualitas siaran TV digital dibandingkan dengan TV analog setelah penerapan perubahan ini?
- g. Apakah penerapan perubahan ke TV digital telah mempermudah atau justru menyulitkan Anda dalam mengakses siaran televisi?
- h. Seberapa puas Anda dengan hasil dari penerapan perubahan ke TV digital di rumah Anda?
- i. Apakah menurut Anda penerapan perubahan ini telah berjalan dengan baik tanpa menimbulkan gangguan bagi masyarakat?
- j. Bagaimana Anda menilai efektivitas sosialisasi dan dukungan pemerintah dalam membantu masyarakat beralih ke TV digital?

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan sekitar pada bulan Februari 2023 setelah dilakukan seminar proposal dan perbaikan.

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Feb 2023	Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023	Juni 2023	Juli 2023	Agt 2023	Sept 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023
1	Pengajuan Judul											
2	Penyusunan dan Bimbingan Proposal											
3	Revisi Proposal											

Ja	Kegiatan	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	Mei 2024	Jun 2024	Jul 2024	Agt 2024	Sep 2024	Okt 2024	Nov 2024	Des 2024	Jan 2025	Feb 2025
4.	Seminar Proposal	■													
5.	Melaksanakan Penelitian	■	■	■	■	■	■	■	■						
6.	Pengelolaan Hasil Penelitian							■	■	■	■				
7.	Seminar Hasil											■			
8.	Penyusunan Skripsi												■	■	
9.	Sidang Skripsi														■

Sumber: Peneliti, 2025

3.1.2 Tempat Penelitian

Dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti memilih Kota Medan Provinsi Sumatera Utara sebagai lokasi penelitian di Jalan Letda Sujono, Kecamatan Medan Tembung.

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Karena peneliti lebih mudah melakukan penyesuaian apabila berhadapan dengan kenyataan dan dapat berhubungan langsung dengan responden.

Penelitian ini merupakan suatu penelitian menyimpulkan secara deskriptif mengenai metode penelitian yang berusaha menggambarkan objek atau subjek yang diteliti sesuai apa adanya dengan tujuan menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui efektivitas sosialisasi perubahan Tv Analog ke Tv Digital terhadap penerimaan masyarakat di Kecamatan Medan Tembung, maka dengan tujuan diatas penulis akan menyimpulkan semua data dengan jelas berdasarkan hasil jawaban responden dari wawancara dan observasi.

Metode penelitian kualitatif merupakan salah satu jenis metode untuk mendeskripsikan, mengeksplorasi dan memahami pada makna yangoleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal darimasalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, menganalisis sata secara induktifmulai dari tema-

tema yang khusus ketema-tema yang umum, dan menafsirkan makna data. Laporan akhir untuk penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel. Siapa pun yang terlibat dalam bentuk penelitian ini harus menerapkan cara pandang penelitian yang bergaya induktif, berfokus terhadap makna.

3.2.1 Sumber Data

Sumber data objek dalam penelitian kualitatif adalah data yang diterima peneliti baik data yang diterima peneliti secara langsung maupun data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada.

Moloeng mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moloeng, 2010). Sejalan dengan definisi tersebut, peneliti mendeskripsikan subjek penelitian pelaksanaan layanan informasi merupakan sasaran pengamatan atau informan pada suatu penelitian yang diadakan oleh peneliti. Sebagai informan dalam penelitian ada dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data primer disebut juga sebagai data asli. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkan secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi dan wawancara.

2. Data Sekunder

Data pelengkap sebagai pendukung dalam penelitian ini yang memberikan keterangan serta informasi tambahan dalam kelengkapan penelitian.

3.3 Prosedur Pengumpulan Data

Adapun instrumen penggunaan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah salah satu cara yang dilakukan untuk mengadakan penelitian dengan mengadakan penilaian dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung dan sistematis. Observasi dilakukan meliputi seluruh aktivitas siswa dalam mengikuti pelaksanaan layanan konsultasi. Observer mengamati tindakan penelitian dalam melaksanakan tindakan. Dengan kata lain peneliti hanya mengamati efektivitas TV dalam mensosialisasikan perubahan TV Analog ke Tv Digital terhadap kephahaman masyarakat.

2. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab antara dua orang secara lisan untuk mendengarkan informasi secara langsung atau keterangan. Wawancara adalah sebuah kecakapan dengan maksud tertentu, percakapan yang dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang di wawancarai akan memberikan respon dari

pertanyaan tersebut atau menjawab pertanyaan. Wawancara yang peneliti lakukan adalah untuk mendapatkan data atau informasi dari objek yang sedang diteliti. Kegiatan ini digunakan untuk mendapatkan informasi langsung dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada informan secara lisan.

3. Dokumentasi

Menurut Arikunto (2018) dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, file atau data berupa foto yang bisa digunakan sebagai bahan untuk mengetahui informasi terhadap penelitian yang akan diteliti.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

Menurut Bong dan Biken dalam Salim dan Syahrudin menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain yang telah dikumpulkan untuk menambah pemahaman sendiri mengenai bahan-bahan tersebut sehingga memungkinkan temuan tersebut dilaporkan kepada pihak lain. Dengan demikian, dalam mengolah dan menganalisis data penelitian ini digunakan prosedur penelitian kualitatif, kemudian disajikan secara deskriptif dimana peneliti akan menjelaskan dan menggambarkan yang berkaitan dengan rumusan masalah yang

dibuat sehingga dapat diperoleh suatu gambaran secara menyeluruh terkait efektivitas TV dalam mensosialisasikan perubahan TV Analag ke TV Digital.

3.5 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan agar data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif tidak menjadi biasa dan memenuhi kriteria keilmiahan. Dalam penelitian ini kriteria keabsahan data beserta teknik pemeriksaannya menggunakan Triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuai yanglain di luar data itu sendiri untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding. Dalam penelitian ini, Trianggulasi dilakukan dengan jalan membandingkan dan mengecek informasi atau data yang diperoleh dari wawancara dengan hasil pengamatan. Demikian pula sebaliknya data yang diperoleh dari pengamatan dibandingkan dan di cek melalui wawancara (Sugiono, 2021).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kelurahan Tembung Kecamatan Medan Tembung mengenai efektivitas sosialisasi perubahan TV analog ke TV digital terhadap penerimaan masyarakat, dapat disimpulkan bahwa:

1. **Pemahaman Masyarakat:** Mayoritas masyarakat Kelurahan Tembung Kecamatan Medan Tembung telah mengetahui adanya perubahan dari TV analog ke TV digital. Namun, pemahaman mereka terkait proses teknis peralihan dan implikasinya masih terbatas. Banyak informan yang masih bingung mengenai cara pemasangan set top box dan tidak yakin apakah TV mereka dapat digunakan dengan perangkat baru tersebut.
2. **Efektivitas Sosialisasi:** Sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah dan pihak terkait melalui berbagai media seperti televisi dan media sosial sudah menjangkau sebagian besar masyarakat. Namun, efektivitasnya masih dirasa kurang karena informasi yang disampaikan tidak cukup mendalam dan praktis. Sosialisasi lebih banyak bersifat informatif tanpa adanya panduan langkah-langkah teknis yang jelas untuk membantu masyarakat melakukan peralihan.
3. **Kendala Finansial:** Salah satu kendala utama yang dihadapi masyarakat dalam peralihan ini adalah faktor biaya. Banyak masyarakat yang

merasa terbebani oleh harga perangkat set top box atau potensi kebutuhan untuk membeli TV baru. Hal ini menimbulkan kekhawatiran dan keraguan untuk segera beralih ke TV digital.

4. Kesiapan Masyarakat: Secara umum, Masyarakat Kelurahan Tembung Kecamatan Medan Tembung masih dalam tahap adaptasi dan belum sepenuhnya siap untuk beralih ke TV digital. Banyak dari mereka yang menunggu arahan lebih lanjut dan bantuan teknis dari pihak berwenang untuk memastikan bahwa mereka dapat melakukan peralihan dengan benar dan efisien

5.2 Saran

1. Peningkatan Sosialisasi: Pemerintah dan pihak terkait perlu meningkatkan intensitas dan kualitas sosialisasi mengenai peralihan ke TV digital. Sosialisasi harus lebih terarah dan praktis, mencakup panduan teknis langkah-demi-langkah tentang cara memasang set top box dan informasi tentang kompatibilitas TV yang sudah ada. Sosialisasi juga sebaiknya dilakukan secara langsung melalui lurah atau komunitas setempat untuk menjangkau masyarakat yang kurang terpapar media massa.
2. Bantuan dan Subsidi: Mengingat kendala finansial yang dihadapi oleh sebagian besar masyarakat, disarankan agar pemerintah menyediakan bantuan atau subsidi untuk pembelian perangkat set top box. Program subsidi ini dapat membantu masyarakat yang kurang mampu untuk beralih ke TV digital tanpa beban biaya yang berat.

3. Penyediaan Layanan Teknis: Untuk mengatasi kebingungan masyarakat terkait pemasangan perangkat, disarankan agar disediakan layanan bantuan teknis, baik melalui pusat layanan atau kunjungan langsung ke rumah-rumah. Hal ini akan memudahkan masyarakat dalam melakukan peralihan dan memastikan bahwa mereka mendapatkan siaran digital dengan kualitas yang optimal.
4. Monitoring dan Evaluasi: Pemerintah perlu melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap pelaksanaan peralihan ini. Dengan demikian, setiap kendala yang muncul dapat segera diidentifikasi dan ditangani, serta memastikan bahwaseluruh lapisan masyarakat dapat menikmati siaran digital dengan baik.

Dengan pelaksanaan saran-saran ini, diharapkan proses peralihan dari Tv analog ke TV digital dapat berjalan lebih lancar dan efektif, serta seluruh masyarakat dapat merasakan manfaat dari teknologi penyiaran yang lebih modern dan berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- ., A., & Arisqi, NKP . (2024). Pengaruh Kebijakan TV Digital Terhadap Daya Tarik Penonton TV Di Dusun Budegan. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)* , 4 (1), 100–106. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i1.1462>
- Ardianto, K. K. (2007). *Komunikasi Massa*. Jatinagor: PT. Simbiosis Rekatama Media.
- Asri, Rahman. (2023). *Penerimaan Khalayak Atas Proses Migrasi Sistem Penyiaran Nasional di Indonesia: Studi Fenomenologis Perubahan Migrasi Siaran Analog ke Siaran Digital*. *CommLine*, 8 (1). Hal. 40-54. ISSN 2963-8615. <http://dx.doi.org/10.36722/cl.v8i1.1777>
- Budhirianto, S. (2018). *Sikap Masyarakat Terhadap Kampanye Televisi Digital Pada Media Televisi Public Attitudes Toward the Digital Television*. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 18(3), 189–207.
- Bungin, B. (2001). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Erlangga University Press.
- Cangara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Daryanto. (2010). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hadi, I. P. dkk. (2021). *Buku Terbuka Komunikasi Massa*. [https://repositori.uin-suka.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/BukuAjarKomunikasiBisnis\(ABKA3208-2SKS\).pdf?sequence=1](https://repositori.uin-suka.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/BukuAjarKomunikasiBisnis(ABKA3208-2SKS).pdf?sequence=1)
- Halik, A. (2013). *KOMUNIKASI MASSA*. Makassar: Alaudin University Press.
- Moloeng, L. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mubarok, M., & Adnjani, MD (2020). *Kesiapan Industri TV Lokal di Jawa Tengah Menuju Migrasi Penyiaran dari Analog ke Digital*. *Communicare: Jurnal Ilmu Komunikasi* , 7 (1), 18–32. <https://doi.org/10.37535/101007120202>

- Nora, H. Y. (2010). *Fungsi Komunikasi Massa Dalam Televisi (Studi Kasus Program Acara 'Bukan Empat Mata' di Trans 7)*. THE MESSENGER, 1, No. 1.
- Pangestu, Alfida Ramadhani Galih (2020) *Efektivitas Penggunaan Sarana Dan Prasarana Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran PAI Kelas Xi Di SMAN 4 Kediri*. Tesis Sarjana (S1), IAIN Kediri.
- Ponta, T. (2017). MIGRASI KE TELEVISI DIGITAL (DTV) DAN PROSPEK PENGEMBANGANNYA. *Jurnal Elektronika Telekomunikasi & Computer*, Vol. 2, No. 2. Diambil kembali dari <https://ojs.unm.ac.id/JETC/article/view/2695>
- Prabowo, A., & Arofah, K. (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 256-269. Retrieved from <https://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/view/132>
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Reskyana, Andi N. Nurtikaya. Ramadhani. A. R., Safar F. (2024). *TRANSFORMASI DAN ADAPTASI JEJAK KONVERGENSI MEDIA ANALOG KE DIGITAL*. Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi, 6 (5), 101–110. <https://doi.org/10.8734/musytari.v6i5.4404>
- Sahrul, Amal. (2019). *PROSES ANALOG SWITCH-OFF MENUJU DIGITALISASI PENYIARAN INDONESIA (Studi Analisis Faktor Penghambat Perubahan Sistem Analog Ke Digital)*. Skripsi thesis, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
- Setyoningtias, R. D. (2018). *Pengaruh Sosialisasi, Persepsi, dan Citra Lembaga Terhadap Motivasi Nasabah Untuk Menabung di BMT Tulungagung*. Tulungagung.
- Sinambela, Samuel S. (2023). *PROSES ANALOG SWITCH-OFF MENUJU TELEVISI DIGITAL (STUDI KEBIJAKAN PENYIARAN TELEVISI DIGITAL DI INDONESIA)*. Skripsi: Universitas Medan Area.
- Sugiono. (2021). *Analisis Perubahan Hemodinamik*. Yogyakarta: Skripsi STT Kedirgantaraan.