

TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIK TRANSISI INDUSTRI TELEVISI ANALOG KE DIGITAL DI INDONESIA

Nanda Adjeng Castity Nur Aziza Sasmi¹

¹Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia

ABSTRAK

Analogue Switch Off (ASO) yang terjadi di Indonesia menandai perubahan besar dari televisi analog ke televisi digital sehingga membawa dampak signifikan bagi industri penyiaran dan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh media lokal dalam menghadapi transformasi ini, serta memahami persepsi dan respons masyarakat terhadap perubahan tersebut. Penelitian ini merupakan studi konseptual yang memanfaatkan sintesis dari 82 literatur terkait industri televisi di era digital di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat secara umum mengapresiasi peningkatan kualitas visual dan audio dari siaran digital, namun masih menghadapi kendala terkait kekuatan dan stabilitas sinyal. Media lokal, seperti JTV, menerapkan strategi adaptasi yang membantu mereka bertahan selama masa transisi. Hambatan utama meliputi keterbatasan infrastruktur dan dukungan pemerintah. Penelitian ini menyoroti urgensi pembaruan regulasi untuk mengatur perizinan penyiaran berbasis internet. Meskipun tantangan tersebut signifikan, transformasi ke penyiaran digital membuka peluang baru bagi media lokal.

Kata kunci: Televisi, Digitalisasi, Televisi Analog, Transisi ASO, Konvergensi.

ABSTRACT

Indonesia's Analogue Switch Off (ASO) has transitioned the analog television industry into digital television. This study investigates public acceptance of the transition from analog to digital television broadcasting in Indonesia. The aim of this conceptual paper is to identify the challenges and opportunities faced by local media in this transformation, as well as public perception and response to these changes. A synthesis of 82 literature sources on the television industry in the digital era in Indonesia reveals that the public appreciates the improvement in visual and audio quality in digital broadcasts. Still, issues remain regarding signal strength and stability. Adaptation strategies by local media, such as JTV, have helped them survive during the transition period. Infrastructure constraints and lack of government support remain obstacles for local television. This research underscores the urgency of updating regulations to govern internet-based broadcasting licenses. Despite challenges, the transition to digital broadcasting also presents new opportunities for local media.

Keywords: Television, Digitalization, Terrestrial Television, Transition ASO, Convergence.

Pendahuluan

Indonesia mengalami perubahan secara massal dalam hal industri media televisi dengan adanya *Analogue Switch Off (ASO)* yang terjadi tanggal 22 November 2022 mengutip keterangan resmi dari Kominfo. Terdapat banyak pro kontra yang terjadi dalam penerimaan khalayak Indonesia mengenai cara konsumsi media televisi yang sebelumnya menggunakan antena sekarang perlu menambahkan *set-top-box (STB)* sebagai alat untuk mendapatkan akses acara televisi yang sekarang sudah berubah ke saluran digital (Asri, 2023). Pemerintah Indonesia telah lama menyadari potensi manfaat dari migrasi ke penyiaran televisi digital, termasuk peningkatan kualitas siaran, efisiensi spektrum frekuensi radio, dan peningkatan aksesibilitas layanan multimedia. Sebagai respons terhadap arah global menuju penyiaran digital, pemerintah Indonesia meluncurkan berbagai inisiatif dan kebijakan untuk memfasilitasi transisi ini (Witharja, 2023).

Salah satu langkah krusial dalam proses ASO adalah penghentian transmisi televisi analog (Kominfo, 2024). Hal ini melibatkan penutupan stasiun televisi analog dan beralih sepenuhnya ke penyiaran digital. Tanggal pelaksanaan ASO sering kali merupakan titik fokus utama dalam perencanaan dan implementasi kebijakan ASO. Tahun 2023 merupakan salah satu tahun yang terimbas dengan adanya konteks ASO (SCM, 2023). Pemerintah telah menetapkan target dan jadwal untuk mengakhiri penyiaran televisi analog, dengan tujuan untuk memanfaatkan potensi penuh penyiaran digital (Kominfo, 2024). Sejumlah tantangan teknis, ekonomis, dan sosial juga muncul selama proses ASO ini, termasuk masalah seperti peningkatan aksesibilitas, perlunya edukasi publik, dan pembaruan infrastruktur teknologi. Migrasi televisi analog ke digital juga membuat gelombang siaran yang ditinggalkan itu bisa digunakan untuk koneksi nirkabel. Pita gelombang yang digunakan untuk siaran televisi satelit juga rencananya akan dialokasikan ulang untuk menambah kapasitas koneksi nirkabel di daerah perkotaan (Setiawan et al., 2022).

Menurut data BPS (2023) pada buku Statistik Telekomunikasi Indonesia, sebanyak 67,29 persen penduduk Indonesia telah mengakses internet di tahun 2023. Tingginya penggunaan internet ini mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi dan perubahan menuju masyarakat informasi. Sedangkan menurut data *We are Social* (2024) menyatakan bahwa sudah 96 persen penduduk Indonesia menggunakan perangkat seluler yang terhubung dengan internet dan mengonsumsi internet selama tujuh jam tiga puluh delapan menit rata-rata dalam sehari. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk Indonesia sangat familiar dengan adanya internet dan telepon seluler yang terhubung internet untuk melakukan aktivitas yaitu sebanyak 83% pengguna mencari informasi, 71% untuk menjalin hubungan dekat dengan teman dan keluarga, serta untuk hiburan seperti menonton video, acara televisi, menonton film maupun bermain permainan yang ada di telepon genggamnya (*We Are Social*, 2024). Artikel jurnal ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dan implikasi dari ASO yang terjadi di Indonesia pada tahun 2023 hingga 2024 awal melalui analisis mendalam terhadap perubahan ini. Diharapkan dapat ditemukan wawasan yang berharga bagi kebijakan publik, industri penyiaran, dan masyarakat umum dalam memahami transisi menuju penyiaran digital di Indonesia.

Televisi analog telah mendominasi media di Indonesia sejak lama dan mulai tahun 1989 RCTI membangun siaran komersial dengan status televisi berlangganan. Satu tahun kemudian yaitu tahun 1990, RCTI ditransmisikan secara terrestrial ke seluruh Indonesia. Terdapat 16 saluran televisi swasta di Indonesia dengan saluran perdananya pada tahun 2018 diantaranya yaitu RCTI, SCTV, MNC TV, ANTV, Indosiar, Global TV, Trans TV, Trans 7, tvOne, Metro TV, iNews TV, RTV, Kompas TV, O-Channel yang sekarang menjadi MOJI TV, SpaceToon dan NET. TV dan Mentari TV yang merupakan bagian dari EMTEK Group. Tapsell (2017) berpendapat bahwa perusahaan media menggunakan infrastruktur televisi kabel tidak hanya untuk meningkatkan pendapatan (keuntungan) bagi pelanggan individu, tetapi juga untuk memanfaatkan kapasitas bandwidth yang tinggi untuk menyediakan berbagai layanan digital dalam format lain untuk menyediakan Oleh karena itu, perusahaan media, telepon seluler, dan televisi mulai menggabungkan interaktivitas dengan layanan multimedia lainnya dan akses Internet berkecepatan tinggi yang dimungkinkan oleh kemajuan teknologi digital (Tapsell, 2017, p. 80).

Dalam industri televisi, penerapan ASO adalah proses penghapusan sistem penyiaran analog dan menggantinya dengan sistem penyiaran digital. Pemerintah Indonesia telah menetapkan target untuk menyelesaikan ASO pada akhir tahun 2022, namun implementasinya baru dapat dilakukan pada awal tahun 2023. Penyiaran digital menawarkan lebih banyak saluran, kualitas gambar dan suara yang lebih baik, layanan interaktif dan penggunaan spektrum yang lebih efisien. Proses ASO juga akan membebaskan spektrum radio untuk layanan lain seperti mobile broadband, di Indonesia akan digunakan untuk layanan 5G. Berdasarkan roadmap yang sudah dikemukakan oleh Menteri Komunikasi dan Informatika, seharusnya sejak tahun 2018 seluruh masyarakat Indonesia sudah dapat menikmati siaran digital. Namun pada kenyataannya, implementasi televisi digital di Indonesia mengalami penundaan sehingga hingga tahun 2022 ASO belum terealisasi di Indonesia. Berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 11 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 6 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Penyiaran, jadwal dan tahapan ASO dibagi menjadi tiga tahap. Migrasi teknologi penyiaran televisi di Indonesia dilakukan secara bertahap. Tahap I dimulai pada 30 April 2022, mencakup total 56 wilayah siaran yang meliputi 166 kabupaten atau kota. Wilayah-wilayah ini tersebar di Pulau Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Maluku, Nusa Tenggara I, dan Papua. Selanjutnya, Tahap II dilaksanakan pada 25 Agustus 2022, mencakup 31 wilayah siaran yang tersebar di 110 kabupaten atau kota, termasuk Sulawesi Selatan 5, Kalimantan Tengah 6, Nusa Tenggara Timur 2, DI Yogyakarta, Jawa Barat 1, Jawa Tengah 1, dan DKI Jakarta. Tahap III, yang merupakan tahap terakhir, dilaksanakan pada 2 November 2022. Pada tahap ini, terdapat 25 wilayah siaran yang meliputi 63 kabupaten atau kota, di antaranya Jawa Tengah 5, Kalimantan Barat 6, Nusa Tenggara Barat 5, Maluku 2, Sulawesi Tengah 3, dan Papua 9.

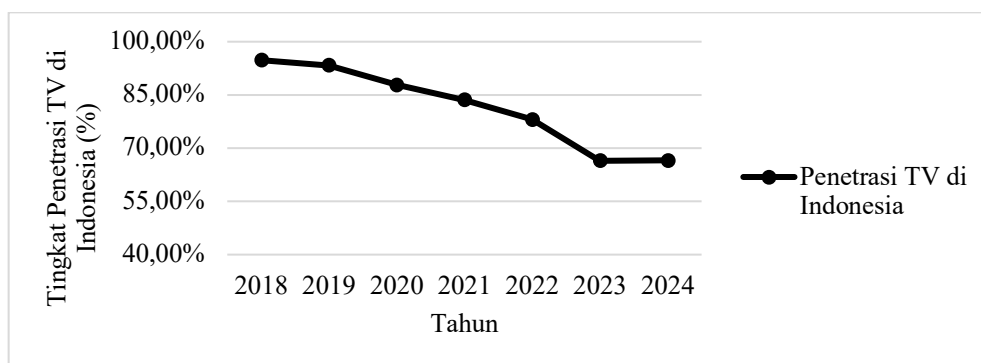
Televisi digital memiliki resolusi yang tinggi dibandingkan televisi analog mulai dari format 16:9 dengan kualitas gambar HD hingga 4K serta tidak bergantung pada jarak pemancar dan dapat memberikan penayangan kualitas gambar dan audio yang sama baiknya di mana pun. Kondisi di Indonesia menunjukkan adanya mediamorphosis pada industri televisi. Mediamorphosis merupakan istilah yang diajukan oleh Roger Fidler untuk menjelaskan perubahan yang terjadi dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi media (Fidler, 2003). Media tidak bersifat stagnan, namun berubah seiring dengan perkembangan zaman dan beradaptasi dengan perubahan. Pada sisi konsumsi, terus meningkatnya jumlah audiens platform digital untuk mencari dan mendapatkan informasi telah menjadi penanda bahwa konsumsi dan distribusi media massa di Indonesia mengalami mediamorphosis ke arah digital. Perubahan itu misalnya bisa dilihat dari persinggungan lokasi dan waktu pola konsumsi media televisi analog dengan *platform streaming digital* secara langsung.

Televisi sebagai media massa masih menjadi nomor satu pilihan masyarakat Indonesia dalam mencari informasi yang akurat namun platform streaming OTT (Over-the-top) seperti Netflix, Viu, Disney+ sudah mengalami kenaikan yang signifikan serta dalam waktu dekat dapat menggantikan televisi analog sebagai salah satu media hiburan utama (Nielsen CMV, 2024).

Akibat pergeseran itu, mediamorphosis juga terjadi pada segi produksi. VoD (Video-on-Demand), merupakan salah satu produk digitalisasi dan konvergensi yang juga mulai dijalankan oleh stasiun televisi swasta dalam rangka menghadapi digitalisasi era saat ini di Indonesia agar

dapat ditonton kapan saja dan dimana saja. Contohnya beberapa stasiun televisi swasta yaitu NET. TV yang mencoba bertransformasi menjadi televisi digital membangun netverse.id dengan memanfaatkan sosial media pula seperti YouTube dan TikTok sebagai salah satu pemanfaatan digitalisasi tersebut (Permana, 2023). Namun dalam hal konsumsi adopsi teknologi dan platform televisi digital, terlihat ada kesenjangan pada faktor usia dan ekonomi. Adopsi inovasi dan teknologi tidak selalu berjalan baik dan ini dijelaskan oleh teori difusi inovasi (Rogers, 1983). Teori difusi inovasi yang awalnya dicetuskan oleh Everett M. Rogers pada 1962 menjelaskan bahwa seiring dengan berjalannya waktu, sebuah ide dan inovasi akan mendapatkan momentum dan menyebar melalui populasi atau sistem sosial tertentu. Hasil akhirnya, manusia sebagai sistem sosial akan beradaptasi pada suatu ide atau inovasi tertentu.

Status ekonomi dan sosial berpengaruh pada penerimaan inovasi. Kelompok *early adopters* biasanya punya status sosial-ekonomi yang lebih tinggi dari *late adopter*. Mereka yang lebih menerima inovasi juga adalah kelompok dalam masyarakat yang lebih terbuka terhadap perubahan, lebih mampu menghadapi risiko dan ketidakpastian, lebih terpapar media massa punya partisipasi sosial yang lebih tinggi, serta punya aspirasi tinggi pada Pendidikan (Rogers, 1983). Kemunduran penetrasi media televisi di Indonesia telah dibuktikan melalui survei yang dilakukan oleh Nielsen (2024) dan dapat dilihat kemundurannya dalam grafik 1 di bawah ini.



Sumber: (Nielsen CMV. 2024)

Gambar 1. Penurunan Penetrasi Televisi di Indonesia (2018-2024)

Dapat dilihat pada grafik bahwa penurunan tren terjadi sangat signifikan pada tahun 2022 dan mulai sedikit demi sedikit mengalami kenaikan di tahun 2024. Namun kenaikan ini belum dapat menyamai penetrasi di tahun 2018 yang lalu yang mencapai lebih dari 90% penetrasi media di Indonesia didominasi oleh Televisi. Hal ini menunjukkan bahwa sudah tidak banyak lagi masyarakat Indonesia yang mengonsumsi televisi sebagai media utamanya. Penetrasi media sosial seperti Instagram di Indonesia menurut data Nielsen Consumer Media View menunjukkan adanya peningkatan signifikan dari tahun 2022 ke 2023 sebesar 13% (Nielsen, 2023). Penulis selanjutnya akan mengkaji tinjauan literatur sistematis terkait transisi industri televisi analog ke digital di Indonesia.

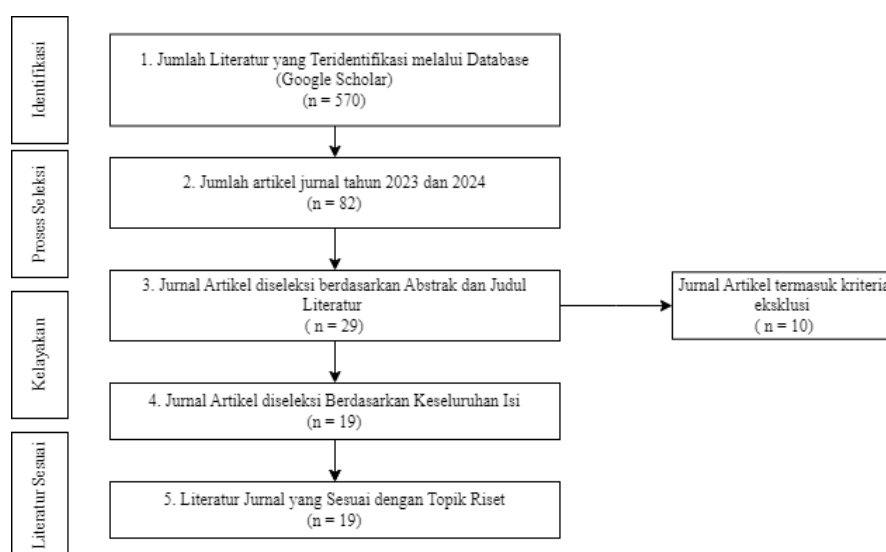
Metode

Standar *Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis* (PRISMA) 2020 digunakan untuk metodologi penyusunan laporan sistematis ini. Berdasarkan (Page et al., 2021), PRISMA 2020 adalah seperangkat item minimum berbasis bukti untuk pelaporan dalam tinjauan sistematis dan meta-analisis dan berfokus pada pelaporan tinjauan yang mengevaluasi

dampak intervensi dan sebagai dasar untuk melaporkan tinjauan sistematis. PRISMA 2020 terdiri dari panduan pelaporan yang mencerminkan pembaharuan dalam metode untuk mengidentifikasi, memilih, menilai, dan mensintesis studi (Page dkk., 2021).

Hasil dan Pembahasan

Strategi pencarian literatur menggunakan kata kunci yaitu “Industri Televisi Terrestrial pada Era Digital di Indonesia” pada Google Cendekia (*Google Scholar*) dan disaring hanya referensi pada rentang tahun 2023 hingga 2024 yaitu periode setelah ASO. Pencarian menghasilkan 570 literatur yang kemudian disaring lagi menjadi 19 literatur yang memenuhi kriteria dapat dilihat proses lebih detail pada Gambar 2. Sintesa terhadap konsep dan temuan dari 19 literatur tersebut dijalankan secara sistematis untuk mengambil data sesuai protokol yang telah ditetapkan.



Sumber: Hasil penelitian, 2024

Gambar 2. Diagram Alur PRISMA 2020

Pertanyaan penelitian pada kajian literatur ini diantaranya yaitu (1) Bagaimana perkembangan industri televisi analog ke televisi digital di Indonesia dengan metode literatur review sistematis?; (2) Bagaimana pembagian artikel jurnal berdasarkan tahun?; (3) Bagaimana distribusi geografis artikel jurnal yang memuat perubahan televisi analog ke televisi digital di Indonesia?; (4) Metodologi penelitian apa yang digunakan dalam artikel jurnal?; dan (5) Apa tantangan penerapan televisi digital di Indonesia dan bagaimana solusinya?

Perkembangan industri televisi analog ke televisi digital di Indonesia

Perkembangan industri televisi analog ke televisi digital di Indonesia dapat dilihat dari berbagai penelitian yang telah dilakukan di berbagai lokasi di Indonesia dan dibagi menjadi beberapa subjek dan kategori penelitian yaitu produksi media lokal dan nasional, implementasi di Indonesia, hukum yang menaungi serta penerimaan khalayak dengan adanya perpindahan televisi analog ke televisi digital di Indonesia. Perkembangan setiap industri televisi analog ke televisi digital yang ada di Indonesia berdasarkan studi literatur telah dirangkum pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Sistematis Literatur

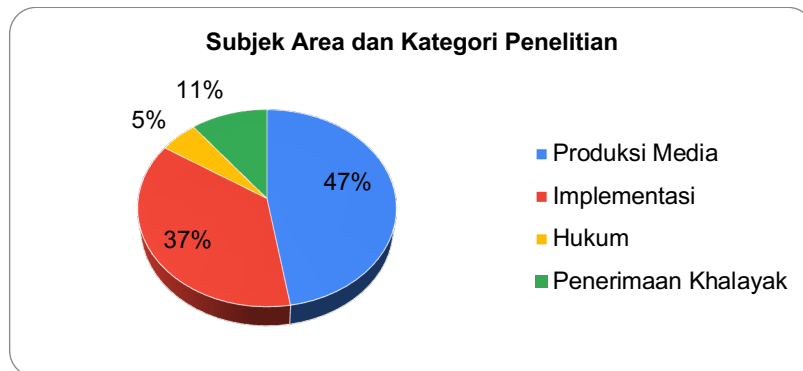
No	Penulis (Tahun)	Judul	Hasil Penelitian
1	Asri, R (2023)	Penerimaan Khalayak atas proses migrasi sistem penyiaran nasional di Indonesia	Masyarakat mengapresiasi perkembangan siaran digital karena mereka menganggap tampilan visualnya lebih baik dan suaranya lebih jernih dibandingkan dengan siaran analog sebelumnya. Namun, masih ada masalah dengan kekuatan dan stabilitas sinyal yang kurang memadai.
2	Bimantara et al. (2024)	Eksistensi Media Lokal di Era Siaran Digital pada TV Kabel Pesona TV	Upaya eksistensi pesona TV sebagai media lokal mampu menyajikan konten yang khusus dan relevan dengan budaya, tradisi, dan isu lokal yang dihadapi oleh masyarakat setempat
3	Chairunisa (2023)	Komunikasi dalam Implementasi Kebijakan Peralihan Televisi Analog menuju Televisi Digital di Provinsi Lampung	Komunikasi yang dilakukan pelaksana kebijakan kepada penyelenggara daerah mengalami ketidakjelasan informasi dikarenakan proses komunikasi yang tidak secara berkala dan tanpa perencanaan yang baik.
4	Edvra (2023)	Komersialisasi Sewa Mux di TVRI Yogyakarta	Hasil ini menunjukkan bahwa komersialisasi tidak dapat dihindari untuk mewujudkan penyiaran digital. TVRI memanfaatkan penggunaan Mux melalui program penyewaan dan pemasaran yang agresif untuk mencapai sasaran pendapatan negara bukan pajak.
5	Fahrudika (2023)	Strategi Manajemen Konten TV Lokal pada Masa Transisi Digitalisasi Penyiaran Televisi (Studi Kasus pada JTV)	Strategi JTV untuk mengadaptasi kontennya selama masa transisi untuk memastikan kelangsungan hidup JTV terutama didasarkan pada kampanye pemerintah untuk terus mendorong transisi saluran dari siaran analog ke digital. Kedua, tidak semua orang di wilayah kerja stasiun JTV memiliki peralatan set-top box, sehingga dua saluran analog dan digital harus tetap digunakan.
6	Hariyadi, T (2023)	Strategi Kovergensi TVONE Menghadapi Era New Media	Dalam implementasinya, perjalanan proses konvergensi tvOne tidak selamanya mulus. Konvergensi dilihat dan dimaknai sebagai budaya baru atau cara baru yang membutuhkan waktu untuk bisa diterima dalam sebuah ekosistem perusahaan. Meski tvOne sudah melakukan konvergensi dengan memanfaatkan new media, dalam pelaksanaannya masih belum maksimal.

7	Emidari et al. (2023)	Strategi Komunikasi Pemasaran Televisi Lokal JTV dalam Tahap Awal Pelaksanaan Analog Switch Off (ASO)	Televisi lokal memaksimalkan fungsi 13 akun media sosial dan multi platformnya dalam strategi komunikasi pemasarannya dalam tahap awal pelaksanaan <i>analog switch off</i> (ASO).
8	Kojansow (2023)	<i>Communication strategy in socialising analogue switch off in North Sulawesi</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan, yang meliputi kegiatan sosialisasi dan penyebaran informasi melalui berbagai saluran berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang manfaat televisi digital di kalangan masyarakat Sulawesi Utara. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif dapat menjadi sangat penting dalam mempromosikan dan memfasilitasi transisi dari teknologi analog ke digital
9	Maylani (2023)	Urgensi Pembaharuan Undang-Undang Penyiaran Mengenai Perizinan Penyiaran Berbasis Internet Di Indonesia	Amandemen terhadap UU Penyiaran yang mengatur penyiaran berbasis Internet diperlukan, khususnya mengenai prosedur perizinan penyiaran berbasis Internet, yang mungkin berkaitan dengan peraturan yang berlaku di negara lain.
10	Nuzuli (2023)	Analisis Perilaku Konsumsi Siaran TV Digital di Kecamatan Pondok Tinggi Kota Sungai Penuh	Masyarakat lebih suka menonton televisi secara langsung dibandingkan dengan digital menggunakan gadget karena dianggap lebih hemat kuota dan bebas berita hoax
11	Pembayun et al. (2023)	<i>The conventional media's political economy practices in the media convergence era: Case study of labor commodification in TV industry</i>	NET. TV melakukan komodifikasi tenaga kerja pada masa konvergensi media dengan program Tonight Show Premiere dan Match Island. Tim produksi dituntut untuk bekerja lembur tanpa dibayar.
12	Permana et al. (2023)	NET. TV Indonesia's strategy for utilizing over-the-top services as a	NET. TV sukses mendominasi media internet dengan memperoleh delapan juta subscriber di YouTube dan merupakan salah satu stasiun televisi nasional pertama

		television program streaming medium	yang melakukan strategi dengan OTT dan websitenya netverse.id
13	Romaria (2023)	Strategi programming iNews dalam mempertahankan program siaran berita menjelang ASO 2022	Strategi programming iNews khususnya dalam program iNews Siang menjelang ASO 2022 dalam menyiarkan program siaran stasiun televisi menjadi digital dapat menjangkau seluruh khalayak di seluruh Indonesia.
14	Setiawan L.D. (2023)	<i>Stuck on the Surface: Digitalization Case Studies of Three Local Televisions</i>	Sejak awal proses digitalisasi, pemerintah belum mempertimbangkan perspektif televisi lokal dalam menerapkan digitalisasi penyiaran. Oleh karena itu, lembaga penyiaran televisi lokal belum berpikir cukup jauh untuk memvariasikan dan meningkatkan kualitas programnya.
15	Sjuchro, D. W. et al (2023)	<i>Implementation of the analog switch off towards digital broadcast Jawa Pos</i>	JPM TV berupaya mewujudkan penyiaran digital dengan mengganti peralatan secara bertahap dengan peralatan yang mendukung penyiaran digital dan elemen sumber daya manusia yang dilatih dan dipersiapkan dengan pelatihan khusus internal dan eksternal.
16	Triyono, W. A., et al. (2023)	<i>Banyuwangi TV Media Convergence in Broadcasting Local Cultural Content in the Digital Media Era</i>	Dengan menggunakan konsep konvergensi media dari Henry Jenkins, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Banyuwangi TV mengadopsi tiga jenis konvergensi media yang saling berkaitan satu sama lain: a) konvergensi teknologi dengan mengelola media online; b) konvergensi konten yang menggabungkan berupa tulisan, foto, dan video; dan c) penyiaran budaya lokal
17	Utari, T. (2023).	Evaluasi Pelaksanaan Digitalisasi Penyiaran Pada LPP TVRI Jawa Timur	Masih kurangnya sumber daya manusia, baik jumlah maupun kemampuannya, yang dapat menunjang tujuan era penyiaran digital, khususnya yang bekerja di stasiun penyiaran. Perlunya dukungan peralatan, penggantian suku cadang, dan perlengkapan lainnya untuk mengantisipasi kendala teknis agar siaran digital dapat terus disiarkan setiap hari. LPP TVRI Jawa Timur mewajibkan seluruh siaran terrestrial sepenuhnya digital mulai 2 November 2022.
18	Witharja, H. H. (2023)	Perubahan Sosial, Ekonomi dan Tata Media di Era Penyiaran Digital: Studi Kasus	Digitalisasi penyiaran televisi ini dapat menghasilkan inovasi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan produktivitas dan daya saing.

		<i>Analogue Switch-Off di Indonesia</i>	Memberikan manfaat digital untuk komunikasi seluler akan meningkatkan penetrasi Internet dan mempunyai dampak ekonomi positif yang signifikan.
19	Yulianto, R. D., (2023)	<i>Assessing 'Television A'Readiness for Analog Switch off (ASO) as a Free-to-Air Television Broadcaster</i>	Setelah ASO selesai di Indonesia, terdapat beberapa dampak terhadap persaingan dalam industri FTA diantaranya jumlah penonton menurun saat awal ASO, peningkatan ketersediaan saluran TV, peningkatan kualitas sinyal, kemajuan teknologi, diversifikasi platform dan fragmentasi pasar. Adanya penurunan pengeluaran iklan saat ASO terlihat pada November tahun 2022 hingga Februari 2023 sehingga terjadi penurunan keuntungan dari televisi A.

Sumber: Hasil penelitian, 2024



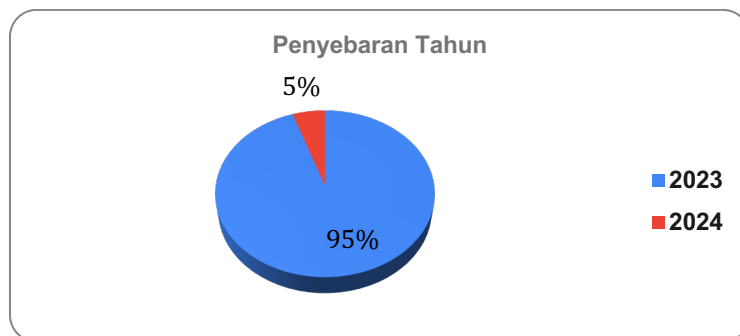
Sumber : Hasil penelitian, 2024

Gambar 3. Subjek Area dan Kategori Penelitian

Berdasarkan gambar 3 terlihat bahwa sebanyak 47 persen dari jurnal yang dijadikan acuan menjelaskan mengenai bagaimana pengaruh transisi televisi analog ke televisi digital memengaruhi bagaimana masing-masing media berkompetisi untuk memproduksi medianya dengan sangat baik sehingga dapat diterima di pasaran dan khalayak umum di Indonesia. Kategori kedua yang penting untuk ditinjau dalam penelitian lainnya yaitu bagaimana implementasi televisi digital ini dengan ketidakjelasan informasi, konvergensi yang belum lancar, kurangnya sumber daya manusia dalam hal transmisi dan kompetensi maupun persaingan sengit antar media. Studi penerimaan khalayak dan hukum belum banyak dilakukan sehingga dapat menjadi saran kedepan agar lebih jelas apakah khalayak menerima televisi digital ini dengan baik serta hukum yang menaunginya.

Pembagian artikel jurnal berdasarkan tahun

ASO yang terjadi secara bertahap mulai dari tahun 2022 hingga November 2022 akhir menyebabkan jurnal yang membahas mengenai bagaimana industri televisi analog ke televisi digital terdapat pada tahun 2023 dan 2024. Jurnal dengan tahun 2023 mendominasi sebaran jurnal sistematis ini dengan porsi 95% dan 5% lainnya dari tahun 2024 seperti dilihat pada gambar 4.

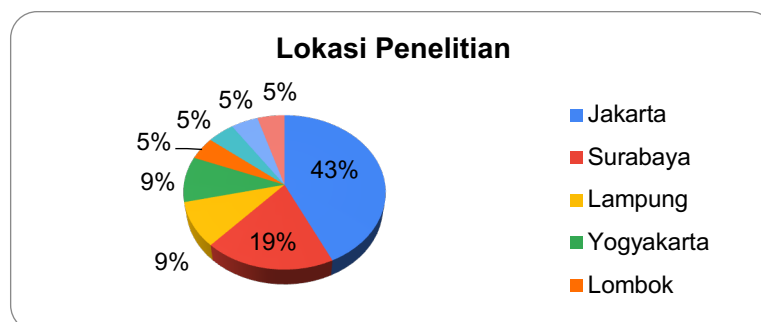


Sumber : Hasil penelitian, 2024

Gambar 4. Penyebaran Tahun Penelitian

Distribusi geografis artikel jurnal yang memuat perubahan televisi analog ke televisi digital di Indonesia

Jakarta masih mendominasi untuk penyebaran geografis lokasi penelitian yaitu sebesar 43% diantara total penyebaran lokasi di Indonesia. Penerimaan masyarakat Jakarta sebagai ibukota Indonesia menganggap positif televisi digital karena suara yang lebih jelas dan visual yang lebih baik namun stabilitas sinyal kurang baik, hal ini dikarenakan kualitas STB yang digunakan (Asri, 2023). Surabaya sebagai ibukota Jawa Timur menduduki peringkat kedua dalam penyebaran distribusi geografis yaitu sebesar 19%.



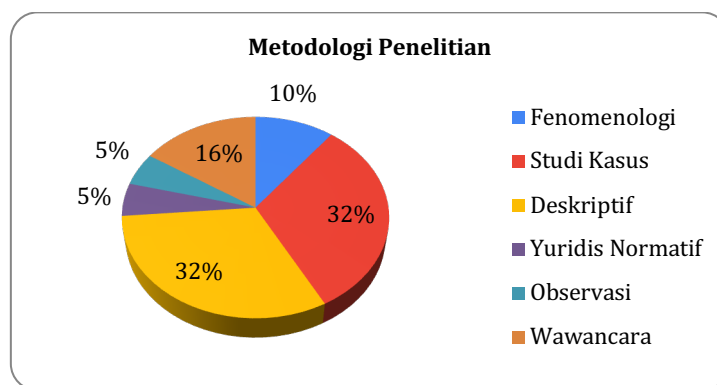
Sumber : Hasil penelitian, 2024

Gambar 5. Sebaran Geografis Lokasi Penelitian

Penelitian di Surabaya dilakukan dalam rangka melihat bagaimana konten produksi lokal yang menggabungkan antara digital dan analog sebagai salah satu komunikasi pemasaran masing-masing stasiun televisi (Bimantara et al, 2024). Lampung dan Yogyakarta juga menjadi sorotan para peneliti untuk mengetahui bagaimana penerapan televisi digital dari televisi analog diterapkan di masing-masing lokasi penelitian tersebut. Penerimaan informasi di Lampung memiliki kendala dengan pelaksana kebijakan transisi ini sehingga hambatan terjadi di lokasi Lampung serta penyebaran pembagian STB yang belum merata. Hal ini berbeda dengan Sulawesi Utara yang merasa komunikasi dan sosialisasi penyebaran informasi berbagai stasiun televisi berhasil meningkatkan pemahaman mengenai manfaat televisi digital di masyarakat Sulawesi Utara. Gambar 5 di atas menjelaskan bagaimana lokasi penelitian transisi televisi analog ke televisi digital telah tersebar di Indonesia.

Metodologi penelitian yang digunakan dalam artikel jurnal

Keseluruhan jurnal penelitian 100% menggunakan metode kualitatif dengan perolehan persentase yang sama besarnya yaitu pada kualitatif dengan cara studi kasus dan deskriptif. Wawancara juga merupakan salah satu metode penelitian yang umum dipakai juga dalam jurnal penelitian yang diteliti. Sedangkan hanya satu jurnal yang diteliti dengan metode penelitian observasi yaitu tvOne dan melihat bagaimana konvergensi media dilakukan oleh tvOne (Hariyadi, T. 2023) serta satu jurnal yuridis normatif dengan mengangkat hukum dengan perlunya pembaharuan UU Penyiaran yang mengatur mengenai penyiaran berbasis internet khususnya hal prosedur perizinan penyiaran berbasis internet yang dapat mengacu pada aturan yang telah diterapkan di negara lain (Maylani, 2023). Gambar 6 menunjukkan presentase penggunaan metodologi penelitian yang digunakan dalam artikel jurnal yang diteliti.



Sumber : Hasil penelitian, 2024

Gambar 6. Metodologi Penelitian Artikel Jurnal

Tantangan penerapan televisi digital di Indonesia dan solusinya

Tidak selalu adopsi teknologi dan inovasi berhasil. Teori difusi inovasi, yang pertama kali dikembangkan oleh Everett M. Rogers pada tahun 1962, menjelaskan bahwa inovasi dan gagasan akan mendapatkan momentum seiring waktu dan menyebar ke sistem sosial atau populasi tertentu (Rogers, 1983). Pada akhirnya, sistem sosial manusia akan beradaptasi dengan gagasan atau inovasi tertentu.

Penerimaan inovasi dipengaruhi oleh status sosial dan ekonomi seseorang. *Early adopters* biasanya memiliki status sosial-ekonomi yang lebih baik daripada *late adopters*. Mereka juga lebih terbuka terhadap perubahan, lebih mampu menghadapi risiko dan ketidakpastian, lebih terpapar media, lebih terlibat dalam sosial, dan lebih bercita-cita untuk Pendidikan (Rogers, 1983) Studi mengenai penerimaan siaran digital di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat menghargai peningkatan kualitas visual dan suara. Namun, masih terdapat kendala terkait kekuatan dan stabilitas sinyal (Asri, 2023). Eksistensi media lokal seperti Pesona TV dalam era siaran digital memberikan konten yang relevan dengan budaya lokal (Bimantara et al., 2024). Implementasi kebijakan peralihan televisi analog ke digital di Provinsi Lampung mengalami ketidakjelasan informasi dan distribusi set-top box yang tidak merata (Chairunisa, 2023). Penelitian tentang komersialisasi sewa mux di TVRI Yogyakarta menunjukkan pemanfaatan mux untuk memenuhi target penerimaan negara bukan pajak (Edvra, 2023).

Adaptasi strategi, seperti tetap menggunakan siaran analog dan digital, membantu media lokal seperti JTV tetap eksis selama masa transisi (Fahrudika, 2023). Konvergensi media seperti yang diimplementasikan oleh TVONE masih memerlukan dukungan infrastruktur dan konsep yang lebih baik (Hariyadi, 2023). Strategi komunikasi pemasaran JTV dalam tahap awal pelaksanaan ASO memanfaatkan media sosial dan multiplatform (Emidari et al., 2023).

Penerapan strategi komunikasi sosialisasi ASO di Sulawesi Utara berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang manfaat televisi digital (Kojansow, 2023). Urgensi pembaharuan UU Penyiaran untuk mengatur perizinan penyiaran berbasis internet di Indonesia disoroti oleh Maylani (2023). Sedangkan Pembayun et al. (2023) mengulas praktik ekonomi politik media konvensional di era konvergensi media dengan fokus pada komodifikasi tenaga kerja meskipun NET. TV sukses memanfaatkan layanan *over-the-top* (OTT) sebagai medium *streaming* program televisi (Permana et al., 2023). Strategi programming iNews menjelang ASO 2022 berhasil menjangkau khalayak di seluruh Indonesia (Romaria, 2023). Kendala infrastruktur dan dukungan pemerintah masih menjadi hambatan bagi televisi lokal dalam memanfaatkan digitalisasi penyiaran (Setiawan L.D., 2023). Implementasi ASO di Jawa Pos Media membutuhkan peralatan dan sumber daya manusia yang memadai (Sjuchro, D. W. et al, 2023).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat dilihat bahwa dengan terjadinya ASO dan transisi perpindahan televisi analog (terrestrial tv) ke televisi digital akan mengalami banyak tantangan baik dari segi produksi media, konsumsi media maupun implementasi di masyarakat serta hukum yang menaunginya. Tantangan transisi ini adalah bagaimana nantinya industri televisi akan berkompetisi dengan media digital lainnya seperti platform YouTube, Meta ataupun OTT (over-the-top) seperti Disney+, Netflix, Viu, WeTV dan platform lainnya yang sudah terlebih dahulu mendominasi konvergensi media di Indonesia. Salah satu televisi konvensional yang telah melakukan integrasi dengan media digital pada tahun 2014 yaitu PT SCMA (Surya Citra Media) dengan Vidio Dot Com untuk platform OTT (SCM, 2023).

Simpulan

Peralihan televisi analog ke televisi digital tidak dapat terhindarkan lagi dengan tiga tahap yang berlangsung, pemerintah Indonesia mengharapkan dapat membangun transmisi untuk pengembangan sinyal 5G dengan perpindahan ini. Penerimaan khalayak mengenai perpindahan ini merasa adanya kesenjangan karena set-top-box yang dibagikan belum merata sehingga kurang menyeluruh dalam penyebaran informasi mengenai perubahan ke televisi digital ini. Penelitian menunjukkan bahwa lebih banyak penelitian yang dilakukan di pulau Jawa dibandingkan pulau lain di Indonesia. Mengingat pulau Jawa memiliki ibukota Indonesia ternyata Jakarta masih mendominasi untuk penyebaran lokasi penelitian.

Tinjauan literatur sistematis dapat mengembangkan konsep-konsep komunikasi maupun perkembangan industri melalui sintesa dengan teori atau konsep di sektor lain. Pada kasus transisi televisi analog ke televisi digital, terdapat metakonsep atau konsep yang sama digunakan pada kajian media dan studi komunikasi bagaimana penyebaran informasi dan penerimaan khalayak dengan baik. Keterbatasan pada penelitian ini adalah minimnya kajian terhadap lokasi-lokasi lain yang tidak dibahas di jurnal, serta belum banyaknya riset setelah

ASO pada 2024 yang tersebar di setiap provinsi di Indonesia yang menerapkan televisi digital sepenuhnya serta ketatnya kompetisi dengan saluran digital lainnya yang belum dibahas.

Referensi

- Asri, R. (2023). *Penerimaan Khalayak Atas Proses Migrasi Sistem Penyiaran Nasional Di Indonesia (Studi Fenomenologis Perubahan Migrasi Siaran Analog Ke Siaran Digital)*. Jurnal CommLine, 8(01), 40-54.
- Bimantara, Z., Palupi, M. F. T., & Ayodya, B. P. (2024, January). *Eksistensi Media Lokal di Era Siaran Digital pada TV Kabel Pesona TV*. In prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) (Vol. 2, No. 1, Januari, pp. 317-324).
- BPS. (2024). *Survei Sosial Ekonomi Nasional*. Diperoleh dari <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/c1bacde03256343b2bf769b0/statistik-indonesia-2024.html>
- Chairunisa, C. (2023). *Komunikasi dalam Implementasi Kebijakan Peralihan Televisi Analog menuju Televisi Digital di Provinsi Lampung* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS LAMPUNG).
- Edvra, P. A., & Darmawan, J. J. (2023). *Komersialisasi Sewa Mux di TVRI Yogyakarta*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 20(1), 37-56.
- Emidari, Y., & Harliantara, H. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Televisi Lokal JTV dalam Tahap Awal*
- Fahrudika, O. A., Satvikadewi, A. P., & Palupi, M. F. T. (2023, July). *Strategi Manajemen Konten TV Lokal pada Masa Transisi Digitalisasi Penyiaran Televisi (Studi Kasus pada JTV)*. In SEMAKOM: Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (Vol. 2, No. 2, pp. 888-894).
- Fidler, R. (2003). *Mediamorfosis: Memahami Media Baru*. Benteng Budaya Yogyakarta.
- Ferchaud, A., & Proffitt, J. M. (Eds.). (2023). *Television's Streaming Wars*. Routledge.
- Halim, S. (2023). *Manajemen Media Penyiaran Televisi di Era Disrupsi*. UIN Mataram Press
- Hariyadi, T. (2023). *Strategi Konvergensi Tv One Menghadapi Era New Media*. Jurnal Netnografi Komunikasi, 1(2), 13-19.
- Joyce, D. (2023). *Communications Infrastructure, Technological Solutionism and the International Legal Imagination*. Law and Critique, 34(3), 363-379. <https://doi.org/10.1007/s10978-023-09362-5>
- Pelaksanaan Analog Switch Off (ASO)*. Jurnal Ilmu Komputer dan Sistem Informasi (JIKOMSI), 6(2), 45-54.
- Kojansow, A. L., Lotulung, L. J. H., & Kalangi, J. S. (2023). *Communication strategy in socialising analogue switch off in North Sulawesi*. Jurnal Studi Komunikasi, 7(2), 555-570.
- Kominfo. (2024). *Capaian Digitalisasi TV Melalui Analog Switch Off ASO*. Diperoleh dari <https://djppi.kominfo.go.id/news/capaian-digitalisasi-tv-melalui-analog-switch-off-aso>
- Maylani, T., & Nugroho, A. A. (2023). *Urgensi Pembaharuan Undang-Undang Penyiaran Mengenai Perizinan Penyiaran Berbasis Internet di Indonesia*. Jurnal USM Law Review, 6(1), 1-14.
- Nielsen. (2024). *Consumer Media View Q4 2018 until Q1 2024*. Clear Decisions App
- Nuzuli, A. K., Roviana, L., Maharani, T., Lovita, G. P., & Wirya, S. (2023). *Analisis Perilaku Konsumsi Siaran TV Digital di Kecamatan Pondok Tinggi Kota Sungai Penuh*. Jurnal Representamen Vol, 9(02).
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald,

- S., ... Moher, D. (2021). *The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews*. International Journal of Surgery, 88, 105906. <https://doi.org/10.1016/j.ijssu.2021.105906>
- Pembayun, E. C., & Yuwono, A. I. (2023). *The conventional media's political economy practices in the media convergence era: Case study of labor commodification in TV industry*. Informasi, 53(1).
- Permana, R. S. M., Mahameruaji, J. N., & Indriani, S. S. (2023). *NET. TV Indonesia's strategy for utilizing over-the-top services as a television program streaming medium*. In Television's Streaming Wars (pp. 42-54). Routledge.
- Romaria, G., & Astuti, S. W. (2023). *Strategi Programming INews dalam Mempertahankan Program Siaran Berita Menjelang ASO 2022*. Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR), 2(1), 26-33.
- Rogers, E. M. (1983). *DIFFUSION OF INNOVATIONS (Third edition ed.)*. The Free Press.
- SCM. (2023). *Laporan Berkelanjutan SCMA*. Diperoleh dari <https://www.scm.co.id/files/uploads/pageattachment/uri/2024/May/03/663448ebb503e/sr-scma.pdf>
- Setiawan, L. D. (2023). *Stuck on the Surface: Digitalization Case Studies of Three Local Televisions*. Mediator: Jurnal Komunikasi, 16(2), 212-226.
- Setiawan, I., PApe, U., & Beschorner, N. (2022, May 13). *How to bridge the gap in Indonesia's inequality in internet access*. <https://blogs.worldbank.org/en/eastasiapacific/how-bridge-gap-indonesias-inequality-internet-access>
- Sjuchro, D. W., Fitri, R. M., Amdan, N. S., Yusanto, Y., & Khoerunnisa, L. (2023). *Implementation of the analog switch off towards digital broadcast Jawa Pos*. ProTVF: Jurnal Kajian Televisi dan Film, 7(1), 82-96.
- Tapsell, R. (2017). *Media power in Indonesia: Oligarchs, citizens and the digital revolution*. Rowman & Littlefield.
- Triyono, W. A., & Witarti, D. I. (2023). *Banyuwangi TV Media Convergence In Broadcasting Local Cultural Content In The Digital Media Era*. Journal Research of Social Science, Economics, and Management, 3(3), 731-749.
- Utari, T. (2023). *Evaluasi Pelaksanaan Digitalisasi Penyiaran Pada LPP TVRI Jawa Timur*. JURNAL HERITAGE, 11(1), 38-46.
- We are Social. (2024). *Digital : 2024 Indonesia*. [Online] Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Witharja, H. H., Fitriyah, N., & Muldi, A. (2023). *Changes in Social, Economic and Media Administration in the Era of Digital Broadcasting Case Study of Analogue Switch-Off in Indonesia*. Jurnal Common, 7(1), 22-32.
- Yulianto, R. D., & Siallagan, M. P. S. (2023). *Assessing 'Television A' Readiness for Analog Switch off (ASO) as a Free-to-Air Television Broadcaster*. Asian Journal of Research in Business and Management, 5(2), 113-122.