

**KESIAPAN MASYARAKAT DALAM MENGHADAPI
ERA TV DIGITAL TAHUN 2018**

**(Studi Deskriptif Masyarakat Tanjung Gading Kabupaten
Batubara)**

SKRIPSI

Oleh:

ARYA RIZKY HERNANDI
NPM 1303110040

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Penyiaran



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2017

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : **ARYA RIZKY HERNANDI**
N P M : 1303110040
Program Studi : Ilmu komunikasi
Judul Skripsi : **KESIAPAN MASYARAKAT DALAM MENGHADAPI ERA TV DIGITAL TAHUN 2018 (Studi Deskriptif Masyarakat Tanjung Gading Kabupaten Batubara)**

Medan, 22 April 2017

Pembimbing I

Pembimbing II

RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.

M. SAID HARAHAHAP., S.Sos., M.I.Kom.

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi

NURHASANAH NASUTION M.I.Kom

Dekan,

Drs. TASRIF SYAM, M.Si

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **ARYA RIZKY HERNANDI**

N P M : 1303110040

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : 22 April 2017

W a k t u : Pukul 08.00 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.** (.....)

PENGUJI II : **TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom.** (.....)

PENGUJI III : **RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.** (.....)

PENGUJI IV : **M. SAID HARAHAHAP., S.Sos., M.I.Kom.** (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Drs. TASRIF SYAM, M.Si

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

KESIAPAN MASYARAKAT DALAM MENGHADAPI ERA TV DIGITAL TAHUN 2018 (Studi Deskriptif Masyarakat Tanjung Gading Kabupaten Batubara)

Arya Rizky Hernandi
NPM 1303110040

ABSTRAK

Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui apa itu TV digital dan TV digital *free to air*. 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 bawasannya jangkauan populasi TV Digital masih belum menyeluruh. Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis merumuskan permasalahan dari penelitian, yaitu: Bagaimana kesiapan masyarakat dalam menghadapi era TV Digital ditahun 2018 dan Apa yang akan dilakukan masyarakat untuk menghadapi era TV Digital ditahun 2018. Metode penilitian yang peneliti pakai adalah metode penelitian kualitatif. Yang menjadi narasumber penelitian adalah Warga Tanjung gading, Kabupaten Batubara, Komplek Perumahan PT.INALUM (persero), Jln. Sawo, block S-43. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat belum tahu dan memahami apa itu program *Analog Switch Off* (ASO) meskipun pogram tersebut sudah mulai berjalan sejak tahun 2012. Masyarakat tidak pernah mendengar sosialisasi atau iklan terkait dengan program Pemerintah tersebut. Masyarakat hanya mengetahui seputar TV Digital dengan tarif berbayar tiap bulannya. Menurut Masyarakat, Pemerintah tidak pernah dan belum memberitakan apa-apa seputar *Analog Switch Off* (ASO). Yang pernah dilihat masyarakat hanya seputar iklan *Set Top Box* (STB) pada pesawat TV lama.

Kata kunci : Sosialisasi, TV Digital

KATA PENGANTAR



Puji dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan. Tak lupa pula, penulis kirimkan salam dan salawat kepada junjungan kita semua, Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, dan seluruh sahabatnya.

Dalam penulisan skripsi ini, Penulis telah banyak mendapat bimbingan, bantuan, serta dukungan dari banyak pihak. Terutama kedua orang tua saya yang saya cintai dan sayangi, **Misnan Maridi** dan **Ida Herawati Nst** yang telah memberikan dukungan moril dan materil sehingga penulis memiliki tujuan yang jelas menyelesaikan pendidikan ini. Terimakasih pula untuk kakak dan adik **Sri Wahyuni S.E**, **Elfira Anggraini**, yang selalu mengingatkan dan memberi semangat untuk menyelesaikan perkuliahan tepat waktu.

Dalam kesempatan ini, peneliti banyak menerima bantuan dan bimbingan yang sangat berharga dari segala pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. **Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. **Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom** selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .

4. **Bapak Ribut Priadi S.Sos, M.Ikom** selaku Pembimbing 1 yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. **Bapak Muhammad Said Harahap, M.Ikom** selaku Pembimbing II yang juga telah banyak membantu memberikan saran, bimbingan dan semangat.
6. **Bapak Irwan Syari S.Sos, M.AP** selaku pembimbing akademik semasa perkuliahan yang selalu memberikan bimbingan, saran dan penyemangat dalam menempuh pendidikan akademik di kampus.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bang Budud, Bahri, Popoy Furqobain, Margaret, Mameng, Iwan, ferry, deddy dan staff KOMPAS TV Biro Medan. Atas Arahan yang kalian berikan selama magang sangat bermanfaat.
9. Irfan Joko Prasetyo Teman sekaligus sahabat dari masa kecil hingga kini. Semoga persilatuhramihan kita tetap terjaga dan semoga sukses selalu demi mengejar akhirat dan duniawi.
10. Teuku Furqon Ahmadi, bg Pida sematpren, Abangnda komkombat, Ravin Azhari Purba dan Surya Ilyas yang senantiasa mengajarkan hal-hal betapa kerasnya kehidupan di kota metropolitan agar tetap dapat terjaga dari rasa lapar diperut dan serta mengajarkan berbagai cara manuver dalam menggunakan kamera agar dapat terlihat menarik dimata client.
11. Wirta, Naufal, TeCe, alex, Dadang, Uga, Nugik yang selalu saling mengingatkan dan mensupport untuk mengerjakan skripsi dan selesai pada waktunya.

12. Anggota Acit Nai, Ibal, Dede, Dana, Ever TS, Fahri, Kiki, Lutfi, Luwi, Mira, Rismay, Ryan, Saras, Winda semoga kita sukses selalu dan semoga kelak kita dapat berkumpul dengan anak anak kita.
13. Oncom, Taufik, Rido, Bagus, Prana, Arief, Memet, Dana, Eko, Guntara, Deni, Aseng, Aji yang selalu ada saat melewati susahny kehidupan dikota orang, senantiasa menolong dan membatu dunia anak anak kontrakan dari segi materi maupun moril.
14. Anggota lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu PNC, IKO A-13, IKO Broadcast-13, HMJ IKO, BEM FISIP, Kantin UDA dan UNI, mahasiswa FISIP UMSU, Pelaku Dunia perkopian kota Medan dan Lain-lain yang terlibat dalam kehidupan saya, saya sangat mengucapkan terimakasih kepada kalian semua yang dapat menerima saya meskipun masih banyak kekurangan dari saya.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf segala kekurangan, penulis ucapkan Terima Kasih.

Medan, 2017

Penulis

ARYA RIZKY HERNANDI

NPM : 1303110040

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Penulisan	6
BAB II.....	10
URAIAN TEORITIS	10
A. Teori Komunikasi.....	10
1. Pengertian Komunikasi	10
2. Proses Komunikasi.....	12
3. Unsur-unsur dalam proses komunikasi	21
4. Proses Komunikasi.....	23
5. Efek Komunikasi.....	25
6. Hambatan Komunikasi	26
B. Teori Komunikasi Massa	30
1. Pengertian Komunikasi Massa.....	30
2. Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	32
3. Fungsi Komunikasi Massa.....	37
C. Teori Stimulus – Organism – Response (S-O-R).....	38
D. Difusi Inovasi	41
1. Pengertian Difusi dan Inovasi Difusi	41

2. Elemen Difusi Inovasi	42
3. Proses Putusan Inovasi	43
4. Keinovatifan dan Kategori Adopter	46
BAB III	49
METODE PENELITIAN.....	49
A. Jenis Penelitian.....	49
B. Kerangka Konsep Dasar	50
C. Defenisi Konsep	50
D. Kategorisasi.....	52
E. Informan Dan Narasumber	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	53
G. Teknik Analisis Data	54
H. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	54
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Hasil Penelitian	55
B. Pembahasan.....	65
BAB V	74
PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 Kategorisasi.....	52
TABEL 4.1 Identitas Narasumber/ Informan.....	56

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	2
GAMBAR 3.1	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

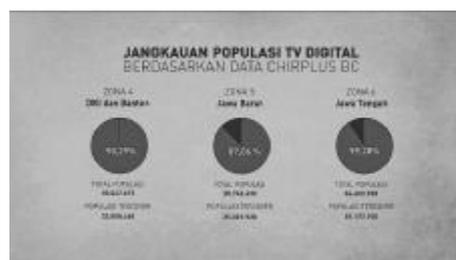
Kini Indonesia memasuki era penyiaran TV Digital Terrestrial *free to air* sitem penyiaran TV digital terrestrial merupakan penyiaran televisi terrestrial yang menggunakan format digital (Terrestrial adalah penggunaan frekuensi radio di permukaan bumi) dengan kelebihan yang mampu memancarkan sinyal gambar dan suara dengan kualitas penerimaan yang lebih tajam serta jernih dilayar TV dibandingkan siaran Analog.

Secara teknik TV Digital terbagi atas 2 bagian yaitu, pertama TV digital satelit, lebar kanal pada umumnya antara 27 dan 36 Mhz, karena kebutuhan penggunaan modulasi frekuensi untuk transmisi sebuah program TV Analog (lebar pita 6-8 MHz terkait dengan pembawa suara). Kedua TV digital kabel atau jaringan tetorial, lebar kanal berubah dari 6 (USA) ke 7 atau 8 MHz (Eropa) disebabkan penggunaan AM dengan sebuah sisi pita sisa untuk video dan 1 atau lebih pembawa audio. (Muis 2013 : 85-86)

Di era analog, penyediaan infrastruktur dan program siaran dilakukan oleh satu Lembaga penyiaran untuk menyiarkan 1 program siaran. Di era digital penyediaan infrastruktur oleh 1 lembaga penyiaran bisa menyalurkan sampai dengan 12 program siaran. Dengan demikian, di era digital Lembaga Penyiaran

Penyelenggara Program Siaran (LP3S) dalam menyalurkan program siarannya tidak perlu membangun/memiliki infrastruktur sendiri, namun bisa menyewa dari Lembaga Penyiaran Penyelenggara Penyiaran Multipleksing (LP3M) sebagai penyedia infrastruktur. Multipleksing adalah istilah yang digunakan untuk menunjuk ke sebuah proses di mana beberapa sinyal pesan analog atau aliran data digital digabungkan menjadi satu sinyal. Pemerintah menetapkan setiap wilayah terdapat 6 LP3M yaitu TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Pemerintah (LPP) dan 5 dari Lembaga Penyiaran Swasta (LPS). Jumlah ini paling optimal sesuai kondisi penyiaran di era analog mempertimbangkan aspek teknologi, aspek ekonomis dan keterbatasan frekuensi radio.

Sejak akhir 2012 infrastruktur TV Digital sudah mulai di bangun dan dioperasikan oleh penyelenggara multipleksing swasta di Jawa dan Kepulauan Riau, konten siaran dalam format Digital pun sudah dapat dinikmati masyarakat di wilayah ini. Tahun 2013 wilayah Aceh, Sumatera Utara, Kalimantan Timur dan Kalimantan selatan mulai dilakukan pembangunan infrastruktur jaringan TV digital Oleh Penyelenggara multipleksing. Berdasarkan data chirplus BC populasi TV digital telah menjangkau hampir seluruh kota besar di Indonesia.



GAMBAR 1.1

(sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=Czn9H1KYdIA>)

Tahun 2014 pemerintah mulai membuka peluang usaha untuk penyelenggara konten siaran yang akan mengisi slot siaran operator multipleksing di wilayah Indonesia, selain itu dilakukan kembali seleksi penyelenggaraan multipleksing tambahan dua operator untuk wilayah Jabodetabek dan penyelenggara multipleksing untuk wilayah layanan di 15 (lima belas) provinsi lainnya di pulau Sumatera, Kalimantan, Bali, Nusa Tenggara dan Sulawesi. (<https://tvdigital.kominfo.go.id>)

Implementasi TV Digital tersebut dilakukan secara bertahap sesuai rencana penyelenggaraan periode *simulcast*. Periode *simulcast* adalah penayangan siaran televisi bersamaan antara siaran televisi analog dan siaran televisi digital dengan tujuan migrasi siaran hingga *Analog Switch off* (ASO). Periode ini sudah dimulai sejak tahun 2012 dan berakhir tahun 2018. Mulai tahun 2018, siaran analog akan dimatikan (analog switch-off), Tanpa harus membeli pesawat TV baru, masyarakat dapat menikmati konten siaran format Digital dengan cara menambahkan perangkat converter yang disebut *Set Top Box* (STB) pada pesawat TV lama, Set top box adalah alat bantu penerima siaran digital yang berfungsi mengkonversi dan mengkompresi sinyal digital sehingga dapat diterima pada pesawat TV analog.

Penyiaran TV digital kualitas gambar dan suara jauh lebih baik dibandingkan siaran analog, proses transisi dari analog ke digital menuju pada saat dihentikannya siaran analog atau *Analog Switch Off* atau ASO. sudah

dilakukan secara total dibanyak Negara antara lain, Amerika Serikat pada 12 juni 2009, Jepang pada 24 juli 2011, Kanada pada 31 Agustus 2011, Inggris dan Irlandia pada 24 Oktober 2012 serta Australia pada tahun 2013.

Implementasi TV Digital rencana ASO secara nasional akan dilakukan pada 2018 namun demikian kebijakan ASO harus tertuang dalam undang – undang yang mengatur tentang penyiaran yang saat ini sedang dalam proses revisi, berjalan lulus tidaknya proses migrasi hingga ASO tergantung kepada dukungan seluruh pemangku kepentingan. Kesadaran masyarakat mau membeli STB sendiri untuk berpindah dari menonton siaran TV Analog ke Digital sangatlah penting, pemerintah juga mendorong pabrikan set top box local memproduksi STB berkualitas dengan harga jual terjangkau bagi masyarakat luas. Pemerintah juga telah melakukan sosialisasi dan menyiapkan berbagai sarana untuk membangun kesiapan masyarakat menyambut era penyiaran TV Digital. (<https://tvdigital.kominfo.go.id/>)

Saat ini menurut yang peneliti liat di lokasi penelitian, 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 sosialisai 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 bawasannya jangkauan populasi TV Digital masih belum menyeluruh, Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian tentang kesiapan masyarakat dalam menghadapi era TV Digital ditahun 2018 mendatang dimana peraturan pemakaian TV digital akan benar-benar berjalan sesuai dengan rencana pemerintah. Untuk itu peneliti mengangkat judul “KESIAPAN MASYARAKAT DALAM MENGHADAPI ERA TV DIGITAL TAHUN 2018 (Studi Deskriptif Masyarakat Tanjung Gading Kabupaten Batubara)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis merumuskan permasalahan dari penelitian, yaitu:

1. Bagaimana kesiapan masyarakat dalam menghadapi era TV Digital ditahun 2018?

2. Apa yang akan dilakukan masyarakat untuk menghadapi era TV Digital ditahun 2018?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui kesiapan masyarakat dalam menghadapi era TV Digital ditahun 2018

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian tersebut adalah sebaagai berikut:

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan peneliti khususnya dalam bidang penyiaran.
- b. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran dan masukan bagi banyak pihak untuk mengetahui kesiapan masyarakat dalam menghadapi era TV Digital tahun 2018 (Studi Deskriptif Masyarakat Tanjung Gading Kabupaten Batubara).

D. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab dengan uraian masing masing dengan substansi sebagai berikut:

1. Latar Belakang Masalah
2. Rumusan Masalah
3. Pembatasan Masalah

4. Tujuan Penelitian
5. Manfaat penelitian
6. Sistematika Penulisan

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bab ini menjelaskan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Pada bab ini pula dimungkinkan mengajukan lebih dari satu teori atau data sekunder/tertier untuk membahas permasalahan yang menjadi topik skripsi, sepanjang teori-teori data sekunder/tertier itu berkaitan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini mengungkapkan rancangan penelitian, prosedur penelitian, sampel, unit analisis, narasumber penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, dan metode ujinya. Adapun sistematika untuk bab ini sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian
2. Kerangka Konsep
3. Definisi Konsep
4. Kategorisasi
5. Informan atau Narasumber
6. Teknik Pengumpulan Data
7. Teknik Analisis Data
8. Lokasi dan Waktu penelitian
9. Deskripsi Lokasi Penelitian

BAB IV : HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Bab ini menguakikan tentang:

a. Hasil Penelitian

Hasil penelitian adalah bagian yang menyajikan hasil dari penelitian dalam bentuk data. Selain dengan uraian, data penelitian dapat juga disajikan sebagai ilustrasi (gambar, foto, diagram, grafik, tabel, dll). Dalam menyajikan tabel atau grafik tersebut sehingga pembaca dapat memahaminya tanpa haus mengacu teks/naskah.

b. Pembahasan

Pembahasan berarti membandingkan hasil yang diperoleh dengan data pengetahuan (hasil riset orang lain) yang sudah dipublikasikan, kemudian menjelaskan implikasi data yang diperoleh bagi ilmu pengetahuan atau pemanfaatannya.

Dalam pembahasan ini diutarakan pula kelemahan dan keterbatasan penelitian. Kesalahan umum dalam membahas hasil penelitian adalah menyajikan data hasil penelitian sebagai tabel dan grafik.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari:

a. Simpulan

Simpulan merupakan kristalisasi hasil analisis dan interpretasi. Simpulan ini terlebih dahulu dibahas dalam bagian pembahasan sehingga apa yang

dikemukakan dalam bagian simpulan tidak merupakan pernyataan yang muncul secara tiba tiba.

b. Saran

Merupakan pernyataan yang muncul tiba tiba akan tetapi merupakan kelanjutan dari simpulan, berupa anjuran yang dapat menyangkut aspek operasional, kebijakan, ataupun konseptual.

BAB II

URAIAN TEORITIS

A. Teori Komunikasi

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. Menurut Carl I. Hovland, 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 public (public attitude) yang dalam kehidupan social 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, atas 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 Fuction 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:

- Komunikator (communicator, source, sender)
- Pesan (message)
- Media (channel, media)
- Komunikan (communicant, communicate, receiver, recipient)
- Efek (effect, impact, influence)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Uchjana, 2009: 9-10)

2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan sekunder.

a. *Proses Komunikasi Secara Primer*

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan *lambang* (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pemikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa *bahasa* yang paling banyak dipergunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanya bahasalah 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 ditampilkan oleh Aristoteles, Plato, dan Socrates; dapat manusia yang beradap dan berbudaya; dan dapat

memperkirakan apa yang akan terjadi pada tahun, decade, bahkan abad yang akan datang.

Kial (gesture) memang dapat “menerjemahkan” pikiran seseorang sehingga terekspresikan secara fisik. Akan tetapi menggapaikan 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 tongtong, bedug, sirene, dan lain-lain serta *warna* yang mempunyai makna tertentu. Kedua lambing itu amat terbatas kemampuannya dalam mentransmisikan pikiran seseorang kepada orang lain.

Gambar sebagai lambing yang banyak dipergunakan dalam komunikasi memang melebihi kial, isyarat, dan warna dalam hal kemampuan “menerjemahkan” pikiran seseorang tetapi tetap tidak melebihi bahasa. Buku-buku yang ditulis dengan bahasa sebagai lambing 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-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).

Perkataan “anjing” dalam pengertian denotatif sama saja bagi setiap orang, yaitu binatang berkaki empat, berbulu, dan memiliki daya cium yang tajam. Akan tetapi, dalam pengertian konotatif, anjing bagi seorang kiai yang fanatic

merupakan hewan najis; bagi seorang polisi merupakan pelacak pembunuh; dan bagi aktris film Amerika mungkin merupakan teman sekamar pada saat kesepian. Mereka itu berbeda dalam pandangan dan penilaiannya terhadap anjing.

Demikian pula, misalnya, perkataan “demokratis”. Dalam pengertian denotatif demokrasi adalah pemerintahan rakyat. Dalam pengertian konotatif istilah tersebut tidak sama bagi seorang Rusia, bagi seorang Amerika dan bagi seorang Indonesia. Masing-masing mempunyai pandangan, pendapat, dan anggapan tertentu terhadap perkataan demokrasi tersebut.

“Kata-kata dapat menjadi dinamit, “kata Scott M. Cutlip dan Allen H. Center dalam bukunya, *effective public relations*. Ditegaskan oleh kedua ahli hubungan masyarakat itu terdapat bukti bahwa kesalahan dalam menerjemahkan sebuah pesan oleh pemerintah Jepang sewaktu Perang Dunia III telah menyebabkan Hiroshima dijatuhi bom atom. Perkataan *mokusatsu* yang dipergunakan oleh pemerintahan Jepang agar menyerah, diterjemahkan oleh Kantor Berita Domei menjadi *ignore*, padahal maksudnya adalah *withholding comment until a decision has been made*. Demikianlah sebuah ilustrasi yang menunjukkan betapa pentingnya bahasa dalam proses komunikasi.

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 kedalam lambang (bahasa) yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Kemudian menjadi giliran komunikan untuk *mengawa-sandi* (*decode*) pesan dari komunikator itu. Ini berarti ia menafsirkan lambang yang mengandung pikiran atau perasan komunikator tadi dalam konteks pengertiannya. Dalam proses itu komunikator berfungsi sebagai *penyandi* (*encoder*) dan komunikan berfungsi sebagai *pengawa-sandi* (*decoder*).

Yang penting dalam proses *penyandian* (*coding*) itu ialah bahwa komunikator dapat menyandi dan komunikan dapat mengawa-sandi 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 komunikan.

Menurut Schramm, bidang pengalaman (*field of experience*) merupakan factor yang penting dalam komunikasi. Jika bidang pengalaman komunikator sama dengan dibidang pengalaman komunikan, komunikasi akan berlangsung lancar. Sebaliknya, bila pengalaman komunikan tidak sama dengan pengalaman

komunikator, akan timbul kesukaran untuk mengerti satu sama lain. (Uchjana, 2009: 11-14)

b. Proses Komunikasi Secara Sekunder

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 tekepon, atau televisi, dan sebagainya.

Seperti diterangkan dimuka 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 meruapakan alat atau sarana yang diciptakan untk 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 efesiensinya dalam mencapai komunikan. Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, meruapakan media yang efesien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien, dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepara 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 komunikan pada saat itu juga. Ini berlainan dengan komunikasi bermedia. Apalagi menggunakan media massa, yang tidak memungkinkan komunikator mengetahui kerangka acuan khalayak yang mejadi 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 komunikan – 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 komunikan maka reaksi sebenarnya dari komunikan 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 komunikan yang akan dituju. Komunikan media surat, poster, atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan 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 (massmedia)* dan *media nirmassa* atau *media nonmassa (non-mass media)*. (Uchjana, 2009: 16-19)

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 komunikator kepada komunikan.
- e. *Decoding*: Pengawasandian, yaitu proses di mana komunikan 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.

Model komunikasi di atas menegaskan factor-faktor kunci dalam komunikasi efektif. Komunikator harus tahu khalayak mana yang dijadikannya sasaran dan tanggapan apa yang diinginkannya. Ia harus terampil dalam menyandi pesan dengan memperhitungkan bagaimana komunikan sasaran biasanya mengawasa-sandi pesan. Komunikator harus mengirimkan pesan melalui media yang efisien dalam mencapai khalayak sasaran.

Agar komunikasi efektif, proses penyandian oleh komunikator harus bertatutan dengan proses pengawasandian oleh komunikan. Semakin tumpang tindih bidang pengalaman (field of experience) komunikator dengan bidang pengalaman komunikan, akan semakin efektif pesan yang dikomunikasikan. Komunikator akan dapat menyandi dan komunikan akan dapat mengawasandi hanya dalam istilah-istilah pengalaman yang dimiliki masing-masing. Memang ini merupakan beban bagi komunikator dari strata sosial yang satu yang ingin berkomunikasi secara efektif dengan komunikan dari strata social yang lain. Akan tetapi, dalam teori komunikasi dikenal istilah *empathy*, yang berarti kemampuan memproyeksikan diri kepada peranan orang lain. Jadi, meskipun antara komunikator dan komunikan terdapat perbedaan dalam kedudukan, jenis pekerjaan, agama, suku, bangsa, tingkat pendidikan, ideology, dan lain-lain, jika komunikator bersikap empatik, komunikasi tidak akan gagal. (Uchjana, 2009: 18-19)

4. Proses Komunikasi

Effendy (2003: 33) mengemukakan proses komunikasi dalam perspektif mekanistik dapat diklasifikasikan menjadi:

a. Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan lambang sebagai media atau saluran.

1) Lambang Verbal

Effendy (2003 : 33) 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

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.

Mark Knap (Cangara, 2004:100) menyebutkan bahwa penggunaan kode verbal dalam berkomunikasi memiliki fungsi untuk:

- 1) Meyakinkan apa yang diucapkan (*Repetition*)
- 2) Menunjukkan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata (*Subtation*).

- 3) Menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya (*Identity*)
- 4) Menambah atau melengkapi ucapan yang dirasa belum sempurna

b. Proses Komunikasi Secara Sekunder

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, 2003:17). Komunikator menggunakan media kedua ini karena komunikan yang dijadikan sasaran komunikasinya jauh tempatnya atau jumlahnya banyak. Kalau komunikan jauh, dipergunakanlah surat atau telepon. Jika komunikan banyak, dipakailah perangkat penguat suara.

c. Proses Komunikasi Secara Linear

Proses komunikasi secara linear, sebagaimana dikemukakan oleh Effendy (2003: 39) yaitu mengandung makna lurus. Jadi proses linear berarti perjalanan dan 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. Effendy (2003: 39) 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.

5. 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(2010:27).

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 atau tahap, yaitu :

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

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.

6. Hambatan Komunikasi

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

a. 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.

b. Kepentingan

Interest atau kepentingan 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.

c. Motivasi Terependam

Motivasi akan mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang, maka semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan, begitu juga sebaliknya.

d. Prasangka

Prasangka atau prejudice merupakan salah satu hambatan bagi suatu kegiatan komunikasi. Orang yang mempunyai prasangka bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi sehingga sulit bagi komunikator untuk mempengaruhi komunikan. Prasangka mengakibatkan komunikan menjadi berfikir tidak rasional dan berpandangan negatif terhadap komunikasi yang sedang terjadi.

Kelancaran komunikasi mempengaruhi efisiensi kerja. Cara yang efektif agar proses komunikasi atasan bawahan dapat berjalan dengan lancar, maka dengan mempergunakan sistem dialogis. Komunikasi dialogis yaitu komunikasi dua arah yang bersifat timbal balik “penyampai pesan adalah juga penerima pesan”. Komunikasi dialogis berfungsi untuk menghindari kecendrungan pemimpin untuk menafsirkan sendiri setiap pesan atau instruksi yang ia berikan.

Dalam dunia kerja kita mengenal komunikasi atasan-bawahan, maksudnya komunikasi yang terjadi antara pihak atasan dan bawahannya yang dapat berbentuk penyampaian informasi, pesan, ataupun instruksi. Komunikasi dialogis memiliki banyak manfaat bagi bawahannya sendiri. Terbukanya kesempatan

bawahan dalam mengemukakan ide-ide, kritikan dan saran yang akan memberikan kepuasan tersendiri sehingga karyawan tersebut termotivasi dalam bekerja. Kesempatan bawahan untuk mengemukakan pendapat tentunya akan menjadi masukan dan memperkaya pemikiran baru bagi pimpinan.

Maka terdapat hambatan-hambatan yang dialami atasan maupun bawahan dalam proses komunikasi dialogis. Hambatan-hambatan pada pihak atasan itu antara lain adalah sebagai berikut :

a. Kurangnya kesediaan mendengarkan.

Sikap dan tingkah laku atasan dalam mendengarkan memainkan peranan penting bagi komunikasi dialogis yang efektif.

b. Segan terlibat urusan pribadi.

Para atasan umumnya segan terlibat dengan persoalan bawahan yang bersifat pribadi. Di lain pihak, bawahan sering sulit memisahkan antara persoalan pribadi dengan persoalan pekerjaan sehingga mereka sukar membicarakan hal tersebut.

c. Prasangka.

Komunikasi dialogis membuat bawahan berkesempatan menyalurkan apa yang ia pendam di hati, serta dapat melepaskan ganjalan emosional dan ketidakpuasan. Atasan berprasangka dengan adanya komunikasi dialogis akan memperkuat kebiasaan mengeluh dan mengkritik dari para bawahan. Semestinya dengan keluhan dan kritikan tersebut atasan mudah menyadari dan mengetahui kegagalan dan kekeliruan yang terjadi.

d. Sikap bertahan.

Kita semua cenderung mempertahankan diri dengan komunikasi dialogis, kemungkinan kekeliruan atasan akan diketahui bawahan menjadi lebih besar. Padahal itu tidak mengurangi kredibilitas atasan dimata bawahannya. Bahkan bila atasan bersikap terbuka dan sportif, maka penghargaan bawahannya akan semakin bertambah.

e. Kurang waktu

Mendengarkan itu memakan waktu. Banyak atasan yang tenggelam dengan kesibukan kerjanya. Hal demikian membuat pemimpin sukar sekali menyediakan waktu untuk diskusi. Kesulitan ini lebih terasa bagi atasan yang berjalan sendiri, memecahkan sendiri persoalan-persoalan di unit kerjanya, dan tidak kenal sistem diskusi dengan bawahan.

Kemudian Hambatan-hambatan pada pihak bawahan adalah sebagai berikut :

a. Keterbatasan pengetahuan.

Hambatan pengetahuan sering mempersulit komunikasi dari bawahan ke atasan. Bagi atasan, menyampaikan gagasan dan pesan buat bawahannya tidak sukar karena ia tentu memahami wawasan dan cara berfikir serta persoalan-persoalan pada level bawahan yang lebih banyak menghadapi kesulitan untuk berkomunikasi dengan atasannya, yang tidak ia ketahui bagaimana lingkungan lingkup kerja, cara berfikir dan persoalan-persoalnya.

b. Prasangka emosional.

Kebanyakan bawahan punya sikap emosional dan prasangka. Perasaan-perasaan mereka sering bercampur aduk dengan pengamatannya terhadap persoalan-persoalan. Sering kali dalam mengemukakan pendapatnya, jauh-jauh hari mereka sudah siap bahwa pendapat tersebut pasti ditolak. Akibatnya mereka sering ragu-ragu berbicara. Kalau pendapatnya ditolak, prasangka makin tebal. Tetapi jika pendapatnya diterima mereka pun terkejut.

c. Perbedaan wewenang

Komunikasi dari atasan ke bawahan lebih mudah dibandingkan sebaliknya. Para atasan lebih bebas untuk memanggil dan berbicara dengan bawahannya kapan saja ia mau. Bawahan umumnya tidak punya keberanian psikologis sebesar itu. (<http://jurnalapapun.blogspot.co.id/2014/03/hambatan-hambatan-komunikasi-dalam.html/dikutip/04/03/2017>)

B. Teori Komunikasi Massa

1. Pengertian Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Bungin, (2006:71) 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 :

- Komunikator
- Media Massa
- Informasi

- *Gatekeeper*
- Khalayak/Publik
- Umpan balik

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner dalam Rakhmat, (2009 : 188) 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, (2009 : 188) 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 (Rakhmat, 2009 : 189) 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 seperti menurut Wright dalam Ardianto, (2007: 4) komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama yaitu:

- a. Diarahkan kepada khalayak yang relatif besar, heterogen dan anonim
- b. Pesan disampaikan secara terbuka
- c. Pesan diterima secara serentak pada waktu yang sama dan bersifat sekilas
(khusus untuk media elektronik)

- d. Komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya besar.

2. 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* (pakai s) selain *mass communication* (tanpa s) seperti disebutkan di atas dan yang menjadi pokok pembahasan kita ini. Arti *mass communications* (pakai s) sama dengan *mass media* atau dalam bahasa Indonesianya *media massa*. Sedangkan yang dimaksud dengan *mass communication* (tanpa s) 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.

Hal ini perlu dijelaskan sebab diantara para cendekiawan – antar lain Everett M. Rogers – ada yang mengatakan bahwa selain media massa modern terdapat media massa traditional, di antaranya teater rakyat, juru dongeng keliling, dan juru pantun. Bila Rogers mengatakan bahwa teater rakyat adalah media massa traditional, barangkalai masih dapat diterima. Akan tetapi, jika ia mengatakan bahwa juru dongeng keliling dan juru pantun juga media massa traditional, sungguh membingungkan bagi para ahli komunikasi umumnya, juru dongeng dan juru pantun adalah jelas komunikator, dan medianya dalam hal ini media primer atau bahasa.

Komunikasi massa memiliki ciri-ciri khusus yang disebabkan oleh sifat-sifat komponennya. Ciri-cirinya adalah sebagai berikut:

a. *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 balik 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.

b. *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 telex 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 dokumenter, 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 kedalam media massa adalah surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film yang mengandung ciri kerempakan tersebut.

e. Komunikasikan 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, di mana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam hal: jenis kelamin, usia, agama, ideology, 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 seluru khalayak sepenuhnya ialah dengan mengelompokan mereka menurut jenis kelamin, usia, agama, pekerjaan, pendidikan, kebudayaan, kesenangan (hobby), dan lain-lain berdasarkan perbedaan sebagaimana dikemukakan di atas.

Pengelompokan tersebut telah dilaksanakan oleh berbagai media massa dengan mengadakan rubric atau acara tertentu untuk kelompok pembaca, pendengar, penonton tertentu. Hampir semua surat kabar, radio, dan televisi, menyajikan rubric atau acara yang secara khusus diperuntukan bagi anak-anak, remaja dan dewasa; wanita dewasa dan remaja putri; pedagang, petani, ABRI, dan lain-lain; pemeluk agama islam, Kristen, budha, Hindu, dan kepercayaan; murid-murid taman kanak-kanak, sekolah dasar, sekolah lanjutan pertama, sekolah lanjutan tingkat atas, dan mahasiswa-mahasiswa perguruan tinggi; para penggemar sastra, teater, music, film, dan teknologi; dan kelompok-kelompok lainnya. (Uchjana, 2009: 20-25)

3. 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:

- 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). Di sini berperan para pendidik, baik dalam kehidupan rumah tangganya maupun disekolah, yang meneruskan warisan sosial kepada keturunan berikutnya.
(Uchjana, 2009: 27)

C. Teori Stimulus – Organism – Response (S-O-R)

Teori ini semula berasal dari psikologi, kalau kemudian menjadi teori komunikasi tidak mengherankan, karena objek material dan psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah:

1. Pesan (stimulus, S)

2. Komunikan (organism, O)
3. Efek (response, R)

Proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “how” bukan “what” dan “why”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.

Prof. Dr.Mar’at dalam bukunya “sikap manusia, perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variable penting, yaitu:

1. Perhatian
2. Pengertian
3. Penerimaan

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti, kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengelolah dan menerimanya, maka terjadilah kesedian untuk merubah sikap.

Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakikatnya adalah sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari:

1. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu, dan berhenti di sini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
2. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dan dilanjutkan kepada proses berikutnya.
3. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
4. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini faktor “*reinforcement*” memegang peranan penting (Effendy, 2003:254-256).

D. Difusi Inovasi

1. Pengertian Difusi dan Inovasi Difusi

Inovasi terdiri dari dua padanan kata yaitu difusi dan inovasi. Rogers (Effendy, 2003:283) mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota suatu sistem sosial (the process by which an innovation is communicated through certain channels overtime among the members of a social system). Disamping itu, difusi juga dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial.

Inovasi adalah suatu gagasan, praktek, atau benda yang dianggap/dirasa baru oleh individu atau kelompok masyarakat. Ungkapan dianggap/dirasa baru terhadap suatu ide, praktek atau benda oleh sebagian orang, belum tentu juga pada sebagian yang lain. Kesemuanya tergantung apa yang dirasakan oleh individu atau kelompok terhadap ide, praktek atau benda tersebut. Dari kedua padanan kata di atas, maka difusi inovasi adalah suatu proses penyebar serapan ide-ide atau hal-hal yang baru dalam upaya untuk merubah suatu masyarakat yang terjadi secara terus menerus dari suatu tempat ke tempat yang lain, dari suatu kurun waktu ke kurun waktu yang berikut, dari suatu bidang tertentu ke bidang yang lainnya kepada sekelompok anggota dari sistem sosial.

Tujuan utama dari difusi inovasi adalah diadopsinya suatu inovasi (ilmu pengetahuan, teknologi, bidang pengembangan masyarakat) oleh anggota sistem sosial tertentu. Sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi sampai kepada masyarakat.

2. Elemen Difusi Inovasi

Menurut Rogers dalam proses difusi inovasi terdapat 4 (empat) elemen pokok, yaitu: suatu inovasi, dikomunikasikan melalui saluran komunikasi tertentu, dalam jangka waktu dan terjadi diantara anggota-anggota suatu sistem sosial.

Inovasi (gagasan, tindakan atau barang) yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya.

- a. Saluran komunikasi, adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal.
- b. Jangka waktu, yakni proses keputusan inovasi dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya.

Pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam (a) proses pengambilan keputusan inovasi, (b) keinovatifan seseorang (relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi), dan (c) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.

- c. Sistem sosial merupakan kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama.

3. Proses Putusan Inovasi

Penerimaan atau penolakan suatu inovasi adalah keputusan yang dibuat seseorang/individu dalam menerima suatu inovasi. Menurut Rogers (1983), proses pengambilan keputusan inovasi adalah proses mental dimana seseorang/individu berlalu dari pengetahuan pertama mengenai suatu inovasi dengan membentuk suatu sikap terhadap inovasi, sampai memutuskan untuk menolak atau menerima, melaksanakan ide-ide baru dan mengukuhkan terhadap keputusan inovasi. Pada awalnya Rogers (1983) menerangkan bahwa dalam upaya perubahan seseorang untuk mengadopsi suatu perilaku yang baru, terjadi berbagai tahapan pada seseorang tersebut, yaitu:

- a. Tahap Awareness (Kesadaran), yaitu tahap seseorang tahu dan sadar ada terdapat suatu inovasi sehingga muncul adanya suatu kesadaran terhadap hal tersebut.
- b. Tahap Interest (Keinginan), yaitu tahap seseorang mempertimbangkan atau sedang membentuk sikap terhadap inovasi yang telah diketahuinya tersebut sehingga ia mulai tertarik pada hal tersebut.
- c. Tahap Evaluation (Evaluasi), yaitu tahap seseorang membuat putusan apakah ia menolak atau menerima inovasi yang ditawarkan sehingga saat itu ia mulai mengevaluasi.
- d. Tahap Trial (Mencoba), yaitu tahap seseorang melaksanakan keputusan yang telah dibuatnya sehingga ia mulai mencoba suatu perilaku yang baru.
- e. Tahap Adoption (Adopsi), yaitu tahap seseorang memastikan atau mengkonfirmasi putusan yang diambilnya sehingga ia mulai mengadopsi perilaku baru tersebut.

Dari pengalaman di lapangan ternyata proses adopsi tidak berhenti segera setelah suatu inovasi diterima atau ditolak. Kondisi ini akan berubah lagi sebagai akibat dari pengaruh lingkungan penerima adopsi. Oleh sebab itu, Rogers merevisi kembali teorinya tentang keputusan tentang inovasi yaitu: Knowledge (pengetahuan), Persuasion (persuasi), Decision (keputusan), Implementation (pelaksanaan), dan Confirmation (konfirmasi).

- a. Tahap pengetahuan. Dalam tahap ini, seseorang belum memiliki informasi mengenai inovasi baru. Untuk itu informasi mengenai inovasi tersebut harus disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi yang ada, bisa melalui media elektronik, media cetak, maupun komunikasi interpersonal diantara masyarakat. Tahapan ini juga dipengaruhi oleh beberapa karakteristik dalam pengambilan keputusan, yaitu: (1) Karakteristik sosial-ekonomi, (2) Nilai-nilai pribadi dan (3) Pola komunikasi.
- b. Tahap persuasi. Pada tahap ini individu tertarik pada inovasi dan aktif mencari informasi/detail mengenai inovasi. Tahap kedua ini terjadi lebih banyak dalam tingkat pemikiran calon pengguna. Inovasi yang dimaksud berkaitan dengan karakteristik inovasi itu sendiri, seperti: (1) Kelebihan inovasi, (2) Tingkat keserasian, (3) Kompleksitas, (4) Dapat dicoba dan (5) Dapat dilihat.
- c. Tahap pengambilan keputusan. Pada tahap ini individu mengambil konsep inovasi dan menimbang keuntungan/kerugian dari menggunakan inovasi dan memutuskan apakah akan mengadopsi atau menolak inovasi.
- d. Tahap implementasi. Pada tahap ini mempekerjakan individu untuk inovasi yang berbeda-beda tergantung pada situasi. Selama tahap ini individu menentukan kegunaan dari inovasi dan dapat mencari informasi lebih lanjut tentang hal itu.

- e. Tahap konfirmasi. Setelah sebuah keputusan dibuat, seseorang kemudian akan mencari pembenaran atas keputusan mereka. Tidak menutup kemungkinan seseorang kemudian mengubah keputusan yang tadinya menolak jadi menerima inovasi setelah melakukan evaluasi.

Model tersebut menggambarkan tentang variabel yang berpengaruh terhadap tingkat adopsi suatu inovasi serta tahapan dari proses pengambilan keputusan inovasi. Variabel yang berpengaruh terhadap tahapan difusi inovasi tersebut mencakup :

- a. atribut inovasi (*perceived attribute of innovation*),
- b. jenis keputusan inovasi (*type of innovation decisions*),
- c. saluran komunikasi (*communication channels*),
- d. kondisi sistem sosial (*nature of social system*)
- e. peran agen perubah (*change agents*)

Rogers (Effendy, 2003:285) mengatakan bahwa karakteristik inovasi (kelebihan, keserasian, kerumitan, dapat di uji coba dan dapat diamati), hal ini sangat menentukan tingkat suatu adopsi daripada faktor lain yaitu berkisar antara 49% sampai dengan 87%, seperti jenis keputusan, saluran komunikasi, sistem sosial dan usaha yang intensif dari agen perubahan.

4. Keinovatifan dan Kategori Adopter

Rogers menjelaskan dalam menerima suatu inovasi ada beberapa tipologi penerima adopsi yang ideal yaitu :

- a. Inovator adalah kelompok orang yang berani dan siap untuk mencoba hal-hal baru. Biasanya orang-orang ini adalah mereka yang memiliki gaya hidup dinamis di perkotaan yang memiliki banyak teman atau relasi.
- b. Pengguna awal (early adopter). Kategori adopter ini menghasilkan lebih banyak opini dibanding kategori lainnya, serta selalu mencari informasi tentang inovasi.
- c. Mayoritas awal (early majority). Kategori pengadopsi seperti ini akan berkompromi secara hati-hati sebelum membuat keputusan dalam mengadopsi inovasi, bahkan bisa dalam kurun waktu yang lama. Orang-orang seperti ini menjalankan fungsi penting untuk menunjukkan kepada seluruh komunitas bahwa sebuah inovasi layak digunakan atau cukup bermanfaat.
- d. Mayoritas akhir (late majority). Kelompok yang ini lebih berhati-hati mengenai fungsi sebuah inovasi. Mereka menunggu hingga kebanyakan orang telah mencoba dan mengadopsi inovasi sebelum mereka mengambil keputusan.
- e. Lamban (laggard). Kelompok ini merupakan orang yang terakhir melakukan adopsi inovasi. Mereka bersifat lebih tradisional, dan segan untuk mencoba hal hal baru. Saat kelompok ini mengadopsi inovasi baru, kebanyakan orang justru sudah jauh mengadopsi inovasi lainnya, dan menganggap mereka ketinggalan zaman. Rogers dalam Mc Kenzie (1997)

menjelaskan dalam menerima inovasi baru bahwa kelompok inovator hanya berkisar 2% sampai 3% saja dalam populasi, sedangkan untuk kelompok Early adopter hanya mencapai 14% saja dalam suatu populasi, untuk early majority dan late majority masing-masing 34% dalam suatu populasi dan untuk kelompok laggard mencapai 16% (Effendy, 2003:283-286)

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang peneliti pakai adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Data yang diperoleh melalui penelitian itu adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yang valid. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Setiap penelitian mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian ada tiga macam yaitu bersifat penemuan, pembuktian, dan pembangunan. (Sugiyono, 2014: 3-4).

Dalam penelitian ini metode penelitian yang dipilih atau digunakan adalah wawancara mendalam (depth interviews), yang diharapkan dapat memperoleh informasi mengenai kesiapan masyarakat dalam menghadapi era TV Digital 2018.

A. Jenis Penelitian

Menurut Isaac dan Michael (Rakhmat, 1991:24) metode deskriptif adalah sebuah metode penelitian yang memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

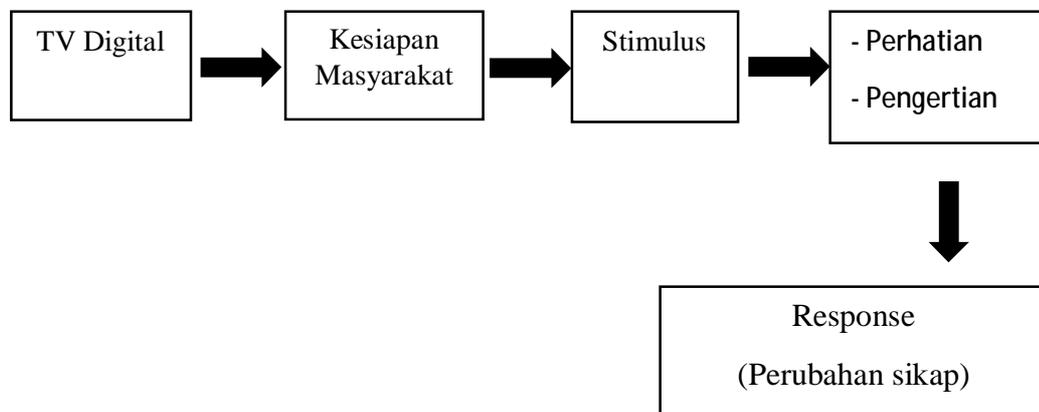
Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, adalah teknik deskriptif yang menggambarkan kenyataan/kejadian apa adanya yang sesuai dengan hasil sebenarnya dan cenderung menggunakan analisis dengan

pendekatan induktif yaitu dengan cara menggunakan cara berfikir yang dimulai dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep) seperti yang diungkapkan oleh (Kriyantono, 2009:194).

B. Kerangka Konsep Dasar

Menurut Nawawi (1999 : 43) mengatakan bahwa kerangka konsep disusun sebagai perkiraan teoritis dari hasil yang akan dicapai setelah dianalisis secara kritis berdasarkan persepsi dan landasan teori yang telah dimiliki. Setelah teori diuraikan dalam kerangka teori, maka selanjutnya adalah merumuskan kerangka konsep sebagai hasil penelitian yang akan dicapai.

GAMBAR 3.1
Kerangka Konsep



C. Defenisi Konsep

- a) TV Digital : TV digital terrestrial merupakan penyiaran televisi terrestrial yang menggunakan format digital (Terrestrial adalah penggunaan frekuensi radio di permukaan bumi) dengan kelebihanannya yang mampu memancarkan

sinyal gambar dan suara dengan kualitas penerimaan yang lebih tajam serta jernih dilayar TV dibandingkan siaran Analog.

- b) Kesiapan : ke-siap-an, sudah disediakan (tinggal memakai) atau menggunakan saja. Ke-an menggambarkan kata adjektif atau sifat.
- c) Masyarakat : sekelompok individu yang memiliki hubungan, kepentingan bersama, dan budaya. (Syam, Nina W. 2012 : 2)
- d) Sosialisasi : upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat; pemasyarakatan.
- e) Stimulus : adalah pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin ditolak atau mungkin diterima.
- f) Perhatian : per.ha.ti.ann[n] hal memperhatikan, apa yang diperhatikan, minat.
- g) Pengertian : gambaran atau pengetahuan tentang sesuatu di dalam pikiran; pemahaman.
- h) Penerimaan : menyambut; mengambil (mendapat, menampung, dan sebagainya) sesuatu yang diberikan, dikirimkan, dan sebagainya.
(<http://kbbi.web.id/>)
- i) Response : kesan yang timbul pada pikiran penonton, pendengar, pembaca, dan sebagainya (sesudah mendengar atau melihat sesuatu).

D. Kategorisasi

Berdasarkan penjelasan di atas, lebih lanjut agar teori tersebut jelas penggunaannya maka diterjemahkan kedalam kategorisasi sebagai berikut:

Kategori	Kelebihan	Kekurangan	Hambatan penggunaan
TV Digital	<ul style="list-style-type: none"> - kualitas gambar dan suara yang jernih. - bertambahnya jumlah saluran program siaran. - munculnya aplikasi penyiaran baru, multimedia dan layanan entertain lainnya. 	<ul style="list-style-type: none"> - TV analog tidak bisa menerima sinyal digital, harus menggunakan set top box. 	<ul style="list-style-type: none"> - set top box dibutuhkan untuk membaca sinyal digital. Tanpa set top box, gambar dan suara tidak akan muncul di TV.

TABEL 3.1 Kategorisasi

E. Informan Dan Narasumber

Subyek penelitian menurut Arikunto (1996 : 74) memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian

melekat, dan yang dipermasalahkan. Dalam sebuah penelitian, penelitian itulah data tentang variabel yang akan diamati peneliti.

Jadi dapat disimpulkan bahwa subjek penelitian itu adalah individu yang dijadikan sumber informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian.

Penelitian ini mengkhususkan pada beberapa karakteristik informan/narasumbernya, yakni yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah :

- a. Warga Tanjung gading, Kabupaten Batubara, Komplek Perumahan PT.INALUM (persero), Jln. Sawo, block S-43

F. Teknik Pengumpulan Data

Wawancara Mendalam atau *In-depth Interview*.

Proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Sutopo 2006: 72). Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak, yang diajak wawancara dimintai pendapat atau ide idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yg dikemukakan informan. (Prof. Dr. Sugiyono. 2014: 233)

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, diperoleh dari berbagai sumber. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Data yang diperoleh umumnya adalah data kualitatif (walaupun tidak menolak data kuantitatif), sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada pola yang jelas. (Prof. Dr. Sugiyono. 2014: 243)

Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Bila berdasarkan data yang dapat dikumpulkan secara berulang ulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori. (Prof. Dr. Sugiyono. 2014: 245)

H. Lokasi Dan Waktu Penelitian

- Penelitian dilakukan di Tanjung Gading Kabupaten Batubara, Komplek perumahan PT.INALUM (Persero) Jln. Sawo block S-43
- Penelitian dilakukan sejak Desember 2016 s/d selesai.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Komplek Perumahan PT. INALUM (persero), block S-43 kabupaten Batubara. Sebelum penulis melakukan penelitian, penulis memberikan konfirmasi surat izin riset terlebih dahulu tepat pada hari Kamis tanggal 09 Maret 2017 kepada Ketua Block dan memohon agar diberikan kesempatan untuk melakukan wawancara terhadap warganya. Setelah memberikan surat izin riset kepada pihak yang bersangkutan, dihari yang sama pimpinan tertinggi di Block tersebut langsung menerima surat dan memberikan izin untuk melakukan riset kepada penulis. Selanjutnya pimpinan tersebut mengajak penulis untuk menemui langsung dan menanyakan kepada warganya yang bersedia dijadikan narasumber dalam penelitian ini.

Dalam melakukan penelitian, proses wawancara dilakukan selama 2 hari dimulai dari tanggal 10 sampai dengan 11 Maret 2017. Sebelum proses wawancara berlangsung penulis telah mendapatkan narasumber atau informan yang bersedia untuk memberikan informasi mengenai penelitian yang sedang penulis jalani. Adapun profil narasumber atau informan yang sesuai dengan kriteria penelitian dapat dilihat dari table data berikut:

No.	Nama	Alamat	Status	Pengguna TV
1	Heri Agus	S-43-18	Kepala Rumah Tangga	Analog
2	Khairuman N.	S-43-12	Kepala Rumah Tangga	Analog
3	Ny. Mawardi	S-43-15	Ibu Rumah Tangga	Digital Kabel
4	Ny. Dedi Irawan	S-43-02	Ibu Rumah Tangga	Analog
5	Ny. Mursidi	S-43-10	Ibu Rumah Tangga	Analog

TABEL 4.1 Identitas Narasumber/ Informan

Sosialisasi sangatlah penting dilakukan, karena manusia adalah makhluk sosial, makhluk yang tidak dapat hidup sendirian. Sosialisai juga berguna untuk mengembangkan potensi masyarakat. Pemerintah harus memberikan sebuah informasi kepada masyarakat secara jelas dan terperinci. Karna sebuah program yang baru dijalankan dapat dikatakan sukses ketika seluruh masyarakat dapat menerima dan menerapkan sebuah konsep yang diberikan pemerintah. Dilapangan penulis dapat melihat dan mendengarkan secara langsung keluhan kesah yang ada dimasyarakat, program baru ini juga menuai berbagai kritikan dan masukan dari berbagai kalangan.

Pemerintah melalui kementrian komunikasi dan informatika telah menerbitkan peraturan menteri No. 5 tahun 2016 tentang uji coba teknologi komunikasi, informatika dan penyiaran. Uji coba siaran TV Digital dilaksanakan oleh kenetrian Kominfo dengan melinatkan para pemangku kepentingan yaitu KPI, LPP TVRI, penyedia konten dan industri perangkat. Hal ini dilakukan selama 6 (enam) bulan dan dapat diperpanjang, ada sebanyak 20 lokasi yang

dijadikan tempat uji coba. Tujuan uji coba ini pada dasarnya adalah untuk mengetahui kesiapan dari aspek teknis maupun non teknis.

Dalam penelitian ini penulis juga mencari berbagai persepsi yang ada di masyarakat sebagai pengguna televisi, khususnya pengguna televisi Analog dan Digital. Namun sebelumnya penulis mencari informasi sejauh mana masyarakat Tanjung Gading mengetahui tentang Tv Analog dan Tv Digital. Dari kelima narasumber/ informan penulis menemukan hasil bahwa masyarakat banyak yang tidak mengetahui tentang Tv Analaoq dan Tv Digital, dengan alasan yang berbeda beda.

Misalnya pada Heri Agus, narasumber pertama yang diwawancarai menyatakan, bahwasannya belum pernah mendengar Tv Digital yang dicanangkan oleh Pemerintah. Dalam wawancara bersama penulis, narasumber ini menjelaskan ketidaktahuannya karena narasumber belum pernah mendapatkan informasi tersebut dari pihak manapun. Sehingga narasumber ini sama sekali tidak mengetahui tentang TV Analog dan digital yang akan dilaksanakan pada 2018.

Begitu juga dengan narasumber lainnya seperti misalnya Khairuman Nawar. Narasumber yang kedua ini juga menyatakan ketidaktahuannya tentang informasi TV Analog dan TV Digital, dengan alasan yang sama seperti Heri Agus. Selama ini yang khairuman nawar tahu TV Analog adalah TV dengan menggunakan antenna dan bosster, sedangkan TV Digital adalah yang menggunakan kabel atau berbayar.

Hasil wawancara yang selanjutnya ditemukan penulis, tidak jauh dengan hasil wawancara yang telah penulis lakukan sebelumnya. Ny. Mawardi menyatakan bawasannya TV Analog dan TV Digital adalah TV yang digunakan dengan cara pemasangan yang berbeda. Adapun rancangan TV Digital ditahun 2018 narasumber menjelaskan sama sekali tidak mengetahui informasi mengenai TV Analog dan TV Digital. Walaupun narasumber telah menggunakan TV Digital kabel atau berbayar, Namun narasumber belum juga mengetahui perbedaan diantara kedua hal tersebut. Penulis juga mendengarkan secara langsung dari narasumber yang ketiga ini, bawasannya TV Analog dan TV Digital tak jauh berbeda cara penggunaannya, hanya saja TV yang menggunakan Antena bisa di pergunakan secara gratis dan pada TV kabel pengguna harus membayar iuran setiap bulannya.

Masih sama dengan ketiga narasumber sebelumnya, pada narasumber keempat ini juga memiliki jawaban yang sedemikian rupa. Ny.Dedi Irawan juga tidak mengetahui perbedaan antara TV Digital dan TV Analog, yang narasumber ketahui adalah pada cara penggunaannya. Misalnya pada TV yang biasa digunakan diakses secara gratis dan tidak memerlukan alat yang terlalu mencolok seperti dengan TV berbayar yang harus menggunakan parabola dan receivernya.

Mursidi adalah Narasumber kelima yang penulis temukan dilapangan. Masih sama dengan keempat Narasumber lainnya, Narasumber juga tidak mengetahui sama sekali mengenai TV digital dan TV analog. Disini penulis dapat

melihat bahwasannya kurangnya sosialisasi oleh pemerintah mengenai hal tersebut. Bisa kita bayangkan pula di masyarakat luas, juga masih banyak yang belum mengetahui apa itu TV digital dan TV analog, Hanya beberapa orang saja yang mengetahui secara persis apa itu TV Analog dan TV Digital.

Selain tidak mengetahui tentang Tv Analog dan Tv Digital narasumber juga masih banyak yang belum mengetahui peraturan pemerintah mengenai analog Switch Off (ASO) di 2018. Seperti halnya dengan Heri Agus sebagai narasumber yang pertama juga masih belum pernah mengetahui dan mendengar tentang peraturan pemerintah mengenai hal tersebut. menurut narasumber kurangnya sosialisasi dari pemerintah yang menyebabkan ketidak tahuan masyarakat luas.

Tidak jauh berbeda dengan Heri Agus narasumber yang kedua yaitu Khairuman Nawar juga mengeluhkan hal yang serupa. Narasumber tidak pernah mengetahui dan belum pernah mendengar tentang peraturan pemerintah yang akan menonaktifkan jaringan analog pada 2018. Narasumber hanya pernah melihat iklan penjualan salah satu produk Set Top Box.

Narasumber yang ketiga yaitu Ny. Mawardi juga belum pernah mendengar perutaran yang dibuat oleh pemerintah, narasumber juga tidak mengetahui rencana pemerintah mengenai program yang akan menonaktifkan TV berbasis Analog.

Tak jauh berbeda dengan narasumber yang lainnya, Ny. Dedi Irawan dan mursidi juga sama sekali tidak pernah melihat dan mendengar rencana dari pemerintah yang akan meng-nonaktifkan jaringan TV Analog dan akan beralih ke TV digital di tahun 2018 tersebut.

Penulis juga menerima data dari berbagai narasumber yang menjelaskan hambatan dan kendala yang ditemukan oleh narasumber saat menggunakan TV Analoga. Penulis dapat menyimpulkan bahwasannya faktor cuaca yang menjadi kendala utama yang dihadapi seluruh pengguna TV analog yang penulis wawancarai. misalnya pada narasumber pertama yaitu Heri Agus, narasumber mengeluhkan tidak dapat menggunakan TV Saat cuaca ekstrim. Di saat cuaca sedang buruk narasumber harus menonaktifkan pesawat televisinya, karena narasumber takut ketika televisi menyala petir dapat menyambar tiang pemancar antena yang narasumber miliki.

Pada saat cuaca buruk yang dialami narasumber seperti angin kencang dan hujan petir, narasumber yang kedua juga mengeluhkan tidak dapat menggunakan pesawat televisi mereka. Khairuman Nawar juga menjelaskan pasca cuaca buruk menerpa lokasi penelitian pesawat televisi mengalami berbagai gangguan seperti misalnya gambar yang kabur, munculnya bintik-bintik hitam dan suara yang buruk disertai distorsi pada audio.

Tak jauh dengan halnya narasumber yang pertama dan kedua, narasumber ketiga juga mengatakan factor cuaca yang menjadikan kendala utama, selain itu

Ny. Mawardi juga mengatakan kurang terangnya gambar dan suara pada pesawat televisi narasumber menjadi kendala dan hambatan yang narasumber temukan selama menggunakan TV Analog. Selain itu ketidak tahanan perangkat yang narasumber gunakan juga membuat kekecewaan pada pengguna TV Analog, misalnya antenna yang sering rusak ketika diterpa cuaca buruk dan harus menggunakan tiang yang tinggi saat memasang perangkat TV analog. Maka dari itu, pada saat ini narasumber menggunakan TV Digital prabayar milik swasta.

Ny. Dedi Irawan juga mengeluhkan hal yang sama seperti dengan narasumber yang sebelumnya yang penulis temukan dilapangan. Factor cuaca masih menjadi kendala utama yang dihadapi narasumber selama menggunakan TV Analog. Narasumber juga menjelaskan saat terjadi hujan sering terjadi gangguan pada beberapa siaran televisi yang dimiliki narasumber.

Sama seperti dengan Heri Agus, Khairuman Nawar, Ny. Mawardi, Ny. Dedi Irawan penulis juga kembali menemukan bahwasannya kendala yang paling utama adalah factor cuaca. Walaupun belum pernah menemukan kendala yang begitu berarti, Mursidi juga mengatakan selama menggunakan TV analog narasumber mengalami gangguan pada pesawat televisi hanya saat hujan badai dan angin kencang.

Pada topic penelitian yang keempat penulis menanyakan langkah yang akan dilakukan oleh narasumber setelah mengetahui perbedaan yang ada pada TV analog dan TV digital. Heri Agus sebagai narasumber yang pertama mengatakan

seharusnya ada sosialisasi dari pemerintah yang jelas mengenai analog switch off di 2018, jadi kami sebagai masyarakat dapat mengetahui dan bisa menerima program dari pemerintah dengan baik tanpa menuai aksi penolakan. Narasumber menyatakan siap beralih ke TV digital dari TV Analog, karena perbedaan yang mencolok pada TV digital sangat berbeda dengan TV analog. Menurut narasumber, sebagai masyarakat yang baik harus bisa membantu dan menjalankan program dari pemerintah.

Khairuman Nawar sebagai narasumber yang kedua sangat mendukung program dari pemerintah, menurut narasumber program ini sangatlah bagus, Tinggal hanya hal baru ini juga harus mengeluarkan biaya yang cukup lumayan besar. Narasumber juga memberikan usulan kepada pemerintah agar dapat memberikan alat penerima sinyal digital secara gratis kepada masyarakat kalangan bawah, agar semua masyarakat di Indonesia dapat menikmati siaran TV Digital. Narasumber sangat mendukung program dari pemerintah ini dan mau beralih ke TV Digital, apalagi telah mengetahui perbedaan antara TV Analog dan TV digital.

Narasumber penulis yang ketiga ini juga mau dan sangat ingin merasakan program pemerintah yang akan mengalihkan siaran ke TV Digital. Ny. Mawardi juga mau beralih ke TV Digital free to air, karena narasumber tidak harus mengeluarkan biaya lagi untuk menikmati siaran yang ada di pesawat televisi. Karena selama ini narasumber harus mengeluarkan biaya lebih setiap bulannya untuk menikmati setiap program acara.

Sementara itu penulis pernah berbincang langsung dengan perwakilan dari lembaga Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Medan, bahwasannya pihak mereka telah memiliki dan menyiapkan sekitar 24 perizinan untuk setiap penyelenggara yang akan mengurus peralihan izin ke siaran Digital. Bisa kita bayangkan dimasa mendatang kita dapat menikmati program siaran yang lebih dibandingkan yang kita nikmati saat ini yang dibatasi oleh frekuensi jaringan yang ada di daerah Sumatera utara.

Narasumber yang keempat ini juga sangat menginginkan jumlah siaran yang lebih channel televisi di era TV Digital mendatang. Setelah mengetahui perbedaan jumlah channel yang jauh lebih banyak dari TV Analog, Ny. Dedi Irawan sangat tertarik untuk segera beralih ke TV Digital dan sangat menginginkan beberapa channel khusus untuk siaran program anak.

Seperti narasumber lainnya pada topic keempat ini maka tidak jauh dengan Mursidi sebagai narasumber kelima, sangat ingin beralih ke TV Digital dan segera meninggalkan TV Analog karena telah mengetahui perbedaan yang sangat jauh dari perbedaan kedua macam system ini.

Pada topic kelima ini adalah topic yang terakhir dari penelitian ini, topic ini tidak jauh berbeda dengan topic keempat sebelumnya hanya menjelaskan lebih pasti tentang kesiapan dari masyarakat atau narasumber mengenai peraturan pemerintah mengenai analog switch off dan beralih ke TV Digital. Seperti halnya dengan Hari Agus yang menyatakan bahwasannya dirinya siap mendukung

sepenuhnya program yang dicanangkan oleh pemerintah mengenai Analog Switch Off di tahun 2018. Karena dengan di canangkannya program tersebut pemerintah, secara tidak langsung memaksa masyarakat dengan halus untuk mengikuti hal tersebut.

Narasumber yang kedua yaitu Khairuman Nawar menyatakan kesiapannya menghadapi era TV digital di tahun 2018, namun narasumber tetap meminta kepada pemerintah untuk melakukan sosialisasi lagi kepada masyarakat.

Ny. Mawardi selaku narasumber ketiga juga menyatakan kesiapan dirinya menyambut era Digital di Indonesia, jika itu menjadi sebuah kebutuhan di masyarakat mau tidak mau kami sebagai masyarakat harus menghadapi dan menjalani program tersebut. Karena kalo tidak kita ikuti maka kita tidak akan dapat menikmati siaran di pesawat televisi.

Narasumber penulis berikutnya adalah Ny. Dedi Irawan Juga menyatakan kesiapannya untuk beralih ke TV digital. Narasumber juga menyatakan kemampuannya untuk membeli alat tambahan seperti set top box, namun narasumber juga berharap besar kepada pemerintah untuk dapat menurunkan harga set top box yang ada dipasaran, agar rakyat kecil bisa menikmati siaran TV Digital dan berharap alat tersebut bisa di bagi secara gratis serta menyeluruh ke semua umat masyarakat yang ada di Indonesia.

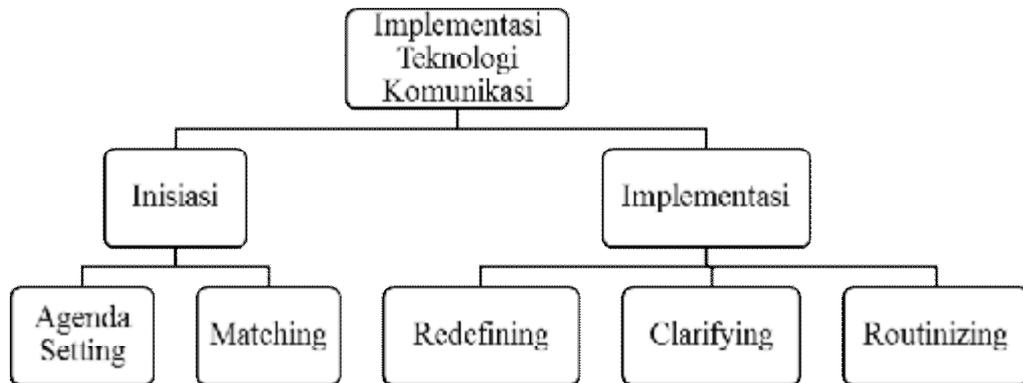
Berbeda dengan narasumber pendahulunya, narasumber kali ini merupakan narasumber yang terakhir di penelitian serta penutup di topic yang

kelima ini, Mursidi menyatakan ketidak siapannya. Narasumber ini menolak sepenuhnya program dari pemerintah ini, karena narasumber merasa belum mengetahui sama sekali tentang program tersebut. Narasumber juga meminta kepada pemerintah untuk melakukan sosialisasi yang lebih kepada masyarakat dan meminta agar alat penerima sinyal digital atau set top box dapat diberikan subsidi kepada masyarakat luas.

Setelah melakukan wawancara dengan kelima narasumber tersebut, penulis menganggap wawancara dalam penelitian ini sudah mampu memberikan hasil penelitian yang diinginkan. Untuk itu wawancara tidak dilakukan kembali karena dengan hasil wawancara tersebut, penulis telah menemukan hasil penelitian.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan pengamatan dan wawancara di lokasi penelitian bersama lima narasumber atau informan yang ada di lingkungan masyarakat Tanjung Gading kabupaten Batubara sebagai pengguna pesawat televisi yang hampir keseluruhan merupakan pengguna televisi berbasis analog, maka penulis akan memberikan pembahasan dari hasil penelitian sebagai berikut ini. Untuk membantu membahas hasil penelitian penulis akan menggunakan kerangka pembahasan sesuai yang penulis dapatkan dari hasil penelitian.



Dalam mencari informasi tentang kesiapan masyarakat di Tanjung Gading Kabupaten Batubara dalam menghadapi era TV Digital tahun 2018, Penulis mengumpulkan informasi dengan menggunakan proses teknologi komunikasi.

Adapun proses teknologi komunikasi dimulai dari tahap Inisiasi, yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi tentang teknologi komunikasi, memahami dengan seksama dan merencanakan untuk membuat pengadopsian. Dalam proses inisiasi terbagi atas dua tahap yaitu:

1. Agenda Setting

Dalam implementasi teknologi komunikasi agenda setting memiliki makna yaitu munculnya ide untuk mengadopsi teknologi komunikasi. Menurut penulis dalam agenda setting ini KOMINFO selaku pemerintah yang memiliki rancangan

program migrasi dari siaran tv analog ke tv digital sangatlah memiliki peran penting dalam hal ini, Dimana masyarakat harus mengikuti rancangan yang dibuat oleh pemerintah ini.

Secara bertahap setiap lokasi akan bersiaran TV digital. Tahun 2012 ini diawali di Jawa dan Kepulauan Riau. Proses bertahap sangat penting untuk menyeimbangkan peredaran set-top-box dan besarnya investasi lembaga penyiaran. Pertimbangan Kep. Riau didahulukan karena dalam beberapa tahun terakhir penggunaan frekuensi radio penyiaran di lokasi ini menyebabkan interferensi dan perselisihan dengan Malaysia dan Singapura. Migrasi ke digital akan menyelesaikan perselisihan ini.

Pemerintah Indonesia dan seluruh dunia telah dihimbau oleh International Telecommunication Union (ITU) menetapkan tanggal 17 juni 2015 merupakan batas waktu untuk migrasi penyiaran analog ke digital. Ketika dunia bersama-sama beralih ke digital, maka teknologi analog akan menjadi usang dan mahal pengoperasiannya. Penggunaan frekuensi penyiaran analog pun tidak akan mendapatkan proteksi internasional, digitalisasi juga berdampak pada efisiensi pita frekuensi radio sebagai sumber daya terbatas.

2. Matching

Matching ini adalah kecocokan teknologi komunikasi dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat untuk mengadopsi, implementasi teknologi komunikasi memaksa individu untuk melakukan suatu adaptasi agar dapat

melewati prosesnya dengan baik. Indonesia sebagai Negara terluas ke tiga di dunia serta Negara kepulauan dinilai sangatlah membutuhkan digitalisasi.

Dengan teknologi digital terkini (DVB-T2), masyarakat akan menikmati kualitas penerimaan gambar dan suara yang menakjubkan jauh dibandingkan dengan siaran analog. Bertambahnya jumlah saluran program siaran, munculnya aplikasi penyiaran baru, multimedia dan layanan entertain lainnya. Lembaga penyiaran akan mendapatkan keuntungan rendahnya biaya operasi dan kecanggihan teknologi. Peluang pengembangan konten lokal menjadi sangat terbuka.

Pemerintah telah merencanakan proses simulcast, yaitu periode dimana siaran analog dan digital akan disiarkan bersamaan sejak 2012, mengingat Indonesia yang sangat luas waktu mulai dan berakhirnya periode ini akan berbeda-beda setiap lokasinya. Program ini direncanakan akan berakhir tahun 2018 dan sekaligus menonaktifkan siaran analog.

Sejak 2012 hingga waktu dimana penulis melakukan penelitian, itu merupakan jangka waktu yang cukup lama untuk melakukan sosialisasi di kalangan masyarakat. Namun narasumber yang penulis teliti semuanya tidak pernah mendengar sosialisai mengenai migrasi dari analog ke digital oleh pemerintah.

Dari kelima narasumber hanya satu yang pernah melihat layanan iklan masyarakat yang dibuat oleh lembaga penyiaran milik negeri TVRI yang bekerja sama dengan KOMINFO tentang ajakan beralih ke siaran digital, namun

narasumber menganggap bahwasannya iklan itu adalah merupakan penjualan sebuah produk Set Top Box.

Tahap kedua yaitu tahap implementasi, Tahapan implementasi terbagi atas tiga bagian, yaitu:

1. Redefining

Yaitu mengatur, menyusun dan memodifikasi struktur lembaga atau mentalitas dan kebiasaan individu untuk keperluan teknologi komunikasi . Roadmap infrastruktur TV digital disusun sebagai peta jalan bagi implementasi migrasi dari sistem penyiaran televisi analog ke digital di Indonesia. Peta jalan ini dimulai sejak awal tahun 2009 sampai dengan akhir tahun 2018. Rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan dalam rangka migrasi siaran analog ke digital diantaranya: *soft launching* uji coba siaran TV digital di wilayah Jabodetabek oleh Wakil Presiden Jusuf Kalla pada tanggal 13 Agustus 2008 di TVRI. Kemudian secara resmi Presiden Susilo Bambang Yudhoyono melakukan *Grand Launching* uji coba siaran TV digital pada tanggal 20 Mei 2009 bertepatan dengan Hari Kebangkitan Nasional yang pelaksanaannya dipusatkan di Studio SCTV Jakarta.

Kegiatan uji coba ini merupakan hasil kerjasama antara pemerintah dengan Konsorsium TV Digital Indonesia (KTDI) yang anggotanya terdiri dari TV swasta nasional yang ada di Indonesia. Kemudian pada tanggal 3 Agustus 2009, Menteri Koinfo Muhammad Nuh, meresmikan uji coba lapangan siaran digital untuk penerimaan TV bergerak (*Mobile TV*) yang dilakukan oleh Konsorsium Tren Mobile TV dan Konsorsium Telkom – Telkomsel – Indonusa. Pada awal tahun

2010, Menteri Komunikasi dan Informatika, Tifatul Sembiring meresmikan uji coba lapangan penyiaran TV digital untuk wilayah Bandung dan sekitarnya. Pada kegiatan yang dilaksanakan di Sasana Budaya Ganesha tersebut, sebanyak kurang lebih 1000 set top box diberikan kepada masyarakat Bandung sebagai bentuk sosialisasi dan dukungan pemerintah dalam mensukseskan migrasi dari penyiaran TV analog ke TV digital.

Sebagai dukungan regulasi terhadap implementasi penyiaran TV digital, pada tahun 2009 pemerintah menetapkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 39 tahun 2009 tentang Kerangka Dasar Penyelenggaraan Penyiaran TV Digital Terrestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*free- to-air*). Peraturan ini merupakan kerangka dasar atau kerangka pemikiran awal bagaimana melaksanakan implementasi penyiaran TV digital. Pada bulan November 2011, pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 22 tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital Terrestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*free- to-air*) sebagai pengganti Permen Kominfo No. 39/2009. Peraturan ini mengatur tentang model bisnis penyelenggaraan penyiaran TV digital, zona layanan penyiaran multipleksing, TKDN set top box dan pelaksanaan penyiaran TV digital.

Kegiatan-kegiatan dalam roadmap yang telah dan akan dilaksanakan antara tahun 2012-2018 diantaranya: pelaksanaan seleksi penyelenggaraan penyiaran multipleksing (Juni-Juli 2012), penetapan regulasi perizinan TV digital, penggelaran jaringan infrastruktur multipleksing TV digital di setiap zona layanan, pelaksanaan periode *simulcast* (masa dimana layanan siaran TV analog

dan digital dilakukan secara bersamaan) dan *analog switch-off* (mematikan siaran analog dan menggantikannya dengan siaran digital).

Pemerintah memiliki target capaian penetrasi siaran TV digital terhadap populasi sebanyak 35% pada tahun 2014 sebagaimana tertuang dalam RPJMN 2010-2014. Sementara itu, *analog switch-off* direncanakan akan dilakukan secara bertahap diawali dari wilayah yang telah *tercover* layanan siaran TV digital dan secara nasional *analog switch-off* akan dilakukan pada awal tahun 2018.

(https://tvdigital.kominfo.go.id/?page_id=17)

Dalam rancangan infrastruktur siaran digital di Sumatera Utara telah masuk sejak 2013. Namun hal ini juga tidak menjadikan masyarakat sepenuhnya ingin beralih ke siaran digital, kurangnya informasi yang ada di masyarakat serta tidak ingin mengetahui sebuah informasi masih menjadi kendala yang terjadi di masyarakat tempat dimana penulis melakukan penelitian,.

2. Clarifying

yaitu meyakinkan pada anggota baru atau individu tentang seluk beluk teknologi komunikasi yang dimaksud. Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) dalam websitenya menjelaskan secara detail mengenai siaran digital. Baik itu dari segi informasi, pengetahuan dan perkembangan siaran tv digital free to air ini.

Keuntungan penyiaran digital ini tidak hanya dirasakan oleh konsumen saja, namun lembaga penyiaran, industri kreatif, industri perangkat dan pemerintah. Masyarakat akan menerima kualitas gambar dan suaranya yang jauh lebih jernih dibandingkan siaran analog serta pilihan program siaran yang lebih banyak dibandingkan analog.

Efisiensi infrastruktur dan biaya operasional serta mendukung teknologi ramah lingkungan juga dirasakan oleh lembaga penyiaran. Tidak hanya itu industry kreatif juga akan semakin mendapatkan peluang yang cukup besar untuk menumbuhkan konten local dan nasional. Kesempatan industri nasional untuk memproduksi set top box juga sangat besar, efisiensi spectrum frekuensi radio serta peningkatan pertumbuhan ekonomi dari broadband.

3. Rountinizing

Yaitu teknologi komunikasi sudah diketahui secara jelas dan sudah menjadi bagian dari infrastruktur dari organisasi ataupun sebagai pelengkap kehidupan sehari-hari. Televisi pada saat ini sudah dianggap begitu penting bagi hampir seluruh lapisan masyarakat di Indonesia, banyak masyarakat yang tak dapat dilepaskan dengan suatu alat ini. Ratusan informasi didapatkan masyarakat setiap harinya ketika menonton pesawat televisi, baik dari gaya hidup, berita, infotainment, dan masih banyak lagi yang menarik lainnya dari saluran siaran televisi.

Kini tidak hanya menggunakan pesawat televisi untuk melihat sebuah program siaran yang sedang berlangsung, di era modern semakin mudah untuk mendapatkan siaran televisi kapan pun dan dimanapun sudah sangat mudah untuk menonton siaran televisi. Dari perangkat mobile saat ini sudah dapat menikmati itu seperti gadget, perangkat komputer, laptop dan sebagainya dengan menyambungkan internet sebagai alat penyalur data.

Setiap narasumber yang peneliti wawancarai mereka sangat menginginkan program yang dicanangkan oleh pemerintah ini, hanya satu narasumber yang menolak ajakan ini yang disebabkan tidak adanya sosialisasi yang ia dapatkan secara langsung dari berbagai lembaga terkait.

Namun semua narasumber siap dari segi kemampuan untuk membeli perangkat tambahan seperti set top box., mereka akan sangat ingin membantu setiap program yang dicanangkan oleh pemerintah. Namun masyarakat menyesal karena kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah sendiri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari uraian diatas dengan judul “KESIAPAN MASYARAKAT DALAM MENGHADAPI ERA TV DIGITAL TAHUN 2018, antara lain sebagai berikut :

- 1 TV Digital (DTV) adalah televisi yang menggunakan modulasi digital dan sistem kompresi untuk menyiarkan sinyal gambar, suara dan data ke pesawat televisi. Sedangkan TV Analog adalah TV yang mengkodekan informasi gambar dengan memvariasikan voltase atau frekuensi dari sinyal. Progam *Analog Switch Off (ASO)* adalah program dari Pemerintah yang dilakukan secara bertahap sesuai rencana penyelenggaraan periode *simulcast*. Periode *simulcast* adalah penayangan siaran televisi bersamaan antara siaran televisi analog dan siaran televisi digital dengan tujuan migrasi siaran hingga *Analog Switch off (ASO)*. Periode ini sudah dimulai sejak tahun 2012 dan berakhir tahun 2018. Mulai tahun 2018, siaran analog akan dimatikan (analog switch-off), Tanpa harus membeli pesawat TV baru, masyarakat dapat menikmati konten siaran format Digital dengan cara menambahkan perangkat converter yang disebut *Set Top Box (STB)*

pada pesawat TV lama, Set top box adalah alat bantu penerima siaran digital yang berfungsi mengkonversi dan mengkompresi

- 2 Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat belum tahu dan memahami apa itu program *Analog Switch Off (ASO)* meskipun program tersebut sudah mulai berjalan sejak tahun 2012. Masyarakat tidak pernah mendengar sosialisasi atau iklan terkait dengan program Pemerintah tersebut. Masyarakat hanya mengetahui seputar TV Digital dengan tarif berbayar tiap bulannya. Menurut Masyarakat, Pemerintah tidak pernah dan belum memberitakan apa-apa seputar *Analog Switch Off (ASO)*. Yang pernah dilihat masyarakat hanya seputar iklan *Set Top Box (STB)* pada pesawat TV lama. Set top box adalah alat bantu penerima siaran digital yang berfungsi mengkonversi dan mengkompresi sinyal digital sehingga dapat diterima pada pesawat TV analog dan biayanya masih relative mahal. Menurut narasumber, ketika diberitahu dan dijelaskan mengenai program tersebut mereka setuju dan akan mengikuti program Pemerintah asal harus adanya sosialisasi terlebih dahulu agar seluruh masyarakat paham akan program tersebut dan tidak adanya aksi penolakan.

B. Saran

Adapun saran dan kritikan dari penulis adalah untuk membangun dan memberikan solusi positif kepada pihak-pihak terkait sekaligus demi kelengkapan skripsi yang penulis kerjakan, antara lain sebagai berikut :

- 1 Agar Pemerintah memberikan informasi secara berkala melalui media kepada masyarakat tentang program Pemerintah *Analog Switch Off (ASO)* sampai masyarakat paham dan bisa dimengerti.
- 2 Ketika program sudah berjalan, masyarakat harus membeli *Set Top Box (STB)*, agar kiranya Pemerintah menurunkan harga *Set Top Box* dipasaran, agar semua kalangan dapat membelinya.
- 3 Agar Pemerintah dapat memberikan signal digital secara gratis kepada masyarakat kalangan bawah, agar semua masyarakat di Indonesia dapat menikmati siaran TV Digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Komala Karlinah. 2007 : Komunikasi Massa. PT. Simbiosis Rekatama Media, Jatinagor.
- Bungin, Burhan, 2001 : Metode Penelitian Sosial. Erlangga University Press, Yogyakarta.
- Cangara, Hafied. 2004 : Pengantar Ilmu Komunikasi. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Daryanto, 2010 : *Ilmu Komunikasi*. PT. SARANA TUTORIAL NURANI SEJAHTERA, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. PT. CITRA ADITYA BAKTI, Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. PT. REMAJA ROSDAKARYA, Bandung.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. KENCANA, Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. REMAJA ROSDAKARYA, Bandung.
- Rackmat, Jalaludin, 2009 : Metode Penelitian Komunikasi. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. ALFABETA, Bandung.
- Syam, Nina W. 2012. *Sosiologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. PT REMAJA ROSDAKARYA, Bandung.
- Arikunto, Suharsini. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. RHINEKA CIPTA, Jakarta.
- Sumber-sumber lain (internet) :
- <https://www.youtube.com/watch?v=Czn9H1KYdIA> Diakses pada 1 Desember
- <https://tvdigital.kominfo.go.id/> Diakses pada 13:03 14/12/2016
- <http://kbbi.web.id/iklan> Diakses pada 11:14 21/12/2016

https://tvdigital.kominfo.go.id/?page_id=17 diakses pada 13:06 6/4/2017

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/30598/Chapter%20II.pdf;jsessionid=D2A0DFEC2EFE3CD5E25134DE8CAD0985?sequence=3>
diakses pada 16.16 tanggal 08-04-2017