

## **DAMPAK KEBIJAKAN ANALOGUE SWITCH-OFF (ASO) TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL, EKONOMI DAN TATA MEDIA PENYIARAN DI INDONESIA**

**Haris H Witharja<sup>1</sup>, Neka Fitriyah<sup>2</sup>, Ail Muldi<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> *Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Banten, Indonesia*

e-mail: haris.witharja@gmail.com

---

### **Abstrak**

*Analogue switch-off (ASO)* adalah proses pemutusan sinyal televisi analog sehingga transmisi digital benar-benar diadopsi. Pemerintah Indonesia menganggap digitalisasi penyiaran sebagai elemen penting transformasi digital. Sistem penyiaran Indonesia saat ini sedang berjuang untuk pindah ke ASO total seluruh negeri untuk meraup manfaat sosial dan ekonomi dari konversi digital. Melalui penelitian ini, peneliti mencoba mendeskripsikan dan melengkapi penelitian terkait penyiaran digital, khususnya urgensi digitalisasi siaran, mengingat dampaknya yang sangat besar. Peneliti mencoba mendeskripsikan dan melengkapi penelitian terkait penyiaran digital, mengingat dampaknya yang sangat besar. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif untuk memberikan gambaran yang mendetail tentang suatu fenomena tertentu teknik pengumpulan data dilakukan oleh peneliti dengan melakukan pengumpulan data melalui studi literatur. Studi pustaka dilakukan oleh peneliti dengan cara meninjau buku, jurnal dan peraturan yang berkaitan dengan masalah penelitian. Digitalisasi siaran televisi ini dapat mendorong inovasi yang lebih baik, penciptaan lapangan kerja, produktivitas, dan daya saing, mengalokasikan dividen digital ke komunikasi seluler akan mendorong adopsi internet dan memiliki dampak ekonomi besar yang menguntungkan.

**Kata kunci:** *analogue switch-off (ASO), penyiaran digital, analog, digital dividend*

### **THE IMPACT OF ANALOGUE SWITCH-OFF (ASO) POLICIES ON SOCIAL, ECONOMIC AND BROADCASTING MEDIA CHANGES IN INDONESIA**

#### **Abstract**

Analogue switch-off (ASO) is the process of breaking off an analogue television signal so that digital transmission is completely adopted. The Indonesian government considers broadcasting digitization an important element of digital transformation. The Indonesian broadcasting system is currently struggling to move to a total ASO across the country to reap the social and economic benefits of digital conversion. Through this research, researchers try to describe and complement research related to digital broadcasting, especially the urgency of digitizing broadcasts, given the huge impact. Researchers try to describe and complement research related to digital broadcasting, given the huge impact. This study uses descriptive research to provide a detailed description of a particular phenomenon. Data collection techniques were carried out by researchers by collecting data through literature studies. Literature study is carried out by researchers by reviewing books, journals and regulations related to research problems. This digitization of television broadcasting can drive better innovation, job creation, productivity and competitiveness, allocating the digital dividend to mobile communications will drive internet adoption and have a huge lucrative economic impact.

**Keywords:** *analogue switch-off (ASO), digital broadcasting, analogue, digital dividend.*

---

## PENDAHULUAN

Di seluruh dunia, dalam 10 tahun terakhir, penyiaran digital telah menggantikan teknologi analog, yang telah digunakan sejak penyiaran televisi pertama kali diperkenalkan ke dunia. Teknologi digital dianggap lebih maju dan efektif dalam menggunakan sumber daya alam (Briandana et al., 2020). Perdebatan mengenai digitalisasi siaran pertama kali diangkat pada tanggal 16 Juni 2000, pada pertemuan Konferensi Komunikasi Radio Regional (RRC-06) dalam Kesepakatan Rencana Jenewa Regional, yang disponsori oleh *International Telecommunications Union* (ITU). Pada 17 Juni 2015, periode *Analogue Switch-Off* (ASO) yang digunakan untuk transisi dari penyiaran analog ke digital resmi berakhir. Semua negara harus melakukan ASO pada tahun 2015 untuk memenuhi tujuan *Millennium Development Goals* (MDGs), sesuai dengan target ITU (Gultom, 2018).

Amerika Serikat pada tahun 2009, Jepang dan Kanada pada tahun 2011, Inggris Raya dan Irlandia pada tahun 2012, dan Australia pada tahun 2013 adalah beberapa negara yang secara efektif bermigrasi ke teknologi digital. Banyak negara di Asia Tenggara telah maju dalam peralihan dari transmisi analog ke digital (Prihartono, 2016). Singapura mempersiapkan transisi pada 2013 dan melaksanakan ASO di tahun 2019, Malaysia telah memulai persiapan pada 2014 dan melaksanakan ASO pada tahun 2019. Thailand beralih ke digital pada 2020. Vietnam dan Myanmar juga sudah melakukan ASO tahun 2019.

Di Indonesia, transisi ke penyiaran digital dimulai pada 2010. Pada 21 Desember 2010, di Sasana Ganesha Surabaya, Presiden RI Soesilo Bambang Yudhoyono dan Menteri Komunikasi dan Informatika Tifatul Sembiring, Gubernur DKI Fauzi Bowo, dan Direktur Utama TVRI Imas Sunarya meluncurkan pemancar televisi digital TVRI Jakarta. Sejak saat itu, TVRI memantapkan diri sebagai pemimpin di Indonesia dalam penggunaan teknologi

penyiaran digital. Namun, Kementerian Komunikasi dan Informatika membuat roadmap rencana transisi digital yang dijadwalkan berakhir pada 2018. Pasalnya, Konferensi Jenewa yang menyetujui ASO 2015 tidak memberikan landasan hukum bagi Indonesia untuk melakukan migrasi siaran digital (Purwanto et al., 2019). Menurut roadmap Kementerian Komunikasi dan Informatika, Indonesia seharusnya menerapkan ASO pada tahun 2018. Namun jadwal tersebut terus terlewati, karena berbagai hal. Hingga akhirnya lahir Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja yang pada Pasal 72 Angka 8 menambahkan sisipan untuk Pasal 60A Undang-Undang Nomor 32 tentang Penyiaran. UU Ciptakerja mengamanatkan secara jelas bahwa batas waktu siaran analog atau ASO harus dilakukakan pada tanggal 22 November 2022.

*Analogue switch-off* (ASO) adalah proses pemutusan sinyal televisi analog sehingga transmisi digital benar-benar diadopsi. Persiapan ASO merupakan tahapan penting dalam proses digitalisasi, menyusul beroperasinya televisi terestrial digital dan analog secara bersamaan dalam periode siaran serentak (ITU-R, 2011). Selama periode tersebut, pemirsa diharapkan untuk mengubah perangkat penerimaan mereka untuk menerima siaran digital. Proses transisi ke penyiaran serba digital ini bukan hanya masalah bisnis. Ada juga masalah yang menjadi perhatian publik, yang memerlukan intervensi pemerintah. Isu pertama, akses informasi, salah satunya melalui layanan televisi *free to air*, merupakan hak demokrasi. Terkait hal ini, pemerintah bertanggung jawab untuk memastikan kelancaran transisi dari transmisi analog ke digital (Enli & Syvertsen, 2016).

Siaran televisi harus dapat diakses oleh publik sebelum, selama, dan setelah ASO. Merupakan kewenangan pemerintah untuk mengelola spektrum radio, salah satunya adalah pita 700 MHz yang digunakan oleh televisi terestrial analog (Ferguson & Greer, 2016) dan akan

dimigrasikan ke digital. Konversi digital menawarkan penggunaan spektrum yang lebih efisien sehingga lebih banyak saluran digital dapat ditransmisikan melalui jumlah spektrum yang sama dengan yang ditempati oleh satu saluran analog. Akibatnya, konversi penuh akan membebaskan sebagian dari spektrum radio yang kemudian dapat dialokasikan kembali untuk layanan yang menghasilkan lebih banyak manfaat sosial, yang sebagian besar untuk broadband seluler (Maris, 2016). Selain itu, karakteristik teknis dari band ini memfasilitasi jangkauan yang lebih luas dengan infrastruktur yang lebih sedikit, yang menghasilkan peluncuran layanan seluler yang lebih hemat biaya. Dengan demikian, pita ini cocok digunakan di daerah yang jarang penduduknya, yaitu daerah pinggiran kota dan pedesaan, untuk mengurangi kesenjangan digital (Verdegem et al., 2010). Mengenai alasan-alasan ini, adalah kepentingan pemerintah untuk bergerak cepat ke penghentian sinyal analog sambil tetap berhati-hati dalam menyediakan layanan yang dibutuhkan.

Pemerintah Indonesia menganggap digitalisasi penyiaran sebagai elemen penting transformasi digital (Menteri Komunikasi Dan Informaika, 2010). Akibatnya, setelah migrasi digital selesai di 73 negara (ITU-R, 2011), Indonesia saat ini sedang berjuang untuk pindah ke ASO untuk meraup manfaat sosial dan ekonomi dari konversi digital. Apa yang disebut dividen digital ini berasal dari pelepasan dan pengalokasian kembali sebagian spektrum pita 700 MHz yang saat ini ditempati oleh televisi analog. Sebagaimana dinyatakan dalam laporan (GSMA Intelligence, 2020), dari tahun 2020 hingga 2030, pemanfaatan spektrum dividen digital untuk layanan broadband akan memberikan kontribusi lebih dari 10 miliar USD bagi perekonomian Indonesia dan meningkatkan PDB Indonesia sebesar 1% pada akhir tahun 10 bertahun-tahun. Selanjutnya, laporan tersebut juga menggambarkan hilangnya manfaat yang disebabkan oleh penundaan ASO. Oleh karena itu, menyusul

upaya yang gagal untuk mengakhiri siaran analog pada tahun 2018, pemerintah pada tahun 2019 menetapkan rencana baru untuk menyelesaikan ASO pada tahun 2022. Dibandingkan dengan negara tetangganya, Indonesia lambat dalam melakukan transformasi ini. Misalnya, Singapura menghentikan analognya pada 1 Januari 2019 (Ariansyah & Yuniarti, 2021). Kemudian, pada 31 Oktober 2019, Malaysia mengakhiri transmisi analognya secara nasional, menyusul penghentian awal dua minggu sebelumnya di kawasan utara dan timur.

Namun demikian, pemerintah Indonesia tidak dapat mengakhiri sinyal analog sampai sebagian besar masyarakat memiliki akses ke sarana alternatif untuk menerima siaran televisi di rumah mereka. Mengembangkan kebijakan yang tepat tanpa memahami faktor-faktor yang mendasari pilihan pemirsa untuk layanan televisi bisa sangat menantang (Rains & Brunner, 2018).

Melalui penelitian ini, peneliti mencoba mendeskripsikan dan melengkapi penelitian terkait penyiaran digital, mengingat dampaknya yang sangat besar. Beberapa sektor pekerjaan dan kebutuhan mulai menggabungkan digitalisasi menggunakan *Artificial Intelligence*, *Big Data*, dan *Internet of Things* (Faruqi, 2019). Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi Indonesia untuk menyediakan layanan teknologi informasi khususnya terkait dengan akses internet yang lebih cepat dan merata di Indonesia yang salah satunya dapat dipenuhi melalui digital dividend dari migrasi ke digital broadcasting. Berdasarkan hal tersebut, menarik untuk didiskusikan bagaimana kompleksitas migrasi penyiaran dari analog ke digital melalui *analogue switch-off* (ASO) di Indonesia.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif untuk memberikan gambaran yang mendetail tentang suatu fenomena tertentu. Penelitian deskriptif tidak melakukan manipulasi atau

pengubahan terhadap variabel-variabel bebas melainkan menggambarkan suatu keadaan apa adanya. Penggambaran kondisi dapat bersifat individual atau menggunakan angka. Fokus penelitian ini adalah urgensi migrasi penyiaran analog ke penyiaran digital dan dampaknya terhadap Indonesia, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang jelas tentang fenomena tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan oleh peneliti dengan melakukan pengumpulan data melalui studi literatur. Studi pustaka dilakukan oleh peneliti dengan cara meninjau buku, jurnal dan peraturan yang berkaitan dengan masalah penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Seiring dengan perkembangan zaman, peradaban manusia kini memasuki era digital akibat lahirnya revolusi industri 4.0. Indonesia sebagai negara berkembang tentunya memerlukan proses yang panjang untuk menerapkan sistem tersebut. Sistem penyiaran di Indonesia lambat laun mulai terpengaruh oleh perubahan adanya revolusi. Pada awalnya sistem penyiaran analog kini mulai beralih ke digital.

### **Peralihan Siaran Televisi dari Sistem Analog ke Sistem Digital di Indonesia**

Teknologi penyiaran televisi dibagi menjadi sistem analog dan digital. Televisi berbasis analog pertama kali diperkenalkan dalam format hitam putih kemudian berkembang menjadi televisi berwarna dengan berbagai standar dan kualitas. Sementara itu, teknologi digital menggunakan spektrum kualitas yang lebih tinggi dalam hal kumpulan data video, audio, dan televisi. Penyiaran Televisi Digital (DVB) dapat mendukung lebih dari satu program pada saluran bandwidth yang sama. Dalam tulisan (Jean & Ispandriarno, 2021) dijelaskan bahwa sistem penyiaran televisi digital di Indonesia secara resmi mulai diperkenalkan kepada masyarakat pada tanggal

13 Agustus 2008 di stasiun TV TVRI. Kemunculan televisi digital ditandai dengan diluncurkannya sistem siaran televisi oleh LPP (Lembaga Penyiaran Publik) TVRI dan PT Telkom, BPPT (Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi), PT INTI Industri, PT LEN, PT Polytron, dan RRI (Radio Republik Indonesia).

Dalam ASEAN Digital Broadcasting Meeting ke-13 Agustus 2014 di Yogyakarta, banyak negara ASEAN berharap *Analogue Switch-Off* (ASO) dapat diselesaikan pada akhir tahun 2018. *Analogue Switch-Off* (ASO) adalah periode penyelenggaraan layanan siaran sistem analog yang dialihkan ke digital sistem siaran (Verdegem et al., 2010). Perubahan sistem penyiaran ini karena lebih banyak keunggulan menggunakan siaran digital dibandingkan siaran analog. Gelombang UHF pada sistem analog dapat digunakan oleh 14 stasiun penyiaran televisi digital.

### **Digital Dividend Sebagai Manfaat ASO**

Komisi Eropa telah mendefinisikan '*Switch-Off*' sebagai 'penghentian transmisi terestrial televisi analog' dan transisi dari penyiaran analog ke digital dari semua jenis penyiaran'. Salah satu konsep yang sering muncul dalam wacana digitalisasi ini di kalangan pembuat kebijakan adalah gagasan tentang 'dividen digital'. Dividen digital mengacu pada akses ke frekuensi yang dilepaskan oleh pemutusan televisi analog: 'Dividen digital harus dipahami sebagai spektrum yang tersedia di atas dan di atas yang diperlukan untuk mengakomodasi layanan televisi analog yang ada dalam bentuk digital' (Bulkley, 2005). Dengan cara ini, frekuensi spektrum baru dapat tersedia untuk layanan dan aplikasi lain/inovatif (Olafsson et al., 2007). Karena dividen digital terkait erat dengan penghentian analog, konsep tersebut saat ini menjadi agenda utama pembuat kebijakan media dan masyarakat informasi serta peneliti.

Dengan mendorong inovasi yang lebih baik, penciptaan lapangan kerja, produktivitas, dan daya saing, mengalokasikan dividen digital ke komunikasi seluler akan mendorong adopsi internet dan memiliki dampak ekonomi besar yang menguntungkan. Misalnya, memberikan 100 MHz spektrum UHF ke ponsel di Eropa (mewakili 25% dividen digital) akan menghasilkan peningkatan nilai ekonomi masing-masing sebesar €63 dan €165 juta. Harmonisasi penggunaan spektrum di seluruh wilayah sangat penting bagi perekonomian, untuk menurunkan harga perangkat seluler dan infrastruktur jaringan, menurunkan biaya konsumen untuk akses broadband, dan menutup kesenjangan digital di wilayah tersebut. Di tempat pedesaan, dividen pita dengan penggunaan frekuensi digital rendah sangat ideal untuk broadband seluler (Rancy et al., 2011)

Dengan memanfaatkan potensi penerimaan negara dari biaya hak penggunaan frekuensi (BHP) untuk *Digital Dividend* LTE untuk membantu biaya yang dibutuhkan penyelenggara TV pada masa transisi dari analog ke digital yaitu menetapkan insentif. Penelitian ini mengembangkan model tekno-ekonomi mengenai akselerasi analog untuk migrasi digital. -top-box, biaya operasional sewa kapasitas multipleks TV digital, dan belanja modal TV multipleks digital terestrial di Indonesia. Berdasarkan model yang dikembangkan, *Present Worth* dihitung dengan membandingkan kebijakan penundaan Digital Dividen hingga 2018 saat ini untuk 3 skenario subsidi biaya sewa kapasitas TCDTV, yaitu skenario A (subsidi sewa kapasitas TV digital selama periode simulcast), skenario B (subsidi sewa kapasitas TV digital saat Digital Switchover), dan skenario C (tanpa subsidi sewa kapasitas TV digital), dengan asumsi variabel lain seperti Digital Dividend LTE (D. Setiawan & Hendraningrat, 2015).

Karena semakin banyak orang menggunakan broadband seluler, pemasangan kabel yang tahan terhadap fluktuasi frekuensi menjadi

perlu. Prakiraan akurat dari lebar spektrum yang diperlukan untuk dapat diakses dalam kerangka waktu saat ini diperlukan untuk menyelesaikan tugas ini (Ariansyah & Yuniarti, 2021).

### **Konvergensi**

Para ilmuwan telah mempelajari konvergensi platform selama lebih dari 30 tahun dan telah meningkat sejak akhir 1990-an karena sejumlah besar televisi dan surat kabar membuka situs web mereka (Blackman, 1998). Namun, perkembangan teknologi digital di abad ke-21 dapat melipatgandakan konvergensi dengan metode digitalisasi yang dihasilkan oleh artikel newsroom. Bagian ini menjelaskan bahwa media Indonesia telah memasuki masa integrasi yang didorong oleh inovasi media baru dan perubahan praktik budaya anak muda di Indonesia. Jika praktik media di Indonesia dicermati secara cepat, TV (dan radio) akan mendominasi pasar penyiaran. TV masih acara untuk mencapai semakin populernya 49 juta rumah tangga di Indonesia. Meskipun siaran tersebar, radio menghilang. Kepemilikan radio rumah turun dari 67% pada akhir 2006 menjadi 51% pada April 2009. Iklan surat kabar sedang meningkat, tetapi departemen informasi bertanggung jawab atas sektor yang tidak membuat perjanjian independen (Moro Visconti, 2020).

Sebaliknya, surat kabar itu sendiri menerbitkan statistik resmi, dan kontribusinya tidak dapat diverifikasi, dan banyak yang disebut meningkat. Beberapa media otoritas Indonesia mempertanyakan peningkatan yang pasti ini. CEO One Holding dan Jakarta Globe John Riady, putra seorang eksekutif bisnis, melaporkan: Ada jaringan surat kabar di Indonesia. Begitu juga masa depan surat kabar seperti AS atau Australia. Indonesia terlambat merespons, dan segera semuanya akan baik-baik saja dan sangat berbeda. Akan selalu ada pasar berita, tetapi status apa yang akan kita lihat di masa depan. Direktur Utama Kompas

TV mengatakan, pendekatan merger ini diperlukan karena kita akan tertinggal sementara distribusi surat kabar Kompas akan berkurang. Orang-orang sekarang menggunakan lebih banyak online dan visual. Siap atau tidak, kita harus menghadapi tantangan (Nugroho & Krisnadi, 2017). Sementara internet hanya melayani 55 juta dari total 240 juta. Pada laporan tahun 2012 Roy Morgan menyatakan bahwa 'internet beroperasi; segala sesuatu menjadi fokus perubahan baru. Dalam waktu yang tidak terlalu lama, realitas perjumpaan adalah bahwa semua gambar dan suara fisik, baik dari sumber TV maupun internet, akan sama' (Tapsell, 2015).

Berikut adalah dua contoh yang menunjukkan bagaimana jaringan mengubah lanskap. Di Indonesia. Pertama adalah Globe Media milik James Riady. Perusahaan berubah menjadi Berita Satu Media Holdings pada akhir tahun 2011 untuk 'merefleksikan berita dengan baik dalam berbagai bahasa, banyak struktur, dan banyak cerita'. Rencana media perusahaan mencakup media iklan, cetak, digital, online, sosial, dan seluler, acara dan berita di tempat di media sosial dan siaran langsung, aplikasi seluler, dan perangkat televisi definisi tinggi yang akan disiarkan secara nasional di tahun baru. Salah satu kisah menggambarkannya sebagai "organisasi berita paling berpengaruh di dunia dalam memberitakan dan menyajikan berbagai profil yang detail dan detail di sisi lain Indonesia". Contoh-contoh ini menggambarkan perubahan terbaru dalam surat kabar dan periklanan di Indonesia, dan meskipun kedua perusahaan ini dianggap sebagai pionir dalam integrasi media bisnis, yang lain dengan cepat mengikuti langkah mereka. Indonesia adalah negara dengan usia paruh baya 28 tahun (bandingkan dengan 38 di Australia dan 40 di Inggris). Dan harapan perusahaan media di era teknologi baru ini semakin ke depan, khususnya media muda. Tingkat kepemilikan seluler telah meningkat, dari 61% pada tahun 2009 menjadi 78% pada tahun 2011 (Tsekeris, 2017), dan Indonesia diperkirakan akan menjadi pemasaran

seluler terbesar keempat di dunia. pada tahun 2014, orang Indonesia terhubung ke Internet menggunakan sepertiga dari ponsel yang terhubung ke Internet. Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika tahun 2011, 64% masyarakat Indonesia mengakses dan menggunakan internet untuk mengakses media sosial, namun warga sipil pendatang ini banyak yang berasal dari kota-kota besar di Pulau Jawa dan Sumatera. Lebih dari 42 juta orang India memiliki akun Facebook, tertinggi keempat di dunia, sementara 5,7 juta orang Indonesia memiliki akun twitter, tertinggi ketiga di dunia, dan Jakarta dinobatkan sebagai perusahaan manufaktur terbesar di dunia (Syaidah, 2013).

Perubahan yang terjadi pada media arus utama di Indonesia disebabkan oleh keyakinan media bisnis bahwa media sosial dan jurnalis sipil perlu diintegrasikan ke dalam media arus utama untuk menjangkau pasar ini. Misalnya, Kompas Gramedia, surat kabar terlaris di Indonesia, telah menjembatani antara blogger dan penulis warga dan situs web jurnalistik tradisional (penulis mereka juga menulis tentangnya) yang disebut kompasana ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)). Mencakup berita cetak, internet, TV dan radio, media sosial, dan komentar online, termasuk blog dan mikroblog serta situs media sosial Facebook dan Friendster. Plus, foto di Flickr dan Twitpic serta video bisa diunggah melalui YouTube. Artinya 2,8 juta pengunjung sebulan. Rikard Bagun, Managing Director Kompas, mengatakan: Kompasiana membuka kesempatan bagi para jurnalis untuk lebih banyak menulis tentang berita yang mereka bahas. Ada sangat sedikit ruang di surat kabar atau di berita online. Jadi awalnya dijalankan oleh jurnalis, tapi sekarang penonton sudah mengikutinya. Jenis peserta dalam media budaya ini telah mengarahkan perusahaan media lain untuk membangun standar baru mereka dengan cara ini. Tempo Inti Media adalah perusahaan publik yang didirikan oleh 4 Konvergensi: *The International Journal of Research in New Media Technologies 4* adalah

penerbit, dan penerbitannya, jurnal Tempo, merupakan bukti keberanian penulis Indonesia sebagai duri dalam. kepada direktur pelaksana pemerintahan Suharto. Pada tahun 2006, Grup Tempo mendirikan surat kabar harian, Koran Tempo (Tapsell, 2015).

Semua perusahaan media yang dibahas di atas berkantor pusat di Jakarta, ibu kota Indonesia. Jakarta adalah tempat di mana sebagian besar keputusan dibuat untuk media di Indonesia, dalam hal pemberitaan dan regulasi. Perusahaan media Indonesia, Dewan Pers, dan Kementerian Penerangan semuanya berkedudukan di ibu kota. Para ilmuwan sebelumnya berpendapat bahwa hal ini menyebabkan media Indonesia menjadi 'Jakartasentris' (Yusuf, 2014), karena keputusan media tentang politik bisnis-ke-bisnis dan hak asasi manusia.

### **Digitalisasi dan Konvergensi Media**

Munculnya era baru sejak dimulainya revolusi industri 4.0 telah menciptakan tantangan baru bagi kebijakan digitalisasi dan konvergensi. Kebijakan yang dibuat perlu membahas lebih lanjut masalah ini untuk memastikan sektor media dapat mempertahankan fungsinya terlepas dari perubahan zaman. Konvergensi bukan hanya pergeseran teknologi dan adopsi kemajuan teknologi. Konvergensi media membutuhkan perubahan relasi antara semua pihak yang terlibat dalam sektor media: teknologi, khalayak, pasar, dan industri itu sendiri (Wahyuddin et al., 2019). Konvergensi media menggantikan dua aspek penting dari media. Pertama, tentang pengoperasian media secara rasional. Kedua, konsumen dapat mengakses konten. Keduanya perlu diperhatikan sebagai syarat agar konvergensi dapat berjalan dan sejalan dengan digitalisasi konten yang akan disajikan. Lembaga Layanan Publik tidak dapat berkembang dan bertahan di era digital jika hanya dilakukan konvergensi dari sisi teknologi saja, perlu ada konvergensi model SDM untuk menyempurnakannya. Namun di sisi lain, media perlu bersaing untuk

memenuhi ekspektasi masyarakat yang selaras dengan kemajuan era digital.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi yang pesat dan dengan lahirnya industri 4.0, industri televisi dipengaruhi oleh hadirnya televisi digital dan konvergensi media. Lembaga Penyiaran perlu mempersiapkan diri dengan baik agar tetap kompetitif dan menunjukkan kualitasnya. Dengan mendorong inovasi yang lebih baik, penciptaan lapangan kerja, produktivitas, dan daya saing, mengalokasikan dividen digital ke komunikasi seluler akan mendorong adopsi internet dan memiliki dampak ekonomi besar yang menguntungkan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ariansyah, K., & Yuniarti, D. (2021). Understanding the adoption of digital terrestrial, cable-based, and satellite-based television to speed up the analogue switch-off in Indonesia. *Telematics and Informatics*, 62(April), 101633. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101633>
- Ariyanti, S. (2013). *Studi Pemanfaatan Digital Dividend Untuk Layanan Long Term Evolution (LTE) Study Of Digital Dividend Usage For Long Term Evolution (LTE) Service*.
- Blackman, C. R. (1998). Convergence between telecommunications and other media: How should regulation adapt? *Telecommunications Policy*, 22(3), 163–170. [https://doi.org/10.1016/S0308-5961\(98\)00003-2](https://doi.org/10.1016/S0308-5961(98)00003-2)
- Briandana, R., Pribadi, E., & Balaya, S. (2020). Mapping the Convergence Trends of Television Broadcasting Media in Indonesia. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(02), 147. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2120>
- Bulkley, K. (2005). Digital dividend. *Cable and Satellite Europe*, 247, 40.
- Enli, G., & Syvertsen, T. (2016). The end of

- television—again! how TV is still influenced by cultural factors in the age of digital intermediaries. *Media and Communication*, 4(3A), 142–153. <https://doi.org/10.17645/mac.v4i3.547>
- Faruqi, U. Al. (2019). Survey paper : future service in industry 5.0. *Jurnal Sistem Cerdas*, 02(01), 67–79.
- Ferguson, D. A., & Greer, C. F. (2016). Reaching a Moving Target: How Local TV Stations are Using Digital Tools to Connect With Generation C. *JMM International Journal on Media Management*, 18(3–4), 141–161. <https://doi.org/10.1080/14241277.2016.1245191>
- GSMA Intelligence. (2020). Spotlight on Indonesia : Seizing The Digital Transition Opportunity Now. *GSMA Report*, February. <https://www.gsma.com/spectrum/wp-content/uploads/2020/02/Indonesia-Digital-Dividend.pdf>
- Gultom, A. D. (2018). Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia [Digitization of Television Broadcasting in Indonesia]. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 16(2), 91. <https://doi.org/10.17933/bpostel.2018.160202>
- ITU-R. (2011). Transition from analogue to digital terrestrial broadcasting. In *BT Series* (Vol. 7).
- Jean, N., & Ispandriarno, L. S. (2021). Digitalization Strategy and Convergence of Media Adaptation in the Digital Era (case study on TVRI Yogyakarta). *Journal of Physics: Conference Series*, 1737(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1737/1/012015>
- Maris, E. (2016). Hacking Xena: Technological innovation and queer influence in the production of mainstream television. *Critical Studies in Media Communication*, 33(1), 123–137. <https://doi.org/10.1080/15295036.2015.1129063>
- Maros, H., & Juniar, S. (2016). *Teori perubahan sosial dan identitas sosial*. 1–23.
- Menteri Komunikasi Dan Informaika, P. (2010). Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. *Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia*, 3, 1–31.
- Moe, H., & Madsen, O. J. (2021). Understanding digital disconnection beyond media studies. *Convergence*, 27(6), 1584–1598. <https://doi.org/10.1177/13548565211048969>
- Moro Visconti, R. (2020). Corporate Governance, Digital Platforms and Network Theory: Information and Risk-Return Sharing of Connected Stakeholders. *SSRN Electronic Journal*, July. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3533862>
- Nugroho, R. R., & Krisnadi, I. (2017). *Analog Switch Off ( ASO ) di Indonesia*.
- Olafsson, S., Glover, B., & Nekovee, M. (2007). Future management of spectrum. *BT Technology Journal*, 25(2), 52–63. <https://doi.org/10.1007/s10550-007-0028-2>
- Prihartono, A. W. (2016). Surat Kabar & Konvergensi Media (Studi Deskriptif Kualitatif Model Konvergensi Media Pada Solopos). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 105–116. <https://doi.org/10.12928/channel.v4i1.4210>
- Purwanto, Lestari, P., & Wahyudin, A. (2019). Evaluasi Pelaksanaan Digitalisasi Penyiaran di LPP TVRI Stasiun Jakarta. *Jurnal Heritage*, 7(2).
- Rains, S. A., & Brunner, S. R. (2018). The Outcomes of Broadcasting Self-Disclosure Using New Communication Technologies: Responses to Disclosure Vary Across One’s Social Network. *Communication Research*, 45(5), 659–687. <https://doi.org/10.1177/0093650215598836>
- Rancy, F., Zilles, E., & Guitot, J. J. (2011). Transition to digital TV and digital dividend. *2011 10th International Conference on Telecommunications in Modern Satellite, Cable and Broadcasting Services, TELSIKS 2011 - Proceedings of Papers*, 13–20. <https://doi.org/10.1109/TELSKS.2011.6112027>
- Setiawan, D., & Hendraningrat, D. K. (2015). Digital Dividend implementation acceleration in Indonesia. *Proceedings of 2014 8th International Conference on*

- Telecommunication Systems Services and Applications*, TSSA 2014. <https://doi.org/10.1109/TSSA.2014.7065923>
- Setiawan, Y. B. (2008). Perkembangan Teknologi Komunikasi. *Jurnal Transformatika*, 5(2), 92. <https://doi.org/10.26623/transformatika.v5i2.26>
- Studi, P., & Ilmu, M. (2022). *IMPLEMENTASI ANALOGUE SWITCH OFF ( ASO ) LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK TVRI RIAU MENUJU DIGITAL TERRESTERIAL TELEVISION BROADCASTING PENDAHULUAN*
- Syaidah. (2013). *Kebijakan Migrasi Siaran Televisi Analog ke Televisi Digital*. 88, 103–110.
- Tapsell, R. (2015). Platform convergence in Indonesia: Challenges and opportunities for media freedom. *Convergence*, 21(2), 182–197. <https://doi.org/10.1177/1354856514531527>
- Tsekeris, T. (2017). Global value chains: Building blocks and network dynamics. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 488, 187–204. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2017.06.019>
- Verdegem, P., Hauttekeete, L., De Marez, L., & Evens, T. (2010). Analogue switch-off vs digital switch-on: rethinking policy strategies in the digital television era. *Communication, Politics & Culture*, 43(2), 132–143.
- Wahyuddin, N. N., Hurriyati, R., & Lisnawati, L. (2019). Pelanggan TV Berbayar di Indonesia: Tantangan Hambatan Berpindah dalam Mempertahankan Loyalitas. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 4(1), 25–33. <https://doi.org/10.17509/jbme.v4i1.15989>
- Yusuf, I. A. (2014). Digitalisasi Televisi Di Indonesia: Peluang Dan Ancaman Terhadap. *Seminar Besar Nasional Komunikasi*, 169–175. [http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file\\_artikel\\_abstrak/Isi\\_Artikel\\_198445065718.pdf](http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_198445065718.pdf)

