

**PENGARUH KUALITAS PENYIARAN DIGITAL DAN
KEMASAN PROGRAM TERHADAP KEPUASAN
MENONTON PADA TANJUNGPINANG TV**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi



**DISUSUN OLEH:
KURNIA SYAIFULLAH
NIM: 21055547**

**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
(MANAJEMEN PRODUKSI SIARAN)
2022**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Subhanahu wata'ala yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis diberikan kesehatan dan kesempatan untuk menyelesaikan pendidikan serta diberikan keberkahan akan ilmu dan pengetahuan sehingga penulis tetap dapat segala ikmat yang diberikan. Serta tidak lupa penulis hanturkan Shalawat beriring salam kepada Nabi Besar Muhammad Shallallahu'alaihi wasallam.

Syukur alhamdulillah, berkat keridhoan-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Penyiaran Digital dan Kemasan Kprogram Terhadap Kepuasan Menonton Pada Tanjungpinang TV" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan pikiran, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dra. Sudaru Murti, M.Si. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.
2. Rofiq Anwar, M.A. selaku Ketua Program Studi Strata I Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.
3. Supadiyanto, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing, memberikan tambahan ilmu dan pengarahan atas setiap kesulitan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Dosen dan Staff Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.

5. Seluruh anggota keluargaku yang terus memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dan pihak-pihak terkait dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu dan mendukung dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak umumnya dan bagi mahasiswa pendidikan pada khususnya.

Yogyakarta, 31 Agustus 2022

Penulis

KURNIA SYAIFULLAH

NIM. 21055547

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Tinjauan Teori	13
2.2.1. Teknologi Penyiaran Digital	13
2.2.1.1. Pengertian Teknologi Penyiaran Digital.....	13
2.2.1.2. Karakteristik Teknologi Penyiaran Digital	15
2.2.1.3. Manfaat Teknologi Penyiaran Digital	16
2.2.1.4. Keunggulan dan Kekurangan Televisi Digital	19
2.2.2. Media Televisi	20
2.2.2.1. Pengertian Media Televisi	20
2.2.2.2. Fungsi Media Televisi	22
2.2.2.3. Karakteristik Media Televisi	22
2.2.3. Kualitas Penyiaran	23
2.2.3.1. Pengertian Kualitas Penyiaran.....	23
2.2.3.2. Manajemen Kualitas Penyiaran	25
2.2.3.3. Indikator Kualitas Penyiaran	26
2.2.4. Kemasan Program.....	27
2.2.4.1. Pengertian Kemasan Program.....	27

2.2.4.2.	Jenis-Jenis Program	28
2.2.4.3.	Indikator Kemasan Program	29
2.2.5.	Kepuasan Menonton	30
2.2.5.1.	Pengertian Kepuasan	30
2.2.5.2.	Pengukuran Tingkat Kepuasan	31
2.2.5.3.	Strategi Kepuasan	33
2.2.5.4.	Aspek-Aspek Kepuasan.....	34
2.2.5.5.	Indikator Kepuasan.....	36
2.3.	Variabel dan Hipotesis.....	36
2.4.	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1.	Jenis Penelitian	40
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	40
3.2.1.	Data Primer	40
3.2.2.	Data Sekunder.....	41
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1.	Observasi	41
3.3.2.	Kuisoner (Angket)	42
3.3.3.	Kepustakaan.....	42
3.4.	Populasi dan Sampel.....	42
3.4.1.	Populasi.....	42
3.4.2.	Sampel	43
3.5.	Teknik Analisis Data	44
3.5.1.	Uji Kualitas Data	44
3.5.1.1.	Uji Validitas.....	44
3.5.1.2.	Uji Reliabilitas	45
3.5.2.	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.5.2.1.	Uji Normalitas	45
3.5.2.2.	Uji Multikolinieritas	45
3.5.2.3.	Uji Heteroskedastisitas	46
3.5.3.	Uji Regresi Linear Berganda	46
3.5.4.	Uji Hipotesis	47
3.5.4.1.	Uji t.....	47

3.5.4.2. Uji f.....	47
3.5.4.3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	49
4.2. Hasil Penelitian.....	49
4.2.1. Karakteristik Responden.....	49
4.2.1.1. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.1.2. Identitas Responden Berdasarkan Usia	50
4.2.1.3. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.2.1.4. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.2.2. Deskripsi Tanggapan Responden.....	53
4.2.2.1. Variabel Kualitas Penyiaran Digital	53
4.2.2.2. Variabel Kemasan Program.....	54
4.2.2.3. Variabel Kepuasan Menonton	55
4.2.3. Uji Kualitas Data	57
4.2.3.1. Uji Validitas.....	57
4.2.3.2. Uji Reliabilitas	58
4.2.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.2.4.1. Uji Normalitas	59
4.2.4.2. Uji Heteroskedastisitas	61
4.2.4.3. Uji Multikolinearitas.....	61
4.2.5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	62
4.2.6. Hasil Uji Hipotesis.....	63
4.2.6.1. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	63
4.2.6.2. Hasil Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	64
4.2.6.3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	65
4.3. Pembahasan	66
4.3.1. Pengaruh Kualitas Penyiaran Terhadap Kepuasan Menonton.....	66
4.3.2. Pengaruh Kemasan Program Terhadap Kepuasan Menonton	66
4.3.3. Pengaruh Kualitas Penyiaran Dan Kemasan Program Terhadap Kepuasan Menonton	66
BAB V PENUTUP.....	68

5.1. Kesimpulan	68
5.2. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.	Data Penyiaran Berizin di Kepri	4
2.	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.	Karakteritik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.	Karakteritik Responden Berdasarkan Usia	50
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	51
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
7.	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Penyiaran.....	53
8.	Tanggapan Responden Terhadap Kemasan Program.....	54
9.	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Menonton	56
10.	Hasil Pengujian Validitas	57
11.	Hasil Pengujian Reliabilitas	58
12.	Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	60
13.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
14.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	62
15.	Hasil Uji t	63
16.	Hasil Uji F	64
17.	Hasil Uji R ²	65

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1.	Penyiaran Analog dan Digital	14
2.	Rantai Penyiaran Digital	17
3.	Transmisi Analog vs Digital	18
4.	Kerangka Pemikiran	38
4.	Hasil Uji Normalitas Histogram.....	59
5.	Hasil Uji Normalitas P-P Plot	60
6.	Hasil Uji Heteroskedastisitas	61

**PENGARUH KUALITAS PENYIARAN DIGITAL DAN KEMASAN
PROGRAM TERHADAP KEPUASAN MENONTON
PADA TANJUNGPINANG TV**

Kurnia Syaifullah

S1 Ilmu Komunikasi, STIKOM Yogyakarta

email: syaifullahkepri@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi adanya transformasi televisi analog ke televisi digital yang mengharuskan stasiun televisi beralih dari sistem analog ke digital berdasarkan amanat Undang-Undang No.11 Tahun 2020 tentang cipta kerja. Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas penyiaran digital dan kemasan program terhadap kepuasan menonton pada Tanjungpinang TV. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah penonton program Detak Tanjungpinang yaitu sebanyak 384 orang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Kesimpulan yang didapat menunjukkan bahwa kualitas penyiaran digital dan kemasan program berpengaruh terhadap kepuasan menonton. Semakin baik kualitas penyiaran digital dan kemasan program maka dapat meningkatkan kepuasan menonton. Hasil pembahasan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh baik secara parsial maupun secara simultan antara kualitas penyiaran digital dan kemasan program terhadap kepuasan menonton.

Kata kunci: penyiaran, kemasan, kepuasan, televisi, digital

Abstract: This research is motivated by the transformation of analog television to digital television which requires television stations to switch from analog to digital systems based on the mandate of Law No.11 of 2020 concerning job creation. The purpose of this study was to determine the effect of digital broadcasting quality and program packaging on viewing satisfaction on Tanjungpinang TV. The method used in this study is quantitative. The respondents in this study were spectators of the Tanjungpinang Heartbeat program, which was 384 people. The method of data collection is carried out using questionnaires. The data analysis method used in this study is multiple linear regression. The conclusions obtained show that the quality of digital broadcasting and program packaging affects viewing satisfaction. The better the quality of digital broadcasting and program packaging, the more it can increase viewing satisfaction. The results of the discussion can be seen that there is an influence both partially and simultaneously between the quality of digital broadcasting and program packaging on viewing satisfaction.

Keywords: broadcasting, packaging, satisfaction, televisi, digital

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini, kian mempengaruhi dunia penyiaran di Negara Indonesia. Hal ini memunculkannya fenomena baru yang disebut konvergensi, yang dimaknai dengan bergabungnya media telekomunikasi tradisional dengan internet. Hal ini menjadikan sebuah fenomena dimana teknologi komputer dan internet yang bersifat interaktif membaaur dengan teknologi media komunikasi konvensional yang bersifat masif, dan kemudian akan terjadi peralihan sistem penyiaran dari analog ke sistem penyiaran digital. Hal ini sejalan berdasarkan dengan amanat Undang-Undang No.11 Tahun 2020 tentang cipta kerja. Undang-Undang cipta kerja menambahkan pasal 60A dalam Undang-Undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran yang didalamnya mengatur bahwa penyelenggaraan penyiaran dilaksanakan dengan mengikuti perkembangan teknologi, termasuk migrasi penyiaran dari teknologi analog ke digital. Proses migrasi tersebut paling lambat dilaksanakan dalam waktu dua tahun setelah Undang-Undang tersebut disahkan.

Selain merupakan amanat Undang-Undang, peralihan penyiaran analog ke digital juga dirasa bermanfaat bagi kalangan masyarakat seperti yang dikatakan oleh Plt. Direktur Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kominfo, Ismail yang dikutip dari CNBC Indonesia (9/8/2021) bahwa tiap masyarakat akan mendapatkan kualitas siaran yang lebih baik karena teknologi yang digunakannya lebih canggih. Dengan pindah ke teknologi digital maka bisa dilakukan efisiensi sumber daya alam bernama spektrum frekuensi radio. Setelah pindah maka spektrum radio yang digunakan lebih sedikit tetapi bisa menampung lebih banyak penyelenggara, serta ragam siarannya. Sehingga isi konten siaran berpeluang bertambah lagi dan ini akan bisa memberikan konten siaran yang lebih fokus. Tentu saja hal tersebut akan mendorong benefit industri kreatif di belakangnya karena konten dibuat industri kreatif.

Hal tersebut tentunya tidak serta merta berdampak positif bagi pihak media, terutama bagi keberlangsungan kehidupan media-media lokal. Dimana pertumbuhan media-media lokal yang cukup pesat seiring dengan dikeluarkannya Undang-Undang No.32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, akan kembali menemui tantangan di era konvergensi ini. Mengingat tidak semua media lokal telah memiliki kesiapan untuk mengimbangi berbagai perubahan-perubahan yang harus dihadapinya. Perubahan format siaran dari analog ke digital, membuat beberapa media lokal harus berjuang keras, karena tidak hanya mempengaruhi faktor finansial yang semakin besar, namun faktor infrastruktur dan sumber daya manusia juga banyak yang masih belum memadai. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi media lokal untuk tetap bertahan hidup, agar mereka bisa bersaing dengan media-media lokal lainnya hingga media nasional.

Mengutip dari kompaspedia (30/7/2021), yang menjelaskan bahwa tahap pertama migrasi penyiaran analog ke digital dimulai pada tanggal 17 Agustus 2021 yang diikuti oleh 6 wilayah, tahap kedua 31 Desember 2021 20 wilayah, tahap ketiga 31 Maret 2022, tahap keempat 17 Agustus 2022, dan di akhiri keseluruhan di tahap ke 5 pada 2 November 2022. Yang artinya, mau tidak mau, suka tidak suka, semua media penyiaran baik lokal dan nasional, harus segera berbenah dan bersiap untuk beralih ke sistem penyiaran digital.

Transformasi televisi analog ke televisi digital berjalan demi dua rencana besar, yaitu internet cepat (*broadband*) dan menyediakan frekuensi untuk komunikasi di tengah bencana. TV digital diperlukan karena teknologi televisi analog yang sekarang dipakai stasiun televisi nasional, memakan sumber daya yang besar pada spektrum 700 MHz. Dengan demikian, maka pemerintah ingin mengalihkan ke televisi digital agar menjadi lebih efisien.

Fenomena digitalisasi ini menimbulkan kekhawatiran bagi televisi lokal. Pasalnya, tidak semua televisi lokal bisa ikut dalam peralihan teknologi dari analog ke digital. Hal ini akan menyebabkan banyak dari televisi lokal tersebut berhenti di tengah jalan karena biaya investasi yang cukup tinggi. Televisi lokal yang sudah memiliki Ijin Penyelenggara Penyiaran (IPP) tentu tidak akan dapat memanfaatkan lagi izin tersebut. Padahal, televisi lokal sudah mengeluarkan investasi yang tidak

sedikit dan belum tentu balik modal. Dimana skala bisnis televisi lokal tidak sebesar stasiun televisi yang bersiaran nasional. Padahal, keberadaan televisi lokal inilah yang diidamkan lahir dari Undang-Undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran.

Konten siaran (program siaran) merupakan produk utama bagi sebuah perusahaan industri televisi. Dimana sebuah televisi yang berkualitas tergantung dari program-program siaran yang dihasilkan. Tentu saja hal ini berkaitan erat dengan fenomena digitalisasi. Seperti yang dikutip dari siarandigital.kominfo menyatakan bahwa salah satu manfaat langsung terasa bila masyarakat segera beralih ke TV Digital adalah keragaman konten. Manfaat itu dimungkinkan terjadi karena keragaman konten dan keragaman kepemilikan jadi salah satu semangat yang mengisi peralihan teknologi ke siaran TV Digital. Hal tersebut diungkapkan oleh Sekretaris Jenderal Kementerian Komunikasi dan Informatika, Mira Tayyiba dalam webinar bertema “Jawa Timur Siap *Analog Switch Off*” (2/9/2021).

Dengan konten yang dianggap akan semakin bervariasi, hal ini tentu saja membuat tantangan tersendiri bagi para orang-orang dibalik layar televisi. Mulai dari produser hingga tim kreatif program, untuk menghasilkan konten-konten siaran yang mampu bersaing pada era televisi digital. Tidak hanya sekedar mempertahankan program yang sudah ada, tetapi dapat menciptakan program-program baru yang lebih *fresh, up to date* dan kekinian mengingat perkembangan gaya hidup masyarakat digital saat ini juga semakin berkembang.

Selain beberapa manfaat yang akan diterima, terdapat tantangan utama terkait dampak keberagaman konten, yakni pengawasan penyiaran. Keberagaman isi siaran yang dihasilkan dari siaran televisi digital membutuhkan pengawasan yang lebih masif dibandingkan sebelumnya. Hal tersebut harus dilakukan sebagai upaya untuk menjamin kualitas konten siaran. Potensi keragaman konten yang ditimbulkan dari program migrasi TV Digital harus diimbangi dengan sistem dan kebijakan pengawasan yang terstruktur. Dengan demikian, sistem pengawasan penyiaran di era siaran TV Digital tersebut dapat memanfaatkan partisipasi publik. Potensi keragaman tersebut harus diikuti dengan peningkatan kemampuan literasi masyarakat memilih dan memilah informasi.

Berdasarkan peliknya situasi yang sedang terjadi di ranah media lokal saat ini, penulis ingin meneliti strategi yang dilakukan sebuah televisi lokal yang ada di Kota Tanjungpinang, Provinsi Kepulauan Riau yaitu Tanjungpinang TV atau lebih dikenal dengan TVTPI. Dimana TVTPI saat ini sedang mempersiapkan diri untuk segera beralih dari sistem penyiaran analog menuju penyiaran digital. Mengingat TVTPI adalah televisi lokal swasta tertua di Kota Tanjungpinang yang sudah berumur 13 tahun dan merupakan televisi lokal pertama yang memiliki izin siar resmi di Kota Tanjungpinang. TVTPI sudah cukup eksis di daerah Kepulauan Riau dan sudah memiliki penontonnya tersendiri. TVTPI merupakan satu-satunya televisi lokal yang merasa siap untuk beralih dan bersaing ke sistem penyiaran digital di Kota Tanjungpinang. Seperti yang tertera pada data KPID (Komisi Penyiaran Indonesia Daerah) sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Lembaga Penyiaran Televisi Digital Berizin di Kepri
Tahun 2021

BATAM

NO	NAMA LEMBAGA PENYIARAN	NAMA UDARA	JENIS LEMBAGA PENYIARAN
1	PT. BATAM MULTIMEDIA TELEVISI	BATAM TV	LPS TV Lokal
2	PT. SEMESTA LINGKAI TELEVISI	NET KEPRI	LPS TV Berjaringan
3	PT. TRANS TV BATAM KENDARI	TRANS TV BATAM	LPS TV Berjaringan
4	PT. SURYA CITRA PERSONA MEDIA	SCTV BATAM	LPS TV Berjaringan
5	PT. DELTA BATAM TELEVISI (DOK)	RTV	LPS TV Berjaringan
6	PT. TRI ENAM	MNC TV KEPRI	LPS TV Berjaringan
7	PT. RCTI SEPULUH	RCTI BATAM	LPS TV Berjaringan
8	PT. URDAN TELEVISI	NEWS BATAM	LPS TV Berjaringan
9	PT. INDUSIAR BATAM TELEVISI	INDUSIAR BATAM	LPS TV Berjaringan
10	PT. NUSANTARA MEDIA MANDIRI BATAM	NUSANTARA TV	LPS TV DIGITAL
11	PT. TRANS7 BATAM MATARAM	TRANS7 BATAM	LPS TV DIGITAL
12	PT. TRANS BERITA BERNISTILAH	CNRC INDONESIA BATAM	LPS TV DIGITAL
13	PT. DETIK TIVI ENAM	CNN BATAM	LPS TV DIGITAL
14	PT. MEDIA TELEVISI LESTARI SATU	METRO TV BATAM	LPS TV DIGITAL
15	PT. Citra prima Pulitbang Televisi	Mentari TV	LPS TV DIGITAL
16	PT. Citra Palembang	O Channel	LPS TV DIGITAL
17	TVRI Nasional	TVRI Nasional	LPS TV DIGITAL
18	TVRI Spasial	TVRI Spasial	LPS TV DIGITAL
19	TVRI Budaya	TVRI Budaya	LPS TV DIGITAL
20	TVRI Riau Kepri	TVRI Riau Kepri	LPS TV DIGITAL

TANJUNGPINANG

NO	NAMA LEMBAGA PENYIARAN	NAMA UDARA	JENIS LEMBAGA PENYIARAN
1	PT. INDKA SAKTI MEDIA TELEVISI	TANJUNGPINANG TV	LPS TV LOKAL

Sumber : KPID Kepri, Data olahan peneliti (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat membuktikan keberhasilan TVTPI dalam mempertahankan eksistensinya dalam persaingan industri dunia penyiaran hingga saat ini. Hal tersebut tentu tidak terlepas dari strategi-strategi yang diterapkan pihak TVTPI, apalagi bertahan sebagai televisi lokal yang diapit oleh keberadaan televisi-televisi swasta yang bersiaran nasional lainnya di Provinsi Kepulauan Riau. Besarnya biaya operasional stasiun televisi, semakin ketatnya persaingan dengan sesama industri media, serta sulitnya memperoleh iklan-iklan lokal menjadi rintangan terberat bagi pihak TVTPI.

Selain itu, banyaknya masyarakat Provinsi Kepulauan Riau yang mulai berpindah ke televisi digital, semakin mempersempit jangkauan audien TV lokal yang masih menggunakan sistem analog. Dengan demikian, para pengelola TV lokal harus berupaya membuat dan menerapkan strategi-strategi yang matang agar mampu menarik minat audien untuk menonton TV lokal serta bagaimana agar terus konsisten menayangkan program-program dengan konten lokal.

Program berita tidak hanya harus akurat tetapi juga menarik, dan menjadi tantangan bagi redaksi televisi dalam menyajikan program beritanya yang terbaik, dengan kata lain menunjukkan kualitas program berita melalui program berita yang dapat diandalkan untuk bersaing. Hal tersebut bertujuan menciptakan rasa kepercayaan khalayak terhadap program berita yang dapat dijadikan acuan dalam memenuhi kebutuhan informasi. Adapun program berita televisi yang berkualitas diantaranya adalah kemampuannya menampilkan isi-isi berita yang berbobot. Kerangka kerja untuk menilai kualitas berita yakni adanya kebebasan memperoleh sumber informasi dan mempublikasikan, adanya keragaman berita yang mampu dan mau memberikan berbagai pilihan berita-berita lengkap atas pandangan yang beragam, serta adanya realitas objektivitas berita, berita yang relevan dan sesuai fakta, serta akurat (McQuail, 2013).

Kepuasan menonton program televisi menjadi penting untuk diteliti karena pada kenyataan yang ada, penonton yang tidak puas terhadap pelayanan dan program siaran yang ada pada sebuah stasiun televisi cenderung akan mencari penyedia layanan dan program siaran yang mampu memuaskan kebutuhannya tersebut. Keberhasilan sebuah stasiun televisi dimulai dari kemampuan dalam

memberikan pelayanan dan program siaran yang baik kepada penontonnya. Stasiun televisi yang berhasil adalah yang mempunyai daya saing serta memberikan nilai dan kepuasan kepada penontonnya melalui konten-konten yang berkualitas. Dengan meneliti tingkat kepuasan penonton, maka sebuah televisi akan mengetahui bagian mana yang harus diperbaiki dan ditingkatkan sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada para penontonnya.

Meningkatnya kualitas penyiaran berarti juga meningkatkan daya jangkau pemancaran siaran televisi yang lebih luas dengan gambar berkualitas, dan penyajian program yang berkualitas serta tepat waktu tayang. Sehingga akan membantu memperbanyak jumlah penonton yang akan terpuaskan oleh tayangan program televisi. Perlu diperhatikan bahwa dalam setiap program pemberitaan adalah aspek presenter, pembawaan dan penyampaian berita seperti kedalaman berita dan kombinasi materi berita yang dibawakan, unsur set dan desain studio serta kualitas penyiarannya. Berdasarkan fenomena tersebut, maka penulis tertarik membahasnya lebih lanjut dalam penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Penyiaran Digital dan Kemasan Program Terhadap Kepuasan Menonton Pada Tanjungpinang TV”**.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah dijelaskan dari latar belakang masalah tersebut, adapun rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini agar terfokus dengan topik penelitian adalah bagaimanakah pengaruh kualitas penyiaran digital dan kemasan program terhadap kepuasan menonton pada Tanjungpinang TV?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat begitu banyaknya program di Tanjungpinang TV dan ditambah lagi dengan adanya keterbatasan dari penulis yakni dalam hal keterbatasan waktu, biaya, kemampuan, dan lain-lain maka dalam penulisan ini diperlukan adanya pembatasan atas objek-objek tersebut. Dimana penulis membatasi objek penelitian hanya pada program Detak Tanjungpinang yang tayang pada hari Senin-Jumat pukul 18.00-19.00 WIB.

1.4 Tujuan Penelitian

Berpangkal dari rumusan masalah tersebut, untuk dapat mengarahkan dan memudahkan penelitian maka tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas penyiaran digital dan kemasan program terhadap kepuasan menonton pada Tanjungpinang TV.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang terkait dalam penelitian ini yaitu mengenai kualitas penyiaran digital, kemasan program, dan kepuasan menonton program. Adapun pihak-pihak tersebut diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Akademis dan Teoritis
 - a. Secara Akademis

Pada dasarnya sebuah penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya terutama mengenai bidang kajian komunikasi khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi pada STIKOM Yogyakarta.
 - b. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam membuktikan kebenaran dari teori-teori yang digunakan sehingga menjadi sumber informasi dibidang kajian ilmu komunikasi, khususnya pada para pengguna media komunikasi dan teknologi dengan memberikan gambaran yang objektif tentang pengaruh secara mendalam antara kualitas penyiaran digital, kemasan program, dan kepuasan menonton.
2. Secara Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi stasiun televisi lokal di Provinsi Kepulauan Riau pada umumnya dan Kota Tanjungpinang pada khususnya dalam rangka meningkatkan kualitas penyiaran di era digital.

- b. Penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan dan sebagai pemikiran bagi stasiun televisi lain yang memiliki permasalahan sama untuk memecahkan, menemukan, dan mengantisipasi permasalahan secara terpadu dan menyeluruh tentang kualitas penyiaran digital, kemasan program, dan kepuasan menonton pada televisi lokal sehingga dapat mengembangkan konsep yang sudah ada, dikuatkan, dimodifikasi, atau digugurkan dan diganti dengan konsep yang baru.
3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan bagi masyarakat mengenai kualitas penyiaran digital, kemasan program, dan kepuasan menonton pada televisi lokal.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memiliki tujuan agar mendapatkannya sebuah bahan perbandingan dan juga acuan. Pada bagian ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Dengan demikian, penelitian terdahulu tersebut diantaranya:

1. Berdasarkan penelitian (Adnan et al., 2020) dengan judul jurnal “Pengaruh Motif Terhadap Kepuasan Pemilih Pemula dalam Menonton Tayangan Debat Capres 2019”. Adapun metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini metode adalah deskriptif kuantitatif untuk menganalisis data yang telah terkumpul melalui pengumpulan data berupa kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian, maka yang menjadi simpulan pada penelitian ini adalah, tingkat motif pemilih pemula dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 adalah sangat tinggi. Sedangkan tingkat kepuasan pemilih pemula dalam menonton tayangan Debat Capres 2019 memiliki kriteria sangat tinggi. Berdasarkan tingkat motif dan tingkat kepuasan pada penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan yang didapat lebih kecil dari tingkat motif. Dengan kata lain bahwa tayangan Debat Capres 2019 di televisi tidak memuaskan bagi pemilih pemula di MAN 2 Garut.
2. Berdasarkan penelitian (Fajrini & Sayogo, 2018) dengan judul jurnal “Tingkat Kepuasan Ibu-Ibu Rumah Tangga Harapan Indah 2, Cluster Taman Sari, Bekasi Barat Terhadap Tayangan The New Eat Bulaga Indonesia”. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan survey eksplanatif komparatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa tayangan The New Eat Bulaga Indonesia tidak memuaskan ibu-ibu rumah tangga Harapan Indah 2, Cluster Taman Sari, Bekasi Barat, khususnya di RT 005 / RW 009.
3. Berdasarkan penelitian (Haquq & Eryad, 2020) dengan judul jurnal “Eksistensi Media Televisi Era Digital Dikalangan Remaja”. Adapun

metode penelitian yaitu pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menjelaskan suatu fenomena sosial yang dapat diukur dan dihitung secara objektif dengan analisis numerik melalui sebuah angka dan rumus-rumus. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan yang menunjukkan bahwa adanya perubahan pola penggunaan media konvensional ditunjukkan oleh hasil rendahnya tingkat penggunaan media televisi dengan indikasi khalayak mulai beralih menonton program televisi melalui platform digital lain seperti youtube.

4. Berdasarkan penelitian (Latifah, 2015) dengan judul jurnal “Pengaruh Terpaan Program Televisi (Lensa Olahraga Pagi ANTV) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Kognitif Penonton”. Metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Kesimpulan dari penelitian ini adalah intensitas penonton program televisi “Lensa Olah Raga Pagi” di ANTV (X1) dan macam isi program televisi “Lensa Olah Raga Pagi” di ANTV (X2) serta individu konsumen media dengan isi program televisi “Lensa Olah Raga Pagi” di ANTV (X3) memberikan pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap terhadap variabel pemenuhan kebutuhan kognitif akan informasi sepakbola dunia di Komunitas Viking Universitas Garut (Y).
5. Berdasarkan penelitian (Suryadi et al., 2019) dengan judul jurnal “Pengaruh Tayangan Berita Kriminal Televisi Terhadap Perilaku Remaja Desa Senaung Kabupaten Muaro Jambi”. Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan observasi. Penelitian menemukan bahwa tayangan berita kriminal telah mempengaruhi perilaku para remaja di Desa Senaung, akan tetapi pengaruh tersebut tidak selalu berdampak negatif dan tidak pula berdampak positif. Pengaruh tayangan berita kriminal terhadap perilaku remaja sangat bergantung kepada pribadi remaja tersebut.
6. Berdasarkan penelitian (Udeh et al., 2022) dengan judul jurnal “*Pay TV Product quality and customer satisfaction: An investigation*”. Tujuan utama dari ini penelitian ini untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap

kepuasan pelanggan TV berbayar. Studi ini menggunakan desain penelitian survei dan sampel 397 pelanggan TV berbayar. Kuisisioner sebanyak 241 eksemplar dikembalikan dan hipotesis penelitian diuji menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas konten, kualitas penerimaan, dan layanan pelanggan memiliki pengaruh positif dan hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan TV berlangganan.

7. Berdasarkan penelitian (Mikos, 2016) dengan judul jurnal "*Digital Media Platforms and the Use of TV Content: Binge Watching and Video-on Demand in Germany*". Digitalisasi dan konvergensi media yang semakin maju menuntut perusahaan penyiaran TV untuk menyesuaikan konten mereka ke berbagai platform dan saluran distribusi. Studi audiens pertama telah membahas penggunaan platform VoD di Jerman yang menyelidiki ritual pengguna, motivasi pengguna untuk menonton film dan acara TV di platform ini, dan makna VoD dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian besar peserta dalam penelitian ini melaporkan bahwa mereka terutama menonton serial drama TV di Netflix atau Amazon Prime. Oleh karena itu, studi audiens kedua berfokus pada penggunaan online serial drama televisi individu dan pasangan yang mengelaborasi fenomena binge watching. Dalam mengaitkan praktik penonton dengan struktur baru pasar televisi, artikel ini akan menjelaskan masa depan televisi.
8. Berdasarkan penelitian (Bamfo et al., 2019) dengan judul jurnal "*Effect of television adverts on children's purchase behaviour: Evidence from Ghana*". Studi ini menilai efek iklan televisi pada anak-anak perilaku pembelian di Ghana. Populasi terdiri dari anak-anak antara usia 13 dan 18 tahun yang menonton iklan televisi. Studi dilakukan pada sampel 230 responden dimana 202 tanggapan, mewakili 87,83% tingkat respons diterima dan dapat digunakan. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Data dianalisis menggunakan *IBM Statistical Packages for Social Sciences* dengan penggunaan regresi linier berganda. Studi ini menemukan informasi yang berkualitas, intrusi informasi dan iklan yang

disukai memiliki dampak positif dan signifikan berdampak pada perilaku pembelian anak.

9. Berdasarkan penelitian (Wibowo et al., 2021) dengan judul jurnal "*The Effect of Antecedents on Online Streaming Subscription on Video Companies*". Seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, banyak terjadi pergeseran kondisi akibat perkembangan tersebut, termasuk dalam industri media. Teknologi membawa kemudahan dan pilihan. Pilihan yang meningkat dapat membawa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam memilih apakah akan menggunakan TV kabel atau platform streaming online untuk hiburan mereka. Berdasarkan penelitian Lee et al (2018) menyatakan bahwa terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih TV kabel atau platform streaming online. Faktor-faktor tersebut adalah kemudahan penggunaan, pembelian tambahan, opsi media, tren sosial, opsi yang tersedia, dan biaya.
10. Berdasarkan penelitian (Nieto & Suhrcke, 2021) dengan judul jurnal "*The effect of TV viewing on children's obesity risk and mental well-being: Evidence from the UK digital switchover*". Penelitian ini menguji efek aktivitas berbasis layar pada obesitas dan kesejahteraan mental untuk anak-anak, menggunakan dataset survei besar yang mewakili populasi Inggris dan model studi peristiwa yang mengeksplorasi variasi eksogen dalam tanggal masuk transisi televisi digital di Inggris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menerima akses ke sinyal televisi digital sangat meningkatkan skor kesulitan total kesehatan mental di antara anak-anak, dan bahwa dampak ini tumbuh seiring waktu. Penelitian ini juga menemukan bukti sugestif bahwa transisi digital dapat meningkatkan BMI untuk anak-anak. Mendasari efek bersih tampaknya penurunan partisipasi dalam kegiatan sosial dan fisik.

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 Teknologi Penyiaran Digital

2.2.1.1 Pengertian Penyiaran Digital

Berdasarkan Pasal 1 Butir 2 dalam Ketentuan Umum Undang-Undang No.32 Tahun 2002 tentang penyiaran, memberikan definisi khusus penyiaran sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Definisi khusus yang dimaksudkan disini adalah berkaitan dengan fungsi regulasi yang diamanatkan oleh Undang-Undang tersebut, sehingga definisinya dibatasi mulai dari kegiatan pemancarluasan siaran, yang tentunya telah menggunakan ruang publik. Dengan demikian, di ruang publik ini, penyiaran telah menggunakan spektrum frekuensi penyiaran telah melangsungkan proses komunikasi massa dan sebagainya. Sementara proses produksi siaran tersebut seperti produk paket siaran belum masuk wilayah publik atau masih bersifat intern stasiun penyiaran bersangkutan dan karenanya tidak termasuk dalam pengaturan Undang-Undang tersebut. Oleh karena itu, stasiun penyiaran bebas menentukan apakah paket itu diproduksi sendiri atau dari rumah produksi. Tetapi bila bahan *content* itu kemudian disiarkan yang berarti masuk ke ruang publik, dia harus mengikuti aturan tentang *content* yang disusun oleh KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) (Djamal & Fachruddin, 2013).

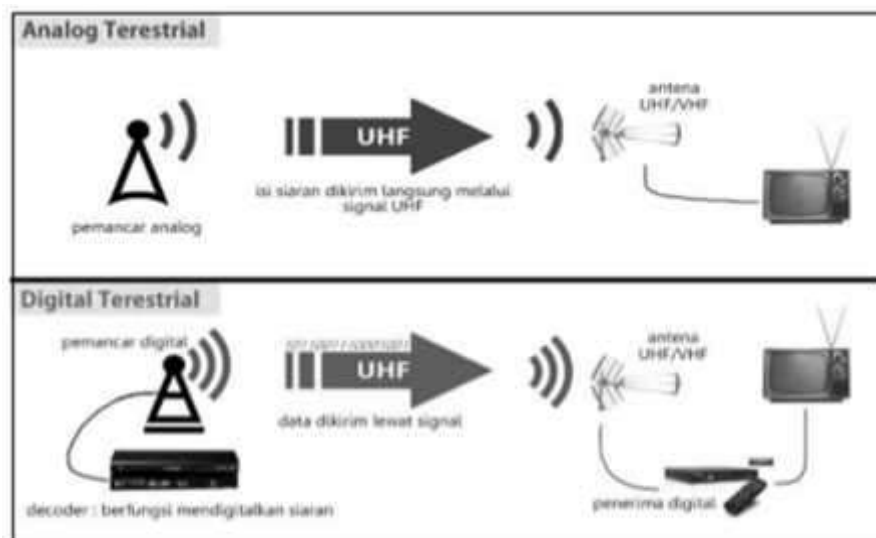
Djamal & Fachruddin (2013) menyatakan peyiaran digital merupakan jenis televisi yang menggunakan modulasi digital dan sistem kompresi untuk menyiarkan sinyal video, audio, dan data ke pesawat televisi. Televisi digital merupakan alat yang digunakan untuk menangkap siaran Televisi digital, perkembangan dari sistem siaran analog ke digital yang mengubah informasi menjadi sinyal digital berbentuk bit data seperti computer Seberjalannya waktu, di Indonesia yang dulunya memakai penyiaran analog sekarang hampir semua penyiaran menggunakan digital. Proses ini disebut dengan digitalisasi.

Dimana era penyiaran digital telah dipelopori sejak Tahun 1998 di Inggris dan Amerika Serikat yang kemudian diikuti oleh negara-negara maju lainnya. Penyebaran yang paling merata di negara Eropa dan Asia Timur, hal ini karena keseriusan pemerintahnya dalam mengeluarkan kebijakan digitalisasi serta industri yang tanggap terhadap kemajuan dan kebutuhan teknologi penyiaran

digital. Faktor lainnya, karena di negara-negara tersebut di setiap kota hanya ada empat sampai tujuh stasiun televisi, sehingga pemerintahnya mudah untuk memberikan alokasi kanal frekuensinya (Djamal & Fachruddin, 2013).

Sinyal digital adalah diskrit, dimana sinyal digital ini tidak memiliki amplitude yang kontinyu sepanjang waktu. Pada kenyataannya 1 level tegangan sinyal digital data mewakili beberapa bit data digital dengan tujuan untuk meningkatkan kecepatan pengirim data. Hampir semua sinyal digital bersifat tidak periodik. Oleh karena itu, sinyal digital tidak memiliki properti periode dan frekuensi sebagaimana halnya pada sinyal analog periodik. Satuan ukur yang secara umum digunakan pada sinyal digital adalah bit rate. Bit rate didefinisikan sebagai jumlah bit yang terkirim dalam 1 detik yang dinyatakan dengan satuan bit per second (bps) (Jusak, 2013).

Gambar 2.1
Penyiaran Analog dan Digital



Sumber: Kementerian Komunikasi dan Informatika

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan perbedaan sistem siaran televisi analog dengan sistem siaran televisi digital. Prinsip kerja pada perangkat siaran televisi digital seperti antenna, menara pemancar, dan saluran transmisi lebih praktis dan efisien, karena menggunakan satu alat untuk banyak siaran. Sistem penyiaran televisi digital berjalan melalui *multiplexing* dan kompresi yang menggabungkan sejumlah audio atau data stream ke dalam satu kanal penyiaran. Setiap stasiun

menempati slot di multiplex dengan bit rate yang sama atau berbeda sesuai dengan kebutuhan. Teknologi *multiplexing* ini sendiri memungkinkan dilakukannya pelebaran kanal frekuensi. Dalam sistem analog, satu kanal hanya bisa diisi dengan satu saluran siaran, sedangkan dalam sistem siaran televisi digital satu kanal bisa diisi dengan lebih dari enam saluran siaran sekaligus. Hal ini dimungkinkan karena dalam sistem digital, pelebaran frekuensi bisa dilakukan.

2.2.1.2 Karakteristik Penyiaran Digital

Djamal & Fachruddin (2013) menjelaskan bahwa terdapat beberapa karakteristik dari sistem penyiaran TV Digital yang tentunya merupakan inovasi sistem konvensional, diantaranya sebagai berikut:

1. TV digital memiliki hasil siaran dengan kualitas gambar dan warna yang beresolusi tinggi atau tajam jauh lebih baik dari televisi analog. Gambar format layarnya 16:9 (layar lebar atau seperti film 35 mm), sedangkan kualitas suara mampu mencapai kualitas CD stereo, bahkan *surround sound* atau *dobly digital* TM sekualitas teater film.
2. Sistem televisi digital menghasilkan pengiriman gambar yang jernih dan stabil meski alat penerima siaran berada dalam kondisi bergerak dengan kecepatan tinggi. Hal ini dimungkinkan dengan menggunakan teknologi *Orthogonal Frequency Division Multiplexing* (OFDM) yang bersifat kebal terhadap interferensi. Atau, dikenal mampu mengatasi efek lintas jamak (*multipath fading*) yang menimbulkan munculnya gambar bayangan (*ghost*) seperti pada televisi analog.
3. Siaran berteknologi digital memungkinkan memiliki saluran atau kanal banyak sehingga memberikan efisiensi pita frekuensi yang digunakan. Sehingga teknologi digital lebih efisien dalam pemanfaatan spectrum dibanding siaran analog. Secara teknis, pita frekuensi radio yang digunakan untuk televisi analog dapat digunakan untuk penyiaran digital sehingga tidak perlu ada perubahan pita alokasi baik VHF maupun UHF. Data menunjukkan, bahwa lebar pita frekuensi yang digunakan untuk analog dan digital berbanding 1 dan 6, yang artinya bila pada teknologi analog memerlukan pita selebar 8 MHz untuk satu kanal transmisi TV, maka pada

teknologi digital untuk lebar pita frekuensi yang sama dengan teknik *multiplexing* dapat digunakan untuk memancarkan sebanyak 6 hingga kanal transmisi sekaligus dengan program yang berbeda tentunya. Sehingga penyelenggara televisi, sementara program siaran atau *content provider* disiapkan oleh operator televisi lain. Disamping itu, untuk keperluan transmisi atau penyebaran siaran digital tersebut, terdapat satu perusahaan lain yang berfungsi sebagai *digital-network provider*.

4. Teknologi digital tidak mengenal kendala *adjacent channel* (kanal bersebelahan) maupun *co-channel* (kanal sama) seperti pada transmisi analog (harus beda dua kanal dalam satu area layanan), karena tidak mengenal interferensi siaran. Akibatnya, keberadaan sepuluh stasiun penyiaran komersial seperti saat ini di wilayah DKI yang menempati 10 kanal UHF, dapat diringkas menjadi dua atau tiga kanal saja.
5. Teknologi televisi digital merupakan konvergensi (penggabungan) siaran biasa dengan program interaktif. Televisi digital bukan hanya sekedar diperuntukkan untuk siaran televisi saja melainkan juga dapat digunakan untuk internet, komunikasi data, bahkan telepon, karena pada teknologi digital ini memungkinkan dilakukan komunikasi dupleks (dua arah). Hal ini mendukung kondisi masyarakat informasi yang serba interaktif. Televisi interaktif dapat terikat kepada individu secara personal yang memungkinkan seperangkat layanan yang diantarkan ke rumah. Pemirsa juga dapat menggunakan televisi interaktif untuk mengirim *e-mail*, akses data (*data casting*), *electronic program guide*, *home shopping*, dan mengikuti kuis serta pemenangnya akan mendapatkan hadiah dikirim ke rumah.

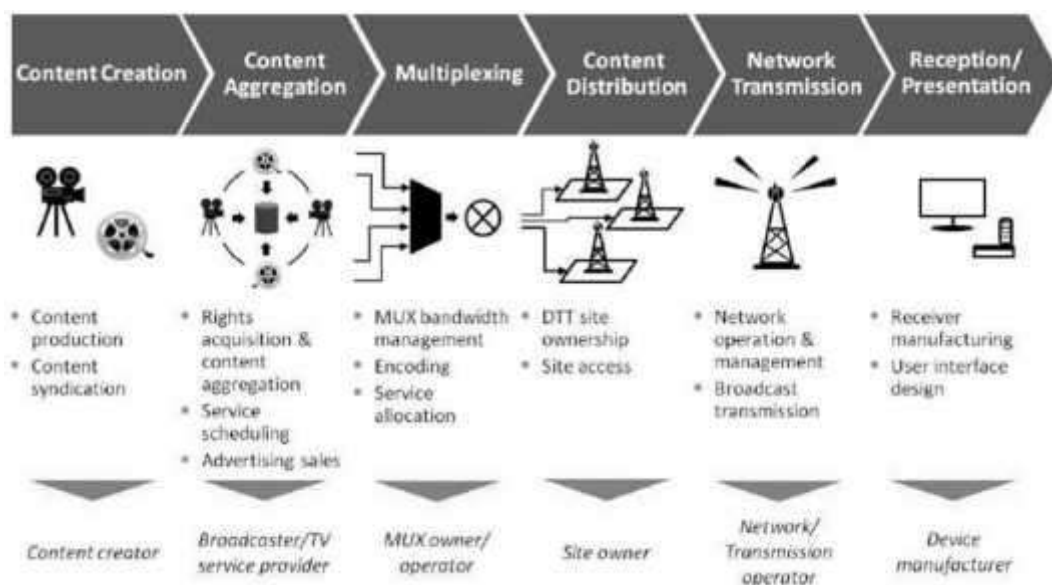
2.2.1.3 Manfaat Penyiaran Digital

Penyiaran digital membawa banyak manfaat dibandingkan dengan sistem analog. Revolusi digital menghadirkan penyiaran dengan peluang besar untuk melakukan begitu banyak hal yang saat ini dibatasi oleh sumber daya teknologi, keuangan dan sumber-sumber lainnya. Beberapa manfaat digitalisasi penyiaran diantaranya: meningkatkan efisiensi penggunaan spektrum frekuensi, efisiensi

infrastruktur industri penyiaran, membuka peluang usaha baru bagi industri konten, menghemat biaya listrik sebesar 94%, biaya modal (*Capital Expenditure*) sebesar 79% dan biaya operasional (*Operational Expenditure*) sebesar 57% dibandingkan dengan tetap menggunakan pemancar televisi analog, serta dapat meningkatkan kualitas penerimaan siaran bahkan dengan definisi tinggi (*High Definition TV*) (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2016).

Gambar 2.2

Rantai Nilai Penyiaran Digital



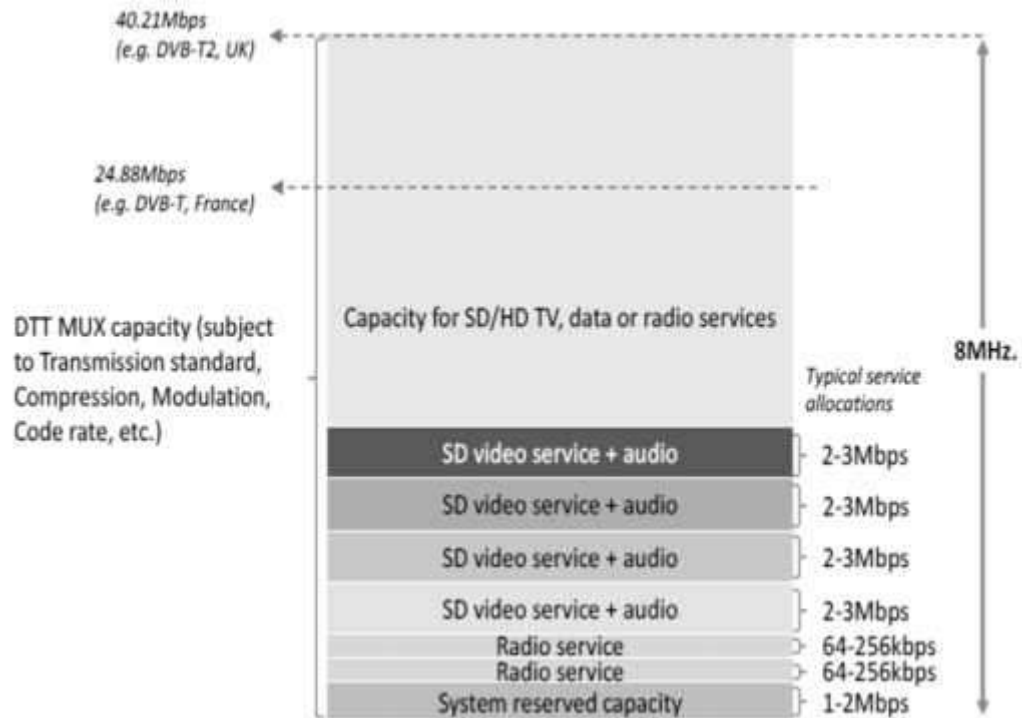
Sumber: Plum-Consulting dalam (Gultom, 2018)

Sementara migrasi dari penyiaran terestrial analog ke digital dapat dianggap sebagai evolusi nasional bagi industri penyiaran, adopsi penyiaran digital masih dipimpin oleh televisi satelit dan televisi kabel, namun platform siaran terestrial merupakan yang bisa dibilang paling bermanfaat bagi masyarakat. Migrasi ke penyiaran terestrial digital melibatkan biaya yang cukup besar, namun ini sebanding dengan keuntungan signifikan yang diberikan penyiaran digital untuk semua pemain di seluruh rantai nilai yang ditunjukkan gambar tersebut.

Standar penyiaran digital dapat meningkatkan kapasitas jaringan transmisi dengan meningkatkan efisiensi spektrum (yaitu lebih banyak data dapat ditransmisikan per satuan bandwidth). Dalam saluran frekuensi setara yang digunakan untuk satu layanan televisi analog, siaran digital memungkinkan 4-18

layanan. Peningkatan kapasitas transmisi dapat dimanfaatkan untuk menghadirkan saluran televisi tambahan (SD/HD), fitur multisuara, radio atau layanan data. Berikut gambar contoh bagaimana saluran digital 8 MHz dapat digunakan:

Gambar 2.3
Transmisi Analog vs Digital



Sumber: Plum-Consulting dalam (Gultom, 2018)

Adapun manfaat teknis lain adalah kualitas sinyal yang lebih baik yang mengurangi noise dan gangguan. Interferensi dengan transmisi digital tidak menghasilkan distorsi visual yang sama yang sering dialami transmisi analog (misalnya *ghosting*). Dibandingkan dengan penyiaran analog, bahwa siaran digital memberikan berbagai manfaat bagi konsumen diantaranya:

1. Pilihan pemrograman dan layanan yang lebih luas (termasuk saluran tambahan, penawaran HD, radio, layanan data, program pembayaran).
2. Kualitas yang lebih baik, cenderung jarang mengalami gangguan sinyal dan masalah kualitas gambar.
3. Interaktivitas, menawarkan berbagai aplikasi interaktif (permainan, teleteks yang disempurnakan), antarmuka yang lebih *user-friendly* dan personalisasi

yang lebih baik (misalnya: kemampuan mosaik atau *multiscreen*, *subtitling* multi bahasa, deskripsi audio).

4. Kenyamanan, layanan *video-on-demand* atau *catch-up* memungkinkan pemirsa menonton program pada saat mereka memilih.
5. Pengaturan kunci orang tua, memberi orang tua kontrol yang lebih besar terhadap apa yang ditonton anak-anak mereka pada televisi melalui klasifikasi program atau saluran.

2.2.1.4 Keunggulan dan Kekurangan Televisi Digital

Masyarakat yang sudah menggunakan televisi digital mungkin telah mengetahui beberapa kelebihan dalam menggunakan televisi digital, diantaranya sebagai berikut (www.kominfo.com):

1. Kualitas siaran pada layar TV sangat jernih. Apalagi jika stasiun TVnya menyediakan siaran digital versi HD juga. Hanya ada 2 kemungkinan di TV digital yaitu jernih (yang berarti siaran berhasil ditangkap) atau tidak ada (yang berarti siaran tidak berhasil ditangkap atau stasiunnya belum mendukung siaran digital). Tidak ada istilah renyek. Kalau misal ada nge-lag dikit, biasanya karena arah antena yang kurang pas.
2. Tidak ada biaya bulanan. Karena TV lokal saja sudah saya rasa cukup, tentu menikmati siaran TV digital dengan menggunakan STB DVB-T2 sudah dirasa lebih dari cukup. Biaya yang saya keluarkan hanya untuk pembelian STB di awal, selebihnya bisa menikmati siaran TV yang jernih tanpa ditagih biaya langganan setiap bulan.
3. Pengaplikasian yang praktis dan sederhana. Hanya tinggal memasang output antenna yang sudah ada ke input STB dan kabel HDMI dari STB ke TV, berbagai siaran TV digital sudah bisa kita jelajahi untuk dinikmati.
4. Siaran TV bisa direkam, hanya tinggal mencolokan USB atau HD eksternal, kita sudah bisa menyimpan siaran yang sedang berlangsung ke dalam media penyimpanan digital.
5. Jumlah siaran televisi beragam, dari satu satelit saja terdapat 30 hingga ratusan channel televisi digital. Dari masing-masing channel ada yang gratis dan berbayar.

Meskipun terdapat berbagai keuntungan yang didapatkan dengan adanya televisi digital, namun terdapat juga beberapa kekurangan diantaranya sebagai berikut (www.kominfo.com):

1. Posisi dan kondisi antena sebagai *receiver* utama siaran sangat mempengaruhi daya tangkap STB DVB-T2 terhadap siaran digital.
2. Cakupan siaran digital masing-masing stasiun TV tidak sama dan masih cenderung terbatas. Jadi jangan heran, kalau beda kecamatan saja jumlah kanal digital yang berhasil diterima bisa berbeda.
3. Tidak semua stasiun TV sudah menyediakan format siaran digital.
4. Harga STB yang dapat dikatakan masih sangat tinggi untuk kalangan tertentu.
5. STB yang tidak mudah didapatkan, terutama bagi masyarakat di daerah yang masih minim akses terhadap layanan belanja daring.

2.2.2 Media Televisi

2.2.2.1 Pengertian Media Televisi

Dilihat dari segi bahasa (etimologi) televisi berasal dari kata “tele” dan “visi”. Dimana tele berarti bentuk jarak jauh, sedangkan visi berarti kemampuan untuk melihat pada inti persoalan atau pandangan atau wawasan ke depan. Sedangkan secara terminology merumuskan bahwa arti televisi adalah sistem penyiaran gambar yang disertai dengan bunyi (suara) menjadi gelombang listrik dan mengubahnya kembali menjadi berkas cahaya yang dapat dilihat dan bunyi yang dapat didengar.

Televisi saat ini telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Banyak orang menghabiskan waktunya lebih lama di depan televisi, dibandingkan menghabiskan waktu mengobrol bersama keluarganya, Siaran televisi adalah pemancaran sinyal listrik yang membawa muatan gambar proyeksi yang terbentuk pada sistem lensa dan suara. Peter Herford menyatakan bahwa setiap stasiun televisi dapat menayangkan beberapa acara hiburan seperti, film, musik, kuis, talk show, dan sebagainya (Morissan, 2013).

Televisi merupakan alat penangkap saran bergambar sekaligus media pendengar yang berupa audia visual sehingga penonton yang melihatnya pun tidak hanya mendengar namun juga dapat melihat gambar secara langsung, tidak seperti radio yang hanya dapat didengar. Setiap harinya, jangkauan televisi semakin baik. Jika radio hanya dapat menjangkau daerah lokal, namun televisi mampu untuk menjangkau hingga belahan dunia lainnya. Hal ini semakin memudahkan kita untuk mendapatkan informasi apapun (Silva et al., 2021).

Pada awal perkembangannya, televisi menggunakan gabungan teknologi optik, mekanik, dan elektronik untuk merekam, menampilkan, dan menyiarkan gambar visualnya. Bagaimanapun pada akhir Tahun 1920-an, sistem pertelevisian yang hanya menggunakan teknologi optik dan elektronik saja telah dikembangkan, dimana semua sistem televisi modern menerapkan teknologi ini. Walaupun sistem mekanik akhirnya tidak lagi digunakan, pengetahuan yang didapat dari pengembangan sistem elektromekanis sangatlah penting dalam pengembangan sistem televisi elektronik penuh (Effendy, 2013).

Gambar pertama yang berhasil dikirimkan secara elektrik adalah melalui mesin faksimile mekanik sederhana (seperti pantelegraf) yang dikembangkan pada akhir abad ke-19. Konsep pengiriman gambar bergerak yang menggunakan daya elektrik pertama kali diuraikan pada 1878 sebagai "teleponoskop" (konsep gabungan telepon dan gambar bergerak), tidak lama setelah penemuan telepon. Pada saat itu, para penulis fiksi ilmiah telah membayangkan bahwa suatu hari nanti cahaya juga akan dapat dikirimkan melalui medium kabel, seperti halnya suara. Pada saat sekarang ini, televisi telah digunakan sebagai media hiburan utama oleh masyarakat, karena televisi menawarkan sesuatu yang sangat menarik dibandingkan media massa lainnya, yaitu audio visual. Masyarakat tidak susah payah untuk sekedar membaca suatu informasi, atau hanya mendengarkan karena televisi memberikan kemudahan, hanya dengan menonton duduk manis saja mereka akan mendapatkan informasi dan hiburan yang menarik (Effendy, 2013).

2.2.2.2 Fungsi Media Televisi

Kehadiran televisi menjadi bagian yang sangat penting sebagai sarana untuk berinteraksi satu dengan yang lainnya dalam berbagai hal yang menyangkut perbedaan dan persamaan persepsi tentang suatu isu yang terjadi dimanapun. Terdapat tiga fungsi televisi sebagai media massa sebagai berikut (Effendy, 2013):

1. Fungsi penerangan (*the information function*)

Hal ini karena televisi dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang amat memuaskan. Hal ini disebabkan dua faktor yang terdapat pada media massa audio visual itu. Faktor pertama adalah immediacy mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung. Faktor kedua adalah realisme yang mengandung makna kenyataan. Hal ini berarti bahwa stasiun televisi menyiarkan informasinya secara audial dan visual dengan perantara mikrofon dan kamera apa adanya sesuai dengan kenyataan.

2. Fungsi pendidikan (*The Educational Function*)

Sebagai media komunikasi massa televisi merupakan sarana yang ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya begitu banyak secara simultan. Sesuai dengan makna pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat, stasiun televisi menyiarkan acara-acara tertentu misalnya pelajaran bahasa, matematika dan lain sebagainya.

3. Fungsi hiburan (*The Entertainment Function*)

Sebagian besar dari waktu masa siaran diisi oleh acara-acara hiburan. Karena pada layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya bagaikan kenyataan, dan dapat dinikmati oleh khalayak yang tidak mengerti bahasa asing, bahkan yang tuna aksara.

2.2.2.3 Karakteristik Media Televisi

Televisi yang banyak diminati oleh masyarakat sebagai sumber informasi dan hiburan memiliki berbagai macam karakter. Adapun karakteristik televisi dibandingkan media lain yaitu sebagai berikut (Ardianto, 2014):

1. Audio Visual

Televisi memiliki kelebihan yaitu dapat didengar sekaligus dapat dilihat (*audio visual*). Jadi, apabila khalayak radio hanya mendengarkan kata kata, musik, dan efek suara, maka khalayak televisi dapat melihat gambar yang bergerak.

2. Berfikir dalam gambar

Terdapat dua tahap yang dilakukan dalam proses berfikir dalam gambar, pertama visualisasi yaitu menerjemahkan kata kata yang mengandung gagasan yang menjadi gambar secara individual. Sedangkan kedua yakni penggambaran (*picturization*) yaitu kegiatan merangkai gambar individual sedemikian rupa, sehingga kontinuitasnya mengandung makna tertentu.

3. Pengoperasian lebih kompleks

Dibandingkan dengan radio siaran, pengoperasian televisi siaran lebih kompleks, dan lebih banyak melibatkan orang. Untuk menayangkan acara siaran berita yang dibawakan oleh dua orang pembaca berita saja dapat melibatkan 10 orang. Mereka terdiri dari produser, pengarah acara, pengarah teknik, pengarah studio, pemandu gambar, sampai tiga juru kamera, juru audio, rias dan juru lainnya.

2.2.3 Kualitas Penyiaran

2.2.3.1 Pengertian Kualitas Penyiaran

Menurut Umi *et al.* dalam (Giantika, 2015) menjelaskan bahwa perluasan jangkauan penyiaran itu sendiri memiliki potensi memperluas pasar dan memperbesar jumlah pemirsa guna meningkatkan nilai iklan. Sebaliknya daya jangkauan siaran yang terbatas akan berimbas pada jumlah pemirsa yang menonton tayangan yang berarti memperkecil kesempatan semakin banyaknya penonton untuk terpuaskan. Kebijakan penetapan pola acara yang belum memiliki kepastian dalam pedoman pelaksanaan produksi dan penyiaran program serta pelaksanaan pola acara melalui kegiatan produksi menghasilkan ketidakkonsistennya.

Kualitas penyiaran dapat diartikan sebagai sistem penerimaan sajian gambar secara stabil dengan gambar lebih tajam. Terdapat dua jenis sistem penyiaran yakni yang bersifat analog dan yang digital (wikipedia.org). Perbedaan yang paling

mendasar antara sistem penyiaran televisi analog dan digital terletak pada penerimaan gambar lewat pemancar. Pada sistem analog, semakin jauh dari stasiun pemancar televisi, sinyal akan melemah dan penerimaan gambar menjadi buruk dan berbayang. Sedangkan pada sistem digital, siaran gambar yang jernih akan dapat dinikmati sampai pada titik dimana sinyal tidak dapat diterima lagi. Dapat dikatakan, siaran digital hanya mengenal dua kondisi status, terima (kode 1) atau tidak (kode 0).

Dalam konsideran Undang-Undang No.32 Tahun 2002 ditegaskan bahwa lembaga penyiaran merupakan media komunikasi massa yang mempunyai peran penting dalam kehidupan sosial, budaya, politik, dan ekonomi, memiliki kebebasan dan tanggung jawab dalam menjalankan fungsinya sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, serta kontrol dan perekat sosial. Hal tersebut menjelaskan bahwa media penyiaran berperan sebagai media massa sejajar dengan media cetak dan media tatap muka. Dalam menjalankan fungsinya, lembaga penyiaran mempunyai kode etik yang dipengangi oleh setiap lembaga penyiaran. Digunakannya kode etik ini agar dalam menjalankan tugasnya tidak menyebabkan timbulnya gejolak di masyarakat atau bahkan antara masyarakat dan lembaga penyiaran itu sendiri. Dalam penyelenggaraan penyiaran terdapat unsur-unsur software dan hardware yang diorganisasi sedemikian rupa sehingga visi dan misi lembaga penyiaran tercapai, sementara operasionalnya dipandu dengan kode etik penyiaran ataupun kode etik jurnalis.

Kualitas penyiaran dalam hal ini menjelaskan daya pancar atau jangkauan siaran yang mengirimkan gambar melalui gelombang sinyal yang dipancarkan stasiun pemancar televisi yang kemudian ditangkap antena televisi di rumah atau lokasi tertentu. Namun, untuk beberapa lokasi tertentu ada yang tidak dapat menerima siaran yang dipancarkan dari stasiun pemancar secara baik seperti munculnya gambar berbintik hingga berbayang. Hal ini menjelaskan adanya sinyal yang melemah karena lokasi yang terlalu tersembunyi atau terlalu jauhnya suatu daerah dengan lokasi tower pemancar, sehingga daya pancar menjadi buruk atau melemahnya daya pancar sinyal.

2.2.3.2 Manajemen Penyiaran

Mengelola bisnis media penyiaran merupakan salah satu bisnis yang paling sulit dan paling menantang dibandingkan dengan jenis industri lainnya. Mengelola media penyiaran pada dasarnya adalah mengolah manusia (Morissan, 2013). Oleh karena itu, adapun upaya untuk menyeimbangkan antara memenuhi kepentingan pemilik ataupun kepentingan masyarakat memberikan tantangan tersendiri kepada pihak manajemen media penyiaran. Hal ini tentu tidak lepas dari empat fungsi dasar manejer umum (*general manajer*) dimana langsung bertanggung jawab kepada pemilik dan pemegang saham. Manajer umum dalam melaksanakan koordinasi sumber daya yang ada (manusia dan barang) harus sedemikian rupa sehingga tujuan tercapai dengan menjalankan fungsi:

1. Perencanaan (*Planning*),
2. Pengorganisasian (*organizing*),
3. Pengarahan dan memberikan pengaruh (*directing dan influencing*),
4. Pengawasan (*controlling*),
5. Evaluasi (*Evaluating*).

Selanjutnya untuk memenangkan persaingan dalam jangka panjang, perlu adanya perencanaan strategi atau biasa dikenal dengan manajemen strategik. Strategi merupakan cara untuk menemukan cara terbaik dalam mengalahkan pesaing, namun juga perlu untuk mencapai keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing yang dimaksud adalah sesuatu hal yang tidak dimiliki oleh pesaing yang dapat mempertahankan eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Melihat fungsinya yang semakin vital dalam menentukan eksistensi perusahaan, strategi terus berkembang sebagai suatu disiplin ilmu yang dipelajari lebih mendalam. Sebagai salah satu stasiun penyiaran yang menyajikan program untuk dinikmati publik maka stasiun penyiaran tersebut harus memiliki strategi program yang jelas sebelum membeli atau memproduksi program. Strategi program ini harus disusun bersama antara direktur program dengan para manajer senior lainnya. Menurut Pringle Starr McCavitt dalam (Morissan, 2013) terdapat tiga faktor penting yang harus dipertimbangkan pengelolaan stasiun publik dalam menyusun strategi programnya diantaranya sebagai berikut:

1. *The nature of the licensee* (misi atau fungsi utama keberadaan stasiun public).
2. Kebutuhan dan kepentingan masyarakat.
3. *The requirements for fund raising from the audience* (upaya menggalang dana dari masyarakat).

Fungsi utama stasiun publik di Indonesia, sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang tentang penyiaran No.32 Tahun 2002, adalah memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Hal ini merupakan faktor pertama yang harus dipertimbangkan sebelum menyusun strategi program. Pengelola stasiun publik harus betul-betul memahami arti sebuah melayani kepentingan masyarakat, sesuatu yang kedengarannya mudah diucapkan namun terkadang sulit untuk dilakukan. Strategi yang disusun demi mencapai tujuan tentunya memerlukan usaha dan kerjasama yang nyata dari lingkungan eksternal maupun internal stasiun penyiaran tersebut.

2.2.3.3 Indikator Kualitas Penyiaran

Menurut Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, dan Berry yang dikutip oleh Tjiptono (2016) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang sering digunakan dengan istilah ServQual yaitu sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan yang dimiliki suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
3. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

4. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa ada suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan.
5. Jaminan dan kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayanan perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain: komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), kemananan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).

2.2.4 Kemasan Program

2.2.4.1 Pengertian Kemasan Program

Program televisi dapat menjadi ciri khas dan identitas tersendiri bagi media televisi tersebut, sehingga tak heran mengapa sebuah program televisi menjadi bagian yang penting bagi sebuah tayangan televisi. Isi dari program televisi sendiri tak terlepas dari pesan yang ingin di sampaikan baik itu berupa informasi, hiburan, edukasi dan lain sebagainya. Untuk menciptakan sebuah program yang mampu menarik perhatian pemirsa di rumah dibutuhkan kekreatifan dan keunikan atau ciri khas tersendiri dari sebuah program tersebut.

Morissan (2013) menjelaskan bahwa bagi pengelola program penyiaran, kemasan dapat diartikan segala sesuatu yang perlu dilakukan untuk menarik perhatian *audience* melalui penampilan (*appearance*) suatu program yang mencakup antara lain misalnya: pembawa acara (*presenter*), busana yang dikenakan, penampilan latar belakang (*background*), *bumper* program yang menarik, teaser program, properti, logo, studio. Kemasan program menjadi penarik bagi konsumen untuk memberikan perhatian pada suatu program sehingga mampu

memberikan kesan pertama yang baik. Sedangkan Wenxiu dalam (Giantika, 2015) yang menjelaskan bahwa kemasan program televisi dapat menunjukkan karakteristik dan ciri dari sebuah program unggulan, sehingga dapat mendekatkan dan membangun citra program pada pemirsanya. Hal ini lebih memudahkan untuk memasarkan program yang telah mempunyai nama tersebut pada para pengiklan.

Namun jika dilihat secara umum sendiri, program televisi terbagi menjadi dua bagian, yaitu pertama program hiburan populer atau yang disebut sebagai program *entertainment*, dimana sebuah program yang berorientasi untuk memberikan hiburan atau bisa dikatakan tujuan utamanya adalah untuk memberikan hiburan atau menghibur pemirsa di rumah, dalam hal ini program hiburan sendiri terbagi menjadi dua yaitu program drama dan non drama. Dan yang kedua yaitu program berita (*news*), merupakan sebuah program yang sangat terkait dengan nilai aktualitas dan faktualitasnya, pendekatan produksinya menekankan pada kaidah jurnalistik (Rusman, 2015).

2.2.4.2 Jenis-Jenis Program

Morissan (2013) menyatakan bahwa program informasi terbagi kedalam dua jenis yaitu sebagai berikut:

1. Berita keras (*hard news*)

Berita keras (*hard news*) merupakan segala bentuk informasi yang penting dan menarik yang harus segera diberitakan oleh media penyiaran karena mengingat sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui oleh khalayak audien secepatnya. Berita keras sendiri terbagi menjadi beberapa bentuk berita yaitu: *straight news* (berita “langsung” yaitu menyampaikan berita yang singkat dengan hanya menyajikan informasi terpenting menyangkut 5W+1H), *feature* (program berita yang menampilkan berita-berita ringan namun menarik, misalnya saja seperti informasi mengenai tempat makanan, liburan menarik dll), dan *infotainment* (yang berarti hiburan, dimana merupakan berita menyajikan informasi mengenai kehidupan orang-orang terkenal oleh masyarakat misalnya *celebrity*).

2. Berita lunak (*soft news*)

Merupakan segala bentuk informasi yang penting dan menarik dimana disampaikan secara mendalam (*in depth*) namun sifatnya tidak harus segera ditayangkan oleh media penyiaran. contohnya saja seperti berita: *Current Affair* (“persoalan kekinian”, dimana menyajikan informasi terkait dengan suatu berita penting yang muncul sebelumnya yang di buat secara lengkap dan mendalam), *Magazine* (berita yang menampilkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain feature dengan durasi yang lebih panjang), Dokumenter (sebuah program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun di sajikan dengan menarik), dan *Talk Show* (program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topic tertentu yang di pandu oleh seorang pembawa acara atau *host*).

2.2.4.3 Indikator Kemasan Program

Menurut Tong peng dalam (Giantika, 2015) menjelaskan bahwa elemen dari sebuah kemasan program adalah sebagai berikut:

1. Logo: Sangat penting karena menggambarkan identitas program, dan citra dari sebuah program.
2. Warna: Pilihan warna menjadi sangat penting dalam tayangan sebuah program. Biasanya tayangan program memiliki ciri khas warna utama yang menjadi identitas, misalkan warna biru atau kuning. Contohnya warna utama biru yang digunakan CNN. Warna biru dipilih karena menggambarkan kehangatan, cerah, ketenangan dan citra yang obyektif.
3. Audio: Termasuk diantaranya bahasa, musik dan efek suara. Suara memegang peranan penting. Sebuah program yang baik bisa menyatukan warna utama sebagai identitas sebuah program dengan musik yang baik. Maka dengan hanya melihat warna dan mendengar suaranya saja, sebuah program sudah dapat teridentifikasi atau ditebak.

2.2.5 Kepuasan Menonton

2.2.5.1 Pengertian Kepuasan

Kata kepuasan (*satisfactions*) berasal dari kata “*Satis*” yang artinya cukup baik, memadai), dan “*Facio*” yang artinya melakukan atau membuat), kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Kotler (2015) menyatakan bahwa kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk atau jasa dan ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen ialah tanggapan pemenuhan konsumen yang muncul karena adanya penilaian terhadap karakteristik produk atau jasa yang disediakan dapat memenuhi tingkat pemakaian yang memberikan kenyamanan konsumen yang menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan Kotler dalam (Tjiptono, 2016) yang menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Day dalam (Kristianto, 2018) menjelaskan maksud dari kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaiannya. Harapan konsumen akan semakin berkembang seiring dengan banyaknya informasi yang didapatkan pasca konsumsi. Lebih lanjut Kristianto (2018) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pertemuan antara kedua kepentingan ini akan menentukan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen pada suatu produk atau jasa.

Alma (2018) menyatakan bahwa kepuasan adalah fungsi dari *perceived performance* dan *expectation*. Jika produk atau jasa yang dibeli sesuai dengan

harapan yang diharapkan oleh konsumen, maka akan mendapat kepuasan. Sebaliknya jika produk atau jasa yang dibeli tidak sesuai dengan harapan yang diharapkan oleh konsumen, maka akan timbulnya ketidakpuasan serta perasaan kecewa. Sedangkan Daryanto & Setyobudi (2014) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan produk atau jasa, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh suatu organisasi sesuai dengan ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh organisasi tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa kecewa.

2.2.5.2 Pengukuran Tingkat Kepuasan

Dalam menentukan tingkat kepuasan, terdapat lima faktor utama yang perlu diperhatikan oleh organisasi, diantaranya sebagai berikut (Lupiyoadi, 2016):

1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi dari nilai sosial yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Sedangkan Kotler dalam (Tjiptono, 2016) menyatakan bahwa terdapat beberapa metode untuk melakukan pengukuran tingkat kepuasan sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat konsumen (*customer centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi tersebut dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi organisasi dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan teman-temannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk organisasi dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu, para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara-cara penanganan setiap keluhan.

3. *Lost customer analysis*

Organisasi seyogyanya menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting. Peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan organisasi dalam memuaskan konsumennya.

4. Survey kepuasan konsumen

Umumnya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan dengan penelitian *survey*, yakni survey melalui pos, telepon, maupun wawancara

langsung. Organisasi akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa organisasi menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

2.2.5.3 Strategi Kepuasan

Melalui strategi kepuasan, setiap organisasi berharap dapat meningkatkan pangsa pasar, penjualan dan jumlah pelanggannya. Berikut ini strategi kepuasan pelanggan yang dapat diterapkan pada perusahaan jasa (Tjiptono, 2016):

1. Strategi manajemen ekspektasi pelanggan

Ekspektasi pelanggan dibentuk dan didasarkan pada sejumlah faktor, seperti pengalaman berbelanja dimasa lalu, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaingnya.

2. Relasi pemasaran dan manajemen

Relasi pemasaran dan manajemen merupakan cara berpikir mengenai pelanggan, pemasaran, dan penciptaan nilai, bukan sekedar serangkaian alat, teknik dan taktik. Dengan kata lain, relasi pemasaran dan manajemen merupakan ancangan integratif atau holistik yang memperkokoh kompetensi pemasaran perusahaan.

3. *After marketing* (setelah pemasaran)

Tahap ini menekankan pentingnya aktivitas pemasaran dan komunikasi setelah transaksi pembelian. Khususnya dalam rangka memberikan keyakinan setelah tahap pembelian (agar konsumen yakin bahwa keputusan pembelian yang dilakukannya benar-benar bijaksana) dan membangun loyalitas merek.

4. Strategi retensi pelanggan

Strategi retensi pelanggan difokuskan pada teknik-teknik yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan agar pelanggan tidak beralih pada pemasok atau perusahaan jasa yang lain.

5. Pelayanan pelanggan superior

Pelayanan pelanggan superior diwujudkan dengan cara menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan para pesaing.

6. Strategi pemasukan atau infusi teknologi

Teknologi bisa dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan dan memuaskan pengalaman layanan kepuasan pelanggan.

7. Sistem penanganan komplain secara efektif

Di dalam industri yang sama-sama bergerak dibidang jasa, wajib untuk menanggapi komplain dari para pelanggannya, agar dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Pada hakikatnya ada dua tujuan utama pelanggan menyampaikan komplain. Pertama, untuk menutupi kerugian ekonomis, dan kedua adalah untuk memperbaiki citra diri (*self-image*).

8. Strategi pemulihan layanan

Dalam perusahaan jasa, seberapa kerasnya usaha penyedia jasa, tetap saja kekecewaan atau tidak kepuasan pelanggan tidak terhindarkan. Maka dari itu, taktik-taktik pemulihan layanan sangat dibutuhkan guna memberikan dampak yang positif terhadap nilai kepuasan pelanggan, minat pembelian ulang, loyalitas dan komitmen pelanggan, juga persepsi pelanggan terhadap keadilan pelayanan jasa.

2.2.5.4 Aspek-Aspek Kepuasan

Kotler (2015) mengemukakan pendapat tentang aspek-aspek kepuasan konsumen, meliputi sebagai berikut:

1. *Expectation* (harapan)

Hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen diawali pada tahap sebelum pembelian, yaitu ketika konsumen menyusun harapan tentang apa yang akan diterima dari produk atau jasa.

2. *Perfomance* (kinerja)

Selama kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen.

3. *Comparisme* (kesesuaian)

Setelah mengkonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja *actual* dibandingkan oleh konsumen.

4. *Confirmation* atau *Disconfirmation* (penegasan)

Penegasan dari harapan konsumen, apakah harapan sebelum pembelian dengan persepsi pembelian sama atau tidak.

5. *Discrepancy* (ketidaksesuaian)

Jika tingkat kinerja tidak sama, pengakuan ketidaksamaan menentukan perbedaan satu sama lain. Diskonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada di bawah tingkat harapan, maka semakin besar ketidakpuasan konsumen

Lebih lanjut Kotler (2015) menyatakan bahwa terdapat tiga aspek kepuasan konsumen yaitu:

1. Loyal terhadap produk

Konsumen yang terpuaskan cenderung akan menjadi loyal. Konsumen yang puas terhadap produk yang dikonsumsinya akan mempunyai kecenderungan untuk membeli ulang dari produsen yang sama. Keinginan untuk membeli ulang karena adanya keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman yang buruk.

2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Kepuasan adalah merupakan faktor yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen yang lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan yang menyediakan produk.

3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain

Hal ini merupakan proses kognitif ketika adanya kepuasan, dimana konsumen lebih mengutamakan perusahaan yang sama untuk mendapatkan jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

2.2.5.5 Indikator Kepuasan Menonton

Indikator mengukur *Gratification Obtained* (kepuasan) sama dengan indikator *Gratification Sought*. Adapun kategori kepuasan yang dikemukakan oleh McQuail (Gunawan, 2016) diantaranya sebagai berikut:

1. Kepuasan Informasi : kepuasan yang berkaitan dalam mencari informasi mengenai peristiwa dan kondisi disekitar atau keadaan dunia.
2. Kepuasan Identitas Pribadi : kepuasan yang dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa.
3. Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial : kepuasan yang dapat menemukan bahan pembicaraan kepada mahasiswa sekitar, interaksi dengan orang lain dan menjalankan kelangsungan hubungan individu dengan orang lain.
4. Kepuasan Hiburan : kepuasan kebutuhan untuk melepaskan diri dari kegiatan keseharian atau sarana pelepas emosi, mendapatkan hiburan dan kesenangan.

2.3 Variabel dan Hipotesis

Wikipedia menjelaskan bahwa kualitas penyiaran berarti adanya kualitas gambar dan warna yang dihasilkan dari sistem pemancar televisi. Pemirsa akan merasa puas dalam memperoleh informasi jika mendapatkan mutu gambar yang berkualitas seperti gambar jernih, stabil dan tidak berbayang saat menonton tayangan program berita. Sedangkan Lovelock dan Wright (2001) menyatakan bahwa kualitas merupakan indikator penentu kepuasan. Kepuasan datang atau berasal dari serangkaian interaksi dengan suatu produk. Interaksi konsumen dengan produk menghasilkan *confirmation* atau *disconfirmation*. Ketika pelayanan dinilai lebih buruk dari yang diharapkan maka akan terjadi *negative confirmation*. Pelayanan yang dinilai lebih baik dari yang diharapkan mendatangkan *positive confirmation*. Saat pelayanan sama dengan yang diharapkan maka mendatangkan *simple confirmation*. Lebih lanjut Aragon dan Llorens (1996) menegaskan bahwa kualitas program televisi memiliki efek yang sangat signifikan terhadap kepuasan pemirsa televisi, meskipun hasilnya harus dipertimbangkan dengan hati-hati, mengingat sifat dari sampel yang digunakan.

Morissan (2013) menyatakan bahwa program yang disajikan oleh stasiun televisi adalah faktor yang membuat penonton tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkannya. Program adalah produk yang dibutuhkan pemirsa, sehingga mereka tertarik menonton siaran program tersebut. Dalam dunia penyiaran terdapat rumusan yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan program yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton. Program berita televisi yang berkualitas adalah program berita yang mampu menampilkan kualitas berita yang berkualitas. Kerangka kerja untuk menilai kualitas berita yakni adanya kebebasan memperoleh sumber informasi dan mempublikasikannya, adanya keragaman berita yang mampu dan mau memberikan berbagai pilihan berita yang lengkap atas pandangan yang beragam serta adanya realitas objektivitas berita, berita yang relevan dan sesuai fakta serta akurat.

Berdasarkan pada hubungan antar variabel tersebut, dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

- H1 : Kualitas penyiaran digital berpengaruh positif terhadap kepuasan menonton pada Tanjungpinang TV.
- H2 : Kemasan program berpengaruh positif terhadap kepuasan menonton pada Tanjungpinang TV.
- H3 : Kualitas penyiaran digital dan kemasan program berpengaruh positif terhadap kepuasan menonton pada Tanjungpinang TV.

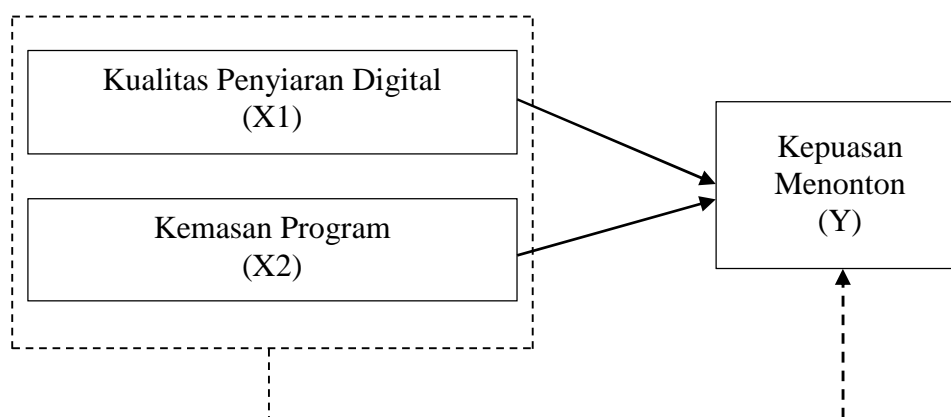
2.4 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

Kerangka konseptual merupakan alur pikir penulis yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi masalah yang ingin diteliti. Dalam kerangka konseptual ini didapatkan dari konsep ilmu atau teori-teori yang relevan sebagai landasan penelitian yang didapatkan pada tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis sesuai variabel yang diteliti.

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel yang akan diteliti. Menurut Uma Sekaran dalam (Sugiyono, 2018)

mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Sedangkan Suriasumantri dalam (Sugiyono, 2018) menjelaskan bahwa kerangka pemikiran ini merupakan penjelasan sementara terhadap gejala-gejala yang menjadi objek permasalahan. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dirumuskan seperti gambar sebagai berikut:

Gambar 2.4
Kerangka Konseptual



Sumber : Hasil Data Olahan Peneliti (2022)

Keterangan:

- : Menguji variabel secara parsial (pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat).
- : Menguji variabel secara simultan (pengaruh secara bersamaan variabel bebas terhadap variabel terikat).

Sedangkan Sugiyono (2018) menjelaskan definisi operasional merupakan penentuan kontrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan kontrak, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran kontrak yang lebih baik. Sedangkan Nani Darmayanti (Muslihin, 2013) menyatakan bahwa definisi operasional merupakan rumusan tentang ruang lingkup dan ciri-ciri suatu konsep yang menjadi pokok pembahasan dan penelitian karya ilmiah.

Televisi lokal memiliki fungsi yang tidak jauh berbeda dengan media massa lainnya yaitu televisi lokal berfungsi untuk memberi informasi, mendidik, mempersuasi, menyenangkan, dan sebagai hiburan. Selain itu, televisi lokal juga sangat menunjang perkembangan kebudayaan daerah. Isi berita atau materi-materi dalam bentuk lisan dan tulisan yang dipublikasikan lebih menekankan pada peristiwa dan hal-hal yang dibutuhkan masyarakat setempat. Adapun definisi operasional berdasarkan variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
Kualitas Penyiaran Digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti Fisik 2. Empati 3. Keandalan 4. Daya Tanggap 5. Jaminan atau Kepastian
Kemasan Program	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logo 2. Warna 3. Audio
Kepuasan Menonton	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan Informasi 2. Kepuasan Identitas Pribadi 3. Kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial 4. Kepuasan Hiburan

Sumber: Data olahan peneliti (2022)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas penyiaran digital dan kemasan program terhadap kepuasan menonton program “Detak Tanjungpinang” di Tanjungpinang TV, adapun kesimpulan yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas penyiaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan menonton pada Tanjungpinang TV. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas. Dengan demikian, semakin baik kualitas penyiaran digital yang dimiliki oleh Tanjungpinang TV maka dapat mempengaruhi kepuasan menonton.
2. Kemasan program berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan menonton pada Tanjungpinang TV. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas. Dengan demikian, semakin baik kemasan program yang dimiliki oleh Tanjungpinang TV maka dapat mempengaruhi kepuasan menonton.
3. Kualitas penyiaran digital dan sekaligus kemasan program secara bersamaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan menonton pada Tanjungpinang TV. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai probabilitas. Sehingga diperoleh hipotesis akhir yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel kualitas penyiaran digital dan kemasan program tersebut berhasil meningkatkan kepuasan menonton sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai.

5.2 Saran

Terdapat beberapa saran dalam penelitian ini yang dapat berguna bagi pihak Tanjungpinang TV yaitu sebagai berikut:

1. Mengingat rendahnya skor mengenai respon Tanjungpinang TV dalam menanggapi keluhan penonton, maka diharapkan pihak Tanjungpinang TV banyak memunculkan konten-konten yang kreatif dan mengeluarkan ide-ide baru yang lebih mendekatkannya pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan penonton seperti yang diharapkan penonton.
2. Mengingat rendahnya skor mengenai kualitas suara dan pemilihan musik pada program Detak Tanjungpinang, maka Tanjungpinang TV diharapkan dapat lebih selektif lagi dalam pemilihan musik yang sesuai dengan keinginan penonton dan pembuat konten dapat lebih bijak dalam memproduksinya.
3. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan mampu untuk menambah variabel lain yang mempengaruhi kepuasan menonton, karena penelitian ini hanya berfokus pada variabel kualitas penyiaran digital dan kemasan program. Dalam penelitian yang akan datang juga diharapkan menambah responden agar data yang dihasilkan lebih dapat digeneralisasikan pada lingkup yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, I. Z., Nurhadi, Z. F., Kurniawan, A. W., & Musaddad, U. S. (2020). Pengaruh motif terhadap kepuasan pemilih pemula dalam menonton tayangan Debat Capres 2019. *ProTVF*, 4(2), 143.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (13 (Revisi). Alfabeta.
- Ardianto. (2014). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Symbiosa Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (15th ed.). Rineka Cipta.
- Bamfo, B. A., Kraa, J. J., Asabere, P., & Atarah, B. A. (2019). Effect of television adverts on children's purchase behaviour: Evidence from Ghana. *Cogent Business & Management*, 6(1), 1–13.
- Djamal, H., & Fachruddin, A. (2013). *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*. Kencana.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajrini, N., & Sayogo, Y. (2018). Tingkat Kepuasan Ibu-Ibu Rumah Tangga Harapan Indah 2, Cluster Taman Sari, Bekasi Barat Terhadap Tayangan the New Eat Bulaga Indonesia". *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, VI(1), 63–69.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Giantika, G. G. (2015). Pengaruh Kualitas Penyiaran dan Kemasan Program Terhadap Kepuasan Menonton Program Musik Inbox SCTV (Studi Kasus Mahasiswa BSI Pemuda Rawamangun). *Jurnal Komunikasi*, VI(2), 24–32.
- Gultom, A. D. (2018). Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 16(2), 91.
- Gunawan, L. (2016). Motif dan Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Dialog “Titik Tengah” di Metro TV Jawa Timur. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(1), 1–12.
- Haquq, R., & Ersyad, F. A. (2020). Eksistensi media televisi di kalangan remaja. *Dinamika Sosial Budaya*, 22(1), 38–44.
- Jusak. (2013). *Teknologi Komunikasi Data Modern*. CV. ANDI OFFSET.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Salemba Empat.

- Latifah, H. (2015). Pengaruh Terpaan Program Televisi “Lensa Olahraga Pagi Antv” Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Kognitif Penonton. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 1(1), 133–168.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Mikos, L. (2016). Digital Media Platforms and the Use of TV Content : Binge Watching and Video-on-Demand in Germany. *Media and Communication*, 4(3), 154–161.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group.
- Nieto, A., & Suhrcke, M. (2021). The effect of TV viewing on children ’ s obesity risk and mental well-being : Evidence from the UK digital switchover. *Journal of Health Economics*, 80.
- Rusman. (2015). *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Silva, L. D., Pranajaya, S. A., & Hadi, S. (2021). Imajinasi Tontonan Televisi Terhadap Tuntunan Diri Anak. *Borneo Journal Of Primary Education*, 1(1), 37–53.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2016). *Metodologi Penelitian*. PT. Refika Aditama.
- Suryadi, Agus Slamet Nugroho, Mila Wahyuni, & Usrial. (2019). Pengaruh Tayangan Berita Kriminal Televisi terhadap Perilaku Remaja Desa Senaung Kabupaten Muaro Jambi. *MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 21–52.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Strategik*. CV. ANDI OFFSET.
- Udeh, C., Ifekanandu, C., & Idoko, E. C. (2022). Pay TV Product quality and customer satisfaction : An investigation. *International Journal of Information Systems and Informatics*, 3(1), 25–35.
- Wibowo, T. J., Tjhia, M., & Jong, T. (2021). The Effect of Antecedents on Online Streaming Subscription on Vidio Companies. *Jurnal Mantik*, 5(36), 1153–1159.