



KOMUNIKASI PEMERINTAH TENTANG KEBIJAKAN DIGITALISASI TELEVISI TERESTRIAL DI INDONESIA



KOMUNIKASI PEMERINTAH TENTANG KEBIJAKAN DIGITALISASI TELEVISI TERESTRIAL DI INDONESIA

Desliana Dwita



GETPRESS INDONESIA

**KOMUNIKASI PEMERINTAH TENTANG KEBIJAKAN DIGITALISASI
TELEVISI TERESTRIAL DI INDONESIA**

Penulis:

Desliana Dwita

ISBN: 978-623-125-718-5

Editor: Fitria Mayasari, S.I.Kom, M.A

Penyunting: Nurrahmi. S.I.Kom, M.I.Kom

Sumaiyah, S.I.Kom., M.I.Kom

Nazhifah, S.I.Kom, M.I.Kom

Desain Sampul dan Tata Letak: Abdul Rahman Sayopi, S.I.Kom.,M.I.Kom

Penerbit: GETPRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi:

Jl. Palarik RT 01 RW 06, Kelurahan Air Pacah
Kecamatan Koto Tengah, Padang, Sumatera Barat

website: www.getpress.co.id

email: adm.getpress@gmail.com

Cetakanpertama, April 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang
dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Ada sebuah kebanggaan ketika diminta oleh Penulis buku ini untuk memberi kata Pengantar, Alhamdulillah..ternyata banyak tunas-tunas muda yang memiliki komitmen sebagai ilmuwan disertai daya juang yang tinggi untuk mendokumentasikan penelusuran keilmuan melalui perjalanan riset disertasi yang pasti prosesnya panjang dan melelahkan. Ada sebuah slogan bahwa, adalah sebuah anugerah ketika kita memiliki ilmu pengetahuan, namun ilmu pengetahuan itu jauh akan lebih bermakna dan bermanfaat manakala kita menyebarkannya kepada orang banyak. Demikian pula manakala kita meyakini bahwa “Ilmu Amaliah, Amal Ilmiah”, menjadi sikap dalam menjalani keseharian tugas dan peran di lingkungan pendidikan dalam arti luas. Sikap ini pula yang bisa ditemukan pada penulis, yang berupaya disertasinya tidak hanya menjadi penghias rak buku atau terpajang di perpustakaan, namun bagaimana hasil riset tentang : “Komunikasi Pemerintahan tentang Kebijakan Digitalisasi Televisi Terestrial Di Indonesia” ini dapat dipahami secara mudah, tersebar secara luas dan bermanfaat sebagai buku monograf untuk dunia kampus atau siapa saja peminat bidang penyiaran.

Dalam mengkaji tentang komunikasi pemerintah di Indonesia, khususnya ketika proses penyusunan sebuah kebijakan, menyosialisasikan, mengimplementasikan sampai pada monitoring dan evaluasi pelaksanaan, bukan perkara mudah. Seringkali ketika proses penyusunan kebijakan, pemerintah kurang koordinasi, demikian pula ketika sosialisasi ada resistensi dari pihak-pihak yang selama ini merasa terganggu dengan ada kebijakan baru, atau ada ketidaktepatan dengan kondisi lapangan/daerah yang beragam. Komunikasi pemerintah dalam buku ini dibahas secara apik dan lengkap, baik secara konseptual maupun dalam implementasinya di lapangan, khususnya yang dikaitkan dengan kebijakan per-televisi-an.

Walaupun landscape penyiaran tak kunjung terpetakan arah, tujuan dan kemanfaatannya untuk bangsa, apalagi dengan masuknya era digital, yang telah merubah bentuk, genre, habit, content, produksi, distribusi dan berbagai dimensi dari penyiaran itu sendiri; namun tetap kebijakan pemerintah berusaha membangun industri per-televisi-an yang sehat. Oleh karena ranah udara dengan *publicsphere* merupakan asset dan kekayaan alam Indonesia yang tak ternilai harganya.

Komunikasi pemerintah memang sangat kompleks, karena beragamnya karakter kepentingan, tujuan, kebutuhan masyarakat dan para pemangku kepentingan yang dihadapi. Selain itu, Aparatur pemerintah sebagai Sumber Daya Manusia memegang peran kunci dalam mengelola sumber daya alam dan berbagai potensi bangsa, untuk mencapai cita-cita kesejahteraan rakyat. Namun kesemua ini membutuhkan komunikasi yang mempersuasi publik dimana mereka memiliki jenjang hiarki yang berbeda.

Kata kunci komunikasi pemerintahan yang berhasil manakala berorientasi pada *good governance*, yaitu sistem pemerintahan yang mengembangkan serta menerapkan berbagai prinsip profesionalitas, akuntabilitas, transparansi, pelayanan prima, demokrasi, efisiensi, efektivitas, supremasi hukum dan dapat diterima oleh seluruh rakyat. Pada buku ini telah menawarkan gagasan bagaimana upaya untuk membangun good governace melalui komunikasi pemerintahan yang efektif.

Buku ini juga menawarkan analisis dari sebuah riset tentang alasan atau faktor yang melatarbelakangi melambatnya proses peralihan penyiaran digital di Indonesia; yang diharapkan dapat sejalan dengan perkembangan digitalisasi media di dunia internasional. Tidak heran jika pemerataan informasi yang berkualitas belum dapat dinikmati oleh penduduk Indonesia secara merata. Pun industri media televisi yang tak kunjung menjadi pemain bisnis utama yang sehat. Untuk itu rekomendasi yang ditawarkan penulis memiliki nilai yang signifikan untuk perkembangan penyiaran, khususnya televisi terrestrial di Indonesia.

Akhir kata, apresiasi yang tinggi untuk penulis atas karya ilmiah berbentuk buku monograf yang menyajikan ide-ide, konsep, teori dan temuan risetnya seperti air yang mengalir, mudah dan nyaman untuk dicerna. Semoga karya ini memperkaya khazanah pengetahuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya di bidang komunikasi pemerintahan dan penyiaran. Barokallahu fikum.

Dekan FIKOM UNISBA/Guru Besar Ilmu Komunikasi

Prof.Dr. Atie Rachmatie, MSi

PRAKATA

Alhamdulillah, terima kasih Allah SWT yang telah memberi kelapangan hati dan pikiran untuk menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih promotor, keluarga, teman dan sahabat atas perhatian dan dukungannya hingga buku monograf dengan judul **“KOMUNIKASI PEMERINTAH TENTANG KEBIJAKAN DIGITALISASI TELEVISI TERESTRIAL DI INDONESIA”** dapat diterbitkan. Buku ini disusun berdasarkan hasil penelitian disertasi yang dilakukan pada tahun 2021 hingga 2023 yang bertujuan untuk mengungkap secara mendalam komunikasi pemerintah dalam proses pembuatan kebijakan dan sosialisasi tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia.

Buku ini diharapkan dapat memberi tambahan referensi bagi peneliti ilmu komunikasi khususnya studi tentang komunikasi pemerintah yang belum banyak menarik perhatian para peneliti komunikasi. Buku ini juga diharapkan dapat memberi pengayaan terhadap studi tentang komunikasi kebijakan dengan konsep *good governance* khususnya kebijakan bidang penyiaran.

Hasil penelitian yang ditulis dalam buku monograf ini juga diharapkan dapat menjadi masukan, sumbangan pemikiran, evaluasi, antisipasi, serta rujukan bagi pihak-pihak terkait dalam menyampaikan sebuah kebijakan khususnya bidang penyiaran.

Pekanbaru, April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR BAGAN	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II KOMUNIKASI PEMERINTAH ANTARA TRADISI KOMUNIKASI POLITIK DAN HUBUNGAN MASYARAKAT	6
BAB III KOMUNIKASI KEBIJAKAN DALAM KONSEP <i>GOOD</i> <i>GOVERNANCE</i>.....	14
A. Komunikasi Kebijakan	14
B. Konsep <i>Good Governance</i>	16
BAB IV KEBIJAKAN DIGITALISASI TELEVISI TERESTRIAL DI INDONESIA.....	18
A. Kebijakan <i>Analog Switch Off</i> (ASO)	18
B. Televisi Digital Terestrial.....	21
C. Digitalisasi Televisi Terestrial	23
BAB V KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA <i>LEADING</i> <i>SECTOR</i> KEBIJAKAN TELEVISI DIGITAL.....	25
A. Kementerian Komunikasi dan Informatika	25
B. Komunikasi Publik di Kemkominfo.....	33
BAB VI KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM PROSES PEMBUATAN KEBIJAKAN	36
A. Sebelum ASO Diatur Dalam UU Cipta Kerja	36
B. Setelah ASO Diatur Dalam UU Cipta Kerja.....	38
C. Konsep Komunikasi Pemerintah Dalam Proses Pembuatan Kebijakan	41
D. Alur Komunikasi Pemerintah dalam Proses Pembuatan Kebijakan Digitalisasi Televisi.....	47
BAB VII KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM SOSIALISASI KEBIJAKAN	49
A. Komunikasi Pemerintah Kepada Masyarakat	49
B. Komunikasi Gugus Tugas ASO Menyampaikan Kebijakan.....	59
BAB VIII PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74

INDEKS.....	78
GLOSARIUM	80
LAMPIRAN	81
BIODATA PENULIS.....	82

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Proses Pembuatan Kebijakan Digitalisasi Televisi	47
Bagan 2. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Sosialisasi Kebijakan Digitalisasi Televisi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Roadmap Siaran TV Digital di Indonesia	3
Gambar 2. Sejarah Kelembagaan Komunikasi dan Informatika.....	29
Gambar 3. Migrasi TV Analog ke TV Digital Rencana Analog Dimatikan 2018	37
Gambar 4. Rencana Jangkauan TV Digital 2012-2017	38
Gambar 5. Maskot Siaran Digital Indonesia Bernama MODI	56
Gambar 6. Kampanye GTV	58

BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan *Information and Communication Technology* (ICT) di dunia telah melahirkan berbagai inovasi teknologi baru termasuk dalam bidang penyiaran. Saat ini banyak negara telah menerapkan sistem teknologi digital untuk penyiaran televisi terestrial karena mampu mengefisienkan penggunaan spektrum frekuensi radio. Jika sistem analog hanya dapat menyalurkan satu program siaran pada satu kanal pita frekuensi, sistem digital dapat menyalurkan sampai dua belas saluran program siaran (Haryati, 2013). Inovasi teknologi penyiaran ini kemudian diaplikasikan oleh seluruh negara di dunia sebagai implikasi dari norma Konvensi dan Konstitusi *International Telecommunication Union* (ITU).

Dalam cetak biru (*blueprint*) Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) tentang Sistem Penyiaran Digital Teresterial Tidak Berbayar di Indonesia disebutkan bahwa Konvensi dan Konstitusi ITU mengamanatkan kepada anggotanya untuk membatasi jumlah frekuensi dan spektrum yang digunakan seminimal mungkin dan menyediakan layanan yang diperlukan dengan cara yang memuaskan. Setiap negara diharuskan untuk menerapkan kemajuan terbaru tersebut sesegera mungkin dengan mematikan teknologi analog dan berpindah ke digital yang disebut *Analog Switch-Off* (ASO).

Keharusan melaksanakan ASO tersebut berawal dari diselenggarakannya *Regional Radiocommunication Conference* (RRC) oleh ITU pada tanggal 17 Juni 2006. RRC tersebut dihadiri oleh negara-negara Region I telekomunikasi yaitu Eropa, Afrika, Timur Tengah, serta Republik Islam Iran sebagai ketua. Pertemuan regional yang diikuti oleh 120 negara tersebut telah menetapkan berbagai kesepakatan yang tertuang dalam *Geneva Agreement 2006 Planning of the Digital Terrestrial Broadcasting Service in parts of Regions 1 and 3, in the Frequency Bands 174-230 MHz and 470-862 MHz* (GE06). Kesepakatan utama yang berhasil dicapai adalah penetapan batas waktu masa transisi dari analog ke digital yaitu mulai 17 Juni 2006 dan akan

melakukan *Analog Switch-Off* (ASO) serentak pada tanggal 17 Juni 2015. Tambahan batas akhir ASO untuk negara-negara berkembang adalah hingga tahun 2020 khususnya dalam penggunaan frekuensi pada *VHF band* 174-230 MHz (Tim Digital Komisi Penyiaran Indonesia, 2014).

Walaupun telah disepakati untuk mematikan siaran televisi analog secara bersama-sama, namun negara-negara yang terikat komitmen tetap dimungkinkan untuk mengoperasikan penyiaran analog asal tidak menyebabkan interferensi yang tidak diperbolehkan (*unacceptable interference*) dan tidak dapat menuntut perlindungan. *Geneva Agreement* (GE06) yang merupakan kesepakatan hasil RRC adalah perjanjian internasional yang mengatur tentang Periode Transisi dan Rencana *Frequency* untuk digital bagi negara-negara peserta GE06 yang berada di Region I yaitu Eropa, Afrika dan Timur Tengah, serta ditambah satu-satunya negara dari Region III yaitu Iran yang hadir dalam konferensi tersebut.

Indonesia yang berada di Region III dan tidak hadir dalam RRC, sebenarnya tidak ada kewajiban hukum untuk menaatinya. Namun karena perjanjian tersebut terbuka untuk diakses, maka banyak negara yang sukarela mengikuti aturan tersebut. Indonesia sudah merencanakan proses menuju televisi terestrial dengan teknologi digital sejak tahun 2007. Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI) sejak tahun 2007 telah menginisiasi revisi Undang-Undang (UU) No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran untuk mengatur migrasi siaran televisi analog ke digital. Namun hingga tahun 2020 UU Penyiaran belum selesai direvisi.

Meskipun UU Penyiaran belum selesai direvisi hingga tahun 2020, namun sejak tahun 2007 beberapa peraturan tentang televisi digital terestrial di Indonesia telah dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) melalui Peraturan Menteri (Permen). Diantara peraturan tersebut adalah Permenkominfo No:07/PER/M.KOMINFO/3/2007 tentang Standar Penyiaran Digital Terestrial untuk Televisi Tidak Bergerak di Indonesia; Permenkominfo No:39/PER/M.KOMINFO/10/2009 tentang Kerangka Dasar Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital

Terrestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*Free to Air*); lalu ada Permenkominfo No:22/PER/M.KOMINFO/11/2011 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital Terrestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*Free to Air*) yang kemudian dibatalkan oleh Mahkamah Agung (MA).

Pada tahun 2013 dikeluarkan Permenkominfo No.32 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Secara Digital dan Penyiaran Multipleksing Melalui Sistem Terrestrial; tahun 2014 keluar pula Permenkominfo No.26 tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 32 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Secara Digital dan Penyiaran Multipleksing Melalui Sistem Terrestrial (Ismail, Sari, & Tresnawati, 2019).

Untuk melaksanakan Permenkominfo berkaitan dengan televisi digital terrestrial tersebut, pada tahun 2009 Direktorat Jenderal Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi (Ditjen SKDI) Kemkominfo membuat peta jalan tahapan menuju ASO yang dikenal dengan *Roadmap* Siaran TV Digital seperti yang diuraikan dalam gambar berikut :

ROADMAP SIARAN TV DIGITAL		
2009 - 2012	2013 - 2017	2018
tahap I	tahap II	tahap III
• Uji coba dilaksanakan paling lama 1 (satu) tahun; • Penghentian izin lisensi baru untuk TV analog setelah beroperasinya penyelenggara infrastruktur TV digital; • Dimulai dengan lisensi baru untuk penyelenggara infrastruktur TV digital; • Perkenalan DVB-T atau DAB; • Periode <i>simulcast</i> (diperlukan pemetaan lokasi dimulainya siaran digital dan dihentikannya siaran analog sesuai usulan Rancangan Permen); • Mendorong industri elektronik dalam negeri dalam penyediaan peralatan penerima TV digital.	• Penghentian siaran TV analog di kota-kota besar dilanjutkan dengan daerah regional lain; • Intensifikasi penerbitan izin bagi <i>mux operator</i> yang awalnya beroperasi analog ke digital.	• Periode di mana seluruh siaran TV analog dihentikan; • Siaran TV digital beroperasi penuh pada <i>band IV</i> dan <i>V</i>; • Kanal 49 ke atas digunakan untuk sistem telekomunikasi nirkabel masa depan (untuk <i>International Mobile Telecommunication</i> dan <i>Public Protection Disaster Relief</i>).

Gambar 1. Roadmap Siaran TV Digital di Indonesia

Sumber : (Gultom, 2018)

Tahapan yang tertuang dalam *roadmap* pada gambar di atas dimulai pada tahun 2009-2012 dengan melakukan uji coba, pemetaan lokasi, dan *simulcast*. Selanjutnya pada tahap kedua dimulai pada tahun 2013 dilakukan upaya penghentian siaran TV analog di kota-kota besar dan daerah regional lainnya. Terakhir pada tahun 2018 dilakukan penghentian seluruh siaran televisi analog atau *Analog Switch Off* (ASO). Tahapan yang tertulis dalam *roadmap* tentang penghentian seluruh siaran televisi analog pada tahun 2018 ternyata tidak berjalan sesuai rencana. Hingga tahun 2021 ASO belum sepenuhnya terealisasi di Indonesia.

Kebijakan untuk melakukan sebuah perubahan teknologi yang sudah ada sebelumnya, seharusnya dikomunikasikan dengan baik kepada *stakeholder* saat proses pembuatan kebijakan dan saat implementasinya. Anggota Komisi I DPR RI, Meutya Hafid kepada *sindonews.com* dalam kutipan berita tahun 2012 berjudul 'Digitalisasi Penyiaran Perlu Sosialisasi Mendalam' mengatakan digitalisasi penyiaran televisi dapat mengubah keseluruhan *landscape* industri penyiaran. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya kepada elemen masyarakat, tetapi juga kesiapan industri penyiaran televisi dan rumah produksi.

Belum terealisasinya ASO hingga tahun 2020 membuat Menteri Komunikasi dan Informatika saat itu, Jhonny G Plate mengumumkan percepatan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia. UU Cipta Kerja yang disyahkan pada tahun 2020 juga memuat aturan tentang ASO. Aturan tentang keharusan bagi lembaga penyiaran untuk segera melaksanakan ASO diatur dalam UU Cipta Kerja pasal 60A yang mengamanatkan penyelenggaraan penyiaran mengikuti perkembangan teknologi analog ke digital diselesaikan selambatnya 2 (dua) tahun sejak mulai berlakunya UU tersebut. UU Cipta Kerja telah disyahkan dan mulai berlaku pada tanggal 2 November 2020, maka dengan demikian pada tanggal 2 November tahun 2022 ASO sudah harus selesai dilaksanakan di Indonesia.

Bagaimana komunikasi pemerintah dalam menyampaikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia? Dalam buku ini dipaparkan tentang komunikasi

pemerintah Indonesia dalam menyampaikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial. Komunikasi pemerintah Indonesia yang dimaksud yaitu saat proses pembuatan kebijakan dan sosialisasi kebijakan untuk diimplementasikan oleh lembaga penyiaran televisi dan masyarakat.

Sepanjang penelusuran penulis, belum banyak kajian yang secara khusus mengkaji dengan paradigma konstruktivis tentang komunikasi pemerintah terkait kebijakan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia. Para peneliti komunikasi sudah banyak yang mengkaji tentang kesiapan menghadapi televisi digital terestrial oleh pemerintah dan *stakeholder* dari segi regulasi, teknik, sumber daya manusia, dan bisnis namun dengan sudut pandang positivis dan kritis. Oleh karena itu penting dilakukan kajian ini untuk melengkapi kajian-kajian terdahulu yang pernah dilakukan.

Beberapa penelitian yang telah mengkaji tentang proses perpindahan teknologi penyiaran televisi dari sistem analog ke digital di beberapa negara diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Abikanlu, 2020); (Thamae, 2015); (Liu & Chuang, 2015). Penelitian lainnya yang melakukan kajian tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia yaitu (Citra, 2018); (Rahayu, 2016); (Ismail et al., 2019); (Maulana, 2019); (Gultom, 2018); (Sutanto & Alatas, 2015); (Mudjiyanto, 2013); (Ashrianto, 2015); (Dwita, Sjuchro, Hidayat, & Sjafirah, 2021); (Dwita, Sjuchro, Hidayat, & Sjafirah, 2022); (Dwita, Salsabila, & Hidayat, 2024); (Dwita, 2024).

Penelitian-penelitian tersebut menjadi referensi dalam penulisan buku ini. Buku ini merupakan hasil penelitian disertasi penulis yang juga mendapatkan pendanaan penelitian program kompetitif nasional dengan skema hibah Penelitian Disertasi Doktor dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi pada tahun 2021 dan 2022.

BAB II

KOMUNIKASI PEMERINTAH ANTARA TRADISI KOMUNIKASI POLITIK DAN HUBUNGAN MASYARAKAT

Komunikasi pemerintah dapat didefinisikan sebagai semua kegiatan lembaga dan organisasi sektor publik yang ditujukan untuk menyampaikan dan berbagi informasi yang bertujuan untuk menyajikan dan menjelaskan keputusan dan tindakan pemerintah, mempromosikan intervensi legitimasi, mempertahankan nilai-nilai yang diakui, dan membantu memelihara ikatan sosial. Komunikasi pemerintah sesungguhnya hanyalah menyangkut lembaga pemerintah seperti pemerintahan, kementerian, pengadilan; serta organisasi sektor publik dalam berbagai bentuk yang sangat luas misalnya badan-badan dan lembaga (Pasquier, 2012).

Disebabkan prosesnya yang terorganisir, komunikasi pemerintah mencakup semua kegiatan formal, baik tertulis maupun lisan, terlepas dari dukungan yang digunakan, dan melibatkan baik individu tunggal (komunikasi interpersonal), sekelompok orang tertentu (komunikasi kelompok) atau badan penerima yang tidak ditentukan (komunikasi massa).

Ada dua perbedaan umum dalam komunikasi pemerintah yaitu komunikasi pemerintah aktif dan komunikasi pemerintah pasif. Komunikasi aktif adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada semua informasi yang disediakan, tanpa diminta dan umumnya secara terorganisir, kepada publik atau kelompok sasaran tertentu oleh otoritas dan administrasi. Dengan demikian, sebagian besar kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi pemerintah dapat dikatakan aktif, karena direncanakan, diselenggarakan, dan dibiayai oleh entitas-entitas tersebut.

Sebaliknya komunikasi pasif mengacu pada informasi yang disampaikan oleh administrasi kepada orang-orang yang memintanya dibawah ketentuan undang-undang akses informasi yang sekarang berlaku di sebagian besar negara. Pada

umumnya administrasi hanya berkewajiban untuk memastikan akses ke daftar dokumen yang tersedia untuk konsultasi publik (sehingga individu dapat menemukan dan meminta file yang menarik bagi mereka) dan untuk menangani permintaan informasi dengan pengiriman yang tepat.

Berbeda dari organisasi swasta yang tujuan utamanya membujuk orang untuk membeli barang dan jasa, komunikasi pemerintah seringkali melakukan beberapa fungsi yang sangat berbeda pada waktu yang bersamaan. Harus diakui, sulit untuk mengurutkan fungsi dari komunikasi pemerintah mengingat semua sama-sama penting tergantung pada jenis organisasi, bidang kebijakan, atau situasi praktis yang terlibat.

Martial Pasquier, Profesor dari Institut de hautes études en administration publique Perancis membedakan fungsi inti dan fungsi tambahan dalam komunikasi pemerintah berdasarkan persyaratan hukum atau undang-undang yaitu :

1. Fungsi inti: menginformasikan kepada publik, menjelaskan dan mendukung keputusan; membela nilai-nilai dan mempromosikan perilaku yang bertanggung jawab; memfasilitasi dialog antara institusi dan warga negara.
2. Fungsi tambahan: mengarahkan warga dan penduduk; menunjukkan daya tanggap, khususnya melalui survei opini; mempromosikan legitimasi organisasi dan tindakan pemerintah; berkontribusi pada soliditas ikatan sosial.

Pasquier juga membedakan beberapa jenis komunikasi pemerintah. Jenis pertama adalah komunikasi pemerintah secara menyeluruh. Memang, sebagian besar pemerintah memiliki struktur yang memungkinkan mereka berkomunikasi tentang kegiatan pemerintah. Struktur ini umumnya berada di bawah naungan kepala pemerintahan atau menteri dan bertanggung jawab untuk menjelaskan keputusan, menyajikan tindakan, dan berkontribusi dalam perdebatan tentang nilai dan tujuan pemerintah. Bergantung pada negara dan tugas yang dipikul oleh struktur ini, aktivitas komunikasi dapat bersifat politis atau berorientasi publik.

Jenis yang kedua yaitu komunikasi hanya untuk urusan administrasi yang memiliki tugas komunikasi sehubungan dengan hak-hak sipil warga negara. Dalam hal ini komunikasi dilakukan untuk mendorong warga negara menggunakan hak-hak mereka, menjabarkan hak-hak warga negara baru, dan sebagai bagian dari proses debat politik, memberikan informasi apapun yang diminta oleh individu.

Selanjutnya yang lebih khas dari komunikasi pemerintah yaitu: pertama, ada kegiatan komunikasi yang notabene merupakan instrumen kebijakan. Akibatnya, ketika tujuannya misalnya adalah untuk mengurangi penggunaan tembakau atau alkohol, mengendalikan penyebaran penyakit atau mengubah perilaku pribadi dalam kaitannya dengan perlindungan lingkungan, komunikasi merupakan salah satu kegiatan utama yang digunakan untuk mencapai kebijakan publik yang sesuai.

Komunikasi yang berkaitan dengan manfaat dan layanan sesungguhnya bukan merupakan instrumen kebijakan, tetapi dilakukan oleh administrasi untuk memastikan bahwa penerima manfaat menerima informasi yang dibutuhkan untuk memanfaatkan layanan yang disajikan pemerintah. Komunikasi yang dilakukan oleh orang-orang dalam pemerintahan yang menangani administrasi harus memberikan tanggapan yang jelas dan jika mungkin, proaktif terhadap pertanyaan dari masyarakat.

Jenis berikutnya yaitu melibatkan komunikasi institusional yang terdiri dari peningkatan visibilitas dan pengaruh organisasi. Selain kegiatan tradisional yang menyoroti berita dan perkembangan “in house”, misalnya perubahan dalam organisasi dan staf, laporan kegiatan, dan lainnya, organisasi semakin dituntut untuk mengembangkan strategi komunikasi dengan tujuan menciptakan atau memperkuat citra dan reputasi. Pekerjaan komunikasi mendasar ini membutuhkan klarifikasi nilai-nilai yang ingin disampaikan dan menggabungkan nilai-nilai ke dalam semua kegiatan komunikasi dan menerapkan langkah-langkah yang tepat.

Selain jenis komunikasi yang ditujukan untuk aktor di luar pemerintahan termasuk pemangku kepentingan, perlu juga diketahui komunikasi yang ditujukan kepada mitra. Sering

terjadi mitra dilupakan dan informasi diberikan kepada mereka setelah masyarakat umum atau pihak-pihak tertentu sehingga para mitra seringkali tidak dapat memainkan peran mereka dalam memfasilitasi penyebaran pesan. Padahal mereka dapat menghambat upaya penyebaran pesan karena tidak memiliki konstruksi pemikiran yang sama dengan pemerintah disebabkan pemerintah tidak berkomunikasi dengan mereka sebelumnya.

Jenis komunikasi terakhir adalah komunikasi krisis. Ciri khusus dari komunikasi semacam ini adalah menyangkut setiap dan semua bidang administrasi, yang timbul sehubungan dengan, misalnya, masalah hubungan yang berasal dari lembaga politik, krisis kepercayaan sehubungan dengan fungsi organisasi, munculnya masalah serius dalam proyek berskala besar, kegagalan layanan, atau krisis internal.

Secara teori, komunikasi pemerintah merupakan prasyarat dasar bagi demokrasi karena adanya kebebasan politik dan media dapat menjadi pendorong yang kuat untuk memastikan komunikasi pemerintah lebih terfokus pada masyarakat. Komunikasi pemerintah yang transparan, akuntabel dan partisipatif, mengembangkan langkah-langkah bersama, memanfaatkan pekerjaan yang sudah dilakukan untuk sektor lain, akan memberikan kontribusi yang berguna untuk membangun kapasitas komunikasi profesional pemerintah yang benar-benar melayani masyarakat (Sanders & Maria, 2013).

Dalam praktiknya, komunikasi juga tidak terlepas dari bagaimana pemerintah menjalankannya dalam tindakan atau keputusan yang diambil, mulai dari proses pembuatan kebijakan, dipromosikan dan diundangkan, hingga bagaimana pemerintah mengimplementasikannya dan hubungan yang dibangunnya dengan masyarakat, media, dan kelompok lain seperti bisnis dan organisasi masyarakat.

Berbeda dari studi komunikasi politik yang hanya berfokus pada pemilu dan kampanye yang mendahuluinya, studi komunikasi pemerintah mengkaji apa yang dilakukan pemerintah saat menjabat. Komunikasi pemerintah menganalisa sejauh mana warga negara disertakan atau dikecualikan, didengarkan atau diabaikan, diinformasikan atau disalahinformasikan, khususnya tentang bagaimana warga

negara dan pemerintah berinteraksi. Bagaimana pemerintah memfasilitasi komunikasi dalam konteks sosial merupakan hal yang penting untuk diungkap dalam studi komunikasi pemerintah.

'Pemerintah' biasanya adalah kata untuk merujuk secara khusus kepada pemerintah eksekutif. Pemerintah eksekutif terdiri dari beberapa aktor dan termasuk lembaga yang tidak hanya pemimpinnya saja, tetapi juga orang-orang yang memiliki tanggung jawab terhadap lembaga tersebut. Pemerintah eksekutif juga mencakup departemen pemerintah dan pegawai negeri yang bekerja di dalamnya. Komunikasi antara masyarakat dan pemerintah adalah ukuran kunci demokrasi. Komunikasi pemerintah menganalisis interaksi antara pemerintah dan masyarakat, pemerintah dan media, serta media dan masyarakat (Young, 2007).

Komunikasi pemerintah berada diantara tradisi penelitian komunikasi politik dan bidang serumpun lainnya yaitu hubungan masyarakat, komunikasi *corporate*, pemasaran politik, dan komunikasi strategis. Meskipun penelitian tentang politik sangat penting untuk abad ke-21 dan topik komunikasi pemerintah menjadi bidang minat ilmiah yang terabaikan, namun beberapa tahun kemudian situasi tersebut telah berubah secara signifikan. Komunikasi pemerintah dan konsep terkait seperti *public relations* politik, *public relations* pemerintah, dan pemasaran politik pemerintah menarik minat semakin banyak peneliti karena kesadaran akan kebutuhan untuk membangun jembatan antar disiplin ilmu serumpun dengan studi komunikasi pemerintah.

Komunikasi pemerintah melibatkan kompleksitas yang cukup besar dalam hal tujuan, kebutuhan, khalayak, definisi, dan sumber daya dibandingkan dengan komunikasi organisasi atau perusahaan. Komunikasi pemerintah berlangsung dalam lingkungan yang berlapis-lapis dan beragam secara organisasional. Sehubungan dengan masalah tujuan, komunikasi pemerintah seringkali harus menyulap apa yang tampak sebagai tujuan yang saling bertentangan dengan apa yang ditetapkan oleh para ahli politik. Tujuan komunikasi yang berkaitan dengan persuasi dianggap bermasalah khususnya dalam tradisi

komunikasi politik. Sehubungan dengan publik, komunikasi pemerintah beroperasi pada tingkat berlapis-lapis dengan mempertimbangkan berbagai kelompok pemangku kepentingan termasuk politisi lain, pengguna layanan, kelompok minoritas, badan pengatur, dan sejenisnya. Kepala komunikasi, misalnya di kementerian, lembaga, dan lembaga pemerintah biasanya diangkat berdasarkan kriteria partisan daripada kriteria profesional.

Tinjauan dari banyak literatur komunikasi politik menunjukkan bahwa komunikasi politik sering digunakan untuk merujuk hanya pada komunikasi eksekutif tingkat atas seperti komunikasi presiden atau perdana menteri. Sebagian besar penelitian komunikasi politik yang membahas komunikasi pemerintah cenderung mengkaji tema-tema seperti manajemen media dan retorika pemegang jabatan secara eksklusif. Namun sesungguhnya komunikasi pemerintah juga dapat digunakan untuk merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh lembaga eksekutif di tingkat regional dan lokal (Maria & Sanders, 2013).

Tugas mendefinisikan komunikasi pemerintah dapat dilihat melalui pendekatan pada tingkatan yang berbeda. Yang pertama dilihat dari tindakannya atau apa yang dilakukannya dengan apa adanya, misalnya komunikasi pemerintah dilihat sebagai alat atau instrumen kebijakan untuk memberikan efek pada tujuan kebijakan; untuk mempengaruhi dan mengarahkan tindakan kebijakan melalui penyediaan atau penyembunyian informasi atau pengetahuan dari pelaku masyarakat. Definisi komunikasi pemerintah dari perspektif apa yang dilakukannya bisa menjadi terbatas karena hanya melihat kegiatan yang merupakan bagian dari komunikasi pemerintah.

Dalam analisis Pfetsch, manajemen berita pemerintah dipahami sebagai varian strategis dari informasi publik dimana pemerintah mengelola komunikasi untuk mempengaruhi opini publik dengan mengendalikan agenda media berita (Pfetsch, 2007). Sedangkan Lee, Grant dan Stewart membahas praktik komunikasi pemerintah yang dipahami dalam kaitannya dengan hubungan masyarakat pemerintah (*government public relations*) (Lee, Neeley, & Stewart, 2012).

Meskipun berada diantara bidang kajian komunikasi politik dan hubungan masyarakat, namun komunikasi pemerintah dapat didefinisikan sebagai peran, praktik, tujuan, dan pencapaian komunikasi yang terjadi di dalam dan atas nama lembaga publik yang tujuan utamanya adalah eksekutif dalam pelayanan alasan politik, dan yang dibentuk atas dasar persetujuan langsung atau tidak langsung rakyat dan dibebankan untuk memberlakukan kehendak masyarakat. Definisi ini mencakup aspek konseptual maupun fungsional dan mencakup komunikasi seluruh eksekutif baik itu presiden, pemimpin daerah, kementerian, lembaga atau institusi pemerintah.

Komunikasi eksekutif dikontraskan dengan komunikasi deliberatif yang digunakan legislatif untuk memutuskan sebuah kebijakan publik melalui penetapan hukum, dan dengan yudikatif yang fungsinya membuat penilaian dalam kaitannya dengan perselisihan tentang penerapan hukum. Dalam penelitian disertasi ini akan difokuskan pada komunikasi pemerintah eksekutif pusat yaitu Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Penelitian komunikasi pemerintah sesungguhnya berada di persimpangan jalan dan melintasi bidang disiplin yang diwakili dalam penelitian komunikasi yaitu komunikasi politik, hubungan masyarakat, komunikasi perusahaan, komunikasi organisasi dan strategis. Komunikasi pemerintah adalah tentang membangun hubungan dengan publik yang menyiratkan bahwa komunikasi pemerintah bukan hanya tentang mengelola opini publik untuk keuntungan elektoral. Literatur komunikasi politik memberikan dua sudut pandang teoretis yang berharga untuk penelitian komunikasi pemerintah: pertama, penekanan pada eksplorasi dan kepekaan terhadap konteks kelembagaan dan sosial; kedua, perhatian pada hal normatif tentang bagaimana komunikasi 'menjalankan fungsi sipilnya di pusat kehidupan sosial dan politik', dan perhatian pada 'membentuk komunikasi untuk melayani proses demokrasi dengan lebih baik' (Swanson, 2001).

Studi komunikasi pemerintah menunjukkan dua hal: pertama, ruang lingkup komunikasi pemerintah harus

melampaui hubungan media untuk memasukkan aktivitas lain seperti reputasi dan manajemen isu; kedua, membangun hubungan menyiratkan pendekatan komunikasi strategis. Berkaitan dengan poin pertama, memang benar media memainkan peran sentral, tetapi komunikasi pemerintah tidak boleh disamakan dengan hubungan media berita, tetapi hanya mencakup fungsi dan aktivitas lainnya.

Singkatnya, analisis komunikasi pemerintah dengan menggunakan pendekatan strategis menyiratkan eksplorasi sejauh mana komunikasi bukan hanya fungsi yang memungkinkan bagi politisi tetapi kontribusi untuk proses pengambilan keputusan strategis bersama dengan rakyat.

BAB III

KOMUNIKASI KEBIJAKAN DALAM KONSEP *GOOD GOVERNANCE*

A. Komunikasi Kebijakan

Komunikasi kebijakan adalah komunikasi yang terjadi dalam tubuh pemerintahan, sehingga dapat diartikan sebagai penyampaian pesan, program dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Kebijakan dalam perspektif komunikasi kebijakan dapat dikategorikan sebagai pesan yang disampaikan oleh pemerintah atau institusi tertentu yang ditujukan kepada publik/khalayak/masyarakat (Mani & Guntoro, 2020). Disebabkan kebijakan sebagai pesan, maka secara sederhana tujuannya adalah agar publik secara sadar bersedia untuk menerima tanpa adanya penolakan. Akan tetapi dalam kenyataannya tidak semua kebijakan dapat diterima begitu saja, banyak pula kebijakan yang diabaikan, ditentang, bahkan ditolak oleh publik.

Bagi komunikator dan aktor kebijakan, penting untuk mengetahui dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penolakan dalam komunikasi kebijakan. Proses penyampaian pesan dari komunikator adalah untuk mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku pada komunikan/khalayak/publik. Namun tidak semua pesan yang disampaikan komunikator dapat menyebabkan perubahan, karena setiap khalayak memiliki motif, kebutuhan, dan orientasi masing-masing di dalam berkomunikasi. Komunikasi memiliki unsur-unsur yang masing-masing mempunyai potensi kegagalan atau tidak efektifnya sebuah komunikasi. Secara sederhana, unsur-unsur komunikasi tersebut meliputi: komunikator, pesan, media, komunikan, umpan balik, efek, dan konteks.

Komunikasi juga memiliki bentuk, model, dan media komunikasi yang keberadaannya dapat menciptakan dan mengukur efektivitas komunikasi. Maka, seorang komunikator, agen dan aktor kebijakan publik, harus mampu mengetahui dengan baik bentuk, model, media dan konteks komunikasi

sehingga dalam perencanaan dan implementasi komunikasi kebijakan dapat berjalan sesuai dengan tujuan pembuatan kebijakan tersebut.

Komunikasi kebijakan pada hakikatnya adalah suatu proses diseminasi pesan dari lembaga pemerintah kepada khalayak atau *stakeholder* atau pemangku kepentingan dengan harapan agar khalayak dapat menerimanya. Permasalahan yang sering dihadapi oleh lembaga-lembaga pemerintah di negara-negara dunia ketiga pada umumnya berkisar pada masalah “relationship” atau hubungan dengan masyarakat sebagai sasaran kebijakan, hal ini terjadi karena kondisi dan iklim masyarakat dimana segenap lembaga tersebut bergerak secara dinamis sehingga tak jarang diwarnai perbedaan pemahaman dan kadang-kadang disertai dengan pertentangan secara terbuka antara pemerintah/lembaga dengan masyarakat atau dengan pemangku kepentingan/*stakeholder*-nya. Maka menjadi hal yang penting untuk mengetahui bagaimana cara pendekatan dan penyesuaian pemahaman yang sama antara masyarakat dan lembaga-lembaga pemerintah. Walaupun sangat sulit, masalah ini merupakan hal penting dalam manajemen pembangunan dan komunikasi kebijakan.

Berbagai lembaga pemerintah, sosial, ekonomi, dan politik, tidak bisa menjalankan tugasnya melayani kebutuhan masyarakat atau pemangku kepentingan secara sempurna bila hubungan kelembagaan dengan masyarakat tidak mempunyai kesamaan pandangan dan keserasian hubungan. Kesamaan dan keserasian hubungan tidak akan terwujud manakala pihak yang terkait tidak mampu memahami faktor yang memengaruhi perubahan pengertian, sikap dan perilaku manusia. Ada banyak faktor yang mendasari perubahan pengertian, sikap dan perilaku manusia, yaitu faktor komunikasi, diri, dan sosial (Mani & Guntoro, 2020).

Mengingat pentingnya hal tersebut, maka dalam menjalankan komunikasi kebijakan perlu memperhatikan dimensi budaya atau kebiasaan dan karakter khalayak yang sering kali diabaikan. Eksistensi diri, sosial, dan komunikasi adalah bagaimana mengintegrasikan semua elemen nilai-nilai yang tertanam di publik atau khalayak dapat terjalin saling

pengertian, adanya kepercayaan, kerjasama, serta dukungan positif dari masyarakat. Sama halnya dengan penelitian ini, diperlukan suatu tindakan dan bentuk komunikasi kebijakan dari pemerintah sehingga mendapat respon melalui partisipasi masyarakat untuk bersama-sama secara sadar mewujudkan kebijakan digitalisasi terrestrial.

B. Konsep *Good Governance*

Good governance merupakan istilah yang muncul pada tahun 90-an karena adanya tuntutan masyarakat dalam hak asasi manusia. *Good governance* merupakan model baru dalam menjalankan tatanan eksekutif sehingga kemudian komunikasi pemerintah mengalami perubahan kata dari *government* menjadi *governance*. Istilah ini lahir karena masyarakat menuntut efektivitas pemerintahan dan ingin adanya transparansi dari para pejabat publik.

Good governance memiliki arti sebagai serangkaian proses pembentukan serta pelaksanaan sebuah keputusan. Tata kelola pemerintahan dalam hal ini dapat berarti adanya proses pengambilan keputusan dan proses pelaksanaan keputusan tersebut. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 101 Tahun 2000 disebutkan bahwa *good governance* merupakan sistem pemerintahan yang mengembangkan serta menerapkan berbagai prinsip profesionalitas, akuntabilitas, transparansi, pelayanan prima, demokrasi, efisiensi, efektivitas, supremasi hukum dan dapat diterima oleh seluruh rakyat.

Perwujudan *good governance* adalah terselenggaranya pemerintahan negara yang kuat dan akuntabel, serta efisien dan efektif dengan tetap menjaga sinergitas interaksi yang konstruktif antara sektor publik, swasta, dan masyarakat. Tiga komponen dalam konsep *good governance* yaitu negara, swasta dan masyarakat memiliki hubungan yang sinkron dan konstruktif antara ketiga bidang tersebut (Aprilia & Nurchotimah, 2022).

Yang disebut *good governance* adalah hubungan yang sinergis dan konstruktif antara sektor negara (*state*), sektor swasta (*private sector*), dan masyarakat (*society*). *Good governance* adalah koordinasi bahkan sinergis pengelolaan yang

baik antara *governance* di sektor publik (pemerintahan) dengan *governance* di sektor masyarakat. Syarat terciptanya *good governance* meliputi transparansi, akuntabilitas, dan pemerintahan yang partisipatif.

Transparansi berarti pemberian jaminan bagi ketersediaan akses publik dalam seluruh proses pengambilan kebijakan pengelolaan pemerintahan. Akuntabilitas merupakan suatu perwujudan kewajiban dari suatu instansi pemerintahan untuk mempertanggungjawabkan keberhasilan dan kegagalan pelaksanaan misinya. Sedangkan pemerintahan yang partisipatif dapat dimaknai sebagai wujud pemerintahan yang berupaya mengakomodasi berbagai aspirasi yang muncul di masyarakat dan melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan.

Rumusan *good governance* adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pemerintahan atas dasar negara, konsep negara hukum;
2. Adanya transparansi dan akuntabilitas dalam setiap kebijakan pemerintah;
3. Adanya partisipasi masyarakat secara aktif, baik langsung maupun tidak langsung dalam setiap penetapan kebijakan.

Dalam proses perumusan kebijakan publik yang dilakukan pemerintah, pemerintah juga harus cepat tanggap dalam memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk ikut serta dalam penyelenggara pelayanan pemerintah (Nurchotimah, 2011).

BAB IV

KEBIJAKAN DIGITALISASI TELEVISI TERESTRIAL DI INDONESIA

A. Kebijakan Analog Switch Off (ASO)

Kebijakan pemerintah Indonesia tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia dimulai pada tahun 2007 ketika dalam draft Rancangan Undang-Undang (RUU) Penyiaran terdapat aturan tentang *Analog Switch Off* (ASO). Isi draft tersebut kemudian menimbulkan dinamika di kalangan *stakeholder* penyiaran (Ismail et al., 2019) dan pro kontra terkait tahapan ASO. Tahapan ASO dalam *roadmap* yang dibuat oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) pada tahun 2009 direncanakan selesai pada tahun 2018 (Gultom, 2018).

Sejak kebijakan tentang ASO masuk dalam draft RUU Penyiaran, pemerintah Indonesia melalui Kemkominfo menyampaikan kebijakan tersebut dalam *focus group discussion* (FGD) dan rapat bersama *stakeholder* penyiaran untuk membuat peraturan-peraturan terkait persiapan ASO. Beberapa peraturan-peraturan tentang digitalisasi televisi terestrial yang pernah dikeluarkan oleh Kemkominfo melalui Peraturan Menteri (Permen) adalah Permenkominfo No:07/PER/M.KOMINFO/3/2007 tentang Standar Penyiaran Digital Terestrial untuk Televisi Tidak Bergerak di Indonesia; Permenkominfo No:39/PER/M.KOMINFO/10/2009 tentang Kerangka Dasar Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital Terestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*Free to Air*); Permenkominfo No:22/PER/M.KOMINFO/11/2011 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital Terestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*Free to Air*) yang kemudian dibatalkan oleh Mahkamah Agung (MA) karena adanya gugatan dari beberapa *stakeholder* penyiaran.

Kemudian dilanjutkan dengan Permenkominfo No.32 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Secara Digital dan Penyiaran Multipleksing Melalui Sistem Terestrial; Permenkominfo No.26 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 32 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Secara Digital dan Penyiaran Multipleksing Melalui Sistem Terrestrial yang mencabut Permenkominfo sebelum-nya yang dibatalkan MA dan tetap mengakui hasil lelang Multipleksing yang telah ditetapkan sebelumnya (www.kominfo.go.id).

Pada tahun 2016 terbit lagi Permenkominfo No. 5 Tahun 2016 tentang Uji Coba Teknologi Telekomunikasi, Informatika dan Penyiaran. Uji coba siaran TV digital dilaksanakan oleh Kementerian Kominfo dengan melibatkan para pemangku kepentingan yaitu KPI, LPP TVRI, penyedia konten dan industri perangkat. Uji coba siaran televisi digital terrestrial bersifat non komersial dan dengan masa laku uji coba selama 6 (enam) bulan dan dapat diperpanjang. Dimana wilayah layanan yang dapat dilakukan uji coba (bahwa telah terbangun infrastruktur multipleksing TVRI) adalah sebanyak 20 lokasi (Ismail et al., 2019)

Pada tahun 2016 masih ada beberapa keputusan dan peraturan yang terbit tentang televisi digital terrestrial yaitu Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 1052 Tahun 2016 Tentang Uji Coba Siaran Televisi Digital Terrestrial; Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Persyaratan dan Tata Cara Perizinan Penyelenggaraan Penyiaran; Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2019 Tentang Pelaksanaan Penyiaran Simulcast Dalam Rangka Persiapan Migrasi Sistem Penyiaran Televisi Analog ke Sistem Penyiaran Televisi Digital; dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2019 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 7 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Bidang Komunikasi dan Informatika.

Hingga pada tahun 2020 Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia saat itu Johnny G. Plate, pada 6 Juli 2020 mengumumkan percepatan digitalisasi televisi nasional melalui siaran pers. Ia menyatakan pemerintah melakukan percepatan digitalisasi bidang penyiaran, khususnya

televisi dalam sistem terestrial, sejalan dengan prioritas Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam percepatan digitalisasi nasional.

"Dalam beberapa tahun ke depan, Kementerian Kominfo sedang mengupayakan percepatan digitalisasi nasional dengan sangat serius, melalui: (1) penyelesaian pembangunan infrastruktur telekomunikasi dan informatika yang merata dan berkualitas, (2) pengembangan SDM atau talenta digital dengan jumlah dan kualitas yang memadai serta berkelanjutan, (3) penuntasan legislasi primer bidang telekomunikasi, informatika dan perlindungan data, serta (4) penguatan kolaborasi internasional di bidang ekonomi digital dan arus data lintas negara" (Siaran Pers No. 80/HM/KOMINFO/07/2020 Senin, 6 Juli 2020 Tentang Percepatan Digitalisasi Televisi Nasional)

Ada beberapa alasan yang melatarbelakangi dikeluarkannya siaran pers tentang percepatan digitalisasi tersebut yaitu bagaimana digitalisasi televisi menjadi bagian dari prioritas digitalisasi nasional. Alasan lainnya, pertama, dalam perkembangan digitalisasi, penyiaran global Indonesia jauh tertinggal dari proses digitalisasi televisi sistem terestrial. Kedua, dari sisi arah kebijakan nasional, Presiden mencanangkan percepatan transformasi digital Indonesia. Ketiga, dari sisi kepentingan publik, proses digitalisasi televisi harus dilakukan dan dipercepat agar menghasilkan penyiaran yang lebih efisien dan berkualitas optimal untuk kepentingan seluruh rakyat Indonesia. Keempat, dari sisi kepentingan industri penyiaran, disrupsi teknologi menuntut pelaku industri televisi untuk menyesuaikan pola bisnis agar selaras dengan perkembangan era digital. Kelima, dari segi nilai tambah dalam penataan frekuensi, dengan percepatan digitalisasi, frekuensi dapat ditata ulang dan dimanfaatkan untuk penyediaan layanan lain, terutama untuk layanan umum dan internet cepat. Keenam, terkait hubungan internasional, jika Indonesia terlalu lama menunda langkah menuju resolusi ASO, akan berpotensi

menimbulkan masalah dengan negara tetangga, terutama di wilayah perbatasan.

Pada tahun 2020 pula, peraturan tentang keharusan bagi lembaga penyiaran televisi untuk segera melaksanakan ASO diatur dalam Undang-Undang Cipta Kerja pasal 60A. Isinya antara lain mengamanatkan penyelenggaraan penyiaran mengikuti perkembangan teknologi analog ke digital diselesaikan selambatnya 2 (dua) tahun sejak mulai berlakunya UU tersebut. UU Cipta Kerja telah disahkan dan mulai berlaku pada tanggal 2 November 2020, dengan demikian maka pada tanggal 2 November tahun 2022 ASO sudah harus selesai dilaksanakan di Indonesia.

B. Televisi Digital Terrestrial

Televisi digital adalah televisi dengan modulasi digital serta menggunakan sistem kompresi dalam menyiarkan sinyal video, audio, dan data ke pesawat televisi. Sedangkan televisi terrestrial adalah penyiaran televisi dengan sistem yang tidak melibatkan transmisi satelit. Penyiarnya hanya menggunakan gelombang radio yang dilewatkan melalui pemancar atau antena televisi (Panuju, 2017).

Penyiaran televisi digital dapat pula diartikan sebagai pengambilan atau penyimpanan gambar dan suara secara digital. Digital disini adalah dalam hal proses *encoding-multiplexing*, termasuk proses transmisinya. Setelah melewati proses pengiriman lewat udara, proses penerimaan (*receiving*) pada pesawat penerima juga dilakukan secara digital (Budiarto et al., 2007).

Jadi pengertian televisi digital bukan berarti pesawat televisinya yang digital, tapi sinyal yang dikirimkan berupa sinyal digital atau lebih tepat disebut sebagai siaran digital (*digital broadcasting*). Siaran televisi digital menggunakan standar internasional yaitu televisi resolusi tinggi atau *high definition television* (HDTV), disiarkan berupa format 16:9 dan *surround 5:1* Dolby Digital. Resolusi televisi digital jauh lebih tinggi daripada televisi dengan teknologi analog. Hal itulah yang menyebabkan visual di televisi digital gambarnya sangat jelas, warnanya tajam, dan *depth of field* juga lebih luas. Jumlah pixel

HDTV, 5 kali daripada standar analog PAL yang digunakan pada televisi analog (Panuju, 2017).

Selain visual yang sangat baik, televisi digital lebih tahan terhadap derau dibanding televisi analog. Televisi digital juga lebih mudah untuk diperbaiki (*recovery*) dengan suatu kode koreksi kesalahan (*error correction code*). Selain aspek teknis, perbedaan yang jelas terlihat adalah jika dengan sistem analog, pesawat televisi semakin jauh dari stasiun pemancar, maka visual yang diterima menjadi bersemut atau berbayang. Sedangkan dengan sistem digital, gambar yang diterima tetap jernih selama masih bisa menangkap signal.

Dengan beralihnya teknologi penyiaran televisi menjadi digital, nantinya jika masyarakat tidak membeli pesawat televisi baru, cukup dengan menambahkan *set-top box* pada pesawat televisi analog yang sudah ada. Kebijakan digitalisasi televisi di Indonesia dilakukan untuk menghasilkan efisiensi industri serta upaya meningkatkan kualitas layanan penyiaran untuk kepentingan publik. Geryantika Kurnia, Direktur Penyiaran Ditjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika (PPI) Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam webinar *online* tentang Masa Depan Digitalisasi Penyiaran Indonesia yang diselenggarakan pada tanggal 18 Juli 2020 mengungkapkan keuntungan diterapkannya televisi digital di Indonesia diantaranya:

- a) Masyarakat bisa mendapatkan tontonan siaran televisi dengan kualitas audio visual yang sangat baik
- b) Efisiensi dari *sharing* infrastruktur, hemat energi dan biaya operasional sampai dengan empat kali lipat, fitur nilai tambah yaitu *early warning system* kebencanaan, *electronic program guide*, bantuan bagi difabel, inovasi layanan baru lainnya berbasis *datacasting*
- c) Produsen televisi sudah mulai menghentikan produksi televisi analog dan mengarah pada smart televisi dengan penerimaan televisi digital (DVB-T2).

Keuntungan televisi digital lainnya yang pernah ditulis oleh Weber dan Tom (2007) adalah resolusi pixel lebih tinggi, *frame* gambar progresif, *High Definition* TV (HDTV) lebih dari 6x resolusi gambar televisi analog, pilihan audio banyak, dapat terkoneksi dengan *personal computer*, tersedia *Random Access Storage* sehingga akses lebih cepat, *Time Shifting* membuat penonton dapat mengintervensi siaran dan langsung memberi respon (Prabowo & Arofah, 2017).

C. Digitalisasi Televisi Terrestrial

Digitalisasi televisi merupakan proses migrasi atau peralihan teknologi penyiaran dari teknologi penyiaran sistem analog ke teknologi penyiaran sistem digital. Digitalisasi televisi sesungguhnya tidak hanya sekedar mengikuti perkembangan global, tetapi juga merupakan upaya efisiensi penggunaan pita frekuensi (*bandwidth*) dalam rangka mengimbangi permintaan penggunaan frekuensi yang begitu besar dan efisiensi. Penggunaan infrastruktur dengan penggunaan tower bersama juga dimungkinkan.

Nantinya, pita spektrum frekuensi radio yang digunakan untuk siaran televisi analog dapat digunakan untuk penyiaran televisi digital sehingga tidak perlu ada perubahan pita alokasi baik VHF maupun UHF. Lebar pita frekuensi yang digunakan untuk analog dan digital berbanding 1 : 6. Pada teknologi analog pita frekuensi selebar 8 MHz untuk satu kanal transmisi, maka pada teknologi digital lebar pita frekuensi dapat digunakan untuk memancarkan sebanyak 6 hingga 8 kanal transmisi dengan program yang berbeda (Arsyad & Wahab, 2012).

Migrasi teknologi siaran televisi analog ke digital akan melibatkan tiga elemen penting yaitu pemerintah, pemangku penyiaran televisi sebagai *stakeholder*, dan masyarakat. Pemerintah melalui Kemkominfo berperan sebagai regulator yang mengatur regulasi proses migrasi teknologi siaran televisi analog ke digital, pemangku penyiaran televisi melaksanakannya, dan masyarakat menerima manfaatnya. Lembaga penyiaran televisi akan menjadi penyedia infrastruktur, penyedia konten, dan penyelenggaraan program siaran yang dipancarkan melalui program *multiplexer*.

Sedangkan masyarakat, selain menerima manfaat, juga sebagai barometer keberhasilan digitalisasi televisi di Indonesia.

BAB V

KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

***LEADING SECTOR* KEBIJAKAN TELEVISI DIGITAL**

A. Kementerian Komunikasi dan Informatika

Pemerintah merupakan eksekutif yang melaksanakan kegiatan menjalankan undang-undang yakni sekelompok orang yang diberi tugas untuk merencanakan, mengumpulkan, menyusun, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengarahkan segenap upaya masyarakat atau penduduk dalam suatu negara dalam rangka mencapai tujuan negara yang telah ditetapkan (Haboddin, 2015). Definisi lebih sempit menurut Adam dan Jessica Kuper, pemerintah adalah seseorang atau lembaga organisasi yang memiliki otoritas dalam menjalankan atau melaksanakan kekuasaan menurut tata aturan yang berlaku. Lembaga yang menjalankan organisasi tersebut adalah dinas, badan, departemen, dan birokrasi. Lembaga-lembaga ini akan menghubungkan antara pemerintah dan yang diperintah.

Dalam sistem pemerintahan Indonesia saat ini, eksekutif yang sesuai undang-undang bertugas membantu Presiden dalam menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informasi adalah Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo). Penyiaran yang merupakan urusan bidang komunikasi pemerintah, menjadi bagian dari bidang tugas Kemkominfo. Dalam penelitian ini sekelompok orang yang bertugas di Kemkominfo menjadi subjek penelitian untuk diungkap realitas komunikasi yang mereka lakukan dalam menjalankan tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang penyiaran, khususnya dalam menyampaikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terrestrial.

Melalui studi dokumentasi yang diperoleh dari website resmi Kemkominfo yaitu www.kominfo.go.id., peneliti mengungkap profil lengkap tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika. Sesuai Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara, Kementerian Kominfo merupakan perangkat Pemerintah Republik Indonesia yang

membidangi urusan yang ruang lingkupnya disebutkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yaitu informasi dan komunikasi. Kementerian Komunikasi dan Informatika mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Kementerian Kominfo dipimpin oleh seorang Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo).

Tugas dan fungsi utama dari Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah merumuskan kebijakan nasional, kebijakan pelaksanaan, dan kebijakan teknis di bidang komunikasi dan informatika yang meliputi pos, telekomunikasi, penyiaran, teknologi informasi dan komunikasi, layanan multimedia dan desiminasi informasi.

Visi dan Misi Kementerian Komunikasi dan Informatika saat ini mengacu pada Visi dan Misi Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden KH. Ma'ruf Amin. Adapun visi Kemkominfo dari tahun 2019 hingga 2024 adalah 'Terwujudnya Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong'. Untuk mewujudkan visi tersebut, maka dibuat sembilan misi yaitu: (1) Peningkatan kualitas manusia Indonesia; (2) Struktur ekonomi yang produktif, mandiri, dan berdaya saing; (3) Pembangunan yang merata dan berkeadilan; (4) Mencapai lingkungan hidup yang berkelanjutan; (5) Kemajuan budaya yang mencerminkan kepribadian bangsa; (6) Penegakan sistem hukum yang bebas korupsi, bermartabat, dan terpercaya; (7) Perlindungan bagi segenap bangsa dan memberikan rasa aman pada seluruh warga; (8) Pengelolaan pemerintahan yang bersih, efektif, dan terpercaya; (9) Sinergi pemerintah daerah dalam kerangka Negara Kesatuan.

Tugas dari Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Sedangkan fungsi Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah: (1) Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi

informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik; (2) Pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik; (3) Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik; (4) Pelaksanaan penelitian dan pengembangan sumber daya manusia di bidang komunikasi dan informatika; (5) Pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika; (6) Pembinaan dan pemberian dukungan administrasi di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika; (7) Pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Komunikasi dan Informatika; (8) Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Sebelum bernama Kementerian Komunikasi dan Informatika, pada tahun 1945 setelah kemerdekaan Indonesia, telah ditetapkan sebuah lembaga eksekutif yang membantu Presiden untuk mengurus bidang komunikasi dan informasi. Tahun 1945 hingga tahun 1999 Kementerian yang membidangi urusan komunikasi dan informasi bernama Departemen Penerangan. Pada awal kemerdekaan dibentuk Lembaga Penerangan yang secara fungsional menjalankan kebijakan, pola dan pedoman penerangan dengan tujuan (1) membela dan mempertahankan kemerdekaan, (2) mengajak rakyat agar turut serta mempertahankan dan mengisi kemerdekaan serta (3) memperkenalkan Republik Indonesia di dalam dan luar negeri. Selama periode 1959-1965, sesuai Haluan Pembangunan Nasional sebagai ketetapan MPRS, Departemen Penerangan dibentuk untuk menyelenggarakan penerangan melalui media penerangan antara lain radio, film, *toestel* dan foto, percetakan, kendaraan, mesin stensil, dan mesin ketik.

Selanjutnya pada tahun 1966, salah satu tugas pokok organisasi penerangan adalah mengarahkan pendapat umum

agar terbentuk dukungan, kontrol dan partisipasi sosial yang positif terhadap pelaksanaan kebijaksanaan pemerintah, selain juga untuk memberi penerangan ke dalam dan luar negeri. Pada masa itu pengorganisasian ke dalam dilakukan agar Departemen Penerangan berfungsi menjadi Juru Bicara Pemerintah. Tanggal 15 September 1967 wewenang penerangan luar negeri (Penlugri) yang sejak 1959 dipegang Departemen Luar Negeri RI dialihkan kembali pengelolaannya kepada Departemen Penerangan. Pada tahun 1971, untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas sarana media massa, dikembangkan sistem komunikasi terintegrasi melalui koordinasi, integrasi dan sinergi antar unsur-unsur penerangan pemerintah. Tak lama setelah itu dibentuk pula lembaga antara lain Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah (BAKOHUMAS) dan Badan Koordinasi Penerangan (BAKOPEN).

Pada tingkat daerah dibentuk jawatan penerangan provinsi, kantor penerangan kabupaten dan juru penerang di tingkat kecamatan. Di kabupaten dan kota dibentuk pula Pusat Penerangan Masyarakat (PUSPENMAS) dengan kegiatan utama penerangan antar pribadi didukung sarana penerangan di daerah seperti: radio, televisi, film penerangan, pers penerbitan, pameran, dan pertunjukan rakyat serta diskusi kerja.

Kemudian pada tahun 2001-2005 kementerian untuk urusan komunikasi dan informasi diberi nama Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi. Masih pada tahun yang sama, mulai tahun 2005 hingga 2009 namanya berubah menjadi Departemen Komunikasi dan Informatika (Depkominfo). Perjalanan perubahan nama lembaga yang mengurus bidang komunikasi dan informasi dalam membantu kinerja Presiden Republik Indonesia lebih lengkapnya dijelaskan dalam gambar berikut:



Gambar 2. Sejarah Kelembagaan Komunikasi dan Informatika

Sumber : www.kominfo.go.id

Memasuki masa reformasi, Departemen Penerangan belum banyak perubahan. Kelembagaan penerangan saat itu masih dipertahankan mulai dari tingkat pusat sampai provinsi dengan nama kantor wilayah departemen penerangan dan biro humas provinsi. Kemudian setelah Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah diberlakukan, terjadi reposisi perangkat daerah sesuai kepentingan daerah. Kantor penerangan kemudian menjadi dibawah koordinasi pemerintah provinsi, kabupaten dan kota.

Sesuai Kepres No.153 Tahun 1999 kemudian dibentuk Badan Informasi dan Komunikasi Nasional (BIKN) di tingkat pusat, provinsi, kabupaten dan kota. Setahun setelah

pembubaran Departemen Penerangan kemudian dibentuk Lembaga Informasi Nasional (LIN) yang kemudian diubah lagi menjadi Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi (Kemeneg Kominfo). Selanjutnya, tugas layanan informasi publik diserahkan kepada Menteri Negara Komunikasi dan Informasi. Sedang BIKN berubah menjadi Lembaga Informasi Nasional dan bertanggung jawab kepada Menteri Komunikasi dan Informasi. Mulai tahun 2005 terjadi perubahan dari Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi menjadi Departemen Komunikasi dan Informatika. Sesuai Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2005, dilakukan integrasi Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi; Lembaga Informasi Nasional, dan Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi.

Salah satu fungsi penting Departemen Kominfo pada saat itu yang berkaitan dengan informasi adalah penyebarluasan informasi nasional dengan menciptakan keterbukaan akses informasi dan membangun serta mengembangkan infrastruktur telekomunikasi guna kepentingan seluruh warga negara. Pada akhir tahun 2010 lembaga Kementerian Komunikasi dan Informatika menyempurnakan penataan organisasi. Paradigma baru kebijakan komunikasi menempatkan informasi sebagai bagian kebutuhan keseharian masyarakat. Fungsi informasi dikembangkan pada nilai tambah ekonomi, bukan sekadar 'penerangan', namun lebih kepada dukungan komunikasi strategis untuk membangun integrasi nasional dengan baik.

Dinamika teknologi informasi dan perkembangan ekonomi digital membuat Kementerian Komunikasi dan Informatika fokus untuk melakukan percepatan pemerataan infrastruktur digital berupa akses telekomunikasi dan jaringan internet. Selain terjadi perubahan nomenklatur, pada akhir tahun 2006, Kementerian Kominfo menerapkan pola pengelolaan keuangan badan layanan umum berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor: 1006/KMK.05/2006 tentang Penetapan Balai Telekomunikasi dan Informatika Perdesaan (BTIP).

Seiring dengan pesatnya perkembangan di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan tuntutan akan ketersediaan layanan TIK di seluruh lapisan masyarakat, maka

BTIP bertransformasi menjadi Balai Penyedia dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika (BP3TI) pada tanggal 19 November 2010. Kemudian sejak Agustus 2017, Menteri Komunikasi dan Informatika mencanangkan nama baru bagi BP3TI menjadi BAKTI. Lembaga tersebut mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan pembiayaan Kewajiban Pelayanan Universal dan penyediaan infrastruktur dan layanan telekomunikasi dan informatika.

Sejak awal terbentuknya, lembaga eksekutif yang bertugas membantu Presiden mengurus bidang komunikasi dan informasi ini dipimpin oleh menteri yang berganti-ganti. Tokoh-tokoh pejuang seperti Amir Sjarifoeddin, Mohammad Natsir, Mohammad Yamin, Roeslan Abdulgani pernah menjadi Menteri Penerangan. Kemudian di masa Orde Baru, B.M. Diah, Ali Murtopo, Harmoko, Alwi Dahlan, merupakan nama-nama Menteri Penerangan yang membantu Presiden Soeharto di masa itu. Pada tahun 1998 di awal reformasi, Yunus Yosfiah pernah menjabat sebagai Menteri Penerangan sebelum nama lembaga eksekutif yang mengurus komunikasi dan informasi tersebut berubah nama menjadi Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Pada tahun 2001 Syamsul Mu'arif menjabat sebagai Menteri Negara Komunikasi dan Informasi dalam Kabinet Gotong Royong dengan masa kerja 9 Agustus 2001 hingga 20 Oktober 2004. Kemudian dilanjutkan oleh Sofyan A. Djalil yang menjadi menteri dalam Kabinet Indonesia Bersatu dengan masa kerja mulai 21 Oktober 2004 hingga 9 Mei 2007. Mohammad Nuh menjabat Menkominfo dalam Kabinet Indonesia Bersatu mulai 9 Mei 2007 sampai 22 Oktober 2009. Kemudian dalam Kabinet Indonesia Bersatu II, Tifatul Sembiring menjadi Menkominfo dengan masa jabatan mulai 22 Oktober 2009 hingga 30 September 2014.

Selanjutnya dalam Kabinet Kerja, Rudiantara dilantik menjadi Menkominfo mulai dari tanggal 27 Oktober 2014 hingga 23 Oktober 2019. Pada tanggal 23 Oktober 2019 Presiden Joko Widodo melantik Johnny Gerard Plate sebagai Menkominfo, namun terhitung sejak tanggal 17 Mei 2023 Johnny G Plate tidak lagi menjabat sebagai Menkominfo karena tersandung kasus

hukum. Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 41/P Tahun 2023 tanggal 19 Mei 2023 mengenai Pemberhentian dan Penunjukan Pelaksana Tugas, Wewenang, dan Tanggung Jawab Menteri Komunikasi dan Informatika Kabinet Indonesia Maju Periode Tahun 2019-2024, Presiden menunjuk Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum dan Keamanan, Mahfud MD sebagai Pelaksana Tugas (plt) Menkominfo. Namun kemudian pada tanggal 17 Juli 2023 Presiden Joko Widodo melantik Budi Arie Setiadi sebagai Menkominfo Kabinet Indonesia Maju dalam sisa masa jabatan periode tahun 2019-2024.

Sebagai sebuah lembaga eksekutif yang membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara, Kemkominfo memiliki struktur organisasi yang berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 12 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika, terdiri dari 7 Unit Kerja yaitu :

1. Sekretariat Jenderal
2. Direktorat Jenderal Sumber Daya Perangkat Pos dan Informatika
3. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika
4. Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika
5. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik
6. Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
7. Inspektorat Jenderal

Pada bulan Agustus 2017 Menteri Komunikasi dan Informatika mencanangkan nama baru bagi Balai Penyedia dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika (BP3TI) menjadi Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI). BAKTI kemudian menjadi satu unit kerja tersendiri dalam struktur organisasi Kemkominfo selain 7 unit kerja yang sudah ada sebelumnya.

Disamping unit kerja, Menteri Komunikasi dan Informatika juga memiliki empat orang staf ahli yang terdiri dari Staf Ahli Menteri Bidang Teknologi, Staf Ahli Menteri Bidang

Komunikasi dan Media Massa, Staf Ahli Menteri Bidang Sosial, Ekonomi dan Budaya, serta Staf Ahli Menteri Bidang Hukum.

B. Komunikasi Publik di Kemkominfo

Urgensi komunikasi pemerintah Indonesia adalah komunikasi yang diarahkan pada upaya-upaya pemerintah dalam melindungi segenap tumpah darah dan bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan dalam usaha ikut serta dalam menciptakan perdamaian dunia berdasarkan keadilan dan perdamaian abadi, dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia, Bhinneka Tunggal Ika, keberagaman, dan persatuan. Arahan Presiden Joko Widodo untuk komunikasi pemerintah saat ini adalah: (1) Di era 4.0, perkembangan teknologi harus dimanfaatkan sekaligus diwaspadai; (2) Tolok ukur tidak hanya harus lebih baik dari sebelumnya, tapi juga harus lebih baik dari yang lainnya; (3) Berani melakukan terobosan, inovasi dan cara baru dalam menyikapi suatu permasalahan; (4) Lepaskan ego sektoral; (5) Fokus di *impact* dan *outcome*, bukan lagi hanya proses dan *output*; (6) Untuk menjadi kuat, tidak bisa lagi berjalan sendiri-sendiri, kolaborasi dan sinergi antar lembaga harus ditingkatkan.

Menurut informan WM, kebijakan komunikasi di Kemkominfo memiliki dua pilar besar dalam melaksanakan tugasnya yaitu pilar komunikasi dan pilar informatika. Pilar komunikasi ditangani oleh Ditjen IKP dan berkoordinasi dengan Sekretariat Negara (Setneg). Koordinasi tersebut dilakukan untuk membahas materi website *indonesia.go.id* yang dulu dikelola oleh Setneg dan kemudian dialihkan ke Kemkominfo. Meskipun setiap kementerian memiliki strategi komunikasi publik masing-masing, namun *leader*-nya adalah Kantor Staf Presiden (KSP) dan IKP Kemkominfo. Sebagai koordinator, IKP Kemkominfo tidak hanya melakukan koordinasi dengan semua kementerian sebagai koordinator kementerian dan lembaga, tetapi juga melakukan koordinasi dengan Dinas Kominfo di Provinsi, Kabupaten/Kota.

Setiap kementerian memiliki strategi komunikasi publik yang dikelola oleh Humas masing-masing kementerian. Setelah

kebijakan tentang ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, maka menjadi agenda nasional sehingga pemegang orkestrasinya adalah KSP dan IKP. KSP dan IKP Kemkominfo menjalankan strategi *agenda setting* agar kebijakan tersebut dapat dijalankan bersama-sama dengan kementerian dan lembaga lainnya yang terkait, hingga ke Dinas Kominfo di Provinsi dan Kabupaten/Kota.

Informan WM juga menjelaskan bahwa Ditjen IKP di Kemkominfo memiliki tugas yang berbeda dari tim Humas Kemkominfo. Bidang tugas Humas Kemkominfo hanya mengurus komunikasi di Kemkominfo. Sedangkan Ditjen IKP menyebarkan diseminasi ke seluruh kementerian, lembaga dan daerah. Ditjen IKP bekerja bersama dengan KSP menangani komunikasi pemerintah secara keseluruhan.

Komunikasi pemerintah yang dilakukan dalam rangka menyampaikan informasi kepada masyarakat secara lebih luas dan terkoordinir dikendalikan juga oleh Bako Humas yang ketuanya adalah Dirjen IKP Kemkominfo. Dengan demikian di Kemkominfo terdapat dua unit yang secara kelembagaan bertugas menangani komunikasi publik yaitu Ditjen IKP dan Biro Humas. Namun kedua unit tersebut memiliki cakupan pekerjaan yang berbeda. IKP Kemkominfo bersama KSP menjadi koordinator komunikasi publik secara nasional, sedangkan Biro Humas Kemkominfo bertugas sebagai humas untuk Kementerian Kominfo saja. Informasi dan diseminasi sebuah kebijakan atau program yang berkaitan dengan bidang tugas kementerian, yang menjadi *leading sector*-nya adalah kementerian yang sesuai bahasan kebijakan atau program tersebut. Namun jika kebijakan atau program tersebut sudah diamanatkan oleh Undang-undang, maka diseminasinya menjadi tugas KSP bersama Ditjen IKP, meskipun *leading sector*-nya tetap di kementerian.

Leading sector untuk kebijakan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia adalah Kemkominfo. Dengan demikian Kemkominfo memiliki tanggung jawab untuk merancang, membuat dan mengkoordinir pelaksanaan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia. Meskipun Kemkominfo adalah *leading sector*

kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia, namun menurut informan WM, jika program tersebut sudah diatur dalam undang-undang maka menjadi program nasional yang diatur sesuai *agenda setting* pemerintah pusat mulai di Kantor Sekretariat Presiden, Ditjen Informasi Komunikasi Publik Kemkominfo, beberapa kementerian yang terlibat, dan pemerintah daerah.

Mengenai pelaksanaan kebijakan-kebijakan dimana Kemkominfo menjadi *leading sector*-nya, menurut informan HK, Kemkominfo tidak memiliki model komunikasi yang direncanakan. Namun dibuat strategi-strategi dan pendekatan-pendekatan dengan sistem uji coba atau *trial and error*. Untuk kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial, Kemkominfo membuat strategi dengan membentuk kelompok kerja khusus ASO dan gugus tugas. HK merupakan salah seorang dari anggota Gugus Tugas Migrasi Siaran TV Analog ke Digital. Menurutny, strategi yang dilakukan Kemkominfo sebagai *leading sector* kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial adalah dengan membagi 4 pilar yang harus disiapkan. Pilar tersebut adalah infrastruktur, program siaran, perangkat TV digital, dan sosialisasi. Keempat pilar tersebut membutuhkan komunikasi yang intensif dan berkelanjutan agar kebijakan digitalisasi televisi terestrial terlaksana dengan baik. Beberapa hal yang mempengaruhi pola dan model komunikasi di Kemkominfo dalam menjalankan sebuah program atau kebijakan diantaranya pimpinan yang menjabat saat itu, *budgeting*, dan skala prioritas negara.

BAB VI

KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM PROSES PEMBUATAN KEBIJAKAN

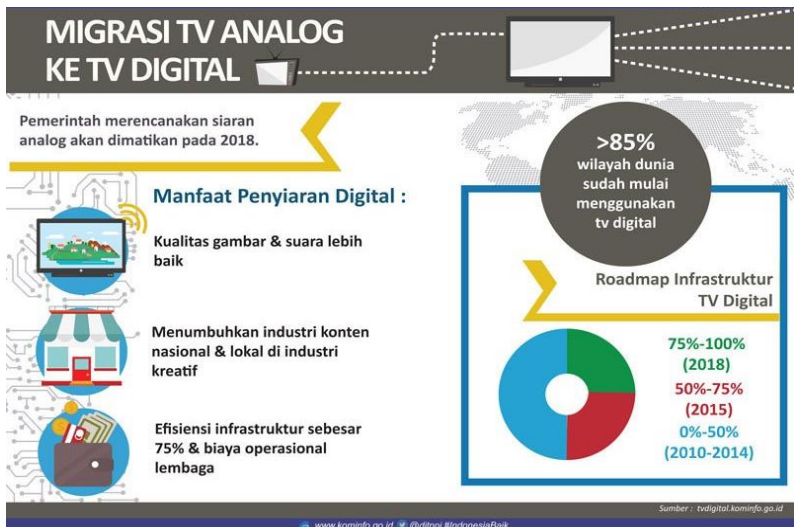
A. Sebelum ASO Diatur Dalam UU Cipta Kerja

Menurut informan dari Kemkominfo, ketika masa awal penyampaian informasi tentang migrasi teknologi analog ke digital, banyak *stakeholder* melakukan penolakan karena belum memahami dampak dan urgensinya. Hal ini disebabkan saat itu pemerintah belum menjabarkan secara maksimal dan belum memberikan informasi detail kepada industri penyiaran televisi tentang dampak yang akan didapatkan dengan migrasi, persiapan yang harus dilakukan, serta pentingnya melakukan perubahan teknologi penyiaran. Ditambah lagi media di Indonesia lebih banyak dikuasai oleh pihak-pihak tertentu yang memiliki beberapa media atau konglomerasi media dan mereka memiliki pengaruh yang cukup kuat. Asosiasi-asosiasi televisi yang ada saat itu tidak memiliki pengaruh kuat untuk mengarahkan anggotanya dan tidak berdaya jika berhadapan dengan kekuatan grup-media.

Sebelum ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, meskipun sosialisasi, pendekatan, dan diskusi-diskusi sudah dilakukan oleh Kemkominfo, namun peraturan-peraturan yang dibuat dalam rangka memulai ASO, tidak terlaksana dengan baik. Meskipun di awal-awal ASO akan diterapkan di Indonesia belum ada dasar hukum berupa undang-undang yang mengaturnya, namun Kemkominfo sudah melakukan sosialisasi dan pendekatan-pendekatan kepada lembaga penyiaran televisi. Uji coba migrasi teknologi analog ke digital untuk pertama kalinya dilakukan terhadap TVRI yang dananya dianggarkan oleh pemerintah.

Informan lainnya yang juga dari pemerintah menjelaskan bahwa diskusi-diskusi dengan lembaga penyiaran televisi tentang rencana migrasi teknologi analog ke digital sudah dilakukan sejak lama. Bahkan di dalam UU No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran terdapat pasal yang mengatur tentang perkembangan teknologi. Dengan demikian meskipun belum ada

dasar hukum berupa undang-undang yang mengatur tentang keharusan ASO, namun Kemkominfo sejak tahun 2009 sudah berencana melakukan migrasi dari teknologi analog ke digital. Informasi yang sama juga dijelaskan oleh informan selanjutnya dari pihak pemerintah. Informan yang sudah terlibat dalam proses pembuatan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial Kemkominfo sejak tahun 2012 mengatakan bahwa sejak tahun 2007 pemerintah sudah melibatkan berbagai pihak dengan membentuk tim nasional digital. Tim tersebut terdiri dari lembaga penyiaran televisi, operator, industri perangkat penerima, industri pemancar, akademisi, Komisi Penyiaran Indonesia. Menurutnya, sejak awal menyusun peraturan-peraturan tentang ASO, Kemkominfo sudah melibatkan seluruh *stakeholder*. Namun, karena ada sebagian *stakeholder* yang merasa tidak puas dengan aturan tentang penyelenggara mux, maka muncul berbagai kendala dalam pelaksanaan migrasi analog ke digital di tahun-tahun awal pengenalannya.



Gambar 3. Migrasi TV Analog ke TV Digital Rencana Analog Dimatikan 2018

Sumber: tvdigital.kominfo.go.id

Sementara itu menurut informan dari pihak swasta, *stakeholder* memang selalu dilibatkan dalam pembuatan peraturan tentang migrasi analog ke digital, namun tidak semua disampaikan dengan transparan. Tidak adanya perencanaan dan keterbukaan informasi tersebut terjadi pada awal *roadmap* TV digital dibuat tahun 2009 oleh Kemkominfo hingga tahun 2019 sebelum UU Cipta Kerja disahkan. Meskipun sering diundang untuk pembahasan-pembahasan peraturan tentang ASO oleh Kemkominfo, namun saat itu belum ada perencanaan dan kajian yang baik tentang pelaksanaan migrasi televisi analog ke digital. *Stakeholder* televisi menduga ada kepentingan media besar dan negara tetangga agar televisi di Indonesia segera beralih ke teknologi digital.



Gambar 4. Rencana Jangkauan TV Digital 2012-2017
Sumber: kominfo.go.id

B. Setelah ASO Diatur Dalam UU Cipta Kerja

Tidak maksimalnya komunikasi antara pemerintah dengan pihak swasta dalam proses pembuatan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial menurut informan dari pihak swasta lainnya, tidak hanya masalah tahapan pelaksanaan

ASO, tapi juga persoalan pendistribusian *set top box* kepada masyarakat. Informasi kepada lembaga penyiaran televisi sangat kurang tentang ketersediaan *set top box* yang disediakan oleh pemerintah untuk masyarakat miskin. Menurutnya, *set top box* yang disediakan oleh lembaga penyiaran pemenang *mux* belum mencukupi untuk diberikan kepada seluruh penduduk miskin di Indonesia. Sementara pemerintah tidak memberi informasi kepada lembaga penyiaran berapa *set top box* yang disubsidi oleh pemerintah. Pemerintah terkesan belum siap menghadapi tahapan ASO yang telah dibuat. Tidak ada informasi dan komunikasi dengan *stakeholder* berapa *set top box* yang telah didistribusikan kepada masyarakat pada tahap pertama jadwal pelaksanaan ASO.

Komunikasi pemerintah kepada lembaga penyiaran televisi juga diungkap oleh informan dari pihak swasta lainnya. Informan yang merupakan bagian dari salah satu Asosiasi Televisi ini menyebut bahwa peran komunikasi dari pemerintah kepada industri sangat dibutuhkan. Menurutnya, harus ada edukasi yang mendalam terutama kepada lembaga penyiaran televisi lokal yang masih khawatir dengan biaya teknologi digital. Terungkap juga bahwa komunikasi pemerintah dengan lembaga penyiaran tidak lancar karena adanya berbagai kepentingan.

Sementara itu, pihak swasta lainnya yang diwawancara mengenai hal ini mengatakan dirinya menyambut baik kebijakan migrasi analog ke digital karena sudah merasakan manfaatnya. Bahkan ketika pemerintah membuat ulang jadwal tahapan ASO dengan mengundurkan tanggal tahapan 1 dari jadwal awal, ia agak kecewa meskipun tetap harus mengikutinya. Informan ini mengaku, sejak TV lokal yang dipimpinnya migrasi dari teknologi analog ke digital pada Januari 2021, biaya yang dikeluarkan menjadi berkurang dari sebelumnya. Selain itu kualitas gambar dan suara yang dihasilkan menjadi sangat baik sehingga tim marketing lebih mudah menawarkan program kepada calon pengiklan.

Sementara itu, menurut informan FM yang merupakan praktisi dari lembaga penyiaran televisi pemenang *mux*, dirinya masih belum puas dengan komunikasi pemerintah yang belum

transparan tentang ketersediaan *set top box* bagi masyarakat miskin. Lembaga penyiaran televisi pemenang *mux* telah berkomitmen untuk mencukupi ketersediaan *set top box* sesuai perjanjian kesanggupan di awal. Tapi informasi dari pemerintah tentang cukup atau tidaknya *set top box* yang disediakan oleh lembaga penyiaran belum ada. Ia mengkhawatirkan jika ketersediaan *set top box* tidak mencukupi untuk masyarakat miskin dan pemerintah tidak membantu dengan subsidi yang maksimal, masyarakat miskin tidak lagi bisa menonton siaran televisi.

Sedangkan menurut informan dari pemerintah WM, pemerintah memberikan tambahan anggaran 1 triliun untuk membelikan *set top box* bagi masyarakat miskin. Ada komunikasi yang tidak jalan antara pemerintah dan lembaga penyiaran tentang ketersediaan *set top box* bagi masyarakat miskin, sehingga lembaga penyiaran masih meragukan tentang kesiapan pemerintah untuk ASO tepat waktu. Disebabkan masih terkendala masalah *set top box* untuk masyarakat miskin, maka hasil negosiasi bersama lembaga penyiaran bahwa ASO akhirnya dilaksanakan bertahap mulai 2 November 2022 sesuai kesiapan pendistribusian *set top box* ke daerah-daerah. Pemerintah selalu melakukan komunikasi dengan lembaga penyiaran melalui FGD, rapat, koordinasi hingga tercapai kesepakatan mengenai penghitungan tentang kebijakan untuk melaksanakan ASO dan kesanggupan penyediaan *set top box*. Dari sisi pemerintah, implementasi kebijakan ini harus dipaksakan namun tetap harus ada data akurat dan memperhatikan tantangan realitas yang terjadi di lapangan.

Informan RN menyebutkan bahwa setiap akan membuat kebijakan berkaitan dengan ASO, pemerintah selalu mengundang dan melibatkan *stakeholder* penyiaran. Bahkan meskipun dalam waktu yang sangat singkat harus segera ASO, informan RN mengatakan tetap mengkomunikasikan dengan *stakeholder* penyiaran. Informan HK juga mengatakan bahwa pemerintah selalu melakukan komunikasi dengan lembaga penyiaran tentang kapan waktu mereka siap untuk melaksanakan ASO. Setiap hari tim gugus tugas ASO di Kemkominfo mencatat dan menanyakan ke setiap lembaga

penyiaran tentang kapan rencana lembaga penyiaran untuk pindah ke digital. Kemkominfo memberi toleransi waktu mengingat ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh lembaga penyiaran yaitu negosiasi harga sewa mux, pembuatan dokumen kerjasama, serta penyediaan alat. Tim gugus tugas Kemkominfo berusaha untuk selalu berkomunikasi dan mencari solusi serta memediasi lembaga penyiaran yang mengalami kendala dalam melaksanakan kebijakan migrasi analog ke digital. Ada 4 pilar yang harus dilakukan komunikasi yang baik kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pilar tersebut. Pertama pilar infrastruktur, kedua pilar program siaran, pilar ketiga *set top box* atau perangkat TV digitalnya, dan yang keempat sosialisasi ke masyarakat umum. Salah satu pilar dalam pelaksanaan kebijakan ASO adalah pilar infrastruktur yaitu lembaga penyiaran televisi. Kepada lembaga penyiaran televisi pemenang *multiplexing*, tim gugus tugas intensif melakukan komunikasi untuk kesiapan perangkat agar kebijakan terlaksana dengan baik. Sedangkan kepada lembaga penyiaran televisi yang akan menjadi penyewa mux, tim gugus tugas berkomunikasi tentang dampak terhadap pekerja dan aset, sehingga mereka lebih siap untuk mengantisipasi segala hal yang menjadi kendala.

Pemerintah berupaya melakukan komunikasi yang baik dengan *stakeholder* dalam proses pembuatan kebijakan. Namun karena kebijakan yang akan dilaksanakan berkaitan dengan frekuensi yang merupakan sumber daya terbatas, maka keputusan tidak bisa menyenangkan semua pihak. Setiap menyusun kebijakan, selain faktor frekuensi, pemerintah juga mempertimbangkan faktor masukan dari industri tetapi tidak mungkin semua masukan *stakeholder* diakomodir karena pemerintah juga harus mempertimbangkan berbagai hal terkait dengan frekuensi yang bersinggungan di beberapa daerah.

C. Konsep Komunikasi Pemerintah Dalam Proses Pembuatan Kebijakan

Konsep komunikasi pemerintah dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis tentang bagaimana warga negara dan pemerintah berinteraksi. Bagaimana pemerintah memfasilitasi komunikasi dalam konteks sosial, merupakan hal

yang penting untuk diungkap dalam studi komunikasi pemerintah dalam penelitian ini. Komunikasi yang dilakukan oleh Kemkominfo dalam proses pembuatan peraturan-peraturan tentang digitalisasi televisi terestrial menurut informan dari Kemkominfo selalu dilakukan dengan mengundang rapat para perwakilan *stakeholder* terutama dari lembaga penyiaran televisi swasta. Sebelum ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, lembaga penyiaran televisi diundang dalam setiap pembuatan peraturan tentang ASO untuk pemberitahuan dan penyampaian informasi tentang ASO, berdiskusi, dan meminta masukan tentang kebijakan yang akan dikeluarkan terkait ASO. Kemkominfo sudah melibatkan lembaga penyiaran televisi sejak awal informasi akan dilakukan migrasi analog ke digital pada sekitar tahun 2005. Kemudian tahun 2009 Kemkominfo mengeluarkan *roadmap* tahapan TV digital di Indonesia setelah melalui diskusi dan FGD dengan asosiasi lembaga penyiaran televisi.

Setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah hanya untuk berdiskusi dan mendapatkan informasi tentang kesiapan lembaga penyiaran televisi untuk melaksanakan *analog switch off*. Komunikasi yang dilakukan Kemkominfo bukan lagi untuk berdiskusi dan meminta masukan tentang peraturan yang akan diterbitkan oleh menteri. Pada akhir tahun 2020 pemerintah lebih fokus untuk melaksanakan diseminasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial kepada masyarakat.

Menurut beberapa informan dari lembaga penyiaran televisi, keterlibatan mereka dalam proses pembuatan peraturan tentang ASO lebih kepada interaksi pemerintah kepada *stakeholder* untuk menyampaikan informasi tentang akan dilakukan migrasi teknologi analog ke digital. Interaksi antara Kemkominfo dengan lembaga penyiaran televisi adalah untuk menyampaikan keharusan bermigrasi karena negara luar sudah melakukan migrasi, serta frekuensi yang akan digunakan untuk persiapan telekomunikasi menuju 5G. Meskipun dalam setiap FGD yang dilakukan pemerintah bersama *stakeholder*, lembaga penyiaran televisi kerap dimintai pendapatnya tentang

peraturan yang akan dibuat, namun seringkali peraturan yang terbit berbeda dari hasil rapat bersama *stakeholder*.

Bahkan menurut salah seorang informan dari pihak swasta, pemerintah mengatakan bahwa peraturan yang dikeluarkan adalah wewenang pemerintah dan peraturan menteri merupakan domainnya pemerintah. Oleh sebab itu lembaga penyiaran merasa ada yang ditutup-tutupi dengan diberlakukannya kebijakan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia karena terkesan komunikasi yang dibangun adalah komunikasi sepihak.

Menurut informan dari lembaga penyiaran televisi, sejak tahun 2005 sudah ada konsorsium TV Digital yang terdiri dari lima stasiun televisi besar di Indonesia. Kemudian tahun 2007 dilakukan sosialisasi oleh pemerintah, namun saat itu komunikasi yang dilakukan tidak konsisten sehingga pemerintah dianggap tidak punya *blueprint* yang jelas dan ada pengaruh politik dan kepentingan pihak tertentu dalam pembuatan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial. Interaksi yang terjadi antara pemerintah dan *stakeholder* pada proses pembuatan peraturan tentang digitalisasi televisi terjadi tanpa prinsip komunikasi pemerintah yang transparan, akuntabel dan partisipatif, dan mengembangkan langkah-langkah bersama.

Disebabkan konsep komunikasi pemerintah berada diantara tradisi penelitian komunikasi politik dan hubungan masyarakat, maka komunikasi pemerintah harus mempertimbangkan berbagai kelompok pemangku kepentingan termasuk politisi, *stakeholder*, pengguna layanan atau masyarakat, kelompok minoritas, badan pengatur, dan sejenisnya.

Bahkan menteri juga diangkat berdasarkan kriteria partisan daripada kriteria profesional. Komunikasi pemerintah dapat dilihat dari tindakan atau apa yang dilakukan oleh pemerintah apa adanya untuk mempengaruhi dan mengarahkan sebuah kebijakan melalui penyediaan atau menyembunyian informasi atau pengetahuan kepada masyarakat. Definisi komunikasi pemerintah dari perspektif apa yang dilakukannya terbatas hanya melihat kegiatan yang merupakan bagian dari

komunikasi pemerintah, sebagaimana yang dilakukan dalam penelitian ini.

Komunikasi eksekutif sesungguhnya sangat kontras dengan komunikasi deliberatif yang digunakan legislatif untuk memutuskan sebuah kebijakan publik melalui penetapan hukum. Komunikasi eksekutif juga kontras dengan komunikasi yudikatif yang fungsinya membuat penilaian dalam kaitannya dengan perselisihan tentang penerapan hukum. Dalam penelitian disertasi ini, fokus uraian adalah pada komunikasi eksekutif yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Studi komunikasi pemerintah tidak boleh disamakan dengan hubungan media berita, tetapi hanya mencakup fungsi dan aktivitasnya. Singkatnya, analisis komunikasi pemerintah dengan menggunakan pendekatan strategis adalah mengeksplorasi sejauh mana komunikasi bukan hanya fungsi yang memungkinkan bagi politisi, tetapi kontribusi untuk proses pengambilan keputusan strategis bersama dengan rakyat.

Hasil analisis peneliti jika dilihat dari studi komunikasi pemerintah adalah bahwa pengambilan keputusan strategis yang dilakukan oleh Kemkominfo berkaitan dengan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia dilakukan bersama *stakeholder* dan masyarakat yang diwakili oleh KPI. Hal ini didapatkan melalui pengumpulan data wawancara mendalam dengan informan dari Kemkominfo, lembaga penyiaran televisi, dan KPI yang terlibat dalam pengambilan keputusan strategis tentang kebijakan digitalisasi televisi terestrial.

Komunikasi yang dilakukan oleh Kemkominfo memang selalu melibatkan perwakilan lembaga penyiaran televisi melalui asosiasi dan KPI, hanya saja komunikasi yang dilakukan menurut informan dari pihak swasta dan KPI, sebatas formalitas karena banyak informasi yang tidak dikomunikasikan kepada *stakeholder*. Pertanyaan dari industri penyiaran televisi mengenai peran pemerintah untuk melindungi kepentingan bisnis *stakeholder* dan permintaan agar pemerintah memberi *reward* bagi lembaga penyiaran televisi yang bermigrasi, tidak pernah dijawab oleh pemerintah. *Stakeholder* kerap diundang pada saat pembuatan peraturan menteri, tetapi peraturan yang

dikeluarkan berbeda dari keputusan rapat. Hal tersebut menyebabkan kisruh dan kebijakan tidak dijalankan oleh *stakeholder*.

Stakeholder sangat mengharapkan peran pemerintah untuk berkomunikasi secara efektif dengan industri dan masyarakat. Pada tahap proses pembuatan peraturan, benturan komunikasi yang terjadi adalah antara pemerintah dan industri, bukan dengan masyarakat. Informan dari *stakeholder* berpendapat komunikasi yang tidak efektif antara pemerintah dan industri disebabkan oleh berbagai alasan dan kepentingan.

Padahal di era demokratisasi, masyarakat luas menuntut pemerintah untuk membangun strategi komunikasi yang dapat menyikapi upaya aktif dan afirmatif untuk membuka informasi. Hal ini mencakup segala aspek informasi termasuk tentang kebijakan dan rencana kebijakan, instrumen kebijakan, dan komunikasi dalam proses pembuatan kebijakan. Dalam proses pembuatan kebijakan mengenai digitalisasi televisi terestrial, pemerintah sesungguhnya telah melibatkan pemangku kepentingan penyiaran televisi sebagaimana disampaikan oleh informan dari unsur pemerintah dalam penelitian ini. Bahwa sebenarnya dalam merumuskan kebijakan, sejak awal tim ASO Kemkominfo sudah melibatkan semua pemangku kepentingan, baik operator TV dengan skala jaringan lokal maupun lembaga yang lebih besar.

Saat Peraturan Menteri dibuat, Kemkominfo juga mengajak semua pemangku kepentingan untuk terlibat. Hanya saja, menurut salah seorang informan dari Kemkominfo, pihaknya tidak tahu mengapa ketika pemerintah sudah menetapkan operator mux, tiba-tiba muncul ketidakpuasan dari sejumlah televisi lokal. Memang pada saat lelang, menurut informan tersebut, tidak ada stasiun televisi lokal yang menang dalam proses penyelenggaraan mux. Bisa jadi kekecewaan tersebut salah satu yang menjadi penyebabnya.

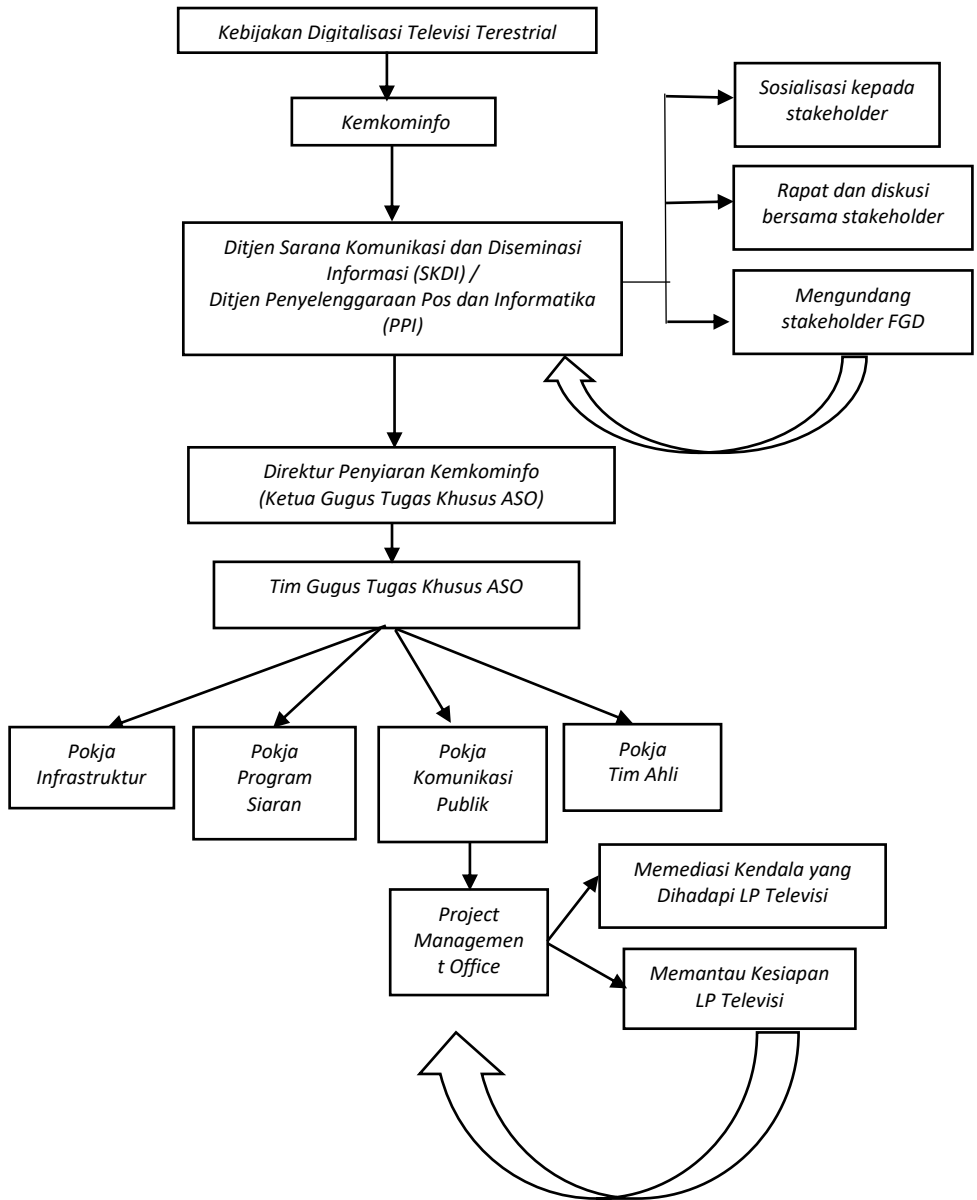
Komunikasi pemerintah sebelum ada UU Cipta Kerja menurut salah seorang informan dari pemerintah dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara persuasif dengan menyampaikan manfaat digitalisasi kepada pemangku kepentingan penyiaran. Namun tidak semua pemangku

kepentingan penyiaran berpartisipasi sebagaimana yang terjadi hingga saat ini. Setelah adanya UU Cipta Kerja, pemerintah dalam membuat kebijakan tetap mengundang *stakeholder*, namun karena waktu yang sangat pendek yaitu dua tahun, maka diseminasi juga terus diburu.

Menurut beberapa penelitian tentang komunikasi yang dilakukan pemerintah kepada lembaga penyiaran dalam pelaksanaan digitalisasi televisi setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, lebih banyak komunikasi dan koordinasi tentang kesiapan melaksanakan proses ASO. Kendala yang dihadapi selama proses migrasi teknologi analog ke digital malah lebih banyak tentang kondisi sosial ekonomi masyarakat yang belum mampu mendukung proses penyiaran digital yang ditandai dengan sulitnya memperoleh penyiaran digital dengan harga yang relatif murah (Sjuchro, Fitri, Amdan, Yusanto, & Khoerunnisa, 2023).

Sulitnya masyarakat memperoleh penyiaran digital dengan harga relatif murah ini salah satu akibat dari komunikasi pemerintah kepada lembaga penyiaran televisi yang masih belum transparan mengenai ketersediaan *set top box* bagi masyarakat miskin. Koordinasi dan komunikasi yang baik sangat penting dilakukan agar kebijakan yang dirancang dapat terlaksana sesuai target yang ditetapkan.

D. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Proses Pembuatan Kebijakan Digitalisasi Televisi



Bagan 1. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Proses Pembuatan Kebijakan Digitalisasi Televisi
Sumber : Temuan Penelitian, 2023

Pada bagan 1. dijelaskan bahwa kebijakan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia pada periode sebelum ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, dikomunikasikan kepada *stakeholder* dengan cara FGD, rapat dan diskusi oleh SKDI Kemkominfo. *Feedback* yang diperoleh adanya penolakan dari *stakeholder* hingga ada peraturan menteri yang dibatalkan pada 2011 karena gugatan dari *stakeholder*. Setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, komunikasi dilakukan oleh tim gugus tugas khusus ASO Kemkominfo yang dibentuk setelah UU Cipta Kerja disyahkan. Tugas untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang kebijakan ini dilakukan oleh tim komunikasi publik gugus tugas khusus ASO Kemkominfo.

BAB VII

KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM SOSIALISASI KEBIJAKAN

A. Komunikasi Pemerintah Kepada Masyarakat

Pada tahap sosialisasi kebijakan, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang merupakan lembaga negara independen yang menjembatani antara masyarakat dengan institusi pemerintah dan *lembaga* penyiaran, berusaha memberi masukan kepada pemerintah agar kepentingan masyarakat akan penyiaran tidak terabaikan. Dalam wawancara mendalam yang dilakukan kepada informan MR yang pernah menjabat sebagai Ketua KPI periode tahun 2012 hingga 2013, diketahui bahwa sebagai Ketua KPI saat itu, ia sempat mengkhawatirkan ketersediaan *set top box* untuk masyarakat miskin dan harus ada edukasi tentang cara pemasangannya kepada masyarakat.

Menurutnya, seharusnya bukan saja dari segi kemanfaatan dan kenyamanan yang dipikirkan, tapi ketersediaan *set top box*, bagaimana masyarakat bisa tahu cara pasang *set top box*, serta bagaimana model komunikasi yang harus dikembangkan kepada masyarakat, juga harus dipikirkan. Meskipun saat menjabat sebagai komisioner KPI, dirinya pernah beberapa kali diundang rapat bersama dan diajak diskusi oleh Kemkominfo, namun menurut informan MR, ajakan tersebut hanya sebagai prasyarat untuk keterwakilan publik atau keterwakilan lembaga membicarakan tentang kebijakan, sedangkan semua bahan sudah jadi dan selesai dibuat oleh Kemkominfo saat itu. KPI saat itu juga diminta untuk membuat *roadmap* kaitannya dengan digital, tapi pada waktu itu KPI belum siap untuk membuat semacam *grand desain* atau masukan terhadap masalah digital.

Informan MR berpendapat bahwa cara komunikasi pemerintah seharusnya berorientasi pada kepentingan publik, bukan sekedar mempertimbangkan manfaat dari ketersediaan frekuensi untuk kebutuhan telekomunikasi semata. Pemerintah seharusnya memiliki cara kampanye yang bagus untuk televisi digital. Cara komunikasi pemerintah harus direkonstruksi

kembali dimana harus dikaitkan dengan kepentingan publik, dan menempatkan terminologi penyiaran digital itu tidak hanya tentang frekuensi digital. Bukan hanya aspek televisi dan frekuensinya dan bukan hanya tentang aspek distribusinya yang harus dipikirkan. Komunikasi yang dilakukan pemerintah dalam sosialisasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial menurut informan MR didominasi oleh Kemkominfo. Komunikasi kepada masyarakat dalam rangka sosialisasi yang dilakukan Kemkominfo menurutnya, berjalan sendiri sehingga tidak sampai kepada seluruh masyarakat di daerah. Dalam menangani persoalan penyiaran, frekuensi itu salah satu *tool* (alat). Di dalam penyiaran itu ada bisnis dan kepentingan publik.

Komisioner KPI daerah yang diwawancara tentang hal ini juga berpendapat serupa. Informan AR menyangkan informasi tentang kebijakan digitalisasi televisi tidak menjadi isu besar di daerah. Menurut informan AR, sejak tahun 2011 isu tentang TV digital tidak terdengar gaungnya di daerah. Tahapan waktu tentang kapan masyarakat di daerah tidak bisa lagi menyaksikan siaran analog, tidak pernah ada informasi yang diberikan secara detail. Sangat sedikit sekali berita-berita tentang migrasi televisi analog ke digital di daerah dan tidak secara khusus diberitakan. Padahal menurutnya, jika dikaitkan dengan perkembangan teknologi, walaupun tinggal di daerah perbatasan tapi adalah hak semua orang untuk menikmati kecanggihan teknologi secara digital.

Menurut informan AR, dirinya mendapat informasi tentang digitalisasi televisi, dari berita-berita *online* di internet. Pemerintah tidak melakukan sosialisasi dalam lingkup yang luas hingga ke daerah sehingga gaung tentang kebijakan tersebut tidak terdengar di masyarakat daerah. Menurutnya, sosialisasi yang dilakukan pemerintah memang dilakukan, tapi tidak pernah mencapai lingkup yang luas. Lebih banyak yang tidak tahu daripada yang mengetahuinya. Beberapa berita yang disampaikan lewat media *online* menurutnya tidak terlalu detail. Masyarakat cuma tahu wacana bahwa ada migrasi teknologi analog ke digital, tapi tidak mengetahui detail.

Dilain pihak, informan dari pemerintah mengatakan bahwa mereka telah menerapkan strategi komunikasi publik dalam rangka sosialisasi kebijakan digitalisasi televisi terrestrial. Tim gugus tugas khusus ASO Kemkominfo yang dibentuk setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, membagi tugas kepada tim pokja komunikasi publik untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang TV digital. Informan RN dari Kemkominfo menyebutkan bahwa pokja komunikasi publik menerapkan tiga tahapan pekerjaan yaitu *awareness*, *engagement*, dan *call to action*. Tahapan ini mulai dilakukan tim pokja komunikasi publik sejak Januari 2021 karena UU Cipta Kerja disahkan di akhir tahun 2020 yaitu pada bulan November 2020. *Awareness* diterapkan karena di dalam UU Cipta Kerja mengamanatkan bahwa TV analog harus diberhentikan atau dimatikan, diberi waktu dua tahun sejak ditandatangani yang jatuhnya pada tanggal 2 November 2022. Sebelum dua tahun tersebut, tim gugus tugas sudah harus bergerak. Tim gugus tugas mulai bergerak sejak bulan Januari tahun 2021. Upaya yang pertama dilakukan yaitu pengenalan tentang adanya UU Cipta Kerja yang merupakan landasan hukum. Setelah itu urgensi mengapa harus beralih ke TV digital, kemudian pengenalan kepada masyarakat.

Tahapan yang kedua menurut informan RN, pokja komunikasi publik mengharapkan keterlibatan masyarakat agar mau melakukan pembelian *set top box* setelah mendapatkan informasi tentang TV digital. Ketika masyarakat sudah tahu, maka mereka harus terlibat. Karena tujuannya adalah masyarakat melaksanakan apa yang ada di dalam komunikasi publik yang sudah disusun oleh tim gugus tugas. Komunikasi dilakukan kepada masyarakat agar tidak khawatir TV lama yang berupa TV tabung atau TV yang masih analog tidak perlu diganti, namun bisa tetap digunakan sebagai TV digital hanya dengan menambah *set top box*. Dengan begitu, masyarakat banyak yang kemudian *engagement*. Itu artinya mereka membeli *set top box* secara mandiri. Namun juga pemerintah menyediakan *set top box* untuk masyarakat yang kurang mampu. Jadi pemerintah bersama penyelenggara mux itu menyediakan *set top box* yang nantinya akan dibagikan. Sedangkan *call to action*, masyarakat

betul-betul memasang *set top box* dan bisa *setting* sendiri *set top box* tersebut.

Hal senada juga dijelaskan oleh tim gugus tugas khusus ASO Kemkominfo, HK. Menurut informan HK, strategi pertama yang dilakukan dalam rangka memberi informasi kepada masyarakat adalah *awareness*. Berdasarkan beberapa hasil survei yang telah dilakukan menurut HK, masyarakat sudah mengetahui tentang akan migrasinya teknologi siaran televisi dari analog ke digital, tapi belum ada niat untuk membeli *set top box* secara mandiri. Masyarakat setuju dengan TV digital karena siaran akan lebih jernih dan bersih, tapi belum punya keinginan untuk melakukan perpindahan dengan segera.

Menurut Informan HK, faktor penyebab sosialisasi ada dua hal, pertama sosialisasi yaitu *awareness*, kedua bagaimana *awareness* menjadi keingintahuan masyarakat akan TV digital tapi masyarakat mau pindah. Ini adalah dua hal yang berbeda. Namun yang menjadi persoalan adalah banyak masyarakat yang tahu tapi belum mau pindah. Salah satu hasil survei tim gugus tugas, *approval* masyarakat tinggi, tapi masih kurang *awareness*. Masyarakat mengetahui tentang bersih, jernih, canggih, tapi ketika ditanya kapan akan pindah ke TV digital, rata-rata mengatakan nanti, ketika sudah ada uang. Masyarakat belum antusias untuk membeli *set top box* karena banyak yang kecewa dengan kualitas TV digital yang belum optimal. Bahkan di beberapa wilayah, siaran TV digital tangkapannya kadang hilang tiba-tiba dengan informasi di layar televisi 'tidak ada signal'. Penyebabnya karena perangkat multipleksing yang belum optimal, atau masih optimalisasi. Selain itu, karena penggunaan frekuensi tidak bisa menggunakan daya maksimal karena akan mengganggu siaran analog. Hal ini banyak terjadi di pulau Jawa.

Informan HK juga menambahkan, pemerintah masih menahan diri untuk menginformasikan tentang *set top box* gratis bagi masyarakat miskin karena data yang belum akurat dan belum menemukan format yang tepat untuk teknis pembagian *set top box*. Meskipun data sudah ada, namun masih dipikirkan cara membagikan *set top box* agar tepat sasaran dan benar-benar terpasang. Kemkominfo sudah berkoordinasi dengan

Kemensos untuk mendapatkan data masyarakat miskin. Namun, data masyarakat miskin yang ada di Kemensos bukan data masyarakat miskin yang memiliki pesawat televisi. Hal ini yang menurut Pemerintah sangat berhati-hati untuk mempersiapkannya sehingga masyarakat banyak yang bertanya kapan *set top box* turun. Mengenai adanya artikel bahwa untuk mendapatkan *set top box* bisa mendaftar, dari sisi pemerintah disebutkan bahwa data yang akan mendapatkan *set top box* sudah diperoleh dari Kementerian Sosial. Kemensos sudah melakukan verifikasi dari Dinas Kabupaten naik ke Provinsi, sehingga data yang diperoleh oleh tim gugus tugas sudah pasti masyarakat yang benar-benar layak untuk menerima bantuan *set top box*. Data dari Kemensos yang akan digunakan oleh Kemkominfo adalah data terbaru yang sudah di-*update*. Namun penghitungan yang dilakukan oleh tim gugus tugas baru bersifat asumsi bahwa semua masyarakat miskin memiliki televisi analog. Untuk pemasangan *set top box*, petugas yang memberikannya diminta untuk memastikan apakah *set top box* bisa terpasang atau tidak. Namun, tim gugus tugas tidak bisa mengkomunikasikannya untuk menghindari spekulasi di masyarakat dan berita *hoax*. Setelah semuanya benar-benar rapi dan siap, baru diumumkan.

Informan WM yang juga dari unsur pemerintah menyebutkan bahwa pemerintah sesungguhnya sudah berusaha memberikan informasi kepada masyarakat dengan menjalankan fungsi diseminasi agar masyarakat bisa memahami tentang TV digital. Pemerintah sangat mengharapkan masyarakat siap untuk mengikuti perkembangan teknologi di bidang penyiaran.

Sedangkan dari hasil pengumpulan data dokumentasi tentang *set top box* yang diperoleh peneliti, mengutip berita dari portal Antara Sumsel tanggal 19 Maret 2023 berjudul 'Penghentian Siaran TV Analog di Palembang 31 Maret 2023', diberitakan bahwa Ketua Gugus Tugas Migrasi Analog ke Digital, Geryantika Kurnia mengatakan bahwa kesiapan penjualan *set top box* bagi masyarakat yang membeli mandiri telah dikoordinasikan dengan Kementerian Perdagangan dan Gabungan Perusahaan Industri Elektronik dan Alat-alat Listrik Rumah Tangga Indonesia (GABEL) agar suplai *set top box* terjaga

dalam harga yang stabil. Posko bantuan juga disiapkan untuk rumah tangga miskin yang memenuhi kriteria namun belum mendapatkan *set top box*.

Berdasarkan hasil penelitian (Sjuchro et al., 2023) ditemukan bahwa strategi sosialisasi yang dilakukan pemerintah belum sepenuhnya dapat meningkatkan kesiapan masyarakat. Kerjasama inklusif antara pemerintah dan non-pemerintah, kelembagaan dan hubungan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah harus dioptimalkan untuk mencapai target. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat khususnya di Banten, sangat kurang. Sosialisasi hanya dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika sedangkan pemerintah provinsi, kabupaten/kota, KPI, dan KPID tidak memiliki ruang anggaran untuk sosialisasi tentang TV Digital.

Menurut informan HK, untuk mengetahui apakah informasi tentang kebijakan digitalisasi televisi terestrial sudah sampai ke masyarakat, Kemkominfo telah melakukan survei sebanyak tiga kali sejak tahun 2020 hingga tahun 2021. Survei pertama dilakukan bekerjasama dengan Litbang Kompas pada pertengahan tahun 2020 sebelum adanya dasar hukum UU Cipta Kerja dan survei dilakukan secara nasional. Kemudian pada tahun 2021 dilakukan sebanyak dua kali survei untuk setiap daerah yang akan mengalami ASO. Kecenderungannya diantara tiga penelitian itu polanya hampir sama. Namun disebutkan bahwa ada peningkatan dari segi pengetahuan. Pengetahuan masyarakat tentang TV digital pada bulan Juni 2021 hanya sekitar 29 koma sekian persen. Pada bulan Agustus yang kemudian diundur karena faktor PPKM, pemberitaan di media sangat *massive*, yang membuat kenaikan lumayan signifikan sehingga *awareness* dibawah 50%. Data yang tak kalah penting adalah mengenai kesiapan masyarakat menghadapi digital. Pada bulan September 2021, *take-up* nya sampai 20%. Dimana pada bulan September - Oktober 2021 dibuat dua penelitian. Pertama penelitian yang dilakukan oleh Kominform, kemudian penelitian yang dilakukan secara independen oleh Litbang Kompas. Hasil penelitian oleh Litbang Kompas menunjukkan tidak sampai 20% masyarakat yang sudah menonton TV digital.

Informan RN juga menyebutkan bahwa telah dilakukan survei tentang *awareness* masyarakat terhadap kebijakan tentang TV digital yang hasil terakhirnya ditemukan sekitar 46% masyarakat sudah mengetahui tentang TV digital. Ketika survei pertama dilakukan pada bulan Mei hingga Juni, masyarakat yang mengetahui tentang TV digital dibawah 20%. Pada bulan November setelah dilakukan penelitian kembali, mencapai 46%. Sedangkan hasil penelitian dari Litbang Kompas, masyarakat yang mengetahui adalah mencapai 49.

Menurut tim gugus tugas, yang paling berkepentingan terhadap keberhasilan migrasi televisi digital adalah stasiun televisi atau lembaga penyiaran. Jika masyarakat tidak pindah atau tidak siap, yang paling berdampak adalah stasiun televisi karena akan kehilangan pangsa yang cukup besar. Meski begitu, menurut informan HK dari pemerintah tidak kan lepas tangan dan tetap berusaha untuk menyiapkan segala sesuatu karena merupakan tanggung jawab pemerintah untuk tercapainya sebuah kebijakan. Namun pemerintah sangat butuh kerja sama dari lembaga penyiaran dengan menyediakan waktu untuk melakukan sosialisasi melalui televisi. Masyarakat cenderung menginginkan informasi dari layar kaca, kemungkinan karena pada saat survei dilakukan, Indonesia sedang dalam kondisi pandemi Covid-19. Tapi secara umum hasil survei menunjukkan bahwa masyarakat menginginkan informasi dari televisi. Informan HK juga membandingkan dengan negara luar yang juga melakukan sosialisasi melalui siaran televisi. Ada yang memasang logo maskotnya, ada yang menempatkan di pojok kanan atau kiri. Di Singapura, ada Hub analog, dan ada Hub digital. Jadi masyarakat sudah bisa membedakan mana Hub analog, mana Hub digital. Kemudian ada juga dengan *running text*, dan yang paling dominan itu *squeeze time*. Semakin mendekati tanggal ASO, masyarakat dibuat semakin tidak nyaman dengan menonton TV analog, karena di *squeeze time* ditampilkan cara-cara untuk memasang *set top box* yang mungkin mengingatkan kembali mengenai jadwal ASO.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, hal yang sama seperti yang disebutkan oleh informan HK juga telah dilakukan oleh lembaga penyiaran televisi di Indonesia. Tampilan siaran

televisi Indonesia sejak tahun 2020 telah menampilkan maskot siaran digital Indonesia (MODI) di pojok kiri atas layar televisi. *Tagline* 'Bersih, Jernih, Canggih' dan iklan layanan masyarakat tentang teknis mendapatkan siaran digital telah pula dikampanyekan setiap hari di layar televisi. Bentuk dan isi kampanye publik tentang televisi digital diprakarsai oleh tim kreatif masing-masing lembaga penyiaran televisi karena format kampanye tentang televisi digital masing-masing televisi terlihat berbeda.



Gambar 5. Maskot Siaran Digital Indonesia Bernama MODI

Sumber: <https://siarandigital.kominfo.go.id/>

Dari hasil pengumpulan data dokumentasi peneliti, informasi di website www.kominfo.go.id, data AC Nielsen pada Desember 2022 menunjukkan bahwa penonton TV digital di Indonesia mengalami peningkatan setelah *analog switch off* (ASO) secara bertahap dilaksanakan. Perbandingan penonton TV digital pada November dan Desember 2022 mengalami peningkatan 5 hingga 24 persen di 11 kota dimana survei dilakukan. Survei yang dilakukan di kota Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Surakarta, Denpasar, Medan, Makassar, Palembang, dan Banjarmasin mengalami peningkatan penonton TV digital. Namun peningkatan tertinggi adalah DKI Jakarta dan sekitarnya (Jabodetabek) yang menjadikan meningkatnya penjualan *set top box* (STB).

Mengenai pembagian *set top box* yang selalu dikhawatirkan oleh beberapa informan dalam penelitian ini, informasi yang tertulis dalam *website* Kemkominfo bahwa sampai tanggal 12 Januari 2023 tercatat realisasi distribusi *set top box* gratis oleh penyelenggara mux kepada keluarga miskin masih sebesar 5,7 persen. Menurut catatan Kemkominfo, sekitar 4 juta lebih *set top box* belum didistribusikan kepada keluarga miskin oleh pihak swasta. Tertulis dalam berita tersebut, *set top box* yang sudah disalurkan ke masyarakat lebih banyak berasal dari bantuan pemerintah. Pihak swasta pemenang mux yang memberikan bantuan *set top box* kepada keluarga tak mampu terdiri dari grup SCM/EMTEK (SCTV dan Indosiar), MNC (RCTI dan Global TV), grup Trans Media (Trans TV dan Trans7), Media Group (Metro TV), RTV, Viva Group (ANTV dan TVOne), dan Nusantara TV.

Selain berjanji untuk memberikan bantuan *set top box* kepada masyarakat miskin, lembaga penyiaran televisi swasta pemenang mux juga selalu mengkampanyekan tentang TV digital kepada pemirsanya. Salah satu poster kampanye TV digital yang peneliti dapatkan melalui pengumpulan data dokumentasi dan observasi seperti gambar di bawah ini:



GTV

UNTUK G-TIZEN DI **WILAYAH BANGKA, SUMATERA, KALIMANTAN, SULAWESI, MALUKU, NTB, NTT DAN PAPUA**
 AYO BERALIH KE SIARAN DIGITAL GTV
 SEBELUM **31 JULI 2023** PUKUL 24.00 WIB!

SAMARINDA	➡	27 UHF
MATARAM	➡	35 UHF
MANADO	➡	35 UHF
PALU	➡	44 UHF
TANJUNG SELOR	➡	47 UHF
KUPANG	➡	35 UHF
GORONTALO	➡	37 UHF
MAMUJU	➡	37 UHF
AMBON	➡	39 UHF
MANOKWARI	➡	34 UHF
JAYAPURA	➡	37 UHF
KENDARI	➡	36 UHF
TERNATE	➡	40 UHF
MERAUKE	➡	28 UHF

LAKUKAN LANGKAH INI JIKA TAYANGAN GTV KAMU BERMASALAH:

1. SCAN ULANG STB
2. CEK SAMBUNGAN KABEL ANTENA & ARAH ANTENA
3. HUBUNGI HELP DESK

GTV LAYANAN SOLUSI TV DIGITAL
 0856 9003 900

Gambar 6. Kampanye GTV

Sumber: WA Group Komunitas DVBT2 Indonesia

Mengenai komunikasi pemerintah kepada masyarakat tentang pembelian *set top box* yang harus bersertifikasi Kominfo, menurut informan HK, hal tersebut hanya sekedar himbauan, bukan kewajiban. Hal itu dilakukan demi melindungi konsumen karena dijamin akan aman dengan adanya garansi. Jika merujuk undang-undang, semua perangkat yang diproduksi dan diperdagangkan, harus disertifikasi karena barang yang sudah disertifikasi Kominfo pasti aman secara kelistrikan kemudian juga secara teknologi sudah sesuai standar DVBT-2, dan rentang frekuensi juga sesuai. Selain itu, fitur *early warning system* atau peringatan dini kebencanaan juga sudah sesuai standar.

B. Komunikasi Gugus Tugas ASO Menyampaikan Kebijakan

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh tim gugus tugas Kemkominfo dalam menyampaikan kebijakan digitalisasi televisi terestrial melalui tiga tahapan yaitu *awareness*, *engagement*, dan *call to action*. Strategi ini direncanakan dan dilaksanakan oleh tim gugus tugas khusus ASO Kemkominfo khususnya kelompok kerja komunikasi publik. Strategi ini digunakan oleh pokja komunikasi publik untuk menyampaikan tentang kebijakan migrasi teknologi televisi dari analog ke digital kepada masyarakat.

Menurut informan dari Kemkominfo, RN, strategi untuk memunculkan *awareness* di masyarakat adalah dengan memberikan informasi tentang adanya UU Cipta Kerja yang merupakan landasan hukumnya. Kemudian tim komunikasi publik ASO memberikan informasi tentang urgensi kenapa harus beralih ke TV digital serta hal-hal yang elementer untuk menumbuhkan *awareness* kepada masyarakat. Setelah itu dilakukan *engagement* dengan membuat konten-konten dengan menghimpun data dan informasi. Produksi konten tersebut dilakukan melalui berbagai *platform* yaitu media cetak, media audio dan media audio visual serta media sosial. Setelah itu didistribusikan. Untuk pendistribusian, ada tiga hal yang dipergunakan. Yang pertama strategi *above the line*. *Above the line* untuk program-program yang ditayangkan melalui media *mainstream*. Yang kedua adalah strategi distribusi konten melalui *through the line*. *Through the line* dilakukan melalui berbagai platform digital seperti *instagram*, *tweeter*, *youtube*, *facebook* dan lain sebagainya. Kemudian yang ketiga adalah *below the line*. *Below the line* merupakan strategi komunikasi dengan berbagai kegiatan misalnya media luar ruang, melalui *billboard*, melalui *banner*, kemudian *branding* mobil, *branding* kereta api. Kemudian juga e-media dengan menayangkan video-video di mini *market*, bandara dan lain sebagainya.

Disebabkan UU Cipta Kerja yang mengatur tentang keharusan ASO disyahkan pada tahun 2020 saat Indonesia masih pandemi Covid-19, maka tim gugus tugas ASO

Kemkominfo melakukan sosialisasi melalui webinar dengan menggunakan aplikasi *zoom meeting*. Untuk meningkatkan *awareness* dan *engagement* masyarakat di daerah, tim pokja komunikasi publik ASO juga membuat program pertunjukan rakyat secara virtual yang ditayangkan di Kominfo TV. Sosialisasi berjalan secara gencar baik melalui media sosial dan media TV, dengan menggandeng semua TV untuk bekerja sama sinergi dengan tim komunikasi publik dengan memproduksi iklan layanan masyarakat satu menit dan disiarkan. Disebabkan pandemi Covid-19 belum selesai, maka saat itu pertunjukan rakyat dilakukan secara virtual dan tidak secara langsung. Bisa ditonton di Kominfo TV, Pertunjukan Rakyat Virtual ASO. Disebabkan pengguna TV di Indonesia jumlahnya 44 juta dan mayoritas menengah ke bawah, pendekatan yang dilakukan dengan menggunakan tokoh-tokoh daerah dan seniman-seniman daerah. Di tengah pertunjukan ada dialog dengan pendekatan lokal. Selain itu juga dilakukan pembuatan buku *leaflet*, *sticker*, *goodybag*, dan lain-lain.

Mengenai sosialisasi dengan mengadakan pertunjukan rakyat untuk menyasar masyarakat di daerah dan kalangan bawah, juga disampaikan oleh informan HK. Menurutinya, karena terkait ASO banyak istilah-istilah yang sangat teknis dan kurang dimengerti masyarakat, maka sosialisasi dilakukan dengan menggunakan bahasa daerah agar mudah dipahami oleh masyarakat di daerah. Pertunjukan daerah pernah diisi oleh almarhumah Mbah Minto yang punya 2 juta *follower* di sekitar pulau Jawa. Hal ini dilakukan tim gugus tugas untuk menjangkau segmen masyarakat tertentu.

Kondisi pandemi Covid-19 pada tahun 2021 menyebabkan tim gugus tugas harus mengadakan sosialisasi hanya lewat aplikasi *zoom meeting* dan media sosial, membuat hasil survei oleh litbang Kompas tentang sosialisasi kebijakan TV digital menemukan pola komunikasi yang dijalankan pemerintah masih bersifat elitis. Informan HK mengakui kekurangan tersebut karena pembatasan PPKM saat pandemi Covid-19. Informan HK mengatakan akan mengubah pola komunikasi dengan lebih banyak melibatkan lembaga penyiaran

televisi dan vendor-vendor untuk sama-sama mengkampanyekan tentang TV digital.

Hasil penelitian Kompas bulan Oktober 2021 ditemukan bahwa pola komunikasi yang dilakukan oleh Kominfo masih elitis, yaitu masih lebih banyak di media sosial dan menysasar kalangan berpendidikan. Namun, mengkampanyekan kebijakan ini bukan hanya beban pemerintah, tapi juga beban *stakeholder* yaitu lembaga penyiaran televisi dan vendor-vendor agar masyarakat mendapatkan informasi yang lebih banyak dan beragam. Pola-pola komunikasi yang diterapkan kemudian tidak hanya melalui media massa, tetapi juga melalui penjual elektronik televisi.

Menurut informan RN, berbagai strategi yang dilakukan oleh pokja komunikasi publik dalam rangka memberikan informasi kepada masyarakat hingga akhirnya masyarakat mau membeli *set top box*, dilakukan secara *massive* dan pro aktif. Belakangan, diseminasi yang dilakukan lebih provokatif mengingat *deadline* sesuai UU hanya memberi waktu selama dua tahun. Sosialisasi dilakukan secara *massive* dan pro aktif serta provokatif. Provokatif dilakukan dengan mengajak masyarakat untuk benar-benar dengan narasi-narasi yang lebih tegas, bahwa tanggal 30 April untuk tahap pertama, bahwa 59 daerah akan diberhentikan siaran TV analognya. Kemudian kepada lembaga penyiaran, bahwa jika lembaga penyiaran tidak ikut dalam sosialisasi, akan kehilangan penontonnya. Pemerintah betul-betul telah siap menghadapi pelaksanaan ASO 2 November 2022.

Selanjutnya, sosialisasi dilakukan dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat, pelajar, dan komunitas-komunitas peduli TV digital.

Hal senada juga disampaikan oleh informan WM. Menurutnya, pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat secara bersama-sama punya tanggung jawab agar kebijakan ini bisa terlaksana dengan baik. Sosialisasi tidak hanya menjadi tanggung jawab Kominfo, tapi lembaga penyiaran juga. Tanggung jawab tersebut harus dibagi. Sudah dibuat kesepakatan pembagian wilayah, pembagian tugas, termasuk pembagian *set top box* bagi warga miskin. Sejak disyahkan UU

Cipta Kerja, ada RPP atau PP, Peraturan Menteri. Satu sisi pemerintah, dalam hal ini Kominfo, kemudian sisi yang kedua adalah lembaga penyiaran yang punya tanggung jawab, dan yang ketiga masyarakat sendiri. Dengan demikian sosialisasi tidak hanya dilakukan oleh Kominfo saja, tapi juga oleh Lembaga Penyiaran Swasta dan TVRI juga. Sehingga tanggung jawab harus dibagi. Kominfo telah melakukan koordinasi cukup panjang dan intens dengan lembaga penyiaran publik. Sudah ada kesepakatan tentang pembagian wilayah, pembagian tugas, termasuk pembagian *set top box* bagi warga miskin. Karena penyiaran bukan urusan *private* dan penyiarannya tidak berbayar, sehingga yang dibagi itu adalah *set top box* yang pengadaannya oleh masyarakat sendiri bagi yang mampu. Bagi yang tidak mampu oleh lembaga penyiaran swasta.

Informan HK mengatakan bahwa pemerintah berharap dengan adanya kerjasama antara pemerintah, *stakeholder* dan masyarakat, maka ASO dapat dilaksanakan secara bertahap sejak awal, agar tidak terjadi polemik di ujung waktu saat mendekati *deadline* pelaksanaannya. Pemerintah berharap tidak ada penumpukan di ujung untuk menghindari polemik. Masyarakat belum beli *set top box* karena sosialisasinya kurang, artinya terjadi kelangkaan *set top box* di pasar. Itu satu hal yang tidak diinginkan oleh pemerintah.

C. Komunikasi Pemerintah Pusat dan Daerah Menyampaikan Kebijakan Digitalisasi Televisi

Komunikasi yang terjadi antara pemerintah pusat dan daerah dalam menyampaikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terrestrial menurut informan dari unsur pemerintah, WM, dilakukan dengan berkoordinasi antara pusat dan daerah, antara kementerian dan lembaga. Namun karena untuk melaksanakan sebuah program harus ada anggaran yang jelas, maka koordinasi terkadang terkendala masalah pendanaan yang berbeda-beda peruntukannya. Dari sisi kementerian, Kemendagri ikut *memback-up*. Untuk bupati, gubernur, walikota, koordinasinya ke Kemendagri dalam hal menentukan anggaran, aktivitas, dan program. Dari sisi konten komunikasi dan strategi komunikasi, dari KSP dan Kominfo.

Tantangan yang dihadapi dalam sosialisasi kebijakan adalah koordinasi antara pusat dan daerah, serta antara kementerian karena ada undang-undang yang mengaturnya. Menurut informan WM, meskipun program ini menjadi tanggung jawab Kemkominfo sebagai pemerintah, karena kebijakannya sesuai undang-undang harus dilaksanakan oleh eksekutif, tetapi pelaku yang akan melaksanakan kebijakan tersebut adalah pihak swasta, sehingga lembaga penyiaran televisi juga harus ikut bertanggung jawab. Disebabkan kementerian menjadi *leader* untuk kebijakan ini adalah Kemkominfo, maka anggarannya melekat di Kemkominfo. Namun bukan berarti Diskominfo di daerah tidak mau terlibat, karena kebijakan ini menyangkut kenyamanan masyarakat di daerah untuk dapat menikmati siaran televisi yang bersih tanpa berbayar.

Disebabkan Kemkominfo dan Diskominfo memiliki anggaran yang berbeda, Kemkominfo anggarannya dari APBN dan Diskominfo anggarannya dari APBD, dan Kemkominfo bukan atasan dari Diskominfo, maka program untuk pelaksanaan sebuah kegiatan tergantung pada kebijakan pimpinan daerah masing-masing. Jadi bukan kurang sosialisas, tapi karena Kemkominfo sama Diskominfo anggarannya berbeda. Kemkominfo anggarannya dari APBN, Diskominfo anggarannya dari APBD. Sehingga Kemkominfo bukan atasan dari Diskominfo. Sehingga ada Diskominfo yang sangat maju karena gubernurnya tahu mengalokasikan APBD, tapi juga ada yang agak lambat, bisa jadi karena Diskominfo punya derajat keberpihakan pada komunikasi publiknya beda dengan yang lain.

Sementara informan HK menyebutkan, disebabkan tidak ada keterkaitan yang hirarki antara Kemkominfo dengan Diskominfo di daerah, serta tidak ada kewenangan pusat kepada daerah terutama untuk masalah anggaran, maka program yang dilaksanakan ketika implementasi kebijakan menjadi isu yang banyak diangkat. Disebabkan filosofi UU Penyiaran adalah pengaturan frekuensi, karena pengaturan frekuensi itu hegemonis, jadi harus secara terpusat. Jadi pemerintah selalu menjalin komunikasi dengan pemerintah daerah dengan cara melakukan rapat-rapat ketika turun ke lapangan dengan

melibatkan Diskominfo daerah. Tapi karena tidak ada keterkaitan yang hirarki antara Kemkominfo dengan dinas di daerah, serta tidak ada kewenangan Kemkominfo terhadap dinas di daerah, maka hal ini menjadi isu dalam hal penganggaran. Dinas di daerah jika mau melakukan sosialisasi maka harus menyediakan anggaran sendiri.

Selain tidak adanya hubungan hirarki antara pusat dan daerah terutama dalam hal program dan anggaran, biaya untuk pelaksanaan sebuah program juga tergantung prioritas. Menurut informan HK, prioritas *budget* pada tahun 2022 lebih banyak dialokasikan untuk masa pemulihan pandemi. Tapi HK berpendapat, sebenarnya komunikasi tidak harus selalu menggunakan biaya. Tapi akibatnya ada segmen-segmen masyarakat yang tidak bisa terjangkau dengan sosialisasi tatap muka yang menyebabkan hasil survei menunjukkan ada sekitar 30% masyarakat menginginkan penjelasan tatap muka. Oleh sebab itu pemerintah meminta agar lembaga penyiaran ikut aktif mensosialisasikan kebijakan ini. Komunikasi publik pemerintah harus bersaing dengan banyak isu, seperti pemulihan ekonomi nasional, edukasi untuk Pemilu. Komunikasi publik di pemerintahan, dari sisi *budgeting* harus tarik ulur mengenai agenda prioritas. Dinamika ini juga terjadi di pemerintah daerah. Untuk itu, Kemkominfo berusaha menggunakan berbagai metode komunikasi. Oleh karena itu Kemkominfo mendorong agar lembaga penyiaran aktif untuk mensosialisasikan kebijakan ini.

Informan HK juga mengatakan bahwa pemerintah sesungguhnya berharap keterlibatan banyak pihak untuk ikut mensosialisasikan kebijakan televisi digital, termasuk masyarakat, komunitas-komunitas, untuk secara bersama-sama mewujudkan kebijakan ini. Pemerintah juga masih terus mencari dan meminta masukan tentang pola komunikasi yang baik dalam implementasi kebijakan digitalisasi televisi terrestrial agar informasi tersampaikan dengan baik kepada semua pihak dan pelaksanaannya menjadi tepat waktu. Pemerintah juga butuh orang-orang yang antusias untuk membantu mensosialisasikan. Termasuk menemukan konsep untuk

menggerakkan elemen-elemen masyarakat untuk membantu mensosialisasikan. Karena kalau pemerintah sebagai penguasa yang menyampaikan kepada masyarakat, bukan pola komunikasi yang baik.

Mengenai konsep pola komunikasi yang sebaiknya dilakukan pemerintah dalam mensosialisasikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial, informan dari praktisi lembaga penyiaran televisi, FM mengatakan bahwa pemerintah seharusnya mengubah pola komunikasinya dengan melibatkan pemerintah daerah secara teknis. Meskipun frekuensi adalah kewenangan negara, namun yang punya wilayah dan masyarakat adalah pemerintah daerah. Pemerintah daerah yang paling tahu tentang kondisi dan masyarakat di daerahnya. Menurut FM dari pihak swasta, pertama kali yang harus dilakukan pemerintah adalah mengubah pola komunikasi. Disebutkan bahwa pemerintah daerah tidak dilibatkan karena alasan frekuensi milik negara karena harus dikelola oleh pemerintah pusat, merupakan pernyataan yang egosentris. Karena sesungguhnya frekuensi kendati milik negara, namun digunakan oleh seluruh masyarakat Indonesia yang ada di pelosok. Pemerintah daerah harus dilibatkan secara teknis. Hal ini dilakukan agar kebijakan tersosialisasi sampai ke masyarakat bawah. Karena pemerintah daerah yang paling tahu kondisi daerahnya.

D. Hubungan Pemerintah dan Masyarakat Dalam Komunikasi Kebijakan

Berdasarkan data yang telah diperoleh tentang komunikasi pemerintah dalam sosialisasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial, maka ditemukan konsep komunikasi pemerintah yang melaksanakan kegiatan untuk menyampaikan dan berbagi informasi yang bertujuan untuk menyajikan dan menjelaskan keputusan dan tindakan pemerintah. Komunikasi pemerintah dalam penelitian ini menyangkut lembaga pemerintah yaitu Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.

Disebabkan prosesnya yang terorganisir, komunikasi pemerintah yang dibahas mencakup semua kegiatan formal,

baik tertulis maupun lisan dan melibatkan baik individu tunggal (komunikasi interpersonal), sekelompok orang tertentu (komunikasi kelompok) atau badan penerima yang tidak ditentukan (komunikasi massa). Komunikasi pemerintah yang diungkap realitasnya adalah termasuk jenis komunikasi pemerintah aktif karena membahas informasi yang disediakan tanpa diminta dan terorganisir, direncanakan, diselenggarakan, dan dibiayai oleh anggaran tertentu.

Secara lebih khas komunikasi pemerintah dalam pembahasan ini adalah adanya kegiatan komunikasi yang merupakan instrumen kebijakan. Komunikasi merupakan salah satu kegiatan utama oleh pemerintah yang digunakan untuk mencapai kebijakan publik. Secara teori, komunikasi pemerintah merupakan prasyarat dasar bagi demokrasi karena adanya kebebasan politik dan media dapat menjadi pendorong yang kuat untuk memastikan komunikasi pemerintah lebih terfokus pada masyarakat.

Dalam praktiknya, komunikasi tidak akan terlepas dari bagaimana pemerintah menjalankannya dalam tindakan atau keputusan yang diambil, mulai dari proses pembuatan kebijakan, dipromosikan dan diundangkan, hingga bagaimana pemerintah mengimplementasikannya dan hubungan yang dibangunnya dengan masyarakat, media, dan kelompok lain seperti bisnis dan organisasi masyarakat. Studi komunikasi pemerintah ini mengkaji apa yang dilakukan pemerintah saat menjabat dan menganalisa sejauh mana warga negara disertakan atau dikecualikan, didengarkan atau diabaikan, diinformasikan atau disalahinformasikan, khususnya tentang bagaimana warga negara dan pemerintah berinteraksi. Bagaimana pemerintah memfasilitasi komunikasi dalam konteks sosial merupakan hal yang penting dalam pembahasan studi komunikasi pemerintah ini.

Meskipun berada diantara bidang kajian komunikasi politik dan hubungan masyarakat, namun komunikasi pemerintah merupakan peran, praktik, tujuan, dan pencapaian komunikasi yang terjadi atas nama seluruh eksekutif baik itu presiden, pemimpin daerah, kementerian, lembaga atau institusi pemerintah.

Konsep komunikasi pemerintah dalam mensosialisasikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Kemkominfo merupakan kegiatan komunikasi pemerintah aktif dalam menyampaikan kebijakan. Komunikasi yang dilakukan Kemkominfo memiliki program yang direncanakan oleh tim gugus tugas serta dibiayai oleh APBN.

Tindakan yang diambil oleh Kemkominfo mulai dari proses pembuatan kebijakan tentang televisi digital, kemudian kebijakan itu dipromosikan, hingga implementasinya memperlihatkan bahwa hubungan yang dibangun dengan masyarakat sangat terbatas. Selain karena belum menemukan konsep yang tepat untuk bisa menjangkau dan berinteraksi dengan seluruh masyarakat, juga karena kondisi Indonesia masih pandemi Covid-19 saat undang-undang ASO disahkan, batas waktu hanya dua tahun sesuai ketentuan undang-undang, serta tidak adanya hubungan hirarki dengan pemerintah daerah dan peruntukan anggaran yang berbeda.

Komunikasi Kemkominfo menyertakan lembaga penyiaran televisi dan KPI ketika akan membuat keputusan, namun masukan dari stakeholder dan KPI sering diabaikan sehingga muncul kesalahan informasi di masyarakat. Pemerintah tidak memfasilitasi komunikasi dengan masyarakat dalam konteks sosial. Sehingga masyarakat mencari tahu sendiri tentang televisi digital sehingga banyak yang salah informasi tentang kebijakan ini.

Kajian komunikasi pemerintah yang berada diantara komunikasi politik dan hubungan masyarakat memperlihatkan bahwa komunikasi yang dilakukan Kemkominfo dalam implementasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial bukan hanya mementingkan kepentingan masyarakat, tapi juga kepentingan pihak-pihak tertentu, kepentingan negara, dan dunia internasional. Komunikasi Kemkominfo dalam implementasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial menurut informan dalam penelitian ini belum transparan, akuntabel dan partisipatif sesuai konsep komunikasi pemerintah. Membangun langkah-langkah bersama dan memanfaatkan pekerjaan bersama sektor lain juga belum

ditemukan dalam implementasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia.

Konsep komunikasi pemerintah yang menganalisa bagaimana warga negara disertakan dalam implementasi kebijakan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa realitas komunikasi Kemkominfo tidak terlalu banyak menyertakan masyarakat di daerah karena anggaran untuk pelaksanaan sosialisasi dan berinteraksi dengan masyarakat di daerah tidak memiliki kesamaan dengan anggaran pemerintah daerah. Masukan dari masyarakat daerah tidak sampai ke Kemkominfo sehingga banyak kesalahan informasi yang terjadi di masyarakat mengenai televisi digital dan perangkatnya.

Komunikasi Kemkominfo yang satu arah dalam menyampaikan informasi tentang televisi digital membuat masyarakat merasa tidak dilibatkan sehingga tidak menjadi isu besar di daerah. Komunikasi Kemkominfo yang terlalu berhati-hati untuk menghindari kekacauan di masyarakat menjadikan informasi tentang televisi digital tidak detail diterima oleh masyarakat.

E. Respon Swasta dan Masyarakat Terhadap Kebijakan tentang Digitalisasi Televisi Terestrial

Umpan balik yang diberikan oleh lembaga penyiaran dan masyarakat terhadap komunikasi pemerintah dalam menyampaikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial merupakan upaya pemerintah untuk menjaga sinergitas interaksi yang konstruktif antara sektor publik, swasta, dan masyarakat. Karena *good governance* harus dibangun dengan hubungan yang sinkron dan konstruktif antara ketiga bidang tersebut. Konstruksi yang dibangun pemerintah untuk mewujudkan tata kelola yang baik dapat dilakukan salah satunya dengan interaksi dan keterlibatan masyarakat dalam implementasi sebuah kebijakan.

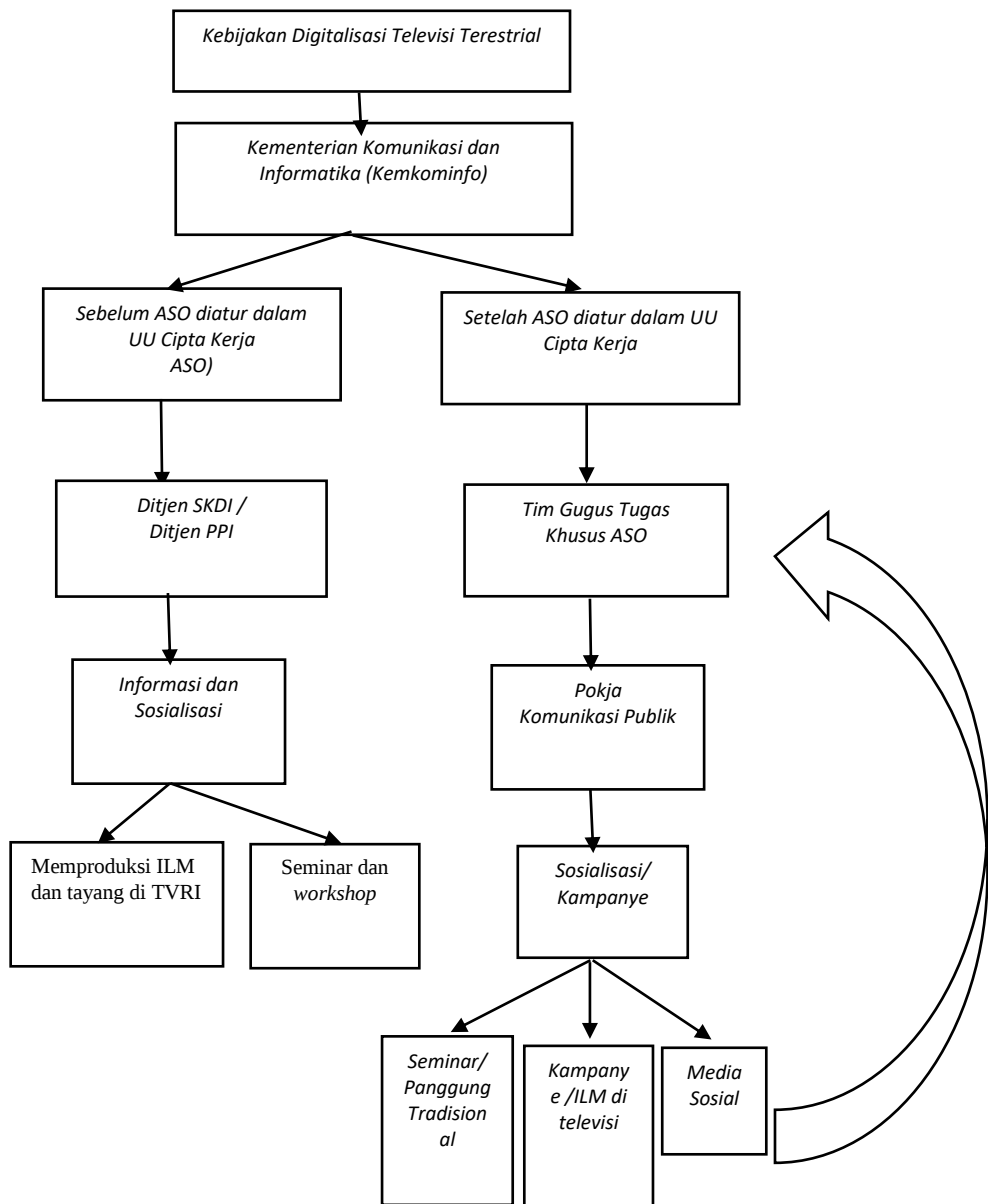
Syarat terciptanya *good governance* yaitu transparansi, akuntabilitas, dan pemerintahan yang partisipatif. Transparansi berarti pemberian jaminan bagi ketersediaan akses publik dalam seluruh proses pengambilan kebijakan pengelolaan pemerintahan. Komunikasi pemerintah yang kurang transparan

dalam proses pembuatan kebijakan dan sosialisasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial menimbulkan respon negatif sehingga kebijakan terlaksana dengan banyak hambatan. Pemerintah seharusnya mengakomodasi berbagai aspirasi yang muncul di masyarakat dan melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan demi terwujudnya tata kelola yang baik sesuai konsep *good governance*.

Komunikasi yang dilakukan pemerintah sebagai upaya penyampaian pesan berupa kebijakan tentang televisi digital kepada masyarakat agar masyarakat secara sadar mau mengikuti kebijakan tersebut tanpa adanya penolakan, merupakan salah satu tujuan dari komunikasi kebijakan. Kenyataannya, kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial ditolak oleh publik dengan penundaan pelaksanaan yang berulang.

Pemerintah dalam hal ini Kemkominfo seharusnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi penolakan dalam komunikasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial. Komunikasi kebijakan memiliki unsur-unsur yang dengan potensi kegagalan atau tidak efektifnya sebuah komunikasi kebijakan. Meskipun kredibilitas komunikator dari Kemkominfo sangat baik dan profesional, namun isi pesan yang disampaikan, media yang digunakan, umpan balik dari penerima pesan, serta efek dari kebijakan, harus mendapat perhatian dari pemerintah. Agar komunikasi kebijakan berjalan efektif, maka harus dibuat perencanaan dan strategi dalam pelaksanaannya.

F. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Sosialisasi Kebijakan Digitalisasi Televisi



Bagan 2. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Sosialisasi Kebijakan Digitalisasi Televisi
Sumber : Temuan Penelitian, 2023

Pada baga 2 di atas digambarkan tentang alur komunikasi pemerintah dalam sosialisasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia. Alur komunikasi dibagi dalam dua periode yaitu periode sebelum ASO diatur dalam UU Cipta Kerja dan setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja.

Periode sebelum ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, penyampaian informasi dan sosialisasi dilakukan oleh Ditjen SKDI dengan melakukan seminar dan iklan layanan masyarakat di lembaga penyiaran televisi publik saja. Periode setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, sosialisasi dilakukan oleh Pokja Komunikasi Publik Tim Gugus Tugas Khusus ASO. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan diantaranya seminar dan panggung tradisional di daerah-daerah, iklan layanan masyarakat di semua televisi di Indonesia, sosialisasi di media sosial.

BAB VIII

PENUTUP

A. Kesimpulan

Komunikasi pemerintah dalam menyampaikan kebijakan dengan konsep *good governance* menjadi temuan dalam penelitian ini. Konsep ini memandang perlu adanya interaksi, transaksi, transparansi, dan partisipasi dalam mewujudkan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, maka simpulan dari penelitian ini yaitu komunikasi pemerintah dalam proses pembuatan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) Republik Indonesia dengan mengundang rapat para perwakilan *stakeholder* yaitu asosiasi lembaga penyiaran televisi dan perwakilan masyarakat dalam bidang penyiaran yaitu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Sebelum *analog switch off* (ASO) diatur dalam Undang-Undang (UU) Cipta Kerja, perwakilan lembaga penyiaran televisi dan KPI diundang dalam setiap pembuatan peraturan tentang ASO untuk pemberitahuan dan penyampaian informasi, berdiskusi, dan meminta masukan tentang kebijakan yang akan dikeluarkan terkait ASO. Setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, komunikasi yang dilakukan pemerintah hanya untuk berdiskusi dan mendapatkan informasi tentang kesiapan lembaga penyiaran televisi dalam melaksanakan ASO. Strategi dilakukan dengan membentuk tim gugus tugas khusus ASO yang terdiri dari kelompok kerja (pokja) infrastruktur, program siaran, komunikasi publik, dan tim ahli. Strategi komunikasi dibuat oleh tim pokja komunikasi publik dalam rangka diseminasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial kepada masyarakat.

Agar kebijakan dapat dilaksanakan dengan baik perlu dibangun interaksi dan komunikasi agar terbentuk konstruksi makna yang sama tentang tujuan pelaksanaan kebijakan digitalisasi televisi. Konstruksi makna yang diciptakan Kemkominfo tentang kebijakan digitalisasi televisi seharusnya dapat diungkapkan secara sosial melalui komunikasi lewat

bahasa dan kerja sama agar pengetahuan *stakeholder* menanggapi kebijakan tersebut dapat terpenuhi dari aspek kognitif, psikomotorik, emosional, dan intuitif sehingga tidak menimbulkan penolakan.

Selanjutnya, komunikasi pemerintah dalam sosialisasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia dilakukan dengan upaya kooperatif dan kerja sama dengan lembaga penyiaran terutama dalam hal penyampaian informasi kepada masyarakat. Transparansi dalam memberikan informasi berkaitan dengan hal-hal teknis belum dilakukan pemerintah karena belum menemukan format yang tepat untuk berkoordinasi dengan lembaga lain dan pemerintah daerah.

Dibutuhkan komunikasi pemerintah dengan konsep *good governance* yang mengutamakan transparansi dalam proses pengambilan kebijakan, bertanggung jawab atas keberhasilan dan kegagalan dalam pelaksanaan kebijakan, serta berupaya mengakomodasi aspirasi lembaga penyiaran dan perwakilan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan sosialisasi kebijakan.

B. Saran

1. Strategi komunikasi yang dilakukan tidak mungkin tercapai tanpa interaksi dan komunikasi dengan berbagai pihak agar makna dapat dibangun secara bersama-sama dalam pelaksanaan sebuah kebijakan.
2. Perlu dibuat pengembangan model komunikasi sesuai konsep komunikasi pemerintah yang menyertakan, mendengarkan, menginformasikan, membangun interaksi dengan *stakeholder* penyiaran dan masyarakat, dan memfasilitasi komunikasi dalam konteks sosial.
3. Perlu adanya koordinasi antar kementerian, lembaga, dan pemerintah daerah dalam upaya diseminasi dan informasi kebijakan bidang penyiaran;
4. Perlu dibuat perencanaan komunikasi dalam setiap pembuatan kebijakan dan implementasi kebijakan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abikanlu, F. (2020). Transition to digital television in Nigeria: Challenges and promises. *Journal of Digital Media & Policy*, Volume 11(1), 47–64. https://doi.org/https://doi.org/10.1386/jdmp_00011_1
- Aprilia, I. A., & Nurchotimah, A. S. I. (2022). Peran Komunikasi Pemerintah Untuk Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik. *Communication*, 13(1), 70 – 85. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/comm.v13i1.1576.g1105>
- Arsyad, & Wahab, R. A. (2012). Kesiapan Penyelenggara Siaran Tv Swasta di Sulawesi Utara Dalam Menghadapi Migrasi Siaran TV Analog Ke Digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 16(3), 195–213.
- Ashrianto, P. D. (2015). Studi Kesiapan Lembaga Penyiaran Terhadap Penerapan Sistem Penyiaran Berteknologi Digital di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 158–172.
- Budiarto, H., Tjahjono, B. H., Rufiyanto, A., Kusuma, A. A. N. A., Hendrantoro, G., & Dharmanto, S. (2007). *Sistem TV DIGITAL dan Prospeknya di Indonesia* (B. Putranto, W. Pramudya, & A. Irwanti, eds.). Yogyakarta: PT. Multikom.
- Citra, D. (2018). Indonesia's digital constitutive moment: How the rewrite of the Broadcast Law will shape Indonesia's digital future. *International Journal of Digital Television*, 9(1), 27–42. https://doi.org/https://doi.org/10.1386/jdvtv.9.1.27_1
- Dwita, D. (2024). Analysis of Government Communication Regarding Terrestrial Television Digitalization Policy in Indonesia Based on Social Reality *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 171–185. Retrieved from <https://jkm.my.id/index.php/komunikasi/article/view/55/61>
- Dwita, D., Salsabila, F., & Hidayat, A. (2024). Government Communication In Policy Implementation Digital Television in Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 2(9), 756–773. Retrieved from

- <https://jkm.my.id/index.php/komunikasi/article/view/55/61>
- Dwita, D., Sjuchro, D. W., Hidayat, D. R., & Sjaifirah, N. A. (2021). Communication of The Indonesian Government To The Television Broadcasting Industry Regarding The Policy On Digitization. *International Journal of Global Community*, IV(3), 257–266. Retrieved from <https://www.riksawan.com/IJGC-RI/index.php/IJGC-RI/article/view/100>
- Dwita, D., Sjuchro, D. W., Hidayat, D. R., & Sjaifirah, N. A. (2022). Participatory Communication of Television Digitalization Program in Indonesia : Case Study of MSME Participation during the Covid-19 Pandemic. *Central European Management Journal*, 30(4), 1613–1621. <https://doi.org/10.57030/23364890.cemj.30.4.161>
- Gultom, A. D. (2018). Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 16(2), 91–100. <https://doi.org/10.17933/bpostel.2018.160202>
- Haboddin, M. (2015). *Pengantar Ilmu Pemerintahan*. Malang: UB Press.
- Haryati. (2013). Hubungan Antara Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Pengambilan Keputusan Inovasi Siaran Televisi Digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 16(2), 119–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.20422/jpk.v16i2.35>
- Ismail, E., Sari, S. D. S. R., & Tresnawati, Y. (2019). Regulasi Penyiaran Digital: Dinamika Peran Negara, Peran Swasta, Dan Manfaat Bagi Rakyat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 124–145. <https://doi.org/https://doi.org/10.46937/17201926842>
- Lee, M., Neeley, G., & Stewart, K. (2012). *The Practice of Government Public Relations* (Book Serie; E. M. Berman, ed.). Boca Raton: CRC Press Taylor & Francis Group.
- Liu, C., & Chuang, Y. (2015). From Sluggish to Brisk : An analysis of Taiwan ' s cable TV digitalization policy. *Telecommunications Policy*, 39(11), 980–995. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.09.003>
- Mani, L., & Guntoro, B. (2020). *Budaya dan Desain Komunikasi Kebijakan Publik : Teori dan Contoh Kasus Aplikasinya* (1st

- ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Maria, J. C., & Sanders, K. (2013). Introduction : Mapping the field of government communication. In K. Sanders & J. C. Maria (Eds.), *Government Communication: Cases and Challenges* (pp. 1–26). New York: Bloomsbury Academic.
- Maulana, N. M. (2019). Menggali Kebijakan Penyiaran Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 60–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v17i1.2332>
- Mudjiyanto, B. (2013). Sikap Penyelenggara Siaran Televisi Terhadap Penyelenggaraan Siaran Televisi Digital. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(2), 123–133. <https://doi.org/10.31445/jskm.2013.170201>
- Nurchotimah, A. S. I. (2011). *Pengawasan Pelayanan Publik* (1st ed.; A. Nugroho R, ed.). Yogyakarta: Jejak Pustaka.
- Panuju, R. (2017). *Sistem Penyiaran Indonesia Kajian Strukturalisme Fungsional* (Kedua). Jakarta: KENCANA.
- Pasquier, M. (2012). Government Communication. In *Encyclopedic Dictionary of Public Administration* (pp. 1–3). Library and Archives Canada.
- Pfetsch, B. (2007). Government News Management: Institutional Approaches and Strategies in Three Western Democracies Reconsidered. In P. Graber, Doris A; McQuail, Denis; Norris (Ed.), *The Politics of News; The News of Politics* (Second, pp. 71–97). Washington, D.C: Congressional Quarterly Press.
- Prabowo, A., & Arofah, K. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 256–269.
- Rahayu, T. P. (2016). Indonesia's digital television migration: Controlling multiplexing, tackling competition. *International Journal Of Digital Television*, 7(2), 233–252. https://doi.org/10.1386/Jdtv.7.2.233_1
- Sanders, K., & Maria, J. C. (2013). Government communication in 15 countries: Themes and Challenges. In K. Sanders & M. J. Canel (Eds.), *Government Communication: Cases and Challenges* (pp. 277–312). <https://doi.org/10.5040/9781472544629.ch-016>
- Sjuchro, D. W., Fitri, R. M., Amdan, N. S., Yusanto, Y., & Khoerunnisa, L. (2023). Implementation of the analog

- switch off towards digital broadcast Jawa Pos. *ProTVF*, 7(1), 82–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/ptvf.v7i1.42012>
- Sutanto, V. W., & Alatas, S. (2015). Menyoal Regulasi Penyiaran Digital (Studi Terhadap Kepentingan Publik dalam Regulasi Televisi Digital di Indonesia). *Avant Garde | Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 237–249. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/avg.v3i2>
- Swanson, D. L. (2001). Political Communication Research and the Mutations of Democracy. *Annals of the International Communication Association*, 24(1), 189–205. <https://doi.org/10.1080/23808985.2001.11678986>
- Thamae, L. Z. (2015). A review of Lesotho ' s digital migration challenges : Policy lessons from global and regional experiences. *International Journal of Digital Television*, 6(3), 331–346. <https://doi.org/10.1386/jdtv.6.3.331>
- Tim Digital Komisi Penyiaran Indonesia. (2014). *Blue Print Sistem Penyiaran Digital Terrestrial Tidak Berbayar di Indonesia*. Jakarta.
- Young, S. A. (2007). Government communication in Australia. In S. A. Young (Ed.), *Government Communication in Australia* (1st ed.). <https://doi.org/10.5040/9781472544629.ch-006>

INDEKS

ICT	: Information and Communication Technology
ITU	: International Telecommunication Union
ASO	: Analog Switch-Off
RUU	: Rancangan Undang-Undang
FGD	: Focus group discussion
Permen	: Peraturan Menteri
HDTV	: High Definition Television
PPI	: Penyelenggaraan Pos dan Informatika
BAKOPEN	: Badan Koordinasi Penerangan
BAKOHUMAS	: Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah
PUSPENMAS	: Pusat Penerangan Masyarakat
DEPKOMINFO	: Departemen Komunikasi dan Informatika
BIKN	: Badan Informasi dan Komunikasi Nasional
LIN	: Lembaga Informasi Nasional
Kemeneg Kominfo Informasi	: Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi
BTIP Perdesaan	: Balai Telekomunikasi dan Informatika Perdesaan
BP3TI	: Balai Penyedia dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika
BAKTI	: Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi

KSP : Kantor Staf Presiden
STB : Set Top Box
Kemkominfo : Kementerian Komunikasi dan Informatika

GLOSARIUM

1. *Agenda setting* :Teori dalam kajian komunikasi massa yang menyatakan bahwa lembaga media dapat menentukan isu apa yang ingin mereka angkat kedalam pemberitaan di media massa, juga berperan dalam mempengaruhi dan mennetukan isu berita mana yang dianggap penting bagi audiensnya.
2. *Analog Switch-Off* : Proses penghentian siaran televisi Analog dan beralih ke siaran televisive digital.
3. Digitalisasi televisi : Proses migrasi atau peralihan teknologi penyiaran dari teknologi penyiaran sistem analog ke teknologi penyiaran sistem digital
4. *Early warning system* : Peringatan dini kebencanaan
5. *Enumerator* : Petugas lapangan yang membantu tim survey dalam pengumpulan data.
6. *Good governance*: hubungan yang sinergis dan konstruktif antara sektor negara (*state*), sektor swasta (*private sector*), dan masyarakat (*society*).
7. Komunikasi kebijakan : Komunikaasi yang terjadi dalam tubuh pemerintahan, sehingga dapat diartikan sebagai penyampaian pesan, program dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara.
8. *Leading sector* : Sektor yang menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi suatu daerah.
9. *set top box* : perangkat kecil yang berfungsi untuk mengonversi sinyal digital atau siaran TV digital.
10. *Stakeholder* : pemangku kepentingan

LAMPIRAN

Poster-Poster Kampanye Televisi Digital
Sumber: WA Group Komunitas DVBT2 Indonesia



SIARAN TV ANALOG SUMATERA, KALIMANTAN, DAN NUSA TENGGARA
AKAN DIHENTIKAN PADA 7 JULI 2023, PUKUL 24.00 WIB

Wilayah	Kanal dan Frekuensi Tetap
BANDA ACEH DAN BALIKPAPAN	35 UHF (586 MHZ)
PADANG	42 UHF (642 MHZ)
PEKANBARU	33 UHF (570 MHZ)
BENGKULU	31 UHF (554 MHZ)
JAMBI	29 UHF (538 MHZ)
PANGKALPINANG DAN LAMPUNG	39 UHF (618 MHZ)
SAMARINDA	37 UHF (602 MHZ)
PONTIANAK	47 UHF (682 MHZ)
PALANGKARAYA	36 UHF (594 MHZ)
TANJUNG SELOR	33 UHF (570 MHZ)
MATARAM	38 UHF (610 MHZ)
KUPANG	41 UHF (634 MHZ)





Segera beralih ke TV Digital atau pasang Set Top Box (STB), jika perangkat TV Anda belum digital agar dapat menyaksikan program-program kesayangan di SCTV!





TV ANALOG DI WILAYAH
BANGKA, SUMATERA, KALIMANTAN,
SULAWESI, MALUKU, NTB, NTT, PAPUA
DIMATIKAN 31 JULI PUKUL 24.00 WIB

SEGERA BERALIH KE SIARAN DIGITAL RCTI UNTUK KOTA-KOTA BERIKUT

SABANG	45 UHF	LHOKSEUMAWE	44 UHF
BANDA ACEH	44 UHF	PEKANBARU	45 UHF
PADANG	40 UHF	BUKIT TINGGI	40 UHF
JAMBI	32 UHF		

SCAN ULANG STB/TV DIGITAL KAMU SEKARANG

BIODATA PENULIS



Dr. Desliana Dwita, S.IP, M.I.Kom

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Riau

Lahir di Pekanbaru, 14 Desember 1975. Perempuan yang akrab disapa Dewi ini menyelesaikan pendidikan S1 Hubungan Internasional di Universitas Riau. Saat masih kuliah, ia bergabung menjadi penyiar Radio Kampus Universitas Riau. Sejak itu ia menemukan *passion*-nya. Segala hal yang berkaitan dengan penyiaran, *public speaking*, MC, dan menulis menjadi hal yang sangat menarik baginya. Setelah menyelesaikan S1 ia bergabung menjadi jurnalis di salah satu media cetak harian lokal di Pekanbaru sembari tidak meninggalkan *passion* di dunia *broadcasting*. Tahun 2003 ia mengikuti kursus TV Announcer di Interstudy Jakarta yang menjadikannya reporter dan presenter pada salah satu stasiun televisi lokal di Batam. Pada tahun 2005 Dewi terpilih menjadi Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Kepulauan Riau selama dua periode hingga tahun 2011.

Dewi menyelesaikan S2 Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran pada tahun 2012. Pada tahun 2023, Dewi menyelesaikan pendidikan S3 pada Program Studi Doktor

KOMUNIKASI PEMERINTAH TENTANG KEBIJAKAN DIGITALISASI TELEVISI TERESTRIAL DI INDONESIA

Desliana Dwita



GETPRESS INDONESIA

**KOMUNIKASI PEMERINTAH TENTANG KEBIJAKAN DIGITALISASI
TELEVISI TERESTRIAL DI INDONESIA**

Penulis:

Desliana Dwita

ISBN: 978-623-125-718-5

Editor: Fitria Mayasari, S.I.Kom, M.A

Penyunting: Nurrahmi. S.I.Kom, M.I.Kom

Sumaiyah, S.I.Kom., M.I.Kom

Nazhifah, S.I.Kom, M.I.Kom

Desain Sampul dan Tata Letak: Abdul Rahman Sayopi, S.I.Kom.,M.I.Kom

Penerbit: GETPRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi:

Jl. Palarik RT 01 RW 06, Kelurahan Air Pacah
Kecamatan Koto Tengah, Padang, Sumatera Barat

website: www.getpress.co.id

email: adm.getpress@gmail.com

Cetakanpertama, April 2025

Hak cipta dilindungi undang-undang
dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Ada sebuah kebanggaan ketika diminta oleh Penulis buku ini untuk memberi kata Pengantar, Alhamdulillah..ternyata banyak tunas-tunas muda yang memiliki komitmen sebagai ilmuwan disertai daya juang yang tinggi untuk mendokumentasikan penelusuran keilmuan melalui perjalanan riset disertasi yang pasti prosesnya panjang dan melelahkan. Ada sebuah slogan bahwa, adalah sebuah anugerah ketika kita memiliki ilmu pengetahuan, namun ilmu pengetahuan itu jauh akan lebih bermakna dan bermanfaat manakala kita menyebarluaskan kepada orang banyak. Demikian pula manakala kita meyakini bahwa “Ilmu Amaliah, Amal Ilmiah”, menjadi sikap dalam menjalani keseharian tugas dan peran di lingkungan pendidikan dalam arti luas. Sikap ini pula yang bisa ditemukan pada penulis, yang berupaya disertasinya tidak hanya menjadi penghias rak buku atau terpajang di perpustakaan, namun bagaimana hasil riset tentang : “Komunikasi Pemerintahan tentang Kebijakan Digitalisasi Televisi Terestrial Di Indonesia” ini dapat dipahami secara mudah, tersebar secara luas dan bermanfaat sebagai buku monograf untuk dunia kampus atau siapa saja peminat bidang penyiaran.

Dalam mengkaji tentang komunikasi pemerintah di Indonesia, khususnya ketika proses penyusunan sebuah kebijakan, menyosialisasikan, mengimplementasikan sampai pada monitoring dan evaluasi pelaksanaan, bukan perkara mudah. Seringkali ketika proses penyusunan kebijakan, pemerintah kurang koordinasi, demikian pula ketika sosialisasi ada resistensi dari pihak-pihak yang selama ini merasa terganggu dengan ada kebijakan baru, atau ada ketidaktepatan dengan kondisi lapangan/daerah yang beragam. Komunikasi pemerintah dalam buku ini dibahas secara apik dan lengkap, baik secara konseptual maupun dalam implementasinya di lapangan, khususnya yang dikaitkan dengan kebijakan per-televisi-an.

Walaupun landscape penyiaran tak kunjung terpetakan arah, tujuan dan kemanfaatannya untuk bangsa, apalagi dengan masuknya era digital, yang telah merubah bentuk, genre, habit, content, produksi, distribusi dan berbagai dimensi dari penyiaran itu sendiri; namun tetap kebijakan pemerintah berusaha membangun industri per-televisi-an yang sehat. Oleh karena ranah udara dengan *publicsphere* merupakan asset dan kekayaan alam Indonesia yang tak ternilai harganya.

Komunikasi pemerintah memang sangat kompleks, karena beragamnya karakter kepentingan, tujuan, kebutuhan masyarakat dan para pemangku kepentingan yang dihadapi. Selain itu, Aparatur pemerintah sebagai Sumber Daya Manusia memegang peran kunci dalam mengelola sumber daya alam dan berbagai potensi bangsa, untuk mencapai cita-cita kesejahteraan rakyat. Namun kesemua ini membutuhkan komunikasi yang mempersuasi publik dimana mereka memiliki jenjang hiarki yang berbeda.

Kata kunci komunikasi pemerintahan yang berhasil manakala berorientasi pada *good governance*, yaitu sistem pemerintahan yang mengembangkan serta menerapkan berbagai prinsip profesionalitas, akuntabilitas, transparansi, pelayanan prima, demokrasi, efisiensi, efektivitas, supremasi hukum dan dapat diterima oleh seluruh rakyat. Pada buku ini telah menawarkan gagasan bagaimana upaya untuk membangun good governace melalui komunikasi pemerintahan yang efektif.

Buku ini juga menawarkan analisis dari sebuah riset tentang alasan atau faktor yang melatarbelakangi melambatnya proses peralihan penyiaran digital di Indonesia; yang diharapkan dapat sejalan dengan perkembangan digitalisasi media di dunia internasional. Tidak heran jika pemerataan informasi yang berkualitas belum dapat dinikmati oleh penduduk Indonesia secara merata. Pun industri media televisi yang tak kunjung menjadi pemain bisnis utama yang sehat. Untuk itu rekomendasi yang ditawarkan penulis memiliki nilai yang signifikan untuk perkembangan penyiaran, khususnya televisi terrestrial di Indonesia.

Akhir kata, apresiasi yang tinggi untuk penulis atas karya ilmiah berbentuk buku monograf yang menyajikan ide-ide, konsep, teori dan temuan risetnya seperti air yang mengalir, mudah dan nyaman untuk dicerna. Semoga karya ini memperkaya khazanah pengetahuan di bidang ilmu komunikasi, khususnya di bidang komunikasi pemerintahan dan penyiaran. Barokallahu fikum.

Dekan FIKOM UNISBA/Guru Besar Ilmu Komunikasi

Prof.Dr. Atie Rachmatie, MSi

PRAKATA

Alhamdulillah, terima kasih Allah SWT yang telah memberi kelapangan hati dan pikiran untuk menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih promotor, keluarga, teman dan sahabat atas perhatian dan dukungannya hingga buku monograf dengan judul **“KOMUNIKASI PEMERINTAH TENTANG KEBIJAKAN DIGITALISASI TELEVISI TERESTRIAL DI INDONESIA”** dapat diterbitkan. Buku ini disusun berdasarkan hasil penelitian disertasi yang dilakukan pada tahun 2021 hingga 2023 yang bertujuan untuk mengungkap secara mendalam komunikasi pemerintah dalam proses pembuatan kebijakan dan sosialisasi tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia.

Buku ini diharapkan dapat memberi tambahan referensi bagi peneliti ilmu komunikasi khususnya studi tentang komunikasi pemerintah yang belum banyak menarik perhatian para peneliti komunikasi. Buku ini juga diharapkan dapat memberi pengayaan terhadap studi tentang komunikasi kebijakan dengan konsep *good governance* khususnya kebijakan bidang penyiaran.

Hasil penelitian yang ditulis dalam buku monograf ini juga diharapkan dapat menjadi masukan, sumbangan pemikiran, evaluasi, antisipasi, serta rujukan bagi pihak-pihak terkait dalam menyampaikan sebuah kebijakan khususnya bidang penyiaran.

Pekanbaru, April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR BAGAN	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB II KOMUNIKASI PEMERINTAH ANTARA TRADISI KOMUNIKASI POLITIK DAN HUBUNGAN MASYARAKAT	6
BAB III KOMUNIKASI KEBIJAKAN DALAM KONSEP <i>GOOD</i> <i>GOVERNANCE</i>.....	14
A. Komunikasi Kebijakan	14
B. Konsep <i>Good Governance</i>	16
BAB IV KEBIJAKAN DIGITALISASI TELEVISI TERESTRIAL DI INDONESIA.....	18
A. Kebijakan <i>Analog Switch Off</i> (ASO)	18
B. Televisi Digital Terestrial.....	21
C. Digitalisasi Televisi Terestrial	23
BAB V KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA <i>LEADING</i> <i>SECTOR</i> KEBIJAKAN TELEVISI DIGITAL.....	25
A. Kementerian Komunikasi dan Informatika	25
B. Komunikasi Publik di Kemkominfo.....	33
BAB VI KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM PROSES PEMBUATAN KEBIJAKAN	36
A. Sebelum ASO Diatur Dalam UU Cipta Kerja	36
B. Setelah ASO Diatur Dalam UU Cipta Kerja.....	38
C. Konsep Komunikasi Pemerintah Dalam Proses Pembuatan Kebijakan	41
D. Alur Komunikasi Pemerintah dalam Proses Pembuatan Kebijakan Digitalisasi Televisi.....	47
BAB VII KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM SOSIALISASI KEBIJAKAN	49
A. Komunikasi Pemerintah Kepada Masyarakat	49
B. Komunikasi Gugus Tugas ASO Menyampaikan Kebijakan.....	59
BAB VIII PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74

INDEKS.....	78
GLOSARIUM	80
LAMPIRAN	81
BIODATA PENULIS.....	82

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Proses Pembuatan Kebijakan Digitalisasi Televisi	47
Bagan 2. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Sosialisasi Kebijakan Digitalisasi Televisi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Roadmap Siaran TV Digital di Indonesia	3
Gambar 2. Sejarah Kelembagaan Komunikasi dan Informatika.....	29
Gambar 3. Migrasi TV Analog ke TV Digital Rencana Analog Dimatikan 2018	37
Gambar 4. Rencana Jangkauan TV Digital 2012-2017	38
Gambar 5. Maskot Siaran Digital Indonesia Bernama MODI	56
Gambar 6. Kampanye GTV	58

BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan *Information and Communication Technology* (ICT) di dunia telah melahirkan berbagai inovasi teknologi baru termasuk dalam bidang penyiaran. Saat ini banyak negara telah menerapkan sistem teknologi digital untuk penyiaran televisi terestrial karena mampu mengefisienkan penggunaan spektrum frekuensi radio. Jika sistem analog hanya dapat menyalurkan satu program siaran pada satu kanal pita frekuensi, sistem digital dapat menyalurkan sampai dua belas saluran program siaran (Haryati, 2013). Inovasi teknologi penyiaran ini kemudian diaplikasikan oleh seluruh negara di dunia sebagai implikasi dari norma Konvensi dan Konstitusi *International Telecommunication Union* (ITU).

Dalam cetak biru (*blueprint*) Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) tentang Sistem Penyiaran Digital Teresterial Tidak Berbayar di Indonesia disebutkan bahwa Konvensi dan Konstitusi ITU mengamanatkan kepada anggotanya untuk membatasi jumlah frekuensi dan spektrum yang digunakan seminimal mungkin dan menyediakan layanan yang diperlukan dengan cara yang memuaskan. Setiap negara diharuskan untuk menerapkan kemajuan terbaru tersebut sesegera mungkin dengan mematikan teknologi analog dan berpindah ke digital yang disebut *Analog Switch-Off* (ASO).

Keharusan melaksanakan ASO tersebut berawal dari diselenggarakannya *Regional Radiocommunication Conference* (RRC) oleh ITU pada tanggal 17 Juni 2006. RRC tersebut dihadiri oleh negara-negara Region I telekomunikasi yaitu Eropa, Afrika, Timur Tengah, serta Republik Islam Iran sebagai ketua. Pertemuan regional yang diikuti oleh 120 negara tersebut telah menetapkan berbagai kesepakatan yang tertuang dalam *Geneva Agreement 2006 Planning of the Digital Terrestrial Broadcasting Service in parts of Regions 1 and 3, in the Frequency Bands 174-230 MHz and 470-862 MHz* (GE06). Kesepakatan utama yang berhasil dicapai adalah penetapan batas waktu masa transisi dari analog ke digital yaitu mulai 17 Juni 2006 dan akan

melakukan *Analog Switch-Off* (ASO) serentak pada tanggal 17 Juni 2015. Tambahan batas akhir ASO untuk negara-negara berkembang adalah hingga tahun 2020 khususnya dalam penggunaan frekuensi pada *VHF band* 174-230 MHz (Tim Digital Komisi Penyiaran Indonesia, 2014).

Walaupun telah disepakati untuk mematikan siaran televisi analog secara bersama-sama, namun negara-negara yang terikat komitmen tetap dimungkinkan untuk mengoperasikan penyiaran analog asal tidak menyebabkan interferensi yang tidak diperbolehkan (*unacceptable interference*) dan tidak dapat menuntut perlindungan. *Geneva Agreement* (GE06) yang merupakan kesepakatan hasil RRC adalah perjanjian internasional yang mengatur tentang Periode Transisi dan Rencana *Frequency* untuk digital bagi negara-negara peserta GE06 yang berada di Region I yaitu Eropa, Afrika dan Timur Tengah, serta ditambah satu-satunya negara dari Region III yaitu Iran yang hadir dalam konferensi tersebut.

Indonesia yang berada di Region III dan tidak hadir dalam RRC, sebenarnya tidak ada kewajiban hukum untuk menaatinya. Namun karena perjanjian tersebut terbuka untuk diakses, maka banyak negara yang sukarela mengikuti aturan tersebut. Indonesia sudah merencanakan proses menuju televisi terestrial dengan teknologi digital sejak tahun 2007. Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI) sejak tahun 2007 telah menginisiasi revisi Undang-Undang (UU) No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran untuk mengatur migrasi siaran televisi analog ke digital. Namun hingga tahun 2020 UU Penyiaran belum selesai direvisi.

Meskipun UU Penyiaran belum selesai direvisi hingga tahun 2020, namun sejak tahun 2007 beberapa peraturan tentang televisi digital terestrial di Indonesia telah dikeluarkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) melalui Peraturan Menteri (Permen). Diantara peraturan tersebut adalah Permenkominfo No:07/PER/M.KOMINFO/3/2007 tentang Standar Penyiaran Digital Terestrial untuk Televisi Tidak Bergerak di Indonesia; Permenkominfo No:39/PER/M.KOMINFO/10/2009 tentang Kerangka Dasar Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital

Terrestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*Free to Air*); lalu ada Permenkominfo No:22/PER/M.KOMINFO/11/2011 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital Terrestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*Free to Air*) yang kemudian dibatalkan oleh Mahkamah Agung (MA).

Pada tahun 2013 dikeluarkan Permenkominfo No.32 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Secara Digital dan Penyiaran Multipleksing Melalui Sistem Terrestrial; tahun 2014 keluar pula Permenkominfo No.26 tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 32 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Secara Digital dan Penyiaran Multipleksing Melalui Sistem Terrestrial (Ismail, Sari, & Tresnawati, 2019).

Untuk melaksanakan Permenkominfo berkaitan dengan televisi digital terrestrial tersebut, pada tahun 2009 Direktorat Jenderal Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi (Ditjen SKDI) Kemkominfo membuat peta jalan tahapan menuju ASO yang dikenal dengan *Roadmap* Siaran TV Digital seperti yang diuraikan dalam gambar berikut :



Gambar 1. Roadmap Siaran TV Digital di Indonesia
Sumber : (Gultom, 2018)

Tahapan yang tertuang dalam *roadmap* pada gambar di atas dimulai pada tahun 2009-2012 dengan melakukan uji coba, pemetaan lokasi, dan *simulcast*. Selanjutnya pada tahap kedua dimulai pada tahun 2013 dilakukan upaya penghentian siaran TV analog di kota-kota besar dan daerah regional lainnya. Terakhir pada tahun 2018 dilakukan penghentian seluruh siaran televisi analog atau *Analog Switch Off* (ASO). Tahapan yang tertulis dalam *roadmap* tentang penghentian seluruh siaran televisi analog pada tahun 2018 ternyata tidak berjalan sesuai rencana. Hingga tahun 2021 ASO belum sepenuhnya terealisasi di Indonesia.

Kebijakan untuk melakukan sebuah perubahan teknologi yang sudah ada sebelumnya, seharusnya dikomunikasikan dengan baik kepada *stakeholder* saat proses pembuatan kebijakan dan saat implementasinya. Anggota Komisi I DPR RI, Meutya Hafid kepada *sindonews.com* dalam kutipan berita tahun 2012 berjudul 'Digitalisasi Penyiaran Perlu Sosialisasi Mendalam' mengatakan digitalisasi penyiaran televisi dapat mengubah keseluruhan *landscape* industri penyiaran. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya kepada elemen masyarakat, tetapi juga kesiapan industri penyiaran televisi dan rumah produksi.

Belum terealisasinya ASO hingga tahun 2020 membuat Menteri Komunikasi dan Informatika saat itu, Jhonny G Plate mengumumkan percepatan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia. UU Cipta Kerja yang disyahkan pada tahun 2020 juga memuat aturan tentang ASO. Aturan tentang keharusan bagi lembaga penyiaran untuk segera melaksanakan ASO diatur dalam UU Cipta Kerja pasal 60A yang mengamanatkan penyelenggaraan penyiaran mengikuti perkembangan teknologi analog ke digital diselesaikan selambatnya 2 (dua) tahun sejak mulai berlakunya UU tersebut. UU Cipta Kerja telah disyahkan dan mulai berlaku pada tanggal 2 November 2020, maka dengan demikian pada tanggal 2 November tahun 2022 ASO sudah harus selesai dilaksanakan di Indonesia.

Bagaimana komunikasi pemerintah dalam menyampaikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia? Dalam buku ini dipaparkan tentang komunikasi

pemerintah Indonesia dalam menyampaikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial. Komunikasi pemerintah Indonesia yang dimaksud yaitu saat proses pembuatan kebijakan dan sosialisasi kebijakan untuk diimplementasikan oleh lembaga penyiaran televisi dan masyarakat.

Sepanjang penelusuran penulis, belum banyak kajian yang secara khusus mengkaji dengan paradigma konstruktivis tentang komunikasi pemerintah terkait kebijakan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia. Para peneliti komunikasi sudah banyak yang mengkaji tentang kesiapan menghadapi televisi digital terestrial oleh pemerintah dan *stakeholder* dari segi regulasi, teknik, sumber daya manusia, dan bisnis namun dengan sudut pandang positivis dan kritis. Oleh karena itu penting dilakukan kajian ini untuk melengkapi kajian-kajian terdahulu yang pernah dilakukan.

Beberapa penelitian yang telah mengkaji tentang proses perpindahan teknologi penyiaran televisi dari sistem analog ke digital di beberapa negara diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Abikanlu, 2020); (Thamae, 2015); (Liu & Chuang, 2015). Penelitian lainnya yang melakukan kajian tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia yaitu (Citra, 2018); (Rahayu, 2016); (Ismail et al., 2019); (Maulana, 2019); (Gultom, 2018); (Sutanto & Alatas, 2015); (Mudjiyanto, 2013); (Ashrianto, 2015); (Dwita, Sjuchro, Hidayat, & Sjafirah, 2021); (Dwita, Sjuchro, Hidayat, & Sjafirah, 2022); (Dwita, Salsabila, & Hidayat, 2024); (Dwita, 2024).

Penelitian-penelitian tersebut menjadi referensi dalam penulisan buku ini. Buku ini merupakan hasil penelitian disertasi penulis yang juga mendapatkan pendanaan penelitian program kompetitif nasional dengan skema hibah Penelitian Disertasi Doktor dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi pada tahun 2021 dan 2022.

BAB II

KOMUNIKASI PEMERINTAH ANTARA TRADISI KOMUNIKASI POLITIK DAN HUBUNGAN MASYARAKAT

Komunikasi pemerintah dapat didefinisikan sebagai semua kegiatan lembaga dan organisasi sektor publik yang ditujukan untuk menyampaikan dan berbagi informasi yang bertujuan untuk menyajikan dan menjelaskan keputusan dan tindakan pemerintah, mempromosikan intervensi legitimasi, mempertahankan nilai-nilai yang diakui, dan membantu memelihara ikatan sosial. Komunikasi pemerintah sesungguhnya hanyalah menyangkut lembaga pemerintah seperti pemerintahan, kementerian, pengadilan; serta organisasi sektor publik dalam berbagai bentuk yang sangat luas misalnya badan-badan dan lembaga (Pasquier, 2012).

Disebabkan prosesnya yang terorganisir, komunikasi pemerintah mencakup semua kegiatan formal, baik tertulis maupun lisan, terlepas dari dukungan yang digunakan, dan melibatkan baik individu tunggal (komunikasi interpersonal), sekelompok orang tertentu (komunikasi kelompok) atau badan penerima yang tidak ditentukan (komunikasi massa).

Ada dua perbedaan umum dalam komunikasi pemerintah yaitu komunikasi pemerintah aktif dan komunikasi pemerintah pasif. Komunikasi aktif adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada semua informasi yang disediakan, tanpa diminta dan umumnya secara terorganisir, kepada publik atau kelompok sasaran tertentu oleh otoritas dan administrasi. Dengan demikian, sebagian besar kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi pemerintah dapat dikatakan aktif, karena direncanakan, diselenggarakan, dan dibiayai oleh entitas-entitas tersebut.

Sebaliknya komunikasi pasif mengacu pada informasi yang disampaikan oleh administrasi kepada orang-orang yang memintanya dibawah ketentuan undang-undang akses informasi yang sekarang berlaku di sebagian besar negara. Pada

umumnya administrasi hanya berkewajiban untuk memastikan akses ke daftar dokumen yang tersedia untuk konsultasi publik (sehingga individu dapat menemukan dan meminta file yang menarik bagi mereka) dan untuk menangani permintaan informasi dengan pengiriman yang tepat.

Berbeda dari organisasi swasta yang tujuan utamanya membujuk orang untuk membeli barang dan jasa, komunikasi pemerintah seringkali melakukan beberapa fungsi yang sangat berbeda pada waktu yang bersamaan. Harus diakui, sulit untuk mengurutkan fungsi dari komunikasi pemerintah mengingat semua sama-sama penting tergantung pada jenis organisasi, bidang kebijakan, atau situasi praktis yang terlibat.

Martial Pasquier, Profesor dari Institut de hautes études en administration publique Perancis membedakan fungsi inti dan fungsi tambahan dalam komunikasi pemerintah berdasarkan persyaratan hukum atau undang-undang yaitu :

1. Fungsi inti: menginformasikan kepada publik, menjelaskan dan mendukung keputusan; membela nilai-nilai dan mempromosikan perilaku yang bertanggung jawab; memfasilitasi dialog antara institusi dan warga negara.
2. Fungsi tambahan: mengarahkan warga dan penduduk; menunjukkan daya tanggap, khususnya melalui survei opini; mempromosikan legitimasi organisasi dan tindakan pemerintah; berkontribusi pada soliditas ikatan sosial.

Pasquier juga membedakan beberapa jenis komunikasi pemerintah. Jenis pertama adalah komunikasi pemerintah secara menyeluruh. Memang, sebagian besar pemerintah memiliki struktur yang memungkinkan mereka berkomunikasi tentang kegiatan pemerintah. Struktur ini umumnya berada di bawah naungan kepala pemerintahan atau menteri dan bertanggung jawab untuk menjelaskan keputusan, menyajikan tindakan, dan berkontribusi dalam perdebatan tentang nilai dan tujuan pemerintah. Bergantung pada negara dan tugas yang dipikul oleh struktur ini, aktivitas komunikasi dapat bersifat politis atau berorientasi publik.

Jenis yang kedua yaitu komunikasi hanya untuk urusan administrasi yang memiliki tugas komunikasi sehubungan dengan hak-hak sipil warga negara. Dalam hal ini komunikasi dilakukan untuk mendorong warga negara menggunakan hak-hak mereka, menjabarkan hak-hak warga negara baru, dan sebagai bagian dari proses debat politik, memberikan informasi apapun yang diminta oleh individu.

Selanjutnya yang lebih khas dari komunikasi pemerintah yaitu: pertama, ada kegiatan komunikasi yang notabene merupakan instrumen kebijakan. Akibatnya, ketika tujuannya misalnya adalah untuk mengurangi penggunaan tembakau atau alkohol, mengendalikan penyebaran penyakit atau mengubah perilaku pribadi dalam kaitannya dengan perlindungan lingkungan, komunikasi merupakan salah satu kegiatan utama yang digunakan untuk mencapai kebijakan publik yang sesuai.

Komunikasi yang berkaitan dengan manfaat dan layanan sesungguhnya bukan merupakan instrumen kebijakan, tetapi dilakukan oleh administrasi untuk memastikan bahwa penerima manfaat menerima informasi yang dibutuhkan untuk memanfaatkan layanan yang disajikan pemerintah. Komunikasi yang dilakukan oleh orang-orang dalam pemerintahan yang menangani administrasi harus memberikan tanggapan yang jelas dan jika mungkin, proaktif terhadap pertanyaan dari masyarakat.

Jenis berikutnya yaitu melibatkan komunikasi institusional yang terdiri dari peningkatan visibilitas dan pengaruh organisasi. Selain kegiatan tradisional yang menyoroti berita dan perkembangan “in house”, misalnya perubahan dalam organisasi dan staf, laporan kegiatan, dan lainnya, organisasi semakin dituntut untuk mengembangkan strategi komunikasi dengan tujuan menciptakan atau memperkuat citra dan reputasi. Pekerjaan komunikasi mendasar ini membutuhkan klarifikasi nilai-nilai yang ingin disampaikan dan menggabungkan nilai-nilai ke dalam semua kegiatan komunikasi dan menerapkan langkah-langkah yang tepat.

Selain jenis komunikasi yang ditujukan untuk aktor di luar pemerintahan termasuk pemangku kepentingan, perlu juga diketahui komunikasi yang ditujukan kepada mitra. Sering

terjadi mitra dilupakan dan informasi diberikan kepada mereka setelah masyarakat umum atau pihak-pihak tertentu sehingga para mitra seringkali tidak dapat memainkan peran mereka dalam memfasilitasi penyebaran pesan. Padahal mereka dapat menghambat upaya penyebaran pesan karena tidak memiliki konstruksi pemikiran yang sama dengan pemerintah disebabkan pemerintah tidak berkomunikasi dengan mereka sebelumnya.

Jenis komunikasi terakhir adalah komunikasi krisis. Ciri khusus dari komunikasi semacam ini adalah menyangkut setiap dan semua bidang administrasi, yang timbul sehubungan dengan, misalnya, masalah hubungan yang berasal dari lembaga politik, krisis kepercayaan sehubungan dengan fungsi organisasi, munculnya masalah serius dalam proyek berskala besar, kegagalan layanan, atau krisis internal.

Secara teori, komunikasi pemerintah merupakan prasyarat dasar bagi demokrasi karena adanya kebebasan politik dan media dapat menjadi pendorong yang kuat untuk memastikan komunikasi pemerintah lebih terfokus pada masyarakat. Komunikasi pemerintah yang transparan, akuntabel dan partisipatif, mengembangkan langkah-langkah bersama, memanfaatkan pekerjaan yang sudah dilakukan untuk sektor lain, akan memberikan kontribusi yang berguna untuk membangun kapasitas komunikasi profesional pemerintah yang benar-benar melayani masyarakat (Sanders & Maria, 2013).

Dalam praktiknya, komunikasi juga tidak terlepas dari bagaimana pemerintah menjalankannya dalam tindakan atau keputusan yang diambil, mulai dari proses pembuatan kebijakan, dipromosikan dan diundangkan, hingga bagaimana pemerintah mengimplementasikannya dan hubungan yang dibangunnya dengan masyarakat, media, dan kelompok lain seperti bisnis dan organisasi masyarakat.

Berbeda dari studi komunikasi politik yang hanya berfokus pada pemilu dan kampanye yang mendahuluinya, studi komunikasi pemerintah mengkaji apa yang dilakukan pemerintah saat menjabat. Komunikasi pemerintah menganalisa sejauh mana warga negara disertakan atau dikecualikan, didengarkan atau diabaikan, diinformasikan atau disalahinformasikan, khususnya tentang bagaimana warga

negara dan pemerintah berinteraksi. Bagaimana pemerintah memfasilitasi komunikasi dalam konteks sosial merupakan hal yang penting untuk diungkap dalam studi komunikasi pemerintah.

'Pemerintah' biasanya adalah kata untuk merujuk secara khusus kepada pemerintah eksekutif. Pemerintah eksekutif terdiri dari beberapa aktor dan termasuk lembaga yang tidak hanya pemimpinnya saja, tetapi juga orang-orang yang memiliki tanggung jawab terhadap lembaga tersebut. Pemerintah eksekutif juga mencakup departemen pemerintah dan pegawai negeri yang bekerja di dalamnya. Komunikasi antara masyarakat dan pemerintah adalah ukuran kunci demokrasi. Komunikasi pemerintah menganalisis interaksi antara pemerintah dan masyarakat, pemerintah dan media, serta media dan masyarakat (Young, 2007).

Komunikasi pemerintah berada diantara tradisi penelitian komunikasi politik dan bidang serumpun lainnya yaitu hubungan masyarakat, komunikasi *corporate*, pemasaran politik, dan komunikasi strategis. Meskipun penelitian tentang politik sangat penting untuk abad ke-21 dan topik komunikasi pemerintah menjadi bidang minat ilmiah yang terabaikan, namun beberapa tahun kemudian situasi tersebut telah berubah secara signifikan. Komunikasi pemerintah dan konsep terkait seperti *public relations* politik, *public relations* pemerintah, dan pemasaran politik pemerintah menarik minat semakin banyak peneliti karena kesadaran akan kebutuhan untuk membangun jembatan antar disiplin ilmu serumpun dengan studi komunikasi pemerintah.

Komunikasi pemerintah melibatkan kompleksitas yang cukup besar dalam hal tujuan, kebutuhan, khalayak, definisi, dan sumber daya dibandingkan dengan komunikasi organisasi atau perusahaan. Komunikasi pemerintah berlangsung dalam lingkungan yang berlapis-lapis dan beragam secara organisasional. Sehubungan dengan masalah tujuan, komunikasi pemerintah seringkali harus menyulap apa yang tampak sebagai tujuan yang saling bertentangan dengan apa yang ditetapkan oleh para ahli politik. Tujuan komunikasi yang berkaitan dengan persuasi dianggap bermasalah khususnya dalam tradisi

komunikasi politik. Sehubungan dengan publik, komunikasi pemerintah beroperasi pada tingkat berlapis-lapis dengan mempertimbangkan berbagai kelompok pemangku kepentingan termasuk politisi lain, pengguna layanan, kelompok minoritas, badan pengatur, dan sejenisnya. Kepala komunikasi, misalnya di kementerian, lembaga, dan lembaga pemerintah biasanya diangkat berdasarkan kriteria partisan daripada kriteria profesional.

Tinjauan dari banyak literatur komunikasi politik menunjukkan bahwa komunikasi politik sering digunakan untuk merujuk hanya pada komunikasi eksekutif tingkat atas seperti komunikasi presiden atau perdana menteri. Sebagian besar penelitian komunikasi politik yang membahas komunikasi pemerintah cenderung mengkaji tema-tema seperti manajemen media dan retorika pemegang jabatan secara eksklusif. Namun sesungguhnya komunikasi pemerintah juga dapat digunakan untuk merujuk pada komunikasi yang dilakukan oleh lembaga eksekutif di tingkat regional dan lokal (Maria & Sanders, 2013).

Tugas mendefinisikan komunikasi pemerintah dapat dilihat melalui pendekatan pada tingkatan yang berbeda. Yang pertama dilihat dari tindakannya atau apa yang dilakukannya dengan apa adanya, misalnya komunikasi pemerintah dilihat sebagai alat atau instrumen kebijakan untuk memberikan efek pada tujuan kebijakan; untuk mempengaruhi dan mengarahkan tindakan kebijakan melalui penyediaan atau penyembunyian informasi atau pengetahuan dari pelaku masyarakat. Definisi komunikasi pemerintah dari perspektif apa yang dilakukannya bisa menjadi terbatas karena hanya melihat kegiatan yang merupakan bagian dari komunikasi pemerintah.

Dalam analisis Pfetsch, manajemen berita pemerintah dipahami sebagai varian strategis dari informasi publik dimana pemerintah mengelola komunikasi untuk mempengaruhi opini publik dengan mengendalikan agenda media berita (Pfetsch, 2007). Sedangkan Lee, Grant dan Stewart membahas praktik komunikasi pemerintah yang dipahami dalam kaitannya dengan hubungan masyarakat pemerintah (*government public relations*) (Lee, Neeley, & Stewart, 2012).

Meskipun berada diantara bidang kajian komunikasi politik dan hubungan masyarakat, namun komunikasi pemerintah dapat didefinisikan sebagai peran, praktik, tujuan, dan pencapaian komunikasi yang terjadi di dalam dan atas nama lembaga publik yang tujuan utamanya adalah eksekutif dalam pelayanan alasan politik, dan yang dibentuk atas dasar persetujuan langsung atau tidak langsung rakyat dan dibebankan untuk memberlakukan kehendak masyarakat. Definisi ini mencakup aspek konseptual maupun fungsional dan mencakup komunikasi seluruh eksekutif baik itu presiden, pemimpin daerah, kementerian, lembaga atau institusi pemerintah.

Komunikasi eksekutif dikontraskan dengan komunikasi deliberatif yang digunakan legislatif untuk memutuskan sebuah kebijakan publik melalui penetapan hukum, dan dengan yudikatif yang fungsinya membuat penilaian dalam kaitannya dengan perselisihan tentang penerapan hukum. Dalam penelitian disertasi ini akan difokuskan pada komunikasi pemerintah eksekutif pusat yaitu Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Penelitian komunikasi pemerintah sesungguhnya berada di persimpangan jalan dan melintasi bidang disiplin yang diwakili dalam penelitian komunikasi yaitu komunikasi politik, hubungan masyarakat, komunikasi perusahaan, komunikasi organisasi dan strategis. Komunikasi pemerintah adalah tentang membangun hubungan dengan publik yang menyiratkan bahwa komunikasi pemerintah bukan hanya tentang mengelola opini publik untuk keuntungan elektoral. Literatur komunikasi politik memberikan dua sudut pandang teoretis yang berharga untuk penelitian komunikasi pemerintah: pertama, penekanan pada eksplorasi dan kepekaan terhadap konteks kelembagaan dan sosial; kedua, perhatian pada hal normatif tentang bagaimana komunikasi 'menjalankan fungsi sipilnya di pusat kehidupan sosial dan politik', dan perhatian pada 'membentuk komunikasi untuk melayani proses demokrasi dengan lebih baik' (Swanson, 2001).

Studi komunikasi pemerintah menunjukkan dua hal: pertama, ruang lingkup komunikasi pemerintah harus

melampaui hubungan media untuk memasukkan aktivitas lain seperti reputasi dan manajemen isu; kedua, membangun hubungan menyiratkan pendekatan komunikasi strategis. Berkaitan dengan poin pertama, memang benar media memainkan peran sentral, tetapi komunikasi pemerintah tidak boleh disamakan dengan hubungan media berita, tetapi hanya mencakup fungsi dan aktivitas lainnya.

Singkatnya, analisis komunikasi pemerintah dengan menggunakan pendekatan strategis menyiratkan eksplorasi sejauh mana komunikasi bukan hanya fungsi yang memungkinkan bagi politisi tetapi kontribusi untuk proses pengambilan keputusan strategis bersama dengan rakyat.

BAB III

KOMUNIKASI KEBIJAKAN DALAM KONSEP *GOOD GOVERNANCE*

A. Komunikasi Kebijakan

Komunikasi kebijakan adalah komunikasi yang terjadi dalam tubuh pemerintahan, sehingga dapat diartikan sebagai penyampaian pesan, program dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara. Kebijakan dalam perspektif komunikasi kebijakan dapat dikategorikan sebagai pesan yang disampaikan oleh pemerintah atau institusi tertentu yang ditujukan kepada publik/khalayak/masyarakat (Mani & Guntoro, 2020). Disebabkan kebijakan sebagai pesan, maka secara sederhana tujuannya adalah agar publik secara sadar bersedia untuk menerima tanpa adanya penolakan. Akan tetapi dalam kenyataannya tidak semua kebijakan dapat diterima begitu saja, banyak pula kebijakan yang diabaikan, ditentang, bahkan ditolak oleh publik.

Bagi komunikator dan aktor kebijakan, penting untuk mengetahui dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penolakan dalam komunikasi kebijakan. Proses penyampaian pesan dari komunikator adalah untuk mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku pada komunikan/khalayak/publik. Namun tidak semua pesan yang disampaikan komunikator dapat menyebabkan perubahan, karena setiap khalayak memiliki motif, kebutuhan, dan orientasi masing-masing di dalam berkomunikasi. Komunikasi memiliki unsur-unsur yang masing-masing mempunyai potensi kegagalan atau tidak efektifnya sebuah komunikasi. Secara sederhana, unsur-unsur komunikasi tersebut meliputi: komunikator, pesan, media, komunikan, umpan balik, efek, dan konteks.

Komunikasi juga memiliki bentuk, model, dan media komunikasi yang keberadaannya dapat menciptakan dan mengukur efektivitas komunikasi. Maka, seorang komunikator, agen dan aktor kebijakan publik, harus mampu mengetahui dengan baik bentuk, model, media dan konteks komunikasi

sehingga dalam perencanaan dan implementasi komunikasi kebijakan dapat berjalan sesuai dengan tujuan pembuatan kebijakan tersebut.

Komunikasi kebijakan pada hakikatnya adalah suatu proses diseminasi pesan dari lembaga pemerintah kepada khalayak atau *stakeholder* atau pemangku kepentingan dengan harapan agar khalayak dapat menerimanya. Permasalahan yang sering dihadapi oleh lembaga-lembaga pemerintah di negara-negara dunia ketiga pada umumnya berkisar pada masalah “relationship” atau hubungan dengan masyarakat sebagai sasaran kebijakan, hal ini terjadi karena kondisi dan iklim masyarakat dimana segenap lembaga tersebut bergerak secara dinamis sehingga tak jarang diwarnai perbedaan pemahaman dan kadang-kadang disertai dengan pertentangan secara terbuka antara pemerintah/lembaga dengan masyarakat atau dengan pemangku kepentingan/*stakeholder*-nya. Maka menjadi hal yang penting untuk mengetahui bagaimana cara pendekatan dan penyesuaian pemahaman yang sama antara masyarakat dan lembaga-lembaga pemerintah. Walaupun sangat sulit, masalah ini merupakan hal penting dalam manajemen pembangunan dan komunikasi kebijakan.

Berbagai lembaga pemerintah, sosial, ekonomi, dan politik, tidak bisa menjalankan tugasnya melayani kebutuhan masyarakat atau pemangku kepentingan secara sempurna bila hubungan kelembagaan dengan masyarakat tidak mempunyai kesamaan pandangan dan keserasian hubungan. Kesamaan dan keserasian hubungan tidak akan terwujud manakala pihak yang terkait tidak mampu memahami faktor yang memengaruhi perubahan pengertian, sikap dan perilaku manusia. Ada banyak faktor yang mendasari perubahan pengertian, sikap dan perilaku manusia, yaitu faktor komunikasi, diri, dan sosial (Mani & Guntoro, 2020).

Mengingat pentingnya hal tersebut, maka dalam menjalankan komunikasi kebijakan perlu memperhatikan dimensi budaya atau kebiasaan dan karakter khalayak yang sering kali diabaikan. Eksistensi diri, sosial, dan komunikasi adalah bagaimana mengintegrasikan semua elemen nilai-nilai yang tertanam di publik atau khalayak dapat terjalin saling

pengertian, adanya kepercayaan, kerjasama, serta dukungan positif dari masyarakat. Sama halnya dengan penelitian ini, diperlukan suatu tindakan dan bentuk komunikasi kebijakan dari pemerintah sehingga mendapat respon melalui partisipasi masyarakat untuk bersama-sama secara sadar mewujudkan kebijakan digitalisasi terrestrial.

B. Konsep *Good Governance*

Good governance merupakan istilah yang muncul pada tahun 90-an karena adanya tuntutan masyarakat dalam hak asasi manusia. *Good governance* merupakan model baru dalam menjalankan tatanan eksekutif sehingga kemudian komunikasi pemerintah mengalami perubahan kata dari *government* menjadi *governance*. Istilah ini lahir karena masyarakat menuntut efektivitas pemerintahan dan ingin adanya transparansi dari para pejabat publik.

Good governance memiliki arti sebagai serangkaian proses pembentukan serta pelaksanaan sebuah keputusan. Tata kelola pemerintahan dalam hal ini dapat berarti adanya proses pengambilan keputusan dan proses pelaksanaan keputusan tersebut. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 101 Tahun 2000 disebutkan bahwa *good governance* merupakan sistem pemerintahan yang mengembangkan serta menerapkan berbagai prinsip profesionalitas, akuntabilitas, transparansi, pelayanan prima, demokrasi, efisiensi, efektivitas, supremasi hukum dan dapat diterima oleh seluruh rakyat.

Perwujudan *good governance* adalah terselenggaranya pemerintahan negara yang kuat dan akuntabel, serta efisien dan efektif dengan tetap menjaga sinergitas interaksi yang konstruktif antara sektor publik, swasta, dan masyarakat. Tiga komponen dalam konsep *good governance* yaitu negara, swasta dan masyarakat memiliki hubungan yang sinkron dan konstruktif antara ketiga bidang tersebut (Aprilia & Nurchotimah, 2022).

Yang disebut *good governance* adalah hubungan yang sinergis dan konstruktif antara sektor negara (*state*), sektor swasta (*private sector*), dan masyarakat (*society*). *Good governance* adalah koordinasi bahkan sinergis pengelolaan yang

baik antara *governance* di sektor publik (pemerintahan) dengan *governance* di sektor masyarakat. Syarat terciptanya *good governance* meliputi transparansi, akuntabilitas, dan pemerintahan yang partisipatif.

Transparansi berarti pemberian jaminan bagi ketersediaan akses publik dalam seluruh proses pengambilan kebijakan pengelolaan pemerintahan. Akuntabilitas merupakan suatu perwujudan kewajiban dari suatu instansi pemerintahan untuk mempertanggungjawabkan keberhasilan dan kegagalan pelaksanaan misinya. Sedangkan pemerintahan yang partisipatif dapat dimaknai sebagai wujud pemerintahan yang berupaya mengakomodasi berbagai aspirasi yang muncul di masyarakat dan melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan.

Rumusan *good governance* adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pemerintahan atas dasar negara, konsep negara hukum;
2. Adanya transparansi dan akuntabilitas dalam setiap kebijakan pemerintah;
3. Adanya partisipasi masyarakat secara aktif, baik langsung maupun tidak langsung dalam setiap penetapan kebijakan.

Dalam proses perumusan kebijakan publik yang dilakukan pemerintah, pemerintah juga harus cepat tanggap dalam memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk ikut serta dalam penyelenggara pelayanan pemerintah (Nurchotimah, 2011).

BAB IV

KEBIJAKAN DIGITALISASI TELEVISI TERESTRIAL DI INDONESIA

A. Kebijakan Analog Switch Off (ASO)

Kebijakan pemerintah Indonesia tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia dimulai pada tahun 2007 ketika dalam draft Rancangan Undang-Undang (RUU) Penyiaran terdapat aturan tentang *Analog Switch Off* (ASO). Isi draft tersebut kemudian menimbulkan dinamika di kalangan *stakeholder* penyiaran (Ismail et al., 2019) dan pro kontra terkait tahapan ASO. Tahapan ASO dalam *roadmap* yang dibuat oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) pada tahun 2009 direncanakan selesai pada tahun 2018 (Gultom, 2018).

Sejak kebijakan tentang ASO masuk dalam draft RUU Penyiaran, pemerintah Indonesia melalui Kemkominfo menyampaikan kebijakan tersebut dalam *focus group discussion* (FGD) dan rapat bersama *stakeholder* penyiaran untuk membuat peraturan-peraturan terkait persiapan ASO. Beberapa peraturan-peraturan tentang digitalisasi televisi terestrial yang pernah dikeluarkan oleh Kemkominfo melalui Peraturan Menteri (Permen) adalah Permenkominfo No:07/PER/M.KOMINFO/3/2007 tentang Standar Penyiaran Digital Terestrial untuk Televisi Tidak Bergerak di Indonesia; Permenkominfo No:39/PER/M.KOMINFO/10/2009 tentang Kerangka Dasar Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital Terestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*Free to Air*); Permenkominfo No:22/PER/M.KOMINFO/11/2011 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Digital Terestrial Penerimaan Tetap Tidak Berbayar (*Free to Air*) yang kemudian dibatalkan oleh Mahkamah Agung (MA) karena adanya gugatan dari beberapa *stakeholder* penyiaran.

Kemudian dilanjutkan dengan Permenkominfo No.32 Tahun 2013 Tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Secara Digital dan Penyiaran Multipleksing Melalui Sistem Terestrial; Permenkominfo No.26 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 32 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi Secara Digital dan Penyiaran Multipleksing Melalui Sistem Terrestrial yang mencabut Permenkominfo sebelum-nya yang dibatalkan MA dan tetap mengakui hasil lelang Multipleksing yang telah ditetapkan sebelumnya (www.kominfo.go.id).

Pada tahun 2016 terbit lagi Permenkominfo No. 5 Tahun 2016 tentang Uji Coba Teknologi Telekomunikasi, Informatika dan Penyiaran. Uji coba siaran TV digital dilaksanakan oleh Kementerian Kominfo dengan melibatkan para pemangku kepentingan yaitu KPI, LPP TVRI, penyedia konten dan industri perangkat. Uji coba siaran televisi digital terrestrial bersifat non komersial dan dengan masa laku uji coba selama 6 (enam) bulan dan dapat diperpanjang. Dimana wilayah layanan yang dapat dilakukan uji coba (bahwa telah terbangun infrastruktur multipleksing TVRI) adalah sebanyak 20 lokasi (Ismail et al., 2019)

Pada tahun 2016 masih ada beberapa keputusan dan peraturan yang terbit tentang televisi digital terrestrial yaitu Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 1052 Tahun 2016 Tentang Uji Coba Siaran Televisi Digital Terrestrial; Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Persyaratan dan Tata Cara Perizinan Penyelenggaraan Penyiaran; Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2019 Tentang Pelaksanaan Penyiaran Simulcast Dalam Rangka Persiapan Migrasi Sistem Penyiaran Televisi Analog ke Sistem Penyiaran Televisi Digital; dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2019 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 7 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Bidang Komunikasi dan Informatika.

Hingga pada tahun 2020 Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia saat itu Johnny G. Plate, pada 6 Juli 2020 mengumumkan percepatan digitalisasi televisi nasional melalui siaran pers. Ia menyatakan pemerintah melakukan percepatan digitalisasi bidang penyiaran, khususnya

televisi dalam sistem terestrial, sejalan dengan prioritas Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam percepatan digitalisasi nasional.

"Dalam beberapa tahun ke depan, Kementerian Kominfo sedang mengupayakan percepatan digitalisasi nasional dengan sangat serius, melalui: (1) penyelesaian pembangunan infrastruktur telekomunikasi dan informatika yang merata dan berkualitas, (2) pengembangan SDM atau talenta digital dengan jumlah dan kualitas yang memadai serta berkelanjutan, (3) penuntasan legislasi primer bidang telekomunikasi, informatika dan perlindungan data, serta (4) penguatan kolaborasi internasional di bidang ekonomi digital dan arus data lintas negara" (Siaran Pers No. 80/HM/KOMINFO/07/2020 Senin, 6 Juli 2020 Tentang Percepatan Digitalisasi Televisi Nasional)

Ada beberapa alasan yang melatarbelakangi dikeluarkannya siaran pers tentang percepatan digitalisasi tersebut yaitu bagaimana digitalisasi televisi menjadi bagian dari prioritas digitalisasi nasional. Alasan lainnya, pertama, dalam perkembangan digitalisasi, penyiaran global Indonesia jauh tertinggal dari proses digitalisasi televisi sistem terestrial. Kedua, dari sisi arah kebijakan nasional, Presiden mencanangkan percepatan transformasi digital Indonesia. Ketiga, dari sisi kepentingan publik, proses digitalisasi televisi harus dilakukan dan dipercepat agar menghasilkan penyiaran yang lebih efisien dan berkualitas optimal untuk kepentingan seluruh rakyat Indonesia. Keempat, dari sisi kepentingan industri penyiaran, disrupsi teknologi menuntut pelaku industri televisi untuk menyesuaikan pola bisnis agar selaras dengan perkembangan era digital. Kelima, dari segi nilai tambah dalam penataan frekuensi, dengan percepatan digitalisasi, frekuensi dapat ditata ulang dan dimanfaatkan untuk penyediaan layanan lain, terutama untuk layanan umum dan internet cepat. Keenam, terkait hubungan internasional, jika Indonesia terlalu lama menunda langkah menuju resolusi ASO, akan berpotensi

menimbulkan masalah dengan negara tetangga, terutama di wilayah perbatasan.

Pada tahun 2020 pula, peraturan tentang keharusan bagi lembaga penyiaran televisi untuk segera melaksanakan ASO diatur dalam Undang-Undang Cipta Kerja pasal 60A. Isinya antara lain mengamanatkan penyelenggaraan penyiaran mengikuti perkembangan teknologi analog ke digital diselesaikan selambatnya 2 (dua) tahun sejak mulai berlakunya UU tersebut. UU Cipta Kerja telah disahkan dan mulai berlaku pada tanggal 2 November 2020, dengan demikian maka pada tanggal 2 November tahun 2022 ASO sudah harus selesai dilaksanakan di Indonesia.

B. Televisi Digital Terrestrial

Televisi digital adalah televisi dengan modulasi digital serta menggunakan sistem kompresi dalam menyiarkan sinyal video, audio, dan data ke pesawat televisi. Sedangkan televisi terrestrial adalah penyiaran televisi dengan sistem yang tidak melibatkan transmisi satelit. Penyiarnya hanya menggunakan gelombang radio yang dilewatkan melalui pemancar atau antena televisi (Panuju, 2017).

Penyiaran televisi digital dapat pula diartikan sebagai pengambilan atau penyimpanan gambar dan suara secara digital. Digital disini adalah dalam hal proses *encoding-multiplexing*, termasuk proses transmisinya. Setelah melewati proses pengiriman lewat udara, proses penerimaan (*receiving*) pada pesawat penerima juga dilakukan secara digital (Budiarto et al., 2007).

Jadi pengertian televisi digital bukan berarti pesawat televisinya yang digital, tapi sinyal yang dikirimkan berupa sinyal digital atau lebih tepat disebut sebagai siaran digital (*digital broadcasting*). Siaran televisi digital menggunakan standar internasional yaitu televisi resolusi tinggi atau *high definition television* (HDTV), disiarkan berupa format 16:9 dan *surround 5:1* Dolby Digital. Resolusi televisi digital jauh lebih tinggi daripada televisi dengan teknologi analog. Hal itulah yang menyebabkan visual di televisi digital gambarnya sangat jelas, warnanya tajam, dan *depth of field* juga lebih luas. Jumlah pixel

HDTV, 5 kali daripada standar analog PAL yang digunakan pada televisi analog (Panuju, 2017).

Selain visual yang sangat baik, televisi digital lebih tahan terhadap derau dibanding televisi analog. Televisi digital juga lebih mudah untuk diperbaiki (*recovery*) dengan suatu kode koreksi kesalahan (*error correction code*). Selain aspek teknis, perbedaan yang jelas terlihat adalah jika dengan sistem analog, pesawat televisi semakin jauh dari stasiun pemancar, maka visual yang diterima menjadi bersemut atau berbayang. Sedangkan dengan sistem digital, gambar yang diterima tetap jernih selama masih bisa menangkap signal.

Dengan beralihnya teknologi penyiaran televisi menjadi digital, nantinya jika masyarakat tidak membeli pesawat televisi baru, cukup dengan menambahkan *set-top box* pada pesawat televisi analog yang sudah ada. Kebijakan digitalisasi televisi di Indonesia dilakukan untuk menghasilkan efisiensi industri serta upaya meningkatkan kualitas layanan penyiaran untuk kepentingan publik. Geryantika Kurnia, Direktur Penyiaran Ditjen Penyelenggaraan Pos dan Informatika (PPI) Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam webinar *online* tentang Masa Depan Digitalisasi Penyiaran Indonesia yang diselenggarakan pada tanggal 18 Juli 2020 mengungkapkan keuntungan diterapkannya televisi digital di Indonesia diantaranya:

- a) Masyarakat bisa mendapatkan tontonan siaran televisi dengan kualitas audio visual yang sangat baik
- b) Efisiensi dari *sharing* infrastruktur, hemat energi dan biaya operasional sampai dengan empat kali lipat, fitur nilai tambah yaitu *early warning system* kebencanaan, *electronic program guide*, bantuan bagi difabel, inovasi layanan baru lainnya berbasis *datacasting*
- c) Produsen televisi sudah mulai menghentikan produksi televisi analog dan mengarah pada smart televisi dengan penerimaan televisi digital (DVB-T2).

Keuntungan televisi digital lainnya yang pernah ditulis oleh Weber dan Tom (2007) adalah resolusi pixel lebih tinggi, *frame* gambar progresif, *High Definition* TV (HDTV) lebih dari 6x resolusi gambar televisi analog, pilihan audio banyak, dapat terkoneksi dengan *personal computer*, tersedia *Random Access Storage* sehingga akses lebih cepat, *Time Shifting* membuat penonton dapat mengintervensi siaran dan langsung memberi respon (Prabowo & Arofah, 2017).

C. Digitalisasi Televisi Terrestrial

Digitalisasi televisi merupakan proses migrasi atau peralihan teknologi penyiaran dari teknologi penyiaran sistem analog ke teknologi penyiaran sistem digital. Digitalisasi televisi sesungguhnya tidak hanya sekedar mengikuti perkembangan global, tetapi juga merupakan upaya efisiensi penggunaan pita frekuensi (*bandwidth*) dalam rangka mengimbangi permintaan penggunaan frekuensi yang begitu besar dan efisiensi. Penggunaan infrastruktur dengan penggunaan tower bersama juga dimungkinkan.

Nantinya, pita spektrum frekuensi radio yang digunakan untuk siaran televisi analog dapat digunakan untuk penyiaran televisi digital sehingga tidak perlu ada perubahan pita alokasi baik VHF maupun UHF. Lebar pita frekuensi yang digunakan untuk analog dan digital berbanding 1 : 6. Pada teknologi analog pita frekuensi selebar 8 MHz untuk satu kanal transmisi, maka pada teknologi digital lebar pita frekuensi dapat digunakan untuk memancarkan sebanyak 6 hingga 8 kanal transmisi dengan program yang berbeda (Arsyad & Wahab, 2012).

Migrasi teknologi siaran televisi analog ke digital akan melibatkan tiga elemen penting yaitu pemerintah, pemangku penyiaran televisi sebagai *stakeholder*, dan masyarakat. Pemerintah melalui Kemkominfo berperan sebagai regulator yang mengatur regulasi proses migrasi teknologi siaran televisi analog ke digital, pemangku penyiaran televisi melaksanakannya, dan masyarakat menerima manfaatnya. Lembaga penyiaran televisi akan menjadi penyedia infrastruktur, penyedia konten, dan penyelenggaraan program siaran yang dipancarkan melalui program *multiplexer*.

Sedangkan masyarakat, selain menerima manfaat, juga sebagai barometer keberhasilan digitalisasi televisi di Indonesia.

BAB V

KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

***LEADING SECTOR* KEBIJAKAN TELEVISI DIGITAL**

A. Kementerian Komunikasi dan Informatika

Pemerintah merupakan eksekutif yang melaksanakan kegiatan menjalankan undang-undang yakni sekelompok orang yang diberi tugas untuk merencanakan, mengumpulkan, menyusun, mengorganisasikan, menggerakkan, dan mengarahkan segenap upaya masyarakat atau penduduk dalam suatu negara dalam rangka mencapai tujuan negara yang telah ditetapkan (Haboddin, 2015). Definisi lebih sempit menurut Adam dan Jessica Kuper, pemerintah adalah seseorang atau lembaga organisasi yang memiliki otoritas dalam menjalankan atau melaksanakan kekuasaan menurut tata aturan yang berlaku. Lembaga yang menjalankan organisasi tersebut adalah dinas, badan, departemen, dan birokrasi. Lembaga-lembaga ini akan menghubungkan antara pemerintah dan yang diperintah.

Dalam sistem pemerintahan Indonesia saat ini, eksekutif yang sesuai undang-undang bertugas membantu Presiden dalam menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informasi adalah Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo). Penyiaran yang merupakan urusan bidang komunikasi pemerintah, menjadi bagian dari bidang tugas Kemkominfo. Dalam penelitian ini sekelompok orang yang bertugas di Kemkominfo menjadi subjek penelitian untuk diungkap realitas komunikasi yang mereka lakukan dalam menjalankan tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan bidang penyiaran, khususnya dalam menyampaikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terrestrial.

Melalui studi dokumentasi yang diperoleh dari website resmi Kemkominfo yaitu www.kominfo.go.id., peneliti mengungkap profil lengkap tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika. Sesuai Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara, Kementerian Kominfo merupakan perangkat Pemerintah Republik Indonesia yang

membidangi urusan yang ruang lingkupnya disebutkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yaitu informasi dan komunikasi. Kementerian Komunikasi dan Informatika mempunyai tugas menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Kementerian Kominfo dipimpin oleh seorang Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo).

Tugas dan fungsi utama dari Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah merumuskan kebijakan nasional, kebijakan pelaksanaan, dan kebijakan teknis di bidang komunikasi dan informatika yang meliputi pos, telekomunikasi, penyiaran, teknologi informasi dan komunikasi, layanan multimedia dan desiminasi informasi.

Visi dan Misi Kementerian Komunikasi dan Informatika saat ini mengacu pada Visi dan Misi Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden KH. Ma'ruf Amin. Adapun visi Kemkominfo dari tahun 2019 hingga 2024 adalah 'Terwujudnya Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong'. Untuk mewujudkan visi tersebut, maka dibuat sembilan misi yaitu: (1) Peningkatan kualitas manusia Indonesia; (2) Struktur ekonomi yang produktif, mandiri, dan berdaya saing; (3) Pembangunan yang merata dan berkeadilan; (4) Mencapai lingkungan hidup yang berkelanjutan; (5) Kemajuan budaya yang mencerminkan kepribadian bangsa; (6) Penegakan sistem hukum yang bebas korupsi, bermartabat, dan terpercaya; (7) Perlindungan bagi segenap bangsa dan memberikan rasa aman pada seluruh warga; (8) Pengelolaan pemerintahan yang bersih, efektif, dan terpercaya; (9) Sinergi pemerintah daerah dalam kerangka Negara Kesatuan.

Tugas dari Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika untuk membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Sedangkan fungsi Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah: (1) Perumusan dan penetapan kebijakan di bidang pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi

informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik; (2) Pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik; (3) Pelaksanaan bimbingan teknis dan supervisi atas pelaksanaan pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, penatakelolaan aplikasi informatika, pengelolaan informasi dan komunikasi publik; (4) Pelaksanaan penelitian dan pengembangan sumber daya manusia di bidang komunikasi dan informatika; (5) Pelaksanaan dukungan yang bersifat substantif kepada seluruh unsur organisasi di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika; (6) Pembinaan dan pemberian dukungan administrasi di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika; (7) Pengelolaan barang milik/kekayaan negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Komunikasi dan Informatika; (8) Pengawasan atas pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Sebelum bernama Kementerian Komunikasi dan Informatika, pada tahun 1945 setelah kemerdekaan Indonesia, telah ditetapkan sebuah lembaga eksekutif yang membantu Presiden untuk mengurus bidang komunikasi dan informasi. Tahun 1945 hingga tahun 1999 Kementerian yang membidangi urusan komunikasi dan informasi bernama Departemen Penerangan. Pada awal kemerdekaan dibentuk Lembaga Penerangan yang secara fungsional menjalankan kebijakan, pola dan pedoman penerangan dengan tujuan (1) membela dan mempertahankan kemerdekaan, (2) mengajak rakyat agar turut serta mempertahankan dan mengisi kemerdekaan serta (3) memperkenalkan Republik Indonesia di dalam dan luar negeri. Selama periode 1959-1965, sesuai Haluan Pembangunan Nasional sebagai ketetapan MPRS, Departemen Penerangan dibentuk untuk menyelenggarakan penerangan melalui media penerangan antara lain radio, film, *toestel* dan foto, percetakan, kendaraan, mesin stensil, dan mesin ketik.

Selanjutnya pada tahun 1966, salah satu tugas pokok organisasi penerangan adalah mengarahkan pendapat umum

agar terbentuk dukungan, kontrol dan partisipasi sosial yang positif terhadap pelaksanaan kebijaksanaan pemerintah, selain juga untuk memberi penerangan ke dalam dan luar negeri. Pada masa itu pengorganisasian ke dalam dilakukan agar Departemen Penerangan berfungsi menjadi Juru Bicara Pemerintah. Tanggal 15 September 1967 wewenang penerangan luar negeri (Penlugri) yang sejak 1959 dipegang Departemen Luar Negeri RI dialihkan kembali pengelolaannya kepada Departemen Penerangan. Pada tahun 1971, untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas sarana media massa, dikembangkan sistem komunikasi terintegrasi melalui koordinasi, integrasi dan sinergi antar unsur-unsur penerangan pemerintah. Tak lama setelah itu dibentuk pula lembaga antara lain Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah (BAKOHUMAS) dan Badan Koordinasi Penerangan (BAKOPEN).

Pada tingkat daerah dibentuk jawatan penerangan provinsi, kantor penerangan kabupaten dan juru penerang di tingkat kecamatan. Di kabupaten dan kota dibentuk pula Pusat Penerangan Masyarakat (PUSPENMAS) dengan kegiatan utama penerangan antar pribadi didukung sarana penerangan di daerah seperti: radio, televisi, film penerangan, pers penerbitan, pameran, dan pertunjukan rakyat serta diskusi kerja.

Kemudian pada tahun 2001-2005 kementerian untuk urusan komunikasi dan informasi diberi nama Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi. Masih pada tahun yang sama, mulai tahun 2005 hingga 2009 namanya berubah menjadi Departemen Komunikasi dan Informatika (Depkominfo). Perjalanan perubahan nama lembaga yang mengurus bidang komunikasi dan informasi dalam membantu kinerja Presiden Republik Indonesia lebih lengkapnya dijelaskan dalam gambar berikut:



Gambar 2. Sejarah Kelembagaan Komunikasi dan Informatika

Sumber : www.kominfo.go.id

Memasuki masa reformasi, Departemen Penerangan belum banyak perubahan. Kelembagaan penerangan saat itu masih dipertahankan mulai dari tingkat pusat sampai provinsi dengan nama kantor wilayah departemen penerangan dan biro humas provinsi. Kemudian setelah Undang-undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah diberlakukan, terjadi reposisi perangkat daerah sesuai kepentingan daerah. Kantor penerangan kemudian menjadi dibawah koordinasi pemerintah provinsi, kabupaten dan kota.

Sesuai Kepres No.153 Tahun 1999 kemudian dibentuk Badan Informasi dan Komunikasi Nasional (BIKN) di tingkat pusat, provinsi, kabupaten dan kota. Setahun setelah

pembubaran Departemen Penerangan kemudian dibentuk Lembaga Informasi Nasional (LIN) yang kemudian diubah lagi menjadi Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi (Kemeneg Kominfo). Selanjutnya, tugas layanan informasi publik diserahkan kepada Menteri Negara Komunikasi dan Informasi. Sedang BIKN berubah menjadi Lembaga Informasi Nasional dan bertanggung jawab kepada Menteri Komunikasi dan Informasi. Mulai tahun 2005 terjadi perubahan dari Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi menjadi Departemen Komunikasi dan Informatika. Sesuai Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2005, dilakukan integrasi Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi; Lembaga Informasi Nasional, dan Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi.

Salah satu fungsi penting Departemen Kominfo pada saat itu yang berkaitan dengan informasi adalah penyebarluasan informasi nasional dengan menciptakan keterbukaan akses informasi dan membangun serta mengembangkan infrastruktur telekomunikasi guna kepentingan seluruh warga negara. Pada akhir tahun 2010 lembaga Kementerian Komunikasi dan Informatika menyempurnakan penataan organisasi. Paradigma baru kebijakan komunikasi menempatkan informasi sebagai bagian kebutuhan keseharian masyarakat. Fungsi informasi dikembangkan pada nilai tambah ekonomi, bukan sekadar 'penerangan', namun lebih kepada dukungan komunikasi strategis untuk membangun integrasi nasional dengan baik.

Dinamika teknologi informasi dan perkembangan ekonomi digital membuat Kementerian Komunikasi dan Informatika fokus untuk melakukan percepatan pemerataan infrastruktur digital berupa akses telekomunikasi dan jaringan internet. Selain terjadi perubahan nomenklatur, pada akhir tahun 2006, Kementerian Kominfo menerapkan pola pengelolaan keuangan badan layanan umum berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor: 1006/KMK.05/2006 tentang Penetapan Balai Telekomunikasi dan Informatika Perdesaan (BTIP).

Seiring dengan pesatnya perkembangan di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan tuntutan akan ketersediaan layanan TIK di seluruh lapisan masyarakat, maka

BTIP bertransformasi menjadi Balai Penyedia dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika (BP3TI) pada tanggal 19 November 2010. Kemudian sejak Agustus 2017, Menteri Komunikasi dan Informatika mencanangkan nama baru bagi BP3TI menjadi BAKTI. Lembaga tersebut mempunyai tugas melaksanakan pengelolaan pembiayaan Kewajiban Pelayanan Universal dan penyediaan infrastruktur dan layanan telekomunikasi dan informatika.

Sejak awal terbentuknya, lembaga eksekutif yang bertugas membantu Presiden mengurus bidang komunikasi dan informasi ini dipimpin oleh menteri yang berganti-ganti. Tokoh-tokoh pejuang seperti Amir Sjarifoeddin, Mohammad Natsir, Mohammad Yamin, Roeslan Abdulgani pernah menjadi Menteri Penerangan. Kemudian di masa Orde Baru, B.M. Diah, Ali Murtopo, Harmoko, Alwi Dahlan, merupakan nama-nama Menteri Penerangan yang membantu Presiden Soeharto di masa itu. Pada tahun 1998 di awal reformasi, Yunus Yosfiah pernah menjabat sebagai Menteri Penerangan sebelum nama lembaga eksekutif yang mengurus komunikasi dan informasi tersebut berubah nama menjadi Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Pada tahun 2001 Syamsul Mu'arif menjabat sebagai Menteri Negara Komunikasi dan Informasi dalam Kabinet Gotong Royong dengan masa kerja 9 Agustus 2001 hingga 20 Oktober 2004. Kemudian dilanjutkan oleh Sofyan A. Djalil yang menjadi menteri dalam Kabinet Indonesia Bersatu dengan masa kerja mulai 21 Oktober 2004 hingga 9 Mei 2007. Mohammad Nuh menjabat Menkominfo dalam Kabinet Indonesia Bersatu mulai 9 Mei 2007 sampai 22 Oktober 2009. Kemudian dalam Kabinet Indonesia Bersatu II, Tifatul Sembiring menjadi Menkominfo dengan masa jabatan mulai 22 Oktober 2009 hingga 30 September 2014.

Selanjutnya dalam Kabinet Kerja, Rudiantara dilantik menjadi Menkominfo mulai dari tanggal 27 Oktober 2014 hingga 23 Oktober 2019. Pada tanggal 23 Oktober 2019 Presiden Joko Widodo melantik Johnny Gerard Plate sebagai Menkominfo, namun terhitung sejak tanggal 17 Mei 2023 Johnny G Plate tidak lagi menjabat sebagai Menkominfo karena tersandung kasus

hukum. Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 41/P Tahun 2023 tanggal 19 Mei 2023 mengenai Pemberhentian dan Penunjukan Pelaksana Tugas, Wewenang, dan Tanggung Jawab Menteri Komunikasi dan Informatika Kabinet Indonesia Maju Periode Tahun 2019-2024, Presiden menunjuk Menteri Koordinator Bidang Politik, Hukum dan Keamanan, Mahfud MD sebagai Pelaksana Tugas (plt) Menkominfo. Namun kemudian pada tanggal 17 Juli 2023 Presiden Joko Widodo melantik Budi Arie Setiadi sebagai Menkominfo Kabinet Indonesia Maju dalam sisa masa jabatan periode tahun 2019-2024.

Sebagai sebuah lembaga eksekutif yang membantu Presiden dalam menyelenggarakan pemerintahan negara, Kemkominfo memiliki struktur organisasi yang berdasarkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 12 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika, terdiri dari 7 Unit Kerja yaitu :

1. Sekretariat Jenderal
2. Direktorat Jenderal Sumber Daya Perangkat Pos dan Informatika
3. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika
4. Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika
5. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik
6. Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
7. Inspektorat Jenderal

Pada bulan Agustus 2017 Menteri Komunikasi dan Informatika mencanangkan nama baru bagi Balai Penyedia dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika (BP3TI) menjadi Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI). BAKTI kemudian menjadi satu unit kerja tersendiri dalam struktur organisasi Kemkominfo selain 7 unit kerja yang sudah ada sebelumnya.

Disamping unit kerja, Menteri Komunikasi dan Informatika juga memiliki empat orang staf ahli yang terdiri dari Staf Ahli Menteri Bidang Teknologi, Staf Ahli Menteri Bidang

Komunikasi dan Media Massa, Staf Ahli Menteri Bidang Sosial, Ekonomi dan Budaya, serta Staf Ahli Menteri Bidang Hukum.

B. Komunikasi Publik di Kemkominfo

Urgensi komunikasi pemerintah Indonesia adalah komunikasi yang diarahkan pada upaya-upaya pemerintah dalam melindungi segenap tumpah darah dan bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan dalam usaha ikut serta dalam menciptakan perdamaian dunia berdasarkan keadilan dan perdamaian abadi, dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia, Bhinneka Tunggal Ika, keberagaman, dan persatuan. Arahkan Presiden Joko Widodo untuk komunikasi pemerintah saat ini adalah: (1) Di era 4.0, perkembangan teknologi harus dimanfaatkan sekaligus diwaspadai; (2) Tolok ukur tidak hanya harus lebih baik dari sebelumnya, tapi juga harus lebih baik dari yang lainnya; (3) Berani melakukan terobosan, inovasi dan cara baru dalam menyikapi suatu permasalahan; (4) Lepaskan ego sektoral; (5) Fokus di *impact* dan *outcome*, bukan lagi hanya proses dan *output*; (6) Untuk menjadi kuat, tidak bisa lagi berjalan sendiri-sendiri, kolaborasi dan sinergi antar lembaga harus ditingkatkan.

Menurut informan WM, kebijakan komunikasi di Kemkominfo memiliki dua pilar besar dalam melaksanakan tugasnya yaitu pilar komunikasi dan pilar informatika. Pilar komunikasi ditangani oleh Ditjen IKP dan berkoordinasi dengan Sekretariat Negara (Setneg). Koordinasi tersebut dilakukan untuk membahas materi website *indonesia.go.id* yang dulu dikelola oleh Setneg dan kemudian dialihkan ke Kemkominfo. Meskipun setiap kementerian memiliki strategi komunikasi publik masing-masing, namun *leader*-nya adalah Kantor Staf Presiden (KSP) dan IKP Kemkominfo. Sebagai koordinator, IKP Kemkominfo tidak hanya melakukan koordinasi dengan semua kementerian sebagai koordinator kementerian dan lembaga, tetapi juga melakukan koordinasi dengan Dinas Kominformasi di Provinsi, Kabupaten/Kota.

Setiap kementerian memiliki strategi komunikasi publik yang dikelola oleh Humas masing-masing kementerian. Setelah

kebijakan tentang ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, maka menjadi agenda nasional sehingga pemegang orkestrasinya adalah KSP dan IKP. KSP dan IKP Kemkominfo menjalankan strategi *agenda setting* agar kebijakan tersebut dapat dijalankan bersama-sama dengan kementerian dan lembaga lainnya yang terkait, hingga ke Dinas Kominfo di Provinsi dan Kabupaten/Kota.

Informan WM juga menjelaskan bahwa Ditjen IKP di Kemkominfo memiliki tugas yang berbeda dari tim Humas Kemkominfo. Bidang tugas Humas Kemkominfo hanya mengurus komunikasi di Kemkominfo. Sedangkan Ditjen IKP menyebarkan diseminasi ke seluruh kementerian, lembaga dan daerah. Ditjen IKP bekerja bersama dengan KSP menangani komunikasi pemerintah secara keseluruhan.

Komunikasi pemerintah yang dilakukan dalam rangka menyampaikan informasi kepada masyarakat secara lebih luas dan terkoordinir dikendalikan juga oleh Bako Humas yang ketuanya adalah Dirjen IKP Kemkominfo. Dengan demikian di Kemkominfo terdapat dua unit yang secara kelembagaan bertugas menangani komunikasi publik yaitu Ditjen IKP dan Biro Humas. Namun kedua unit tersebut memiliki cakupan pekerjaan yang berbeda. IKP Kemkominfo bersama KSP menjadi koordinator komunikasi publik secara nasional, sedangkan Biro Humas Kemkominfo bertugas sebagai humas untuk Kementerian Kominfo saja. Informasi dan diseminasi sebuah kebijakan atau program yang berkaitan dengan bidang tugas kementerian, yang menjadi *leading sector*-nya adalah kementerian yang sesuai bahasan kebijakan atau program tersebut. Namun jika kebijakan atau program tersebut sudah diamanatkan oleh Undang-undang, maka diseminasinya menjadi tugas KSP bersama Ditjen IKP, meskipun *leading sector*-nya tetap di kementerian.

Leading sector untuk kebijakan digitalisasi televisi terrestrial di Indonesia adalah Kemkominfo. Dengan demikian Kemkominfo memiliki tanggung jawab untuk merancang, membuat dan mengkoordinir pelaksanaan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan digitalisasi televisi terrestrial di Indonesia. Meskipun Kemkominfo adalah *leading sector*

kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia, namun menurut informan WM, jika program tersebut sudah diatur dalam undang-undang maka menjadi program nasional yang diatur sesuai *agenda setting* pemerintah pusat mulai di Kantor Sekretariat Presiden, Ditjen Informasi Komunikasi Publik Kemkominfo, beberapa kementerian yang terlibat, dan pemerintah daerah.

Mengenai pelaksanaan kebijakan-kebijakan dimana Kemkominfo menjadi *leading sector*-nya, menurut informan HK, Kemkominfo tidak memiliki model komunikasi yang direncanakan. Namun dibuat strategi-strategi dan pendekatan-pendekatan dengan sistem uji coba atau *trial and error*. Untuk kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial, Kemkominfo membuat strategi dengan membentuk kelompok kerja khusus ASO dan gugus tugas. HK merupakan salah seorang dari anggota Gugus Tugas Migrasi Siaran TV Analog ke Digital. Menurutny, strategi yang dilakukan Kemkominfo sebagai *leading sector* kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial adalah dengan membagi 4 pilar yang harus disiapkan. Pilar tersebut adalah infrastruktur, program siaran, perangkat TV digital, dan sosialisasi. Keempat pilar tersebut membutuhkan komunikasi yang intensif dan berkelanjutan agar kebijakan digitalisasi televisi terestrial terlaksana dengan baik. Beberapa hal yang mempengaruhi pola dan model komunikasi di Kemkominfo dalam menjalankan sebuah program atau kebijakan diantaranya pimpinan yang menjabat saat itu, *budgeting*, dan skala prioritas negara.

BAB VI

KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM PROSES PEMBUATAN KEBIJAKAN

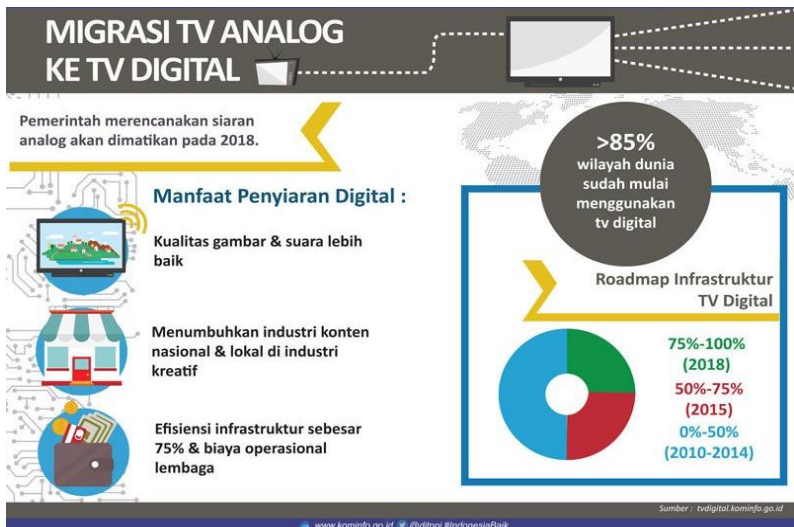
A. Sebelum ASO Diatur Dalam UU Cipta Kerja

Menurut informan dari Kemkominfo, ketika masa awal penyampaian informasi tentang migrasi teknologi analog ke digital, banyak *stakeholder* melakukan penolakan karena belum memahami dampak dan urgensinya. Hal ini disebabkan saat itu pemerintah belum menjabarkan secara maksimal dan belum memberikan informasi detail kepada industri penyiaran televisi tentang dampak yang akan didapatkan dengan migrasi, persiapan yang harus dilakukan, serta pentingnya melakukan perubahan teknologi penyiaran. Ditambah lagi media di Indonesia lebih banyak dikuasai oleh pihak-pihak tertentu yang memiliki beberapa media atau konglomerasi media dan mereka memiliki pengaruh yang cukup kuat. Asosiasi-asosiasi televisi yang ada saat itu tidak memiliki pengaruh kuat untuk mengarahkan anggotanya dan tidak berdaya jika berhadapan dengan kekuatan grup-media.

Sebelum ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, meskipun sosialisasi, pendekatan, dan diskusi-diskusi sudah dilakukan oleh Kemkominfo, namun peraturan-peraturan yang dibuat dalam rangka memulai ASO, tidak terlaksana dengan baik. Meskipun di awal-awal ASO akan diterapkan di Indonesia belum ada dasar hukum berupa undang-undang yang mengaturnya, namun Kemkominfo sudah melakukan sosialisasi dan pendekatan-pendekatan kepada lembaga penyiaran televisi. Uji coba migrasi teknologi analog ke digital untuk pertama kalinya dilakukan terhadap TVRI yang dananya dianggarkan oleh pemerintah.

Informan lainnya yang juga dari pemerintah menjelaskan bahwa diskusi-diskusi dengan lembaga penyiaran televisi tentang rencana migrasi teknologi analog ke digital sudah dilakukan sejak lama. Bahkan di dalam UU No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran terdapat pasal yang mengatur tentang perkembangan teknologi. Dengan demikian meskipun belum ada

dasar hukum berupa undang-undang yang mengatur tentang keharusan ASO, namun Kemkominfo sejak tahun 2009 sudah berencana melakukan migrasi dari teknologi analog ke digital. Informasi yang sama juga dijelaskan oleh informan selanjutnya dari pihak pemerintah. Informan yang sudah terlibat dalam proses pembuatan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial Kemkominfo sejak tahun 2012 mengatakan bahwa sejak tahun 2007 pemerintah sudah melibatkan berbagai pihak dengan membentuk tim nasional digital. Tim tersebut terdiri dari lembaga penyiaran televisi, operator, industri perangkat penerima, industri pemancar, akademisi, Komisi Penyiaran Indonesia. Menurutnya, sejak awal menyusun peraturan-peraturan tentang ASO, Kemkominfo sudah melibatkan seluruh *stakeholder*. Namun, karena ada sebagian *stakeholder* yang merasa tidak puas dengan aturan tentang penyelenggara mux, maka muncul berbagai kendala dalam pelaksanaan migrasi analog ke digital di tahun-tahun awal pengenalannya.



Gambar 3. Migrasi TV Analog ke TV Digital Rencana Analog Dimatikan 2018

Sumber: tvdigital.kominfo.go.id

Sementara itu menurut informan dari pihak swasta, *stakeholder* memang selalu dilibatkan dalam pembuatan peraturan tentang migrasi analog ke digital, namun tidak semua disampaikan dengan transparan. Tidak adanya perencanaan dan keterbukaan informasi tersebut terjadi pada awal *roadmap* TV digital dibuat tahun 2009 oleh Kemkominfo hingga tahun 2019 sebelum UU Cipta Kerja disahkan. Meskipun sering diundang untuk pembahasan-pembahasan peraturan tentang ASO oleh Kemkominfo, namun saat itu belum ada perencanaan dan kajian yang baik tentang pelaksanaan migrasi televisi analog ke digital. *Stakeholder* televisi menduga ada kepentingan media besar dan negara tetangga agar televisi di Indonesia segera beralih ke teknologi digital.



Gambar 4. Rencana Jangkauan TV Digital 2012-2017
Sumber: kominfo.go.id

B. Setelah ASO Diatur Dalam UU Cipta Kerja

Tidak maksimalnya komunikasi antara pemerintah dengan pihak swasta dalam proses pembuatan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial menurut informan dari pihak swasta lainnya, tidak hanya masalah tahapan pelaksanaan

ASO, tapi juga persoalan pendistribusian *set top box* kepada masyarakat. Informasi kepada lembaga penyiaran televisi sangat kurang tentang ketersediaan *set top box* yang disediakan oleh pemerintah untuk masyarakat miskin. Menurutnya, *set top box* yang disediakan oleh lembaga penyiaran pemenang *mux* belum mencukupi untuk diberikan kepada seluruh penduduk miskin di Indonesia. Sementara pemerintah tidak memberi informasi kepada lembaga penyiaran berapa *set top box* yang disubsidi oleh pemerintah. Pemerintah terkesan belum siap menghadapi tahapan ASO yang telah dibuat. Tidak ada informasi dan komunikasi dengan *stakeholder* berapa *set top box* yang telah didistribusikan kepada masyarakat pada tahap pertama jadwal pelaksanaan ASO.

Komunikasi pemerintah kepada lembaga penyiaran televisi juga diungkap oleh informan dari pihak swasta lainnya. Informan yang merupakan bagian dari salah satu Asosiasi Televisi ini menyebut bahwa peran komunikasi dari pemerintah kepada industri sangat dibutuhkan. Menurutnya, harus ada edukasi yang mendalam terutama kepada lembaga penyiaran televisi lokal yang masih khawatir dengan biaya teknologi digital. Terungkap juga bahwa komunikasi pemerintah dengan lembaga penyiaran tidak lancar karena adanya berbagai kepentingan.

Sementara itu, pihak swasta lainnya yang diwawancara mengenai hal ini mengatakan dirinya menyambut baik kebijakan migrasi analog ke digital karena sudah merasakan manfaatnya. Bahkan ketika pemerintah membuat ulang jadwal tahapan ASO dengan mengundurkan tanggal tahapan 1 dari jadwal awal, ia agak kecewa meskipun tetap harus mengikutinya. Informan ini mengaku, sejak TV lokal yang dipimpinnya migrasi dari teknologi analog ke digital pada Januari 2021, biaya yang dikeluarkan menjadi berkurang dari sebelumnya. Selain itu kualitas gambar dan suara yang dihasilkan menjadi sangat baik sehingga tim marketing lebih mudah menawarkan program kepada calon pengiklan.

Sementara itu, menurut informan FM yang merupakan praktisi dari lembaga penyiaran televisi pemenang *mux*, dirinya masih belum puas dengan komunikasi pemerintah yang belum

transparan tentang ketersediaan *set top box* bagi masyarakat miskin. Lembaga penyiaran televisi pemenang *mux* telah berkomitmen untuk mencukupi ketersediaan *set top box* sesuai perjanjian kesanggupan di awal. Tapi informasi dari pemerintah tentang cukup atau tidaknya *set top box* yang disediakan oleh lembaga penyiaran belum ada. Ia mengkhawatirkan jika ketersediaan *set top box* tidak mencukupi untuk masyarakat miskin dan pemerintah tidak membantu dengan subsidi yang maksimal, masyarakat miskin tidak lagi bisa menonton siaran televisi.

Sedangkan menurut informan dari pemerintah WM, pemerintah memberikan tambahan anggaran 1 triliun untuk membelikan *set top box* bagi masyarakat miskin. Ada komunikasi yang tidak jalan antara pemerintah dan lembaga penyiaran tentang ketersediaan *set top box* bagi masyarakat miskin, sehingga lembaga penyiaran masih meragukan tentang kesiapan pemerintah untuk ASO tepat waktu. Disebabkan masih terkendala masalah *set top box* untuk masyarakat miskin, maka hasil negosiasi bersama lembaga penyiaran bahwa ASO akhirnya dilaksanakan bertahap mulai 2 November 2022 sesuai kesiapan pendistribusian *set top box* ke daerah-daerah. Pemerintah selalu melakukan komunikasi dengan lembaga penyiaran melalui FGD, rapat, koordinasi hingga tercapai kesepakatan mengenai penghitungan tentang kebijakan untuk melaksanakan ASO dan kesanggupan penyediaan *set top box*. Dari sisi pemerintah, implementasi kebijakan ini harus dipaksakan namun tetap harus ada data akurat dan memperhatikan tantangan realitas yang terjadi di lapangan.

Informan RN menyebutkan bahwa setiap akan membuat kebijakan berkaitan dengan ASO, pemerintah selalu mengundang dan melibatkan *stakeholder* penyiaran. Bahkan meskipun dalam waktu yang sangat singkat harus segera ASO, informan RN mengatakan tetap mengkomunikasikan dengan *stakeholder* penyiaran. Informan HK juga mengatakan bahwa pemerintah selalu melakukan komunikasi dengan lembaga penyiaran tentang kapan waktu mereka siap untuk melaksanakan ASO. Setiap hari tim gugus tugas ASO di Kemkominfo mencatat dan menanyakan ke setiap lembaga

penyiaran tentang kapan rencana lembaga penyiaran untuk pindah ke digital. Kemkominfo memberi toleransi waktu mengingat ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh lembaga penyiaran yaitu negosiasi harga sewa mux, pembuatan dokumen kerjasama, serta penyediaan alat. Tim gugus tugas Kemkominfo berusaha untuk selalu berkomunikasi dan mencari solusi serta memediasi lembaga penyiaran yang mengalami kendala dalam melaksanakan kebijakan migrasi analog ke digital. Ada 4 pilar yang harus dilakukan komunikasi yang baik kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pilar tersebut. Pertama pilar infrastruktur, kedua pilar program siaran, pilar ketiga *set top box* atau perangkat TV digitalnya, dan yang keempat sosialisasi ke masyarakat umum. Salah satu pilar dalam pelaksanaan kebijakan ASO adalah pilar infrastruktur yaitu lembaga penyiaran televisi. Kepada lembaga penyiaran televisi pemenang *multiplexing*, tim gugus tugas intensif melakukan komunikasi untuk kesiapan perangkat agar kebijakan terlaksana dengan baik. Sedangkan kepada lembaga penyiaran televisi yang akan menjadi penyewa mux, tim gugus tugas berkomunikasi tentang dampak terhadap pekerja dan aset, sehingga mereka lebih siap untuk mengantisipasi segala hal yang menjadi kendala.

Pemerintah berupaya melakukan komunikasi yang baik dengan *stakeholder* dalam proses pembuatan kebijakan. Namun karena kebijakan yang akan dilaksanakan berkaitan dengan frekuensi yang merupakan sumber daya terbatas, maka keputusan tidak bisa menyenangkan semua pihak. Setiap menyusun kebijakan, selain faktor frekuensi, pemerintah juga mempertimbangkan faktor masukan dari industri tetapi tidak mungkin semua masukan *stakeholder* diakomodir karena pemerintah juga harus mempertimbangkan berbagai hal terkait dengan frekuensi yang bersinggungan di beberapa daerah.

C. Konsep Komunikasi Pemerintah Dalam Proses Pembuatan Kebijakan

Konsep komunikasi pemerintah dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis tentang bagaimana warga negara dan pemerintah berinteraksi. Bagaimana pemerintah memfasilitasi komunikasi dalam konteks sosial, merupakan hal

yang penting untuk diungkap dalam studi komunikasi pemerintah dalam penelitian ini. Komunikasi yang dilakukan oleh Kemkominfo dalam proses pembuatan peraturan-peraturan tentang digitalisasi televisi terestrial menurut informan dari Kemkominfo selalu dilakukan dengan mengundang rapat para perwakilan *stakeholder* terutama dari lembaga penyiaran televisi swasta. Sebelum ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, lembaga penyiaran televisi diundang dalam setiap pembuatan peraturan tentang ASO untuk pemberitahuan dan penyampaian informasi tentang ASO, berdiskusi, dan meminta masukan tentang kebijakan yang akan dikeluarkan terkait ASO. Kemkominfo sudah melibatkan lembaga penyiaran televisi sejak awal informasi akan dilakukan migrasi analog ke digital pada sekitar tahun 2005. Kemudian tahun 2009 Kemkominfo mengeluarkan *roadmap* tahapan TV digital di Indonesia setelah melalui diskusi dan FGD dengan asosiasi lembaga penyiaran televisi.

Setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah hanya untuk berdiskusi dan mendapatkan informasi tentang kesiapan lembaga penyiaran televisi untuk melaksanakan *analog switch off*. Komunikasi yang dilakukan Kemkominfo bukan lagi untuk berdiskusi dan meminta masukan tentang peraturan yang akan diterbitkan oleh menteri. Pada akhir tahun 2020 pemerintah lebih fokus untuk melaksanakan diseminasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial kepada masyarakat.

Menurut beberapa informan dari lembaga penyiaran televisi, keterlibatan mereka dalam proses pembuatan peraturan tentang ASO lebih kepada interaksi pemerintah kepada *stakeholder* untuk menyampaikan informasi tentang akan dilakukan migrasi teknologi analog ke digital. Interaksi antara Kemkominfo dengan lembaga penyiaran televisi adalah untuk menyampaikan keharusan bermigrasi karena negara luar sudah melakukan migrasi, serta frekuensi yang akan digunakan untuk persiapan telekomunikasi menuju 5G. Meskipun dalam setiap FGD yang dilakukan pemerintah bersama *stakeholder*, lembaga penyiaran televisi kerap dimintai pendapatnya tentang

peraturan yang akan dibuat, namun seringkali peraturan yang terbit berbeda dari hasil rapat bersama *stakeholder*.

Bahkan menurut salah seorang informan dari pihak swasta, pemerintah mengatakan bahwa peraturan yang dikeluarkan adalah wewenang pemerintah dan peraturan menteri merupakan domainnya pemerintah. Oleh sebab itu lembaga penyiaran merasa ada yang ditutup-tutupi dengan diberlakukannya kebijakan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia karena terkesan komunikasi yang dibangun adalah komunikasi sepihak.

Menurut informan dari lembaga penyiaran televisi, sejak tahun 2005 sudah ada konsorsium TV Digital yang terdiri dari lima stasiun televisi besar di Indonesia. Kemudian tahun 2007 dilakukan sosialisasi oleh pemerintah, namun saat itu komunikasi yang dilakukan tidak konsisten sehingga pemerintah dianggap tidak punya *blueprint* yang jelas dan ada pengaruh politik dan kepentingan pihak tertentu dalam pembuatan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial. Interaksi yang terjadi antara pemerintah dan *stakeholder* pada proses pembuatan peraturan tentang digitalisasi televisi terjadi tanpa prinsip komunikasi pemerintah yang transparan, akuntabel dan partisipatif, dan mengembangkan langkah-langkah bersama.

Disebabkan konsep komunikasi pemerintah berada diantara tradisi penelitian komunikasi politik dan hubungan masyarakat, maka komunikasi pemerintah harus mempertimbangkan berbagai kelompok pemangku kepentingan termasuk politisi, *stakeholder*, pengguna layanan atau masyarakat, kelompok minoritas, badan pengatur, dan sejenisnya.

Bahkan menteri juga diangkat berdasarkan kriteria partisan daripada kriteria profesional. Komunikasi pemerintah dapat dilihat dari tindakan atau apa yang dilakukan oleh pemerintah apa adanya untuk mempengaruhi dan mengarahkan sebuah kebijakan melalui penyediaan atau menyembunyian informasi atau pengetahuan kepada masyarakat. Definisi komunikasi pemerintah dari perspektif apa yang dilakukannya terbatas hanya melihat kegiatan yang merupakan bagian dari

komunikasi pemerintah, sebagaimana yang dilakukan dalam penelitian ini.

Komunikasi eksekutif sesungguhnya sangat kontras dengan komunikasi deliberatif yang digunakan legislatif untuk memutuskan sebuah kebijakan publik melalui penetapan hukum. Komunikasi eksekutif juga kontras dengan komunikasi yudikatif yang fungsinya membuat penilaian dalam kaitannya dengan perselisihan tentang penerapan hukum. Dalam penelitian disertasi ini, fokus uraian adalah pada komunikasi eksekutif yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Studi komunikasi pemerintah tidak boleh disamakan dengan hubungan media berita, tetapi hanya mencakup fungsi dan aktivitasnya. Singkatnya, analisis komunikasi pemerintah dengan menggunakan pendekatan strategis adalah mengeksplorasi sejauh mana komunikasi bukan hanya fungsi yang memungkinkan bagi politisi, tetapi kontribusi untuk proses pengambilan keputusan strategis bersama dengan rakyat.

Hasil analisis peneliti jika dilihat dari studi komunikasi pemerintah adalah bahwa pengambilan keputusan strategis yang dilakukan oleh Kemkominfo berkaitan dengan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia dilakukan bersama *stakeholder* dan masyarakat yang diwakili oleh KPI. Hal ini didapatkan melalui pengumpulan data wawancara mendalam dengan informan dari Kemkominfo, lembaga penyiaran televisi, dan KPI yang terlibat dalam pengambilan keputusan strategis tentang kebijakan digitalisasi televisi terestrial.

Komunikasi yang dilakukan oleh Kemkominfo memang selalu melibatkan perwakilan lembaga penyiaran televisi melalui asosiasi dan KPI, hanya saja komunikasi yang dilakukan menurut informan dari pihak swasta dan KPI, sebatas formalitas karena banyak informasi yang tidak dikomunikasikan kepada *stakeholder*. Pertanyaan dari industri penyiaran televisi mengenai peran pemerintah untuk melindungi kepentingan bisnis *stakeholder* dan permintaan agar pemerintah memberi *reward* bagi lembaga penyiaran televisi yang bermigrasi, tidak pernah dijawab oleh pemerintah. *Stakeholder* kerap diundang pada saat pembuatan peraturan menteri, tetapi peraturan yang

dikeluarkan berbeda dari keputusan rapat. Hal tersebut menyebabkan kisruh dan kebijakan tidak dijalankan oleh *stakeholder*.

Stakeholder sangat mengharapkan peran pemerintah untuk berkomunikasi secara efektif dengan industri dan masyarakat. Pada tahap proses pembuatan peraturan, benturan komunikasi yang terjadi adalah antara pemerintah dan industri, bukan dengan masyarakat. Informan dari *stakeholder* berpendapat komunikasi yang tidak efektif antara pemerintah dan industri disebabkan oleh berbagai alasan dan kepentingan.

Padahal di era demokratisasi, masyarakat luas menuntut pemerintah untuk membangun strategi komunikasi yang dapat menyikapi upaya aktif dan afirmatif untuk membuka informasi. Hal ini mencakup segala aspek informasi termasuk tentang kebijakan dan rencana kebijakan, instrumen kebijakan, dan komunikasi dalam proses pembuatan kebijakan. Dalam proses pembuatan kebijakan mengenai digitalisasi televisi terestrial, pemerintah sesungguhnya telah melibatkan pemangku kepentingan penyiaran televisi sebagaimana disampaikan oleh informan dari unsur pemerintah dalam penelitian ini. Bahwa sebenarnya dalam merumuskan kebijakan, sejak awal tim ASO Kemkominfo sudah melibatkan semua pemangku kepentingan, baik operator TV dengan skala jaringan lokal maupun lembaga yang lebih besar.

Saat Peraturan Menteri dibuat, Kemkominfo juga mengajak semua pemangku kepentingan untuk terlibat. Hanya saja, menurut salah seorang informan dari Kemkominfo, pihaknya tidak tahu mengapa ketika pemerintah sudah menetapkan operator mux, tiba-tiba muncul ketidakpuasan dari sejumlah televisi lokal. Memang pada saat lelang, menurut informan tersebut, tidak ada stasiun televisi lokal yang menang dalam proses penyelenggaraan mux. Bisa jadi kekecewaan tersebut salah satu yang menjadi penyebabnya.

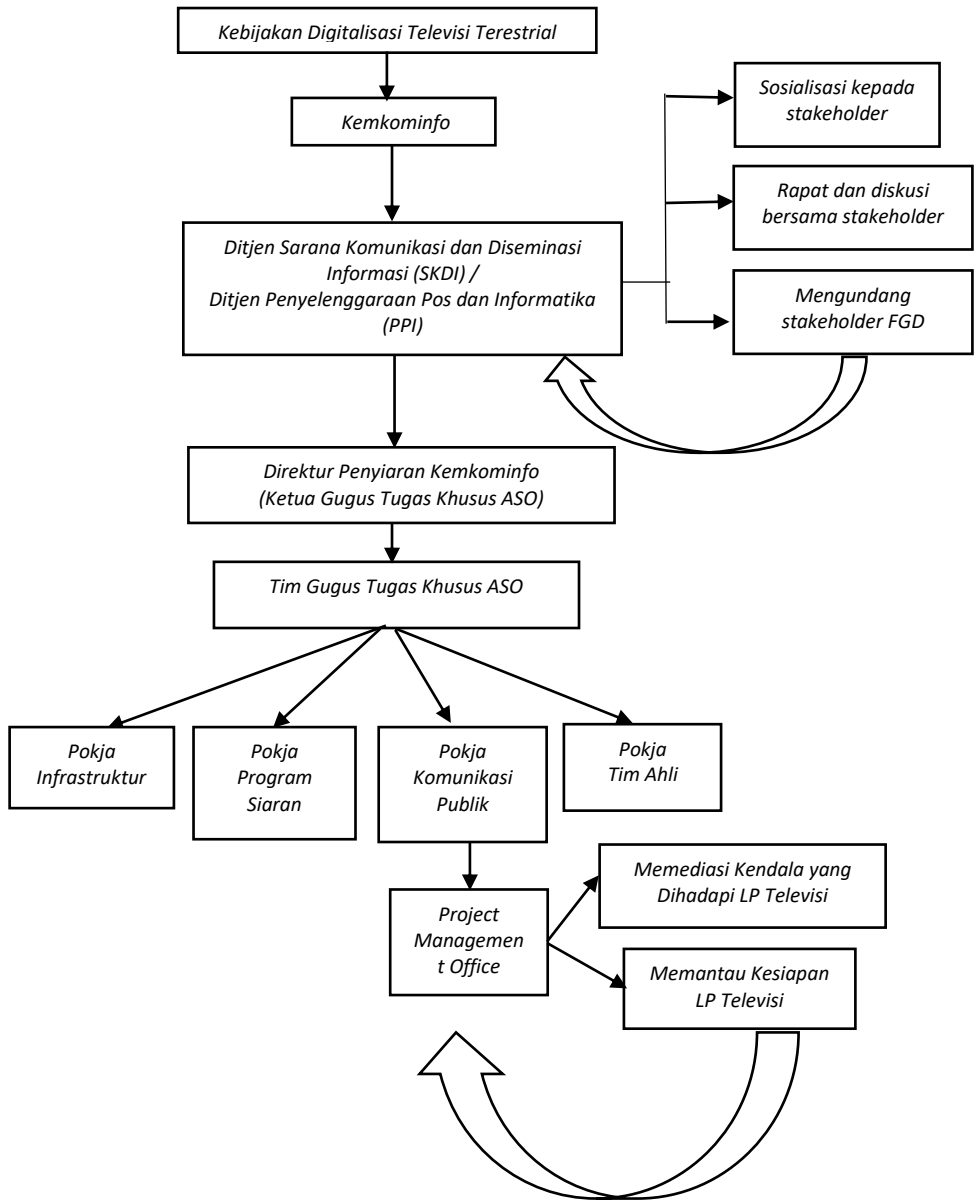
Komunikasi pemerintah sebelum ada UU Cipta Kerja menurut salah seorang informan dari pemerintah dalam penelitian ini, dilakukan dengan cara persuasif dengan menyampaikan manfaat digitalisasi kepada pemangku kepentingan penyiaran. Namun tidak semua pemangku

kepentingan penyiaran berpartisipasi sebagaimana yang terjadi hingga saat ini. Setelah adanya UU Cipta Kerja, pemerintah dalam membuat kebijakan tetap mengundang *stakeholder*, namun karena waktu yang sangat pendek yaitu dua tahun, maka diseminasi juga terus diburu.

Menurut beberapa penelitian tentang komunikasi yang dilakukan pemerintah kepada lembaga penyiaran dalam pelaksanaan digitalisasi televisi setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, lebih banyak komunikasi dan koordinasi tentang kesiapan melaksanakan proses ASO. Kendala yang dihadapi selama proses migrasi teknologi analog ke digital malah lebih banyak tentang kondisi sosial ekonomi masyarakat yang belum mampu mendukung proses penyiaran digital yang ditandai dengan sulitnya memperoleh penyiaran digital dengan harga yang relatif murah (Sjuchro, Fitri, Amdan, Yusanto, & Khoerunnisa, 2023).

Sulitnya masyarakat memperoleh penyiaran digital dengan harga relatif murah ini salah satu akibat dari komunikasi pemerintah kepada lembaga penyiaran televisi yang masih belum transparan mengenai ketersediaan *set top box* bagi masyarakat miskin. Koordinasi dan komunikasi yang baik sangat penting dilakukan agar kebijakan yang dirancang dapat terlaksana sesuai target yang ditetapkan.

D. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Proses Pembuatan Kebijakan Digitalisasi Televisi



Bagan 1. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Proses Pembuatan Kebijakan Digitalisasi Televisi
Sumber : Temuan Penelitian, 2023

Pada bagan 1. dijelaskan bahwa kebijakan digitalisasi televisi terestrial di Indonesia pada periode sebelum ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, dikomunikasikan kepada *stakeholder* dengan cara FGD, rapat dan diskusi oleh SKDI Kemkominfo. *Feedback* yang diperoleh adanya penolakan dari *stakeholder* hingga ada peraturan menteri yang dibatalkan pada 2011 karena gugatan dari *stakeholder*. Setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, komunikasi dilakukan oleh tim gugus tugas khusus ASO Kemkominfo yang dibentuk setelah UU Cipta Kerja disyahkan. Tugas untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang kebijakan ini dilakukan oleh tim komunikasi publik gugus tugas khusus ASO Kemkominfo.

BAB VII

KOMUNIKASI PEMERINTAH DALAM SOSIALISASI KEBIJAKAN

A. Komunikasi Pemerintah Kepada Masyarakat

Pada tahap sosialisasi kebijakan, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang merupakan lembaga negara independen yang menjembatani antara masyarakat dengan institusi pemerintah dan *lembaga* penyiaran, berusaha memberi masukan kepada pemerintah agar kepentingan masyarakat akan penyiaran tidak terabaikan. Dalam wawancara mendalam yang dilakukan kepada informan MR yang pernah menjabat sebagai Ketua KPI periode tahun 2012 hingga 2013, diketahui bahwa sebagai Ketua KPI saat itu, ia sempat mengkhawatirkan ketersediaan *set top box* untuk masyarakat miskin dan harus ada edukasi tentang cara pemasangannya kepada masyarakat.

Menurutnya, seharusnya bukan saja dari segi kemanfaatan dan kenyamanan yang dipikirkan, tapi ketersediaan *set top box*, bagaimana masyarakat bisa tahu cara pasang *set top box*, serta bagaimana model komunikasi yang harus dikembangkan kepada masyarakat, juga harus dipikirkan. Meskipun saat menjabat sebagai komisioner KPI, dirinya pernah beberapa kali diundang rapat bersama dan diajak diskusi oleh Kemkominfo, namun menurut informan MR, ajakan tersebut hanya sebagai prasyarat untuk keterwakilan publik atau keterwakilan lembaga membicarakan tentang kebijakan, sedangkan semua bahan sudah jadi dan selesai dibuat oleh Kemkominfo saat itu. KPI saat itu juga diminta untuk membuat *roadmap* kaitannya dengan digital, tapi pada waktu itu KPI belum siap untuk membuat semacam *grand desain* atau masukan terhadap masalah digital.

Informan MR berpendapat bahwa cara komunikasi pemerintah seharusnya berorientasi pada kepentingan publik, bukan sekedar mempertimbangkan manfaat dari ketersediaan frekuensi untuk kebutuhan telekomunikasi semata. Pemerintah seharusnya memiliki cara kampanye yang bagus untuk televisi digital. Cara komunikasi pemerintah harus direkonstruksi

kembali dimana harus dikaitkan dengan kepentingan publik, dan menempatkan terminologi penyiaran digital itu tidak hanya tentang frekuensi digital. Bukan hanya aspek televisi dan frekuensinya dan bukan hanya tentang aspek distribusinya yang harus dipikirkan. Komunikasi yang dilakukan pemerintah dalam sosialisasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial menurut informan MR didominasi oleh Kemkominfo. Komunikasi kepada masyarakat dalam rangka sosialisasi yang dilakukan Kemkominfo menurutnya, berjalan sendiri sehingga tidak sampai kepada seluruh masyarakat di daerah. Dalam menangani persoalan penyiaran, frekuensi itu salah satu *tool* (alat). Di dalam penyiaran itu ada bisnis dan kepentingan publik.

Komisioner KPI daerah yang diwawancara tentang hal ini juga berpendapat serupa. Informan AR menyangkan informasi tentang kebijakan digitalisasi televisi tidak menjadi isu besar di daerah. Menurut informan AR, sejak tahun 2011 isu tentang TV digital tidak terdengar gaungnya di daerah. Tahapan waktu tentang kapan masyarakat di daerah tidak bisa lagi menyaksikan siaran analog, tidak pernah ada informasi yang diberikan secara detail. Sangat sedikit sekali berita-berita tentang migrasi televisi analog ke digital di daerah dan tidak secara khusus diberitakan. Padahal menurutnya, jika dikaitkan dengan perkembangan teknologi, walaupun tinggal di daerah perbatasan tapi adalah hak semua orang untuk menikmati kecanggihan teknologi secara digital.

Menurut informan AR, dirinya mendapat informasi tentang digitalisasi televisi, dari berita-berita *online* di internet. Pemerintah tidak melakukan sosialisasi dalam lingkup yang luas hingga ke daerah sehingga gaung tentang kebijakan tersebut tidak terdengar di masyarakat daerah. Menurutnya, sosialisasi yang dilakukan pemerintah memang dilakukan, tapi tidak pernah mencapai lingkup yang luas. Lebih banyak yang tidak tahu daripada yang mengetahuinya. Beberapa berita yang disampaikan lewat media *online* menurutnya tidak terlalu detail. Masyarakat cuma tahu wacana bahwa ada migrasi teknologi analog ke digital, tapi tidak mengetahui detail.

Dilain pihak, informan dari pemerintah mengatakan bahwa mereka telah menerapkan strategi komunikasi publik dalam rangka sosialisasi kebijakan digitalisasi televisi terrestrial. Tim gugus tugas khusus ASO Kemkominfo yang dibentuk setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, membagi tugas kepada tim pokja komunikasi publik untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang TV digital. Informan RN dari Kemkominfo menyebutkan bahwa pokja komunikasi publik menerapkan tiga tahapan pekerjaan yaitu *awareness*, *engagement*, dan *call to action*. Tahapan ini mulai dilakukan tim pokja komunikasi publik sejak Januari 2021 karena UU Cipta Kerja disahkan di akhir tahun 2020 yaitu pada bulan November 2020. *Awareness* diterapkan karena di dalam UU Cipta Kerja mengamanatkan bahwa TV analog harus diberhentikan atau dimatikan, diberi waktu dua tahun sejak ditandatangani yang jatuhnya pada tanggal 2 November 2022. Sebelum dua tahun tersebut, tim gugus tugas sudah harus bergerak. Tim gugus tugas mulai bergerak sejak bulan Januari tahun 2021. Upaya yang pertama dilakukan yaitu pengenalan tentang adanya UU Cipta Kerja yang merupakan landasan hukum. Setelah itu urgensi mengapa harus beralih ke TV digital, kemudian pengenalan kepada masyarakat.

Tahapan yang kedua menurut informan RN, pokja komunikasi publik mengharapkan keterlibatan masyarakat agar mau melakukan pembelian *set top box* setelah mendapatkan informasi tentang TV digital. Ketika masyarakat sudah tahu, maka mereka harus terlibat. Karena tujuannya adalah masyarakat melaksanakan apa yang ada di dalam komunikasi publik yang sudah disusun oleh tim gugus tugas. Komunikasi dilakukan kepada masyarakat agar tidak khawatir TV lama yang berupa TV tabung atau TV yang masih analog tidak perlu diganti, namun bisa tetap digunakan sebagai TV digital hanya dengan menambah *set top box*. Dengan begitu, masyarakat banyak yang kemudian *engagement*. Itu artinya mereka membeli *set top box* secara mandiri. Namun juga pemerintah menyediakan *set top box* untuk masyarakat yang kurang mampu. Jadi pemerintah bersama penyelenggara mux itu menyediakan *set top box* yang nantinya akan dibagikan. Sedangkan *call to action*, masyarakat

betul-betul memasang *set top box* dan bisa *setting* sendiri *set top box* tersebut.

Hal senada juga dijelaskan oleh tim gugus tugas khusus ASO Kemkominfo, HK. Menurut informan HK, strategi pertama yang dilakukan dalam rangka memberi informasi kepada masyarakat adalah *awareness*. Berdasarkan beberapa hasil survei yang telah dilakukan menurut HK, masyarakat sudah mengetahui tentang akan migrasinya teknologi siaran televisi dari analog ke digital, tapi belum ada niat untuk membeli *set top box* secara mandiri. Masyarakat setuju dengan TV digital karena siaran akan lebih jernih dan bersih, tapi belum punya keinginan untuk melakukan perpindahan dengan segera.

Menurut Informan HK, faktor penyebab sosialisasi ada dua hal, pertama sosialisasi yaitu *awareness*, kedua bagaimana *awareness* menjadi keingintahuan masyarakat akan TV digital tapi masyarakat mau pindah. Ini adalah dua hal yang berbeda. Namun yang menjadi persoalan adalah banyak masyarakat yang tahu tapi belum mau pindah. Salah satu hasil survei tim gugus tugas, *approval* masyarakat tinggi, tapi masih kurang *awareness*. Masyarakat mengetahui tentang bersih, jernih, canggih, tapi ketika ditanya kapan akan pindah ke TV digital, rata-rata mengatakan nanti, ketika sudah ada uang. Masyarakat belum antusias untuk membeli *set top box* karena banyak yang kecewa dengan kualitas TV digital yang belum optimal. Bahkan di beberapa wilayah, siaran TV digital tangkapannya kadang hilang tiba-tiba dengan informasi di layar televisi 'tidak ada signal'. Penyebabnya karena perangkat multipleksing yang belum optimal, atau masih optimalisasi. Selain itu, karena penggunaan frekuensi tidak bisa menggunakan daya maksimal karena akan mengganggu siaran analog. Hal ini banyak terjadi di pulau Jawa.

Informan HK juga menambahkan, pemerintah masih menahan diri untuk menginformasikan tentang *set top box* gratis bagi masyarakat miskin karena data yang belum akurat dan belum menemukan format yang tepat untuk teknis pembagian *set top box*. Meskipun data sudah ada, namun masih dipikirkan cara membagikan *set top box* agar tepat sasaran dan benar-benar terpasang. Kemkominfo sudah berkoordinasi dengan

Kemensos untuk mendapatkan data masyarakat miskin. Namun, data masyarakat miskin yang ada di Kemensos bukan data masyarakat miskin yang memiliki pesawat televisi. Hal ini yang menurut Pemerintah sangat berhati-hati untuk mempersiapkannya sehingga masyarakat banyak yang bertanya kapan *set top box* turun. Mengenai adanya artikel bahwa untuk mendapatkan *set top box* bisa mendaftar, dari sisi pemerintah disebutkan bahwa data yang akan mendapatkan *set top box* sudah diperoleh dari Kementerian Sosial. Kemensos sudah melakukan verifikasi dari Dinas Kabupaten naik ke Provinsi, sehingga data yang diperoleh oleh tim gugus tugas sudah pasti masyarakat yang benar-benar layak untuk menerima bantuan *set top box*. Data dari Kemensos yang akan digunakan oleh Kemkominfo adalah data terbaru yang sudah di-*update*. Namun penghitungan yang dilakukan oleh tim gugus tugas baru bersifat asumsi bahwa semua masyarakat miskin memiliki televisi analog. Untuk pemasangan *set top box*, petugas yang memberikannya diminta untuk memastikan apakah *set top box* bisa terpasang atau tidak. Namun, tim gugus tugas tidak bisa mengkomunikasikannya untuk menghindari spekulasi di masyarakat dan berita *hoax*. Setelah semuanya benar-benar rapi dan siap, baru diumumkan.

Informan WM yang juga dari unsur pemerintah menyebutkan bahwa pemerintah sesungguhnya sudah berusaha memberikan informasi kepada masyarakat dengan menjalankan fungsi diseminasi agar masyarakat bisa memahami tentang TV digital. Pemerintah sangat mengharapkan masyarakat siap untuk mengikuti perkembangan teknologi di bidang penyiaran.

Sedangkan dari hasil pengumpulan data dokumentasi tentang *set top box* yang diperoleh peneliti, mengutip berita dari portal Antara Sumsel tanggal 19 Maret 2023 berjudul 'Penghentian Siaran TV Analog di Palembang 31 Maret 2023', diberitakan bahwa Ketua Gugus Tugas Migrasi Analog ke Digital, Geryantika Kurnia mengatakan bahwa kesiapan penjualan *set top box* bagi masyarakat yang membeli mandiri telah dikoordinasikan dengan Kementerian Perdagangan dan Gabungan Perusahaan Industri Elektronik dan Alat-alat Listrik Rumah Tangga Indonesia (GABEL) agar suplai *set top box* terjaga

dalam harga yang stabil. Posko bantuan juga disiapkan untuk rumah tangga miskin yang memenuhi kriteria namun belum mendapatkan *set top box*.

Berdasarkan hasil penelitian (Sjuchro et al., 2023) ditemukan bahwa strategi sosialisasi yang dilakukan pemerintah belum sepenuhnya dapat meningkatkan kesiapan masyarakat. Kerjasama inklusif antara pemerintah dan non-pemerintah, kelembagaan dan hubungan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah harus dioptimalkan untuk mencapai target. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa sosialisasi yang dilakukan kepada masyarakat khususnya di Banten, sangat kurang. Sosialisasi hanya dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika sedangkan pemerintah provinsi, kabupaten/kota, KPI, dan KPID tidak memiliki ruang anggaran untuk sosialisasi tentang TV Digital.

Menurut informan HK, untuk mengetahui apakah informasi tentang kebijakan digitalisasi televisi terestrial sudah sampai ke masyarakat, Kemkominfo telah melakukan survei sebanyak tiga kali sejak tahun 2020 hingga tahun 2021. Survei pertama dilakukan bekerjasama dengan Litbang Kompas pada pertengahan tahun 2020 sebelum adanya dasar hukum UU Cipta Kerja dan survei dilakukan secara nasional. Kemudian pada tahun 2021 dilakukan sebanyak dua kali survei untuk setiap daerah yang akan mengalami ASO. Kecenderungannya diantara tiga penelitian itu polanya hampir sama. Namun disebutkan bahwa ada peningkatan dari segi pengetahuan. Pengetahuan masyarakat tentang TV digital pada bulan Juni 2021 hanya sekitar 29 koma sekian persen. Pada bulan Agustus yang kemudian diundur karena faktor PPKM, pemberitaan di media sangat *massive*, yang membuat kenaikan lumayan signifikan sehingga *awareness* dibawah 50%. Data yang tak kalah penting adalah mengenai kesiapan masyarakat menghadapi digital. Pada bulan September 2021, *take-up* nya sampai 20%. Dimana pada bulan September - Oktober 2021 dibuat dua penelitian. Pertama penelitian yang dilakukan oleh Kominfo, kemudian penelitian yang dilakukan secara independen oleh Litbang Kompas. Hasil penelitian oleh Litbang Kompas menunjukkan tidak sampai 20% masyarakat yang sudah menonton TV digital.

Informan RN juga menyebutkan bahwa telah dilakukan survei tentang *awareness* masyarakat terhadap kebijakan tentang TV digital yang hasil terakhirnya ditemukan sekitar 46% masyarakat sudah mengetahui tentang TV digital. Ketika survei pertama dilakukan pada bulan Mei hingga Juni, masyarakat yang mengetahui tentang TV digital dibawah 20%. Pada bulan November setelah dilakukan penelitian kembali, mencapai 46%. Sedangkan hasil penelitian dari Litbang Kompas, masyarakat yang mengetahui adalah mencapai 49.

Menurut tim gugus tugas, yang paling berkepentingan terhadap keberhasilan migrasi televisi digital adalah stasiun televisi atau lembaga penyiaran. Jika masyarakat tidak pindah atau tidak siap, yang paling berdampak adalah stasiun televisi karena akan kehilangan pangsa yang cukup besar. Meski begitu, menurut informan HK dari pemerintah tidak kan lepas tangan dan tetap berusaha untuk menyiapkan segala sesuatu karena merupakan tanggung jawab pemerintah untuk tercapainya sebuah kebijakan. Namun pemerintah sangat butuh kerja sama dari lembaga penyiaran dengan menyediakan waktu untuk melakukan sosialisasi melalui televisi. Masyarakat cenderung menginginkan informasi dari layar kaca, kemungkinan karena pada saat survei dilakukan, Indonesia sedang dalam kondisi pandemi Covid-19. Tapi secara umum hasil survei menunjukkan bahwa masyarakat menginginkan informasi dari televisi. Informan HK juga membandingkan dengan negara luar yang juga melakukan sosialisasi melalui siaran televisi. Ada yang memasang logo maskotnya, ada yang menempatkan di pojok kanan atau kiri. Di Singapura, ada Hub analog, dan ada Hub digital. Jadi masyarakat sudah bisa membedakan mana Hub analog, mana Hub digital. Kemudian ada juga dengan *running text*, dan yang paling dominan itu *squeeze time*. Semakin mendekati tanggal ASO, masyarakat dibuat semakin tidak nyaman dengan menonton TV analog, karena di *squeeze time* ditampilkan cara-cara untuk memasang *set top box* yang mungkin mengingatkan kembali mengenai jadwal ASO.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, hal yang sama seperti yang disebutkan oleh informan HK juga telah dilakukan oleh lembaga penyiaran televisi di Indonesia. Tampilan siaran

televisi Indonesia sejak tahun 2020 telah menampilkan maskot siaran digital Indonesia (MODI) di pojok kiri atas layar televisi. *Tagline* 'Bersih, Jernih, Canggih' dan iklan layanan masyarakat tentang teknis mendapatkan siaran digital telah pula dikampanyekan setiap hari di layar televisi. Bentuk dan isi kampanye publik tentang televisi digital diprakarsai oleh tim kreatif masing-masing lembaga penyiaran televisi karena format kampanye tentang televisi digital masing-masing televisi terlihat berbeda.



Gambar 5. Maskot Siaran Digital Indonesia Bernama MODI

Sumber: <https://siarandigital.kominfo.go.id/>

Dari hasil pengumpulan data dokumentasi peneliti, informasi di website www.kominfo.go.id, data AC Nielsen pada Desember 2022 menunjukkan bahwa penonton TV digital di Indonesia mengalami peningkatan setelah *analog switch off* (ASO) secara bertahap dilaksanakan. Perbandingan penonton TV digital pada November dan Desember 2022 mengalami peningkatan 5 hingga 24 persen di 11 kota dimana survei dilakukan. Survei yang dilakukan di kota Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Surakarta, Denpasar, Medan, Makassar, Palembang, dan Banjarmasin mengalami peningkatan penonton TV digital. Namun peningkatan tertinggi adalah DKI Jakarta dan sekitarnya (Jabodetabek) yang menjadikan meningkatnya penjualan *set top box* (STB).

Mengenai pembagian *set top box* yang selalu dikhawatirkan oleh beberapa informan dalam penelitian ini, informasi yang tertulis dalam *website* Kemkominfo bahwa sampai tanggal 12 Januari 2023 tercatat realisasi distribusi *set top box* gratis oleh penyelenggara mux kepada keluarga miskin masih sebesar 5,7 persen. Menurut catatan Kemkominfo, sekitar 4 juta lebih *set top box* belum didistribusikan kepada keluarga miskin oleh pihak swasta. Tertulis dalam berita tersebut, *set top box* yang sudah disalurkan ke masyarakat lebih banyak berasal dari bantuan pemerintah. Pihak swasta pemenang mux yang memberikan bantuan *set top box* kepada keluarga tak mampu terdiri dari grup SCM/EMTEK (SCTV dan Indosiar), MNC (RCTI dan Global TV), grup Trans Media (Trans TV dan Trans7), Media Group (Metro TV), RTV, Viva Group (ANTV dan TVOne), dan Nusantara TV.

Selain berjanji untuk memberikan bantuan *set top box* kepada masyarakat miskin, lembaga penyiaran televisi swasta pemenang mux juga selalu mengkampanyekan tentang TV digital kepada pemirsanya. Salah satu poster kampanye TV digital yang peneliti dapatkan melalui pengumpulan data dokumentasi dan observasi seperti gambar di bawah ini:



GTV

UNTUK G-TIZEN DI **WILAYAH BANGKA, SUMATERA, KALIMANTAN, SULAWESI, MALUKU, NTB, NTT DAN PAPUA**
 AYO BERALIH KE SIARAN DIGITAL GTV
 SEBELUM **31 JULI 2023** PUKUL 24.00 WIB!

SAMARINDA	➡	27 UHF
MATARAM	➡	35 UHF
MANADO	➡	35 UHF
PALU	➡	44 UHF
TANJUNG SELOR	➡	47 UHF
KUPANG	➡	35 UHF
GORONTALO	➡	37 UHF
MAMUJU	➡	37 UHF
AMBON	➡	39 UHF
MANOKWARI	➡	34 UHF
JAYAPURA	➡	37 UHF
KENDARI	➡	36 UHF
TERNATE	➡	40 UHF
MERAUKE	➡	28 UHF

LAKUKAN LANGKAH INI JIKA TAYANGAN GTV KAMU BERMASALAH:

1. SCAN ULANG STB
2. CEK SAMBUNGAN KABEL ANTENA & ARAH ANTENA
3. HUBUNGI HELP DESK

GTV LAYANAN SOLUSI TV DIGITAL
 0856 9003 900

Gambar 6. Kampanye GTV

Sumber: WA Group Komunitas DVBT2 Indonesia

Mengenai komunikasi pemerintah kepada masyarakat tentang pembelian *set top box* yang harus bersertifikasi Kominfo, menurut informan HK, hal tersebut hanya sekedar himbauan, bukan kewajiban. Hal itu dilakukan demi melindungi konsumen karena dijamin akan aman dengan adanya garansi. Jika merujuk undang-undang, semua perangkat yang diproduksi dan diperdagangkan, harus disertifikasi karena barang yang sudah disertifikasi Kominfo pasti aman secara kelistrikan kemudian juga secara teknologi sudah sesuai standar DVBT-2, dan rentang frekuensi juga sesuai. Selain itu, fitur *early warning system* atau peringatan dini kebencanaan juga sudah sesuai standar.

B. Komunikasi Gugus Tugas ASO Menyampaikan Kebijakan

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh tim gugus tugas Kemkominfo dalam menyampaikan kebijakan digitalisasi televisi terestrial melalui tiga tahapan yaitu *awareness*, *engagement*, dan *call to action*. Strategi ini direncanakan dan dilaksanakan oleh tim gugus tugas khusus ASO Kemkominfo khususnya kelompok kerja komunikasi publik. Strategi ini digunakan oleh pokja komunikasi publik untuk menyampaikan tentang kebijakan migrasi teknologi televisi dari analog ke digital kepada masyarakat.

Menurut informan dari Kemkominfo, RN, strategi untuk memunculkan *awareness* di masyarakat adalah dengan memberikan informasi tentang adanya UU Cipta Kerja yang merupakan landasan hukumnya. Kemudian tim komunikasi publik ASO memberikan informasi tentang urgensi kenapa harus beralih ke TV digital serta hal-hal yang elementer untuk menumbuhkan *awareness* kepada masyarakat. Setelah itu dilakukan *engagement* dengan membuat konten-konten dengan menghimpun data dan informasi. Produksi konten tersebut dilakukan melalui berbagai *platform* yaitu media cetak, media audio dan media audio visual serta media sosial. Setelah itu didistribusikan. Untuk pendistribusian, ada tiga hal yang dipergunakan. Yang pertama strategi *above the line*. *Above the line* untuk program-program yang ditayangkan melalui media *mainstream*. Yang kedua adalah strategi distribusi konten melalui *through the line*. *Through the line* dilakukan melalui berbagai platform digital seperti *instagram*, *tweeter*, *youtube*, *facebook* dan lain sebagainya. Kemudian yang ketiga adalah *below the line*. *Below the line* merupakan strategi komunikasi dengan berbagai kegiatan misalnya media luar ruang, melalui *billboard*, melalui *banner*, kemudian *branding* mobil, *branding* kereta api. Kemudian juga e-media dengan menayangkan video-video di mini *market*, bandara dan lain sebagainya.

Disebabkan UU Cipta Kerja yang mengatur tentang keharusan ASO disyahkan pada tahun 2020 saat Indonesia masih pandemi Covid-19, maka tim gugus tugas ASO

Kemkominfo melakukan sosialisasi melalui webinar dengan menggunakan aplikasi *zoom meeting*. Untuk meningkatkan *awareness* dan *engagement* masyarakat di daerah, tim pokja komunikasi publik ASO juga membuat program pertunjukan rakyat secara virtual yang ditayangkan di Kominfo TV. Sosialisasi berjalan secara gencar baik melalui media sosial dan media TV, dengan menggandeng semua TV untuk bekerja sama sinergi dengan tim komunikasi publik dengan memproduksi iklan layanan masyarakat satu menit dan disiarkan. Disebabkan pandemi Covid-19 belum selesai, maka saat itu pertunjukan rakyat dilakukan secara virtual dan tidak secara langsung. Bisa ditonton di Kominfo TV, Pertunjukan Rakyat Virtual ASO. Disebabkan pengguna TV di Indonesia jumlahnya 44 juta dan mayoritas menengah ke bawah, pendekatan yang dilakukan dengan menggunakan tokoh-tokoh daerah dan seniman-seniman daerah. Di tengah pertunjukan ada dialog dengan pendekatan lokal. Selain itu juga dilakukan pembuatan buku *leaflet*, *sticker*, *goodybag*, dan lain-lain.

Mengenai sosialisasi dengan mengadakan pertunjukan rakyat untuk menyasar masyarakat di daerah dan kalangan bawah, juga disampaikan oleh informan HK. Menurutnya, karena terkait ASO banyak istilah-istilah yang sangat teknis dan kurang dimengerti masyarakat, maka sosialisasi dilakukan dengan menggunakan bahasa daerah agar mudah dipahami oleh masyarakat di daerah. Pertunjukan daerah pernah diisi oleh almarhumah Mbah Minto yang punya 2 juta *follower* di sekitar pulau Jawa. Hal ini dilakukan tim gugus tugas untuk menjangkau segmen masyarakat tertentu.

Kondisi pandemi Covid-19 pada tahun 2021 menyebabkan tim gugus tugas harus mengadakan sosialisasi hanya lewat aplikasi *zoom meeting* dan media sosial, membuat hasil survei oleh litbang Kompas tentang sosialisasi kebijakan TV digital menemukan pola komunikasi yang dijalankan pemerintah masih bersifat elitis. Informan HK mengakui kekurangan tersebut karena pembatasan PPKM saat pandemi Covid-19. Informan HK mengatakan akan mengubah pola komunikasi dengan lebih banyak melibatkan lembaga penyiaran

televisi dan vendor-vendor untuk sama-sama mengkampanyekan tentang TV digital.

Hasil penelitian Kompas bulan Oktober 2021 ditemukan bahwa pola komunikasi yang dilakukan oleh Kominfo masih elitis, yaitu masih lebih banyak di media sosial dan menysasar kalangan berpendidikan. Namun, mengkampanyekan kebijakan ini bukan hanya beban pemerintah, tapi juga beban *stakeholder* yaitu lembaga penyiaran televisi dan vendor-vendor agar masyarakat mendapatkan informasi yang lebih banyak dan beragam. Pola-pola komunikasi yang diterapkan kemudian tidak hanya melalui media massa, tetapi juga melalui penjual elektronik televisi.

Menurut informan RN, berbagai strategi yang dilakukan oleh pokja komunikasi publik dalam rangka memberikan informasi kepada masyarakat hingga akhirnya masyarakat mau membeli *set top box*, dilakukan secara *massive* dan pro aktif. Belakangan, diseminasi yang dilakukan lebih provokatif mengingat *deadline* sesuai UU hanya memberi waktu selama dua tahun. Sosialisasi dilakukan secara *massive* dan pro aktif serta provokatif. Provokatif dilakukan dengan mengajak masyarakat untuk benar-benar dengan narasi-narasi yang lebih tegas, bahwa tanggal 30 April untuk tahap pertama, bahwa 59 daerah akan diberhentikan siaran TV analognya. Kemudian kepada lembaga penyiaran, bahwa jika lembaga penyiaran tidak ikut dalam sosialisasi, akan kehilangan penontonnya. Pemerintah betul-betul telah siap menghadapi pelaksanaan ASO 2 November 2022.

Selanjutnya, sosialisasi dilakukan dengan melibatkan berbagai elemen masyarakat, pelajar, dan komunitas-komunitas peduli TV digital.

Hal senada juga disampaikan oleh informan WM. Menurutnya, pemerintah, lembaga penyiaran, dan masyarakat secara bersama-sama punya tanggung jawab agar kebijakan ini bisa terlaksana dengan baik. Sosialisasi tidak hanya menjadi tanggung jawab Kominfo, tapi lembaga penyiaran juga. Tanggung jawab tersebut harus dibagi. Sudah dibuat kesepakatan pembagian wilayah, pembagian tugas, termasuk pembagian *set top box* bagi warga miskin. Sejak disyahkan UU

Cipta Kerja, ada RPP atau PP, Peraturan Menteri. Satu sisi pemerintah, dalam hal ini Kominfo, kemudian sisi yang kedua adalah lembaga penyiaran yang punya tanggung jawab, dan yang ketiga masyarakat sendiri. Dengan demikian sosialisasi tidak hanya dilakukan oleh Kominfo saja, tapi juga oleh Lembaga Penyiaran Swasta dan TVRI juga. Sehingga tanggung jawab harus dibagi. Kominfo telah melakukan koordinasi cukup panjang dan intens dengan lembaga penyiaran publik. Sudah ada kesepakatan tentang pembagian wilayah, pembagian tugas, termasuk pembagian *set top box* bagi warga miskin. Karena penyiaran bukan urusan *private* dan penyiarannya tidak berbayar, sehingga yang dibagi itu adalah *set top box* yang pengadaannya oleh masyarakat sendiri bagi yang mampu. Bagi yang tidak mampu oleh lembaga penyiaran swasta.

Informan HK mengatakan bahwa pemerintah berharap dengan adanya kerjasama antara pemerintah, *stakeholder* dan masyarakat, maka ASO dapat dilaksanakan secara bertahap sejak awal, agar tidak terjadi polemik di ujung waktu saat mendekati *deadline* pelaksanaannya. Pemerintah berharap tidak ada penumpukan di ujung untuk menghindari polemik. Masyarakat belum beli *set top box* karena sosialisasinya kurang, artinya terjadi kelangkaan *set top box* di pasar. Itu satu hal yang tidak diinginkan oleh pemerintah.

C. Komunikasi Pemerintah Pusat dan Daerah Menyampaikan Kebijakan Digitalisasi Televisi

Komunikasi yang terjadi antara pemerintah pusat dan daerah dalam menyampaikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terrestrial menurut informan dari unsur pemerintah, WM, dilakukan dengan berkoordinasi antara pusat dan daerah, antara kementerian dan lembaga. Namun karena untuk melaksanakan sebuah program harus ada anggaran yang jelas, maka koordinasi terkadang terkendala masalah pendanaan yang berbeda-beda peruntukannya. Dari sisi kementerian, Kemendagri ikut *memback-up*. Untuk bupati, gubernur, walikota, koordinasinya ke Kemendagri dalam hal menentukan anggaran, aktivitas, dan program. Dari sisi konten komunikasi dan strategi komunikasi, dari KSP dan Kominfo.

Tantangan yang dihadapi dalam sosialisasi kebijakan adalah koordinasi antara pusat dan daerah, serta antara kementerian karena ada undang-undang yang mengaturnya. Menurut informan WM, meskipun program ini menjadi tanggung jawab Kemkominfo sebagai pemerintah, karena kebijakannya sesuai undang-undang harus dilaksanakan oleh eksekutif, tetapi pelaku yang akan melaksanakan kebijakan tersebut adalah pihak swasta, sehingga lembaga penyiaran televisi juga harus ikut bertanggung jawab. Disebabkan kementerian menjadi *leader* untuk kebijakan ini adalah Kemkominfo, maka anggarannya melekat di Kemkominfo. Namun bukan berarti Diskominfo di daerah tidak mau terlibat, karena kebijakan ini menyangkut kenyamanan masyarakat di daerah untuk dapat menikmati siaran televisi yang bersih tanpa berbayar.

Disebabkan Kemkominfo dan Diskominfo memiliki anggaran yang berbeda, Kemkominfo anggarannya dari APBN dan Diskominfo anggarannya dari APBD, dan Kemkominfo bukan atasan dari Diskominfo, maka program untuk pelaksanaan sebuah kegiatan tergantung pada kebijakan pimpinan daerah masing-masing. Jadi bukan kurang sosialisas, tapi karena Kemkominfo sama Diskominfo anggarannya berbeda. Kemkominfo anggarannya dari APBN, Diskominfo anggarannya dari APBD. Sehingga Kemkominfo bukan atasan dari Diskominfo. Sehingga ada Diskominfo yang sangat maju karena gubernurnya tahu mengalokasikan APBD, tapi juga ada yang agak lambat, bisa jadi karena Diskominfo punya derajat keberpihakan pada komunikasi publiknya beda dengan yang lain.

Sementara informan HK menyebutkan, disebabkan tidak ada keterkaitan yang hirarki antara Kemkominfo dengan Diskominfo di daerah, serta tidak ada kewenangan pusat kepada daerah terutama untuk masalah anggaran, maka program yang dilaksanakan ketika implementasi kebijakan menjadi isu yang banyak diangkat. Disebabkan filosofi UU Penyiaran adalah pengaturan frekuensi, karena pengaturan frekuensi itu hegemonis, jadi harus secara terpusat. Jadi pemerintah selalu menjalin komunikasi dengan pemerintah daerah dengan cara melakukan rapat-rapat ketika turun ke lapangan dengan

melibatkan Diskominfo daerah. Tapi karena tidak ada keterkaitan yang hirarki antara Kemkominfo dengan dinas di daerah, serta tidak ada kewenangan Kemkominfo terhadap dinas di daerah, maka hal ini menjadi isu dalam hal penganggaran. Dinas di daerah jika mau melakukan sosialisasi maka harus menyediakan anggaran sendiri.

Selain tidak adanya hubungan hirarki antara pusat dan daerah terutama dalam hal program dan anggaran, biaya untuk pelaksanaan sebuah program juga tergantung prioritas. Menurut informan HK, prioritas *budget* pada tahun 2022 lebih banyak dialokasikan untuk masa pemulihan pandemi. Tapi HK berpendapat, sebenarnya komunikasi tidak harus selalu menggunakan biaya. Tapi akibatnya ada segmen-segmen masyarakat yang tidak bisa terjangkau dengan sosialisasi tatap muka yang menyebabkan hasil survei menunjukkan ada sekitar 30% masyarakat menginginkan penjelasan tatap muka. Oleh sebab itu pemerintah meminta agar lembaga penyiaran ikut aktif mensosialisasikan kebijakan ini. Komunikasi publik pemerintah harus bersaing dengan banyak isu, seperti pemulihan ekonomi nasional, edukasi untuk Pemilu. Komunikasi publik di pemerintahan, dari sisi *budgeting* harus tarik ulur mengenai agenda prioritas. Dinamika ini juga terjadi di pemerintah daerah. Untuk itu, Kemkominfo berusaha menggunakan berbagai metode komunikasi. Oleh karena itu Kemkominfo mendorong agar lembaga penyiaran aktif untuk mensosialisasikan kebijakan ini.

Informan HK juga mengatakan bahwa pemerintah sesungguhnya berharap keterlibatan banyak pihak untuk ikut mensosialisasikan kebijakan televisi digital, termasuk masyarakat, komunitas-komunitas, untuk secara bersama-sama mewujudkan kebijakan ini. Pemerintah juga masih terus mencari dan meminta masukan tentang pola komunikasi yang baik dalam implementasi kebijakan digitalisasi televisi terrestrial agar informasi tersampaikan dengan baik kepada semua pihak dan pelaksanaannya menjadi tepat waktu. Pemerintah juga butuh orang-orang yang antusias untuk membantu mensosialisasikan. Termasuk menemukan konsep untuk

menggerakkan elemen-elemen masyarakat untuk membantu mensosialisasikan. Karena kalau pemerintah sebagai penguasa yang menyampaikan kepada masyarakat, bukan pola komunikasi yang baik.

Mengenai konsep pola komunikasi yang sebaiknya dilakukan pemerintah dalam mensosialisasikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial, informan dari praktisi lembaga penyiaran televisi, FM mengatakan bahwa pemerintah seharusnya mengubah pola komunikasinya dengan melibatkan pemerintah daerah secara teknis. Meskipun frekuensi adalah kewenangan negara, namun yang punya wilayah dan masyarakat adalah pemerintah daerah. Pemerintah daerah yang paling tahu tentang kondisi dan masyarakat di daerahnya. Menurut FM dari pihak swasta, pertama kali yang harus dilakukan pemerintah adalah mengubah pola komunikasi. Disebutkan bahwa pemerintah daerah tidak dilibatkan karena alasan frekuensi milik negara karena harus dikelola oleh pemerintah pusat, merupakan pernyataan yang egosentris. Karena sesungguhnya frekuensi kendati milik negara, namun digunakan oleh seluruh masyarakat Indonesia yang ada di pelosok. Pemerintah daerah harus dilibatkan secara teknis. Hal ini dilakukan agar kebijakan tersosialisasi sampai ke masyarakat bawah. Karena pemerintah daerah yang paling tahu kondisi daerahnya.

D. Hubungan Pemerintah dan Masyarakat Dalam Komunikasi Kebijakan

Berdasarkan data yang telah diperoleh tentang komunikasi pemerintah dalam sosialisasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial, maka ditemukan konsep komunikasi pemerintah yang melaksanakan kegiatan untuk menyampaikan dan berbagi informasi yang bertujuan untuk menyajikan dan menjelaskan keputusan dan tindakan pemerintah. Komunikasi pemerintah dalam penelitian ini menyangkut lembaga pemerintah yaitu Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.

Disebabkan prosesnya yang terorganisir, komunikasi pemerintah yang dibahas mencakup semua kegiatan formal,

baik tertulis maupun lisan dan melibatkan baik individu tunggal (komunikasi interpersonal), sekelompok orang tertentu (komunikasi kelompok) atau badan penerima yang tidak ditentukan (komunikasi massa). Komunikasi pemerintah yang diungkap realitasnya adalah termasuk jenis komunikasi pemerintah aktif karena membahas informasi yang disediakan tanpa diminta dan terorganisir, direncanakan, diselenggarakan, dan dibiayai oleh anggaran tertentu.

Secara lebih khas komunikasi pemerintah dalam pembahasan ini adalah adanya kegiatan komunikasi yang merupakan instrumen kebijakan. Komunikasi merupakan salah satu kegiatan utama oleh pemerintah yang digunakan untuk mencapai kebijakan publik. Secara teori, komunikasi pemerintah merupakan prasyarat dasar bagi demokrasi karena adanya kebebasan politik dan media dapat menjadi pendorong yang kuat untuk memastikan komunikasi pemerintah lebih terfokus pada masyarakat.

Dalam praktiknya, komunikasi tidak akan terlepas dari bagaimana pemerintah menjalankannya dalam tindakan atau keputusan yang diambil, mulai dari proses pembuatan kebijakan, dipromosikan dan diundangkan, hingga bagaimana pemerintah mengimplementasikannya dan hubungan yang dibangunnya dengan masyarakat, media, dan kelompok lain seperti bisnis dan organisasi masyarakat. Studi komunikasi pemerintah ini mengkaji apa yang dilakukan pemerintah saat menjabat dan menganalisa sejauh mana warga negara disertakan atau dikecualikan, didengarkan atau diabaikan, diinformasikan atau disalahinformasikan, khususnya tentang bagaimana warga negara dan pemerintah berinteraksi. Bagaimana pemerintah memfasilitasi komunikasi dalam konteks sosial merupakan hal yang penting dalam pembahasan studi komunikasi pemerintah ini.

Meskipun berada diantara bidang kajian komunikasi politik dan hubungan masyarakat, namun komunikasi pemerintah merupakan peran, praktik, tujuan, dan pencapaian komunikasi yang terjadi atas nama seluruh eksekutif baik itu presiden, pemimpin daerah, kementerian, lembaga atau institusi pemerintah.

Konsep komunikasi pemerintah dalam mensosialisasikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Kemkominfo merupakan kegiatan komunikasi pemerintah aktif dalam menyampaikan kebijakan. Komunikasi yang dilakukan Kemkominfo memiliki program yang direncanakan oleh tim gugus tugas serta dibiayai oleh APBN.

Tindakan yang diambil oleh Kemkominfo mulai dari proses pembuatan kebijakan tentang televisi digital, kemudian kebijakan itu dipromosikan, hingga implementasinya memperlihatkan bahwa hubungan yang dibangun dengan masyarakat sangat terbatas. Selain karena belum menemukan konsep yang tepat untuk bisa menjangkau dan berinteraksi dengan seluruh masyarakat, juga karena kondisi Indonesia masih pandemi Covid-19 saat undang-undang ASO disahkan, batas waktu hanya dua tahun sesuai ketentuan undang-undang, serta tidak adanya hubungan hirarki dengan pemerintah daerah dan peruntukan anggaran yang berbeda.

Komunikasi Kemkominfo menyertakan lembaga penyiaran televisi dan KPI ketika akan membuat keputusan, namun masukan dari stakeholder dan KPI sering diabaikan sehingga muncul kesalahan informasi di masyarakat. Pemerintah tidak memfasilitasi komunikasi dengan masyarakat dalam konteks sosial. Sehingga masyarakat mencari tahu sendiri tentang televisi digital sehingga banyak yang salah informasi tentang kebijakan ini.

Kajian komunikasi pemerintah yang berada diantara komunikasi politik dan hubungan masyarakat memperlihatkan bahwa komunikasi yang dilakukan Kemkominfo dalam implementasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial bukan hanya mementingkan kepentingan masyarakat, tapi juga kepentingan pihak-pihak tertentu, kepentingan negara, dan dunia internasional. Komunikasi Kemkominfo dalam implementasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial menurut informan dalam penelitian ini belum transparan, akuntabel dan partisipatif sesuai konsep komunikasi pemerintah. Membangun langkah-langkah bersama dan memanfaatkan pekerjaan bersama sektor lain juga belum

ditemukan dalam implementasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia.

Konsep komunikasi pemerintah yang menganalisa bagaimana warga negara disertakan dalam implementasi kebijakan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa realitas komunikasi Kemkominfo tidak terlalu banyak menyertakan masyarakat di daerah karena anggaran untuk pelaksanaan sosialisasi dan berinteraksi dengan masyarakat di daerah tidak memiliki kesamaan dengan anggaran pemerintah daerah. Masukan dari masyarakat daerah tidak sampai ke Kemkominfo sehingga banyak kesalahan informasi yang terjadi di masyarakat mengenai televisi digital dan perangkatnya.

Komunikasi Kemkominfo yang satu arah dalam menyampaikan informasi tentang televisi digital membuat masyarakat merasa tidak dilibatkan sehingga tidak menjadi isu besar di daerah. Komunikasi Kemkominfo yang terlalu berhati-hati untuk menghindari kekacauan di masyarakat menjadikan informasi tentang televisi digital tidak detail diterima oleh masyarakat.

E. Respon Swasta dan Masyarakat Terhadap Kebijakan tentang Digitalisasi Televisi Terestrial

Umpan balik yang diberikan oleh lembaga penyiaran dan masyarakat terhadap komunikasi pemerintah dalam menyampaikan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial merupakan upaya pemerintah untuk menjaga sinergitas interaksi yang konstruktif antara sektor publik, swasta, dan masyarakat. Karena *good governance* harus dibangun dengan hubungan yang sinkron dan konstruktif antara ketiga bidang tersebut. Konstruksi yang dibangun pemerintah untuk mewujudkan tata kelola yang baik dapat dilakukan salah satunya dengan interaksi dan keterlibatan masyarakat dalam implementasi sebuah kebijakan.

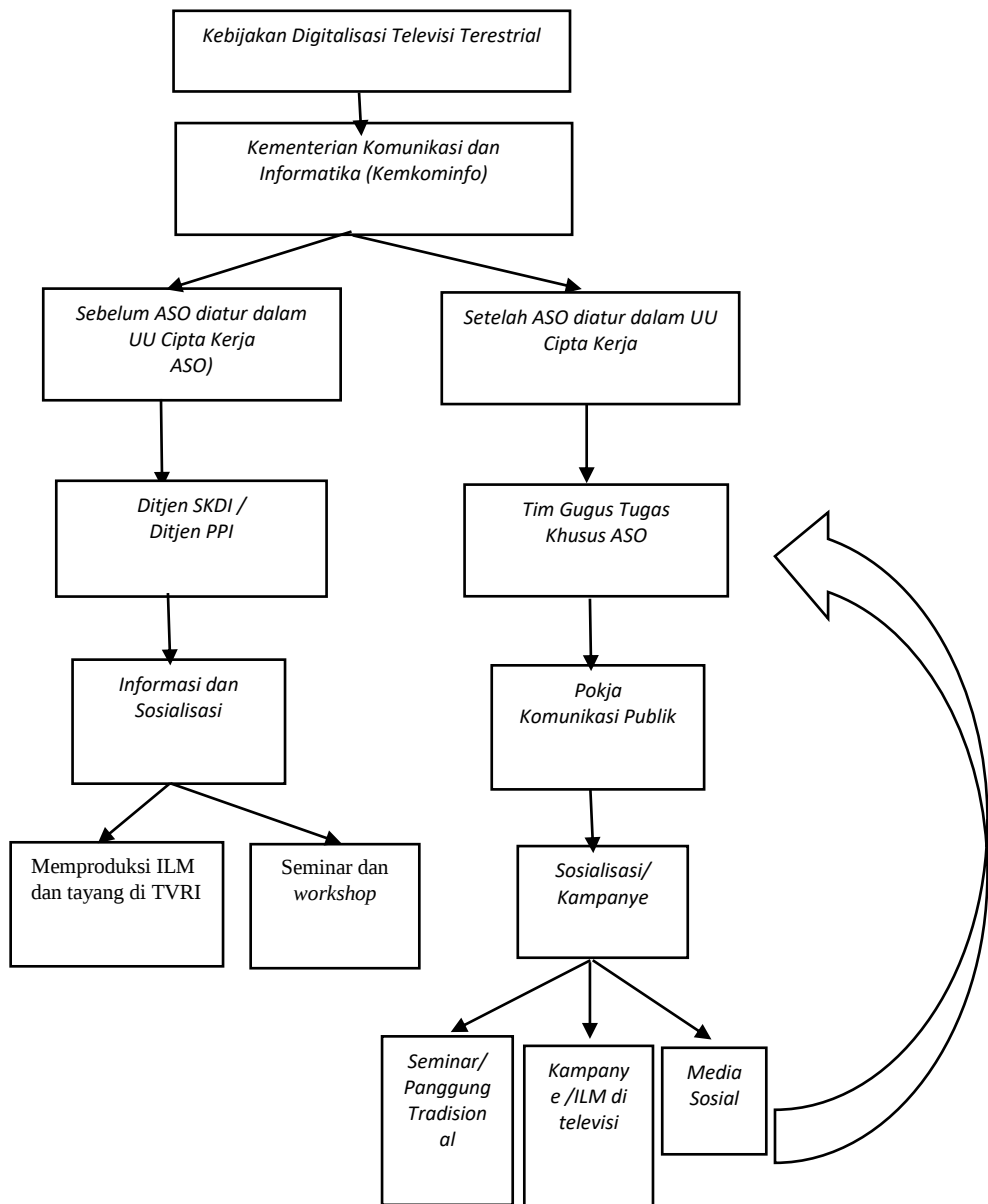
Syarat terciptanya *good governance* yaitu transparansi, akuntabilitas, dan pemerintahan yang partisipatif. Transparansi berarti pemberian jaminan bagi ketersediaan akses publik dalam seluruh proses pengambilan kebijakan pengelolaan pemerintahan. Komunikasi pemerintah yang kurang transparan

dalam proses pembuatan kebijakan dan sosialisasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial menimbulkan respon negatif sehingga kebijakan terlaksana dengan banyak hambatan. Pemerintah seharusnya mengakomodasi berbagai aspirasi yang muncul di masyarakat dan melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan demi terwujudnya tata kelola yang baik sesuai konsep *good governance*.

Komunikasi yang dilakukan pemerintah sebagai upaya penyampaian pesan berupa kebijakan tentang televisi digital kepada masyarakat agar masyarakat secara sadar mau mengikuti kebijakan tersebut tanpa adanya penolakan, merupakan salah satu tujuan dari komunikasi kebijakan. Kenyataannya, kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial ditolak oleh publik dengan penundaan pelaksanaan yang berulang.

Pemerintah dalam hal ini Kemkominfo seharusnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi penolakan dalam komunikasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial. Komunikasi kebijakan memiliki unsur-unsur yang dengan potensi kegagalan atau tidak efektifnya sebuah komunikasi kebijakan. Meskipun kredibilitas komunikator dari Kemkominfo sangat baik dan profesional, namun isi pesan yang disampaikan, media yang digunakan, umpan balik dari penerima pesan, serta efek dari kebijakan, harus mendapat perhatian dari pemerintah. Agar komunikasi kebijakan berjalan efektif, maka harus dibuat perencanaan dan strategi dalam pelaksanaannya.

F. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Sosialisasi Kebijakan Digitalisasi Televisi



Bagan 2. Alur Komunikasi Pemerintah Dalam Sosialisasi Kebijakan Digitalisasi Televisi
Sumber : Temuan Penelitian, 2023

Pada baga 2 di atas digambarkan tentang alur komunikasi pemerintah dalam sosialisasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia. Alur komunikasi dibagi dalam dua periode yaitu periode sebelum ASO diatur dalam UU Cipta Kerja dan setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja.

Periode sebelum ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, penyampaian informasi dan sosialisasi dilakukan oleh Ditjen SKDI dengan melakukan seminar dan iklan layanan masyarakat di lembaga penyiaran televisi publik saja. Periode setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, sosialisasi dilakukan oleh Pokja Komunikasi Publik Tim Gugus Tugas Khusus ASO. Kegiatan sosialisasi yang dilakukan diantaranya seminar dan panggung tradisional di daerah-daerah, iklan layanan masyarakat di semua televisi di Indonesia, sosialisasi di media sosial.

BAB VIII

PENUTUP

A. Kesimpulan

Komunikasi pemerintah dalam menyampaikan kebijakan dengan konsep *good governance* menjadi temuan dalam penelitian ini. Konsep ini memandang perlu adanya interaksi, transaksi, transparansi, dan partisipasi dalam mewujudkan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, maka simpulan dari penelitian ini yaitu komunikasi pemerintah dalam proses pembuatan kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) Republik Indonesia dengan mengundang rapat para perwakilan *stakeholder* yaitu asosiasi lembaga penyiaran televisi dan perwakilan masyarakat dalam bidang penyiaran yaitu Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Sebelum *analog switch off* (ASO) diatur dalam Undang-Undang (UU) Cipta Kerja, perwakilan lembaga penyiaran televisi dan KPI diundang dalam setiap pembuatan peraturan tentang ASO untuk pemberitahuan dan penyampaian informasi, berdiskusi, dan meminta masukan tentang kebijakan yang akan dikeluarkan terkait ASO. Setelah ASO diatur dalam UU Cipta Kerja, komunikasi yang dilakukan pemerintah hanya untuk berdiskusi dan mendapatkan informasi tentang kesiapan lembaga penyiaran televisi dalam melaksanakan ASO. Strategi dilakukan dengan membentuk tim gugus tugas khusus ASO yang terdiri dari kelompok kerja (pokja) infrastruktur, program siaran, komunikasi publik, dan tim ahli. Strategi komunikasi dibuat oleh tim pokja komunikasi publik dalam rangka diseminasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial kepada masyarakat.

Agar kebijakan dapat dilaksanakan dengan baik perlu dibangun interaksi dan komunikasi agar terbentuk konstruksi makna yang sama tentang tujuan pelaksanaan kebijakan digitalisasi televisi. Konstruksi makna yang diciptakan Kemkominfo tentang kebijakan digitalisasi televisi seharusnya dapat diungkapkan secara sosial melalui komunikasi lewat

bahasa dan kerja sama agar pengetahuan *stakeholder* menanggapi kebijakan tersebut dapat terpenuhi dari aspek kognitif, psikomotorik, emosional, dan intuitif sehingga tidak menimbulkan penolakan.

Selanjutnya, komunikasi pemerintah dalam sosialisasi kebijakan tentang digitalisasi televisi terestrial di Indonesia dilakukan dengan upaya kooperatif dan kerja sama dengan lembaga penyiaran terutama dalam hal penyampaian informasi kepada masyarakat. Transparansi dalam memberikan informasi berkaitan dengan hal-hal teknis belum dilakukan pemerintah karena belum menemukan format yang tepat untuk berkoordinasi dengan lembaga lain dan pemerintah daerah.

Dibutuhkan komunikasi pemerintah dengan konsep *good governance* yang mengutamakan transparansi dalam proses pengambilan kebijakan, bertanggung jawab atas keberhasilan dan kegagalan dalam pelaksanaan kebijakan, serta berupaya mengakomodasi aspirasi lembaga penyiaran dan perwakilan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan sosialisasi kebijakan.

B. Saran

1. Strategi komunikasi yang dilakukan tidak mungkin tercapai tanpa interaksi dan komunikasi dengan berbagai pihak agar makna dapat dibangun secara bersama-sama dalam pelaksanaan sebuah kebijakan.
2. Perlu dibuat pengembangan model komunikasi sesuai konsep komunikasi pemerintah yang menyertakan, mendengarkan, menginformasikan, membangun interaksi dengan *stakeholder* penyiaran dan masyarakat, dan memfasilitasi komunikasi dalam konteks sosial.
3. Perlu adanya koordinasi antar kementerian, lembaga, dan pemerintah daerah dalam upaya diseminasi dan informasi kebijakan bidang penyiaran;
4. Perlu dibuat perencanaan komunikasi dalam setiap pembuatan kebijakan dan implementasi kebijakan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abikanlu, F. (2020). Transition to digital television in Nigeria: Challenges and promises. *Journal of Digital Media & Policy*, Volume 11(1), 47–64. https://doi.org/https://doi.org/10.1386/jdmp_00011_1
- Aprilia, I. A., & Nurchotimah, A. S. I. (2022). Peran Komunikasi Pemerintah Untuk Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik. *Communication*, 13(1), 70 – 85. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/comm.v13i1.1576.g1105>
- Arsyad, & Wahab, R. A. (2012). Kesiapan Penyelenggara Siaran Tv Swasta di Sulawesi Utara Dalam Menghadapi Migrasi Siaran TV Analog Ke Digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 16(3), 195–213.
- Ashrianto, P. D. (2015). Studi Kesiapan Lembaga Penyiaran Terhadap Penerapan Sistem Penyiaran Berteknologi Digital di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 158–172.
- Budiarto, H., Tjahjono, B. H., Rufiyanto, A., Kusuma, A. A. N. A., Hendrantoro, G., & Dharmanto, S. (2007). *Sistem TV DIGITAL dan Prospeknya di Indonesia* (B. Putranto, W. Pramudya, & A. Irwanti, eds.). Yogyakarta: PT. Multikom.
- Citra, D. (2018). Indonesia's digital constitutive moment: How the rewrite of the Broadcast Law will shape Indonesia's digital future. *International Journal of Digital Television*, 9(1), 27–42. https://doi.org/https://doi.org/10.1386/jdvtv.9.1.27_1
- Dwita, D. (2024). Analysis of Government Communication Regarding Terrestrial Television Digitalization Policy in Indonesia Based on Social Reality *Jurnal Komunikasi*, 2(2), 171–185. Retrieved from <https://jkm.my.id/index.php/komunikasi/article/view/55/61>
- Dwita, D., Salsabila, F., & Hidayat, A. (2024). Government Communication In Policy Implementation Digital Television in Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 2(9), 756–773. Retrieved from

- <https://jkm.my.id/index.php/komunikasi/article/view/55/61>
- Dwita, D., Sjuchro, D. W., Hidayat, D. R., & Sjafirah, N. A. (2021). Communication of The Indonesian Government To The Television Broadcasting Industry Regarding The Policy On Digitization. *International Journal of Global Community*, IV(3), 257–266. Retrieved from <https://www.riksawan.com/IJGC-RI/index.php/IJGC-RI/article/view/100>
- Dwita, D., Sjuchro, D. W., Hidayat, D. R., & Sjafirah, N. A. (2022). Participatory Communication of Television Digitalization Program in Indonesia : Case Study of MSME Participation during the Covid-19 Pandemic. *Central European Management Journal*, 30(4), 1613–1621. <https://doi.org/10.57030/23364890.cemj.30.4.161>
- Gultom, A. D. (2018). Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 16(2), 91–100. <https://doi.org/10.17933/bpostel.2018.160202>
- Haboddin, M. (2015). *Pengantar Ilmu Pemerintahan*. Malang: UB Press.
- Haryati. (2013). Hubungan Antara Karakteristik Sosial Ekonomi Dengan Pengambilan Keputusan Inovasi Siaran Televisi Digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 16(2), 119–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.20422/jpk.v16i2.35>
- Ismail, E., Sari, S. D. S. R., & Tresnawati, Y. (2019). Regulasi Penyiaran Digital: Dinamika Peran Negara, Peran Swasta, Dan Manfaat Bagi Rakyat. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 124–145. <https://doi.org/https://doi.org/10.46937/17201926842>
- Lee, M., Neeley, G., & Stewart, K. (2012). *The Practice of Government Public Relations* (Book Serie; E. M. Berman, ed.). Boca Raton: CRC Press Taylor & Francis Group.
- Liu, C., & Chuang, Y. (2015). From Sluggish to Brisk : An analysis of Taiwan ' s cable TV digitalization policy. *Telecommunications Policy*, 39(11), 980–995. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2015.09.003>
- Mani, L., & Guntoro, B. (2020). *Budaya dan Desain Komunikasi Kebijakan Publik : Teori dan Contoh Kasus Aplikasinya* (1st

- ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Maria, J. C., & Sanders, K. (2013). Introduction : Mapping the field of government communication. In K. Sanders & J. C. Maria (Eds.), *Government Communication: Cases and Challenges* (pp. 1–26). New York: Bloomsbury Academic.
- Maulana, N. M. (2019). Menggali Kebijakan Penyiaran Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(1), 60–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v17i1.2332>
- Mudjiyanto, B. (2013). Sikap Penyelenggara Siaran Televisi Terhadap Penyelenggaraan Siaran Televisi Digital. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(2), 123–133. <https://doi.org/10.31445/jskm.2013.170201>
- Nurchotimah, A. S. I. (2011). *Pengawasan Pelayanan Publik* (1st ed.; A. Nugroho R, ed.). Yogyakarta: Jejak Pustaka.
- Panuju, R. (2017). *Sistem Penyiaran Indonesia Kajian Strukturalisme Fungsional* (Kedua). Jakarta: KENCANA.
- Pasquier, M. (2012). Government Communication. In *Encyclopedic Dictionary of Public Administration* (pp. 1–3). Library and Archives Canada.
- Pfetsch, B. (2007). Government News Management: Institutional Approaches and Strategies in Three Western Democracies Reconsidered. In P. Graber, Doris A; McQuail, Denis; Norris (Ed.), *The Politics of News; The News of Politics* (Second, pp. 71–97). Washington, D.C: Congressional Quarterly Press.
- Prabowo, A., & Arofah, K. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital. *Jurnal ASPIKOM*, 3(2), 256–269.
- Rahayu, T. P. (2016). Indonesia's digital television migration: Controlling multiplexing, tackling competition. *International Journal Of Digital Television*, 7(2), 233–252. https://doi.org/10.1386/Jdtv.7.2.233_1
- Sanders, K., & Maria, J. C. (2013). Government communication in 15 countries: Themes and Challenges. In K. Sanders & M. J. Canel (Eds.), *Government Communication: Cases and Challenges* (pp. 277–312). <https://doi.org/10.5040/9781472544629.ch-016>
- Sjuchro, D. W., Fitri, R. M., Amdan, N. S., Yusanto, Y., & Khoerunnisa, L. (2023). Implementation of the analog

- switch off towards digital broadcast Jawa Pos. *ProTVF*, 7(1), 82–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/ptvf.v7i1.42012>
- Sutanto, V. W., & Alatas, S. (2015). Menyoal Regulasi Penyiaran Digital (Studi Terhadap Kepentingan Publik dalam Regulasi Televisi Digital di Indonesia). *Avant Garde | Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 237–249. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/avg.v3i2>
- Swanson, D. L. (2001). Political Communication Research and the Mutations of Democracy. *Annals of the International Communication Association*, 24(1), 189–205. <https://doi.org/10.1080/23808985.2001.11678986>
- Thamae, L. Z. (2015). A review of Lesotho ' s digital migration challenges : Policy lessons from global and regional experiences. *International Journal of Digital Television*, 6(3), 331–346. <https://doi.org/10.1386/jdtv.6.3.331>
- Tim Digital Komisi Penyiaran Indonesia. (2014). *Blue Print Sistem Penyiaran Digital Terrestrial Tidak Berbayar di Indonesia*. Jakarta.
- Young, S. A. (2007). Government communication in Australia. In S. A. Young (Ed.), *Government Communication in Australia* (1st ed.). <https://doi.org/10.5040/9781472544629.ch-006>

INDEKS

ICT	: Information and Communication Technology
ITU	: International Telecommunication Union
ASO	: Analog Switch-Off
RUU	: Rancangan Undang-Undang
FGD	: Focus group discussion
Permen	: Peraturan Menteri
HDTV	: High Definition Television
PPI	: Penyelenggaraan Pos dan Informatika
BAKOPEN	: Badan Koordinasi Penerangan
BAKOHUMAS	: Badan Koordinasi Kehumasan Pemerintah
PUSPENMAS	: Pusat Penerangan Masyarakat
DEPKOMINFO	: Departemen Komunikasi dan Informatika
BIKN	: Badan Informasi dan Komunikasi Nasional
LIN	: Lembaga Informasi Nasional
Kemeneg Kominfo Informasi	: Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi
BTIP Perdesaan	: Balai Telekomunikasi dan Informatika Perdesaan
BP3TI	: Balai Penyedia dan Pengelola Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika
BAKTI	: Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi

KSP : Kantor Staf Presiden
STB : Set Top Box
Kemkominfo : Kementerian Komunikasi dan Informatika

GLOSARIUM

1. *Agenda setting* :Teori dalam kajian komunikasi massa yang menyatakan bahwa lembaga media dapat menentukan isu apa yang ingin mereka angkat kedalam pemberitaan di media massa, juga berperan dalam mempengaruhi dan mennetukan isu berita mana yang dianggap penting bagi audiensnya.
2. *Analog Switch-Off* : Proses penghentian siaran televisi Analog dan beralih ke siaran televisive digital.
3. Digitalisasi televisi : Proses migrasi atau peralihan teknologi penyiaran dari teknologi penyiaran sistem analog ke teknologi penyiaran sistem digital
4. *Early warning system* : Peringatan dini kebencanaan
5. *Enumerator* : Petugas lapangan yang membantu tim survey dalam pengumpulan data.
6. *Good governance*: hubungan yang sinergis dan konstruktif antara sektor negara (*state*), sektor swasta (*private sector*), dan masyarakat (*society*).
7. Komunikasi kebijakan : Komunikaasi yang terjadi dalam tubuh pemerintahan, sehingga dapat diartikan sebagai penyampaian pesan, program dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mencapai tujuan negara.
8. *Leading sector* : Sektor yang menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi suatu daerah.
9. *set top box* : perangkat kecil yang berfungsi untuk mengonversi sinyal digital atau siaran TV digital.
10. *Stakeholder* : pemangku kepentingan

LAMPIRAN

Poster-Poster Kampanye Televisi Digital
Sumber: WA Group Komunitas DVBT2 Indonesia



SIARAN TV ANALOG SUMATERA, KALIMANTAN, DAN NUSA TENGGARA
AKAN DIHENTIKAN PADA 7 JULI 2023, PUKUL 24.00 WIB

Wilayah	Kanal dan Frekuensi Tetap
BANDA ACEH DAN BALIKPAPAN	35 UHF (586 MHZ)
PADANG	42 UHF (642 MHZ)
PEKANBARU	33 UHF (570 MHZ)
BENGKULU	31 UHF (554 MHZ)
JAMBI	29 UHF (538 MHZ)
PANGKALPINANG DAN LAMPUNG	39 UHF (618 MHZ)
SAMARINDA	37 UHF (602 MHZ)
PONTIANAK	47 UHF (682 MHZ)
PALANGKARAYA	36 UHF (594 MHZ)
TANJUNG SELOR	33 UHF (570 MHZ)
MATARAM	38 UHF (610 MHZ)
KUPANG	41 UHF (634 MHZ)





Segera beralih ke TV Digital atau pasang Set Top Box (STB), jika perangkat TV Anda belum digital agar dapat menyaksikan program-program kesayangan di SCTV!



TV ANALOG DI WILAYAH
BANGKA, SUMATERA, KALIMANTAN,
SULAWESI, MALUKU, NTB, NTT, PAPUA
DIMATIKAN 31 JULI PUKUL 24.00 WIB
SEGERA BERALIH KE SIARAN DIGITAL RCTI UNTUK KOTA-KOTA BERIKUT

SABANG	45 UHF	LHOKSEUMAWE	44 UHF
BANDA ACEH	44 UHF	PEKANBARU	45 UHF
PADANG	40 UHF	BUKIT TINGGI	40 UHF
JAMBI	32 UHF		

SCAN ULANG STB/TV DIGITAL KAMU SEKARANG

BIODATA PENULIS



Dr. Desliana Dwita, S.IP, M.I.Kom

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Riau

Lahir di Pekanbaru, 14 Desember 1975. Perempuan yang akrab disapa Dewi ini menyelesaikan pendidikan S1 Hubungan Internasional di Universitas Riau. Saat masih kuliah, ia bergabung menjadi penyiar Radio Kampus Universitas Riau. Sejak itu ia menemukan *passion*-nya. Segala hal yang berkaitan dengan penyiaran, *public speaking*, MC, dan menulis menjadi hal yang sangat menarik baginya. Setelah menyelesaikan S1 ia bergabung menjadi jurnalis di salah satu media cetak harian lokal di Pekanbaru sembari tidak meninggalkan *passion* di dunia *broadcasting*. Tahun 2003 ia mengikuti kursus TV Announcer di Interstudy Jakarta yang menjadikannya reporter dan presenter pada salah satu stasiun televisi lokal di Batam. Pada tahun 2005 Dewi terpilih menjadi Komisioner Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) Provinsi Kepulauan Riau selama dua periode hingga tahun 2011.

Dewi menyelesaikan S2 Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran pada tahun 2012. Pada tahun 2023, Dewi menyelesaikan pendidikan S3 pada Program Studi Doktor

Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran. Dewi merupakan Dosen Tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Riau di Pekanbaru. Telah beberapa kali mendapatkan hibah penelitian dengan spesialisasi bidang kajian komunikasi massa, penyiaran, gender dan kajian media. Untuk berkomunikasi dapat dilakukan melalui media sosial *facebook* Desliana Dwita, *instagram* dewi_alizar, email deslianadwita@umri.ac.id.