

EKSISTENSI MEDIA TELEVISI ERA DIGITAL DIKALANGAN REMAJA

Rizca Haqqu

Jurusan Ilmu Komunikasi, Telkom University Bandung
rizcahaqqu@gmail.com

Firdaus Azwar Ersyad

Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Semarang
Firdaus.azwar@usm.ac.id

ABSTRAK

Media televisi merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan masyarakat di Indonesia. Hampir semua rumah mempunyai televisi terutama dipulau Jawa. Hasil dari beberapa lembaga riset ternama menjelaskan bahwa penggunaan media televisi masih sangat diminati dikalangan masyarakat. Akan tetapi seiring perkembangan jaman, hadirnya media baru dengan platfom digital serupa tahun ke tahun semakin meningkat dan mendominasi. Terutama dikalangan anak muda, karakter media baru yang lebih felksibel membuat keberadaan media baru tersebut semakin digandrungi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya perubahan pola penggunaan media konvensional ditunjukkan oleh hasil rendahnya tingkat menggunakan media televisi dengan indikasi khalayak mulai beralih menonton program televisi melalui platfom digital lain seperti youtube. Dibutuhkan sinergisitas, kreatifitas, dan kualitas program yang baik agar media televisi masih dapat terus eksis menghadapi pesatnya perkembangan teknologi di era digital.

Kata kunci: Televisi, Era Digital, Remaja

Abstract

Television media is an inseparable part of people's lives in Indonesia. Almost all houses have television, especially on the island of Java. The results of several well-known research institutes explain that the use of television media is still very popular among the public. However, along with the changing times, the presence of new media with digital platforms similar to each year is increasing and dominating. Especially among young people, the news media's more flexible character makes the existence of the new media more loved. The results of this study indicate that there is a change in the pattern of use of conventional media as shown by the low level of use of television media with an indication that the audience is beginning to switch to watching television programs through other digital platforms such as YouTube. Synergy, creativity, and good quality programs are needed so that television media can continue to exist in the face of the rapid development of technology in the digital age.

Keywords: *Television, Digital Era, Youth*

1. PENDAHULUAN

Penelitian ini bermula dari pengamatan penulis tentang hasil survey yang ditunjukkan oleh salah satu Lembaga riset ternama di dunia yang khusus memantau perkembangan media di Indonesia. Hampir semua rumah mempunyai televisi terutama dipulau Jawa dimana pulau tersebut berpenduduk paling banyak di antara pulau-pulau lain yang ada di Indonesia. Televisi seperti kebutuhan pokok dikalangan masyarakat. Akses informasi yang massif tayang dilayar kaca televisi selalu memanjakan penggunaannya. Hampir semua kalangan baik dari anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua mengakses televisi untuk memenuhi rasa haus akan sebuah informasi. Tayangan yang disajikan masing-masing stasiun televisipun beragam. Abdullah & Puspita dalam penelitiannya menjelaskan bahwa televisi merupakan media konvensional berbasis audiovisual yang sudah akrab dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Karena sifatnya yang audio visual, televisi dapat menghadirkan acara musik, film, sinetron, variety show, reality show serta acara lainnya dengan melibatkan para selebritis idola khalayak (Haqqu, 2020).

Bahkan sebuah Lembaga riset merilis data pada tahun 2017 menjelaskan bahwa konsumsi media di pulau Jawa, televisi mendominasi dengan prosentasi 95% unggul jauh dari beberapa media seperti Internet (33%), Radio (20%), Surat kabar (12%), Tabloid (6%) dan Majalah (5%) (Lubis, 2017). Sejarah televisi di Indonesia bermula pada tahun 1962 bertepatan dengan peringatan ke-17 HUT kemerdekaan RI dan berlangsungnya rangkaian kegiatan olah raga Asian Games yang disiarkan secara langsung oleh Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang pertama kali mengudara (Susanto & Alatas, 2015).

Televisi sebagai media konvensional di Indonesia masih tetap eksis melawan gempuran media baru. Hasil survei yang telah dilakukan Nielsen bahwa televisi masih pada posisi

pertama media yang sering diakses. Bertambahnya stasiun televisi baik nasional maupun lokal dari tahun ke tahun diikuti dengan meningkatnya kualitas dan kuantitas siaran menjadi bukti eksistensi media penyiaran televisi. Berbagai program televisi seperti berita, pendidikan, informasi, serta hiburan yang dikemas secara atraktif, kreatif, dan menarik menunjukkan kualitas tayangan yang semakin beragam. Jumlah program hiburan menunjukkan adanya penambahan jam tayang yang cukup signifikan. Dulu televisi hanya dapat dinikmati pada malam hari, sekarang televisi dapat dinikmati siang dan malam hari (Baksin, 2006). Hasil survei litbang Kompas menyebutkan, survei yang melibatkan 1.436 warga Jakarta berusia di atas 13 tahun, lebih dari separuh responden menonton televisi dua jam perhari (Kompas.com, 2017).

Akan tetapi dari tahun ke tahun pula perkembangan media baru semakin berkembang pesat. Keberadaan internet dalam perkembangan media konvensional menunjukkan adanya pola perkembangan media. Kebutuhan akses informasi yang cepat, tepat, akurat, dan murah memberikan sinyal kepada industri pertelevisian di Indonesia untuk berbenah dan mengikuti perkembangan zaman (Haqqu, Asosiasi Motif Informasi dan Kepuasan Informasi Dalam Menggunakan Media Televisi dan YouTube Dikalangan Remaja, 2019). Selain televisi, keberadaan internet sebagai media baru juga menghadirkan berbagai situs *video sharing* yang menyajikan hal serupa. Melalui *video platform* di web, pengguna internet dapat menonton video dimanapun melalui *mobile device* yang didukung dengan adanya teknologi *streaming*. Salah satu situs tempat berbagi video yang menyajikan berbagai jenis program dan konten video adalah *YouTube*. Munculnya media baru berimplikasi terjadinya pergeseran dari pengirim ke penerima, sehingga para pemakai dan pemilih dapat memperoleh beraneka ragam pilihan isi, tanpa harus tergantung pada sistem

mediasi dan pengendalian komunikasi massa (McQuail, 1996).

Berdasarkan studi literatur yang penulis kumpulkan timbul keraguan apakah media konvensional seperti televisi masih mampu bertahan menghadapi gempuran media baru seperti youtube dan platform lainnya yang serupa. Hasil survey yang dilakukan pada remaja di Amerika rata-rata mereka menghabiskan waktu 2 kali lipat lebih lama untuk menonton Netflix dari pada TV, yaitu mencapai 1.500 kalangan anak muda Amerika Serikat. Menurut riset yang dilakukan oleh Trendera atas permintaan AwesomenessTV ini, kalangan anak muda bahkan menghabiskan waktu lebih banyak untuk menonton *YouTube* (Metronews, 2017).

Hal inilah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian khususnya dikalangan remaja sebagai Batasan penelitian untuk mengungkap data apakah media televisi masih menjadi primadona media audio visual dikalangan remaja dengan mengangkat tema yaitu **Eksistensi Media Televisi pada Era Digital Dikalangan diremaja**, dengan justifikasi bahwa tingkat literasi media dikalangan tersebut sangat tinggi dibuktikan oleh hasil riset APJII bahwa pengguna media dikalangan dewasa dan remaja lebih mendominasi penggunaan media dengan prosentase sebesar 74,23% dan 75,50% (APJII, 2017).

2. METODE

Pendekatan kuantitatif diskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menjelaskan suatu fenomena sosial yang dapat diukur dan dihitung secara objektif dengan analisis numerik melalui sebuah angka dan rumus-rumus tertentu. Analisis kuantitatif adalah analisis berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisis dan diperoleh dengan menggunakan statistik sebagai alat pemecah masalah yang dihadapi. Riset kuantitatif menurut Kriyantono

(2010). Penelitian deskriptif tidak hanya berhenti pada pengumpulan data, pengorganisasian, analisis dan penarikan interpretasi serta menyimpulkan, tetap dilanjutkan dengan perbandingan, mencari kesamaan-perbedaan dan hubungan kasual dalam berbagai hal (Sukmadinata, 2005)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

survei menggunakan kuesioner digunakan dalam penelitian ini sebagai instrumen pengumpulan data dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Kuesioner terdiri dari angket terbuka dan angket tertutup. Angket terbuka merupakan kebebasan responden untuk menjawab pertanyaan tanpa adanya alternatif jawaban yang diberikan oleh periset. Sedangkan angket tertutup responden sudah diberikan alternatif jawaban” (Kriyantono, 2010). Penelitian survei sering kali digunakan dalam ilmu sosial untuk membantu melakukan pengamatan terhadap suatu fenomena sosial (Morissan, 2012).

Populasi adalah keseluruhan daripada unit-unit analisis yang memiliki spesifikasi atau ciri-ciri tertentu (Slamet, 2006). Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Terdapat 525 populasi remaja dengan karakter homogen dalam penelitian ini, dengan kesamaan yang paling mendasar adalah seorang mahasiswa. Berdasarkan jumlah populasi yang diperoleh maka akan dilakukan sampling untuk mendapatkan jumlah responden.

Pada prinsipnya terdapat dua jenis metode sampling yaitu sampel probabilitas dan sampel non probabilitas. Sampel probabilitas peluang terpilihnya masing-masing responden diketahui, sedangkan sampel non probabilitas kemungkinan terpilihnya setiap responden

anggota populasi tidak diketahui (Slamet, 2006). Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan sampling probabilitas, dan tujuan untuk mengambil perwakilan secara berimbang dari masing-masing unsur yang mempunyai kemungkinan sama untuk dipilih. Sampel yang didapat berdasarkan perhitungan sovinn dengan kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleransi sebesar 10% adalah 84 responden.

Persebaran kuesioner kepada 84 responden terdiri dari pertanyaan terbuka dan tertutup sesuai penjelasan diatas dengan variabel operasional penggunaan media yang diukur berdasarkan intensitas, frekuensi, dan durasi dengan pengolahan data netral Z skor agar mendapatkan skala pengukuran ordinal. Penggunaan media sering dikatakan kebiasaan menggunakan media berulang kali atau dalam situasi yang sama setiap waktu. Adanya penggunaan media secara berulang menjelaskan tentang tingkat frekuensi, durasi serta intensitas yang dilakukan oleh khalayak, seperti yang dijelaskan oleh Lometti, Reeves, & Bybee (1977) dalam penelitiannya.

Berdasarkan penjelasan diatas maka selanjutnya dilakukan analisis distribusi frekuensi untuk mengetahui prosentase penghitungan yang didapat. Berikut ini adalah hasil penghitungan distribusi frekuensi berdasarkan variabel operasional frekuensi, intensitas, dan durasi.

Penggunaan Media Televisi Berdasarkan Intensitas

Indikator intensitas dalam variabel ini diturunkan kedalam tiga pertanyaan untuk melihat intensitas penggunaan oleh responden ketika menonton televisi. hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tanggapan responden atas pertanyaan:Apakah saudara fokus menonton tayangan di televisi sampai selesai

Kategori	Frekuensi	Prosentase
tidak pernah fokus	3	3,6
jarang fokus	11	13,1
terkadang fokus	63	75,0
selalu fokus	7	8,3
Jumlah	84	100%

Tanggapan mahasiswa ada pertanyaan apakah fokus menonton tayangan di televisi sampai selesai didominasi oleh sikap “terkadang fokus”. Hal ini menjelaskan bahwa tingkat fokus responden dalam menonton tayangan pada media televisi tidak selamanya fokus mengikuti jalannya acara.

Tanggapan responden atas pertanyaan:Apakah saudara sering memindah chanel televisi.

Kategori	Frekuensi	Prosentase
selalu memindah chanel	4	4,8
terkadang memindah chanel	48	57,1
jarang memindah chanel	26	31,0
tidak pernah memindah chanel	6	7,1
Jumlah	84	100%

Tanggapan responden mayoritas cukup konsisten dalam menonton tayangan di televisi, terbukti dari 84 responden yang selalu memindah-mindah chanel jumlah sangat sedikit dibandingkan dan yang kadang, jarang dan tidak pernah memindah chanel.

Tanggapan responden atas pertanyaan:Apakah saudara menonton tayangan ditelevisi sambil mengerjakan pekerjaan lain.

Kategori	Frekuensi	Prosentase
selalu sambil mengerjakan pekerjaan lain	6	7,1
terkadang sambil mengerjakan pekerjaan lain	55	65,5
jarang sambil mengerjakan pekerjaan lain	14	16,7
tidak pernah sambil mengerjakan pekerjaan lain	9	10,7
Jumlah	84	100%

Sebagian besar responden selama menonton televisi tidak sambil mengerjakan pekerjaan lain, responden cenderung fokus hanya menonton. Sikap responden didominasi oleh sikap “ kadang dan jarang “ untuk mengerjakan pekerjaan sambil menonton acara *Talk show* ditelevisi.

Penggunaan Media Televisi Berdasarkan Frekuensi

Indikator frekuensi dalam variabel ini diturunkan kedalam satu pertanyaan untuk melihat frekuensi responden ketika menonton tayangan pada media televisi. hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tanggapan responden atas pertanyaan:Biasanya dalam satu minggu saudara bisa menonton program acara televisi sebanyak berapa kali.

Kategori	Frekuensi	Prosentase
rendah (1-3 kali)	48	57,1
sedang (4-6 kali)	23	27,4
tinggi (7-9 kali)	8	9,5
sangat tinggi (10-12 kali)	5	6,0
Jumlah	84	100%

Frekuensi responden menonton program televisi didominasi oleh sikap rendah (1-3 kali) dan sedang (4-6 kali). Dengan demikian

diketahui bahwa frekuensi menonton program televisi adalah rendah yaitu 57,1% pilihan responden.

Penggunaan Media Televisi Berdasarkan Durasi

Indikator durasi dalam variabel ini diturunkan kedalam sebuah pertanyaan untuk melihat durasi responden ketika menonton program acara televisi. Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tanggapan responden atas pertanyaan:Biasanya dalam satu hari saudara bisa menghabiskan waktu untuk menonton program acara televisi hingga berapa menit.

Kategori	Frekuensi	Prosentase
rendah (10-52)	16	19,0
sedang (53-95)	37	44,0
tinggi (96-138)	24	28,6
sangat tinggi (139-180)	7	8,3
Jumlah	84	100%

Durasi responden menonton program televisi didominasi oleh kategori sedang, tinggi dan rendah. Hal ini berarti bahwa responden masuk ke dalam kategori cukup karena prosentase terbanyak pada kategori sedang dan tinggi, untuk kategori sangat tinggi hanya sedikit yaitu 8,3%.

Berdasarkan hasil penghitungan distribusi frekuensi diatas diketahui pada variabel intensitas, frekuensi dan durasi hampir seluruhnya mendapatkan prosentase rendah dan sedang. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat perubahan pola penggunaan media televisi dimasyarakat khususnya remaja, dimana sebelumnya media televisi menjadi media favorit remaja untuk mendapatkan informasi. Hal tersebut perlu dicermati bahwa perkembangan teknologi gitital yang sangat cepat dari tahun ke tahun mulai menggerus keberadaan media konvensional dalam hal ini televisi. Industri televisi harus segera berbenah

mengikuti perkembangan jaman. Dibutuhkan inovasi dan kreatifitas tinggi agar tidak tertinggal dan mampu tetap eksis untuk bersaing dengan media baru saat ini.

4. KESIMPULAN

Pesatnya perkembangan teknologi berbanding lurus dengan munculnya platform-platform media baru untuk memajukan penggunaannya. Dampak dan imbas dari semua ini adalah mulai tertinggalnya media konvensional untuk merebut minat khalayak. Mau tidak mau media konvensional seperti televisi harus segera berbenah mengikuti perkembangan jaman. Munculnya platform-platform media baru dengan karakter hampir sama dengan media televisi membuat harus mempunyai inovasi agar tidak tergerus oleh perkembangan jaman. Sinergisitas antara antara media televisi dan platform digital youtube merupakan awal yang baik. Sekarang hampir seluruh stasiun televisi telah menyediakan chanel-chanel program acara terkait baik secara live maupun taping pada situs *youtube*, dengan kata lain banyaknya konten yang disajikan dan mudahnya mengakses media *youtube* menjadikannya sangat diminati oleh kalangan remaja (Haqu, Hastjarjo, & Slamet, 2019) . Selain itu penting bagi penggiat industri kreatif televisi untuk terus berkontribusi menyuguhkan tayangan-tayangan yang menarik sehingga keberadaan media televisi masih dapat terus eksis menyesuaikan perkembangan jaman.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2017). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. Retrieved from apji.or.id:
<https://apji.or.id/survei2017>
- Haqu, R. (2019). Asosiasi Motif Informasi dan Kepuasan Informasi Dalam Menggunakan Media Televisi dan YouTube Dikalangan Remaja. *Komunikasi KOntemporer dan Masyarakat* (p. 35). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Haqu, R. (2020). Uji Uses And Gratifications Dalam Intensitas Menonton Program Talk Show Melalui Televisi. *CoverAge*, 11-18.
- Haqu, R., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2019). Teenagers' Entertainment Satisfaction in Watching Talk Show Program through Youtube. *The Messenger*, 38-45.
- kompas.com. (2017). Retrieved Desember 2, 2017, from <http://www.google.co.id/amp/amp/kompas.com/nasional/read/2016/03/30/05374961/survei.Litbang.Kompas.Televisi.Dua.Sisi.Mata.Uang>
- Kriyantono, R. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lubis, M. (2017). *Nielsen*. Retrieved Januari 5, 2018, from [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.print.html):
<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/TREN-BARU-DI-KALANGAN-PENGGUNA-INTERNET-DI-INDONESIA.print.html>
- Metronews, c. (2017). Retrieved Desember 1, 2017, from <http://teknologi.metrotvnews.com/news-teknologi/ob3BpGAN-ketimbang-tv->

remaja-lebih-suka-nonton-Youtube-
dan-netflix.

Morissan, M. A. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

Slamet, Y. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.

Sukmadinata, S. N. (2005). *Metode Penelitian*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Susanto, V. W., & Alatas, S. (2015). Menyoal Regulasi Penyiaran Digital (Studi Terhadap Kepentingan Publik Dalam Regulasi Televisi Digital di Indonesia). *Avan Grade Vol 3 (2)*, 237-249.