

**SOSIALISASI DISKOMINFO SUMUT TENTANG
ANALOG SWITCH OFF MELALUI FACEBOOK
PADA GENERASI X DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

**PUTRI ANGGRAINI LUBIS
198530135**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

**SOSIALISASI DISKOMINFO SUMUT TENTANG
ANALOG SWITCH OFF MELALUI FACEBOOK
PADA GENERASI X DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

Oleh:


**PUTRI ANGGRAINI LUBIS
198530135**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

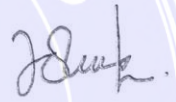
LEMBAR PENGESAHAN

Judul Penelitian : Sosialisasi Diskominfo Sumut Tentang *Analog Switch Off*
Melalui *Facebook* Pada Generasi X Di Kota Medan
Nama Mahasiswa : Putri Anggraini Lubis
NPM : 198530135
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing


Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP

Pembimbing I


Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom

Pembimbing II


Desriati Juliana Hasibuan, M.Si

Dekan


Agnita, S.I.Kom, M.Sc, CPSP

Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 27 September 2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana pada jenjang perkuliahan merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam Skripsi ini yang dikutip dari hasil karya orang lain (Buku, Skripsi, dan Jurnal) serta sumber pendukung yang telah saya cantumkan sumbernya secara lengkap sesuai dengan ketentuan penulisan karya ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan adanya hasil plagiat dalam Skripsi ini.

Medan, 27 September 2023



Putri Anggraini Lubis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Anggraini Lubis

NPM : 198530135

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Tugas Akhir / Skripsi

Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, penulis menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Sosialisasi Diskominfo Sumut Tentang *Analog Switch Off* Melalui *Facebook* Pada Generasi X Di Kota Medan beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, maka Universitas Medan Area berhak untuk menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi tugas akhir / skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Medan, 27 September 2023


Putri Anggraini Lubis

ABSTRAK

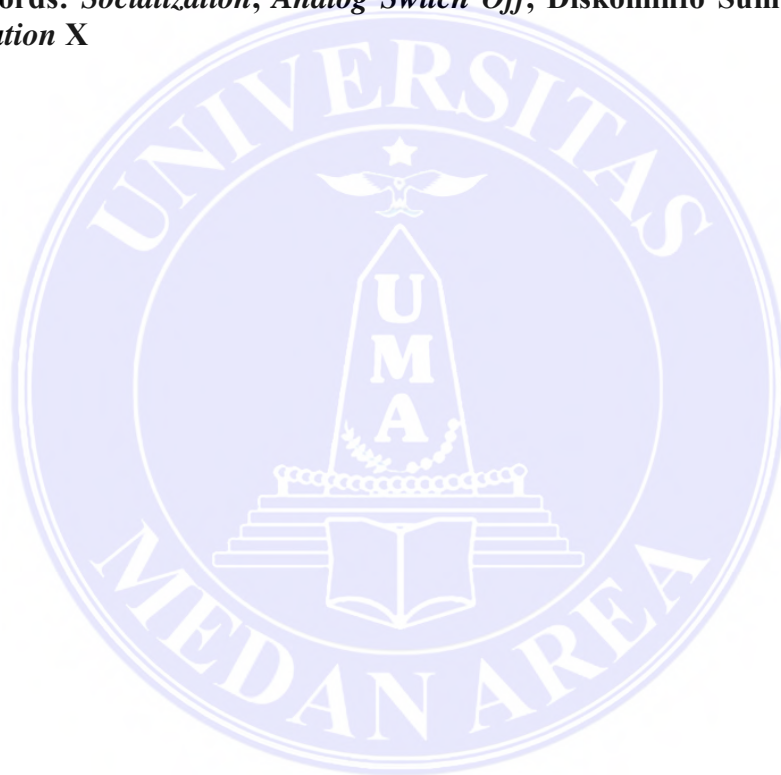
Penelitian ini berlatar belakang karena adanya sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo Sumut tentang *Analog Switch Off* (ASO) melalui *Facebook* akun Info Sumut pada Generasi X. ASO merupakan transformasi pada peralihan dari siaran TV analog ke siaran TV digital. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui sosialisasi Diskominfo Sumut tentang ASO dan hambatan pelaksanaannya melalui *Facebook* pada Generasi X di Kota Medan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Tujuannya mendeskripsikan secara mendalam dari hasil observasi yang dilakukan, wawancara dan dokumentasi pada subjek dan objek penelitian. Proses kegiatan analisis dengan data, peneliti menggunakan teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data untuk menemukan hasil penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, sosialisasi unggahan Diskominfo Sumut melalui Info Sumut mendapatkan respon yang cukup baik. Respon diketahui seberapa antusias *followers* dalam peralihan siaran TV digital, dengan memberikan jumlah *likes* dan komentar pada setiap unggahan. Ketertarikannya itu menunjukkan bahwa masyarakat setuju tentang kebijakan peralihan siaran TV digital. Namun cara melakukan sosialisasinya yang tidak begitu efektif, sehingga hal tersebut menjadi hambatan pelaksanaannya. Adapun hasil penelitian lainnya menunjukkan kurangnya anggaran dana, sehingga informasinya tidak konsisten dan kurangnya perhatian masyarakat pada peralihan siaran digital.

Kata Kunci: Sosialisasi, *Analog Switch Off*, Diskominfo Sumut, *Facebook*, Generasi X

ABSTRACT

This research motivated socialization of Diskominfo Sumut about Analog Switch Off (ASO) through North Sumatra Info Facebook account to Generation X. The purpose study, knowing socialization Diskominfo Sumut about ASO and the obstacles to implementation through Facebook in Generation X in Medan City. Method used, descriptive qualitative with describing results observations, interviews and documentation the object research. Results showed, socialization through uploads Info Sumut get a pretty good response. response likes and comments on uploads. Community agrees with digital TV broadcast switchover policy, but socialization method less effective. Addition socialization monotonous and inconsistent, even though gen x not really understand.

Key words: Socialization, Analog Switch Off, Diskominfo Sumut, Facebook, Generation X



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Putri Anggraini Lubis yang lahir di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara pada tanggal 9 Januari 2001. Penulis memeluk agama Islam dan sebagai anak ke-tiga dari tiga bersaudara. Pada tahun 2019 penulis lulus dari SMA Negeri 8 Medan dan ditahun 2019 penulis melanjutkan studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Pada bulan Juli 2022 penulis mengikuti program KKL yang diwajibkan oleh Universitas Medan Area di Komisi Informasi Provinsi Sumatera Utara.

Dengan keyakinan, keteguhan, motivasi, dan adanya bimbingan dari pihak-pihak yang berjasa, penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir pada jenjang perkuliahan. Penulis berharap, kelak skripsi ini akan bermanfaat dan dapat memberikan pengetahuan secara tidak langsung, khususnya kepada pembaca.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan izin Allah SWT, Penulis telah dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Sosialisasi Diskominfo Sumut tentang *Analog Switch Off* Melalui *Facebook* Pada Generasi X di Kota Medan”. Penyusunan Skripsi ini untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana S-1 (Strata 1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area.

Salawat dan salam penulis ucapkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, dan para keluarga serta sahabat yang telah membawa manusia ke jalan yang benar. Dalam usaha penyelesaian skripsi ini, penulis mengalami banyak rintangan dan kesulitan dalam pengumpulan data dan referensi yang berhubungan dengan pembahasan, serta kurangnya pengetahuan dan kemampuan penulis dalam penyusunan karya ilmiah. Melalui skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua, yaitu Mama tersayang Asniwaty Harahap dan Ayah tercinta Syafrizal Lubis yang telah mengiringi kehidupan penulis dengan doa. Semoga Allah SWT senantiasa selalu mencurahkan rezeki-Nya kepada kedua orang tua penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

4. Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, CPSP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
5. Bapak Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP dan Bapak Khairullah, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Pertama dan Pembimbing Kedua, serta Ibu An Nisa Dian Rahma, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Sekretaris yang ikut membantu, memberikan petunjuk, membimbing, dan memberikan saran perbaikan dalam kepenulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala bantuan yang telah diberikan.
6. Seluruh Dosen dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
7. Kakak tercinta, Anna Andriani Lubis, SH dan Dede Efrianti Lubis, S.Pd, M.Pd yang selalu memberikan motivasi, dan doanya kepada penulis, agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
8. Seluruh teman seperjuangan Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMA Stambuk 2019 yang telah turut membantu dalam memberikan saran dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya, dengan penuh kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Medan, 31 Juli 2023

Penulis

Putri Anggraini Lubis

198530135

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Media Baru.....	11
2.1.1 Pengertian Media Baru.....	11
2.1.2 Manfaat Media Baru	12
2.1.3 Karakteristik Media Baru.....	13
2.2 Media Sosial.....	15
2.2.1 Pengertian Media Sosial.....	15
2.2.2 Karakteristik Media Sosial.....	15
2.2.3 Jenis-jenis Media Sosial.....	18
2.3 Media Sosial Facebook	19
2.3.1 Pengertian Media Sosial Facebook	19
2.3.2 Karakteristik Media Sosial Facebook	20
2.3.3 Fungsi Media Sosial Facebook	21
2.3.4 Kelebihan Media Sosial Facebook.....	21
2.3.5 Fitur Media Sosial Facebook	22
2.4 Generasi X	23
2.4.1 Pengertian Generasi X.....	23
2.4.2 Sumber Pengelompokan Tahun Lahir Gen X	24
2.5 Analog Switch Off	25
2.5.1 Pengertian Analog Switch Off	25
2.5.2 Manfaat ASO	26
2.5.3 Hambatan Pelaksanaan ASO.....	27
2.6 Teori Komunikasi Persuasif.....	28
2.7 Penelitian Terdahulu	31
2.8 Kerangka Berpikir.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	35

3.2.1	Lokasi Penelitian	36
3.2.2	Waktu penelitian	36
3.3	Informan Penelitian.....	38
3.4	Teknik Penentuan Informan.....	38
3.5	Sumber Data.....	39
3.5.1	Data Primer	39
3.5.2	Data Sekunder	39
3.6	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.1	Observasi.....	40
3.6.2	Wawancara	41
3.6.3	Dokumentasi	42
3.7	Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1	Reduksi Data	43
3.7.2	Penyajian Data	44
3.7.3	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.....	44
3.8	Pengujian Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
4.1.1	Gambaran Umum Diskominfo Sumut	46
4.1.2	Visi Misi dan Tujuan Diskominfo Sumut	48
4.1.3	Struktur Organisasi Diskominfo Sumut.....	49
4.1.4	Keadaan Pegawai Diskominfo Sumut.....	49
4.2	Identitas Informan.....	52
4.3	Hasil Penelitian	52
4.4	Pembahasan.....	76
4.4.1	Sosialisasi Diskominfo Sumut tentang <i>Analog Switch Off</i> melalui <i>Facebook</i> pada Generasi X di Kota Medan.....	77
4.4.2	Hambatan Sosialisasi Diskominfo Sumut tentang <i>Analog Switch Off</i> melalui <i>Facebook</i> pada Generasi X di Kota Medan.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		91
5.1	Kesimpulan	91
5.2	Saran	92
DAFTAR PUSTAKA		93
LAMPIRAN.....		98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Akun Info Sumut	5
Gambar 2. Proporsi Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi	7
Gambar 3. Kerangka Berpikir	33
Gambar 4. Struktur Organisasi Diskominfo Sumut.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Migrasi ASO di Wilayah Asia.....	2
Tabel 2. Tahap Migrasi ke TV Digital di Indonesia.....	4
Tabel 3. Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 4. Waktu Penelitian	37
Tabel 5. Keadaan Pegawai Perempuan Diskominfo Sumut.....	49
Tabel 6. Keadaan Pegawai Laki-laki Diskominfo Sumut	51
Tabel 7. Identitas Informan	54
Tabel 8. Unggahan Sosialisasi ASO dan Respon Followers 2021-2023	56
Tabel 9. Ketertarikan Pada Sosialisasi <i>ASO</i> Melalui Facebook	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	90
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	99
Lampiran 3 Dokumentasi Lokasi Penelitian	108
Lampiran 4 Dokumentasi Informan	109
Lampiran 5 Dokumentasi Siaran TV Analog dan Siaran TV Digital	111
Lampiran 6 Sosialisasi Diskominfo Sumut tentang ASO	114
Lampiran 7 Surat Riset.....	120
Lampiran 8 Surat Selesai Riset	121



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi termasuk salah satu kebutuhan pokok masyarakat dengan menyajikan segala informasi yang untuk disiarkan kepada masyarakat. Hal tersebut tidak heran jika teknologi terus mengalami perkembangan yang signifikan dan harus terpenuhi. Artinya segala aktivitas masyarakat tidak terlepas pada teknologi (Howe dan Strauss dalam Putra, 2017: 18). Munculnya perubahan teknologi informasi dan komunikasi membawa masyarakat untuk ikut beradaptasi dalam memanfaatkan teknologi (Bawapratama, 2010). Dalam Perubahannya, memberikan fitur-fitur baru untuk meningkatkan kualitas dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Untuk mencapai tujuan perubahan teknologi dan informasi, penting adanya timbal balik pada perhatian masyarakat secara signifikan dalam mencapai tujuan perubahan tersebut.

Adapun perubahan teknologi dan informasi yang dimaksud adalah media yang terkena dampak dari digitalisasi industri, yang dimana bertransformasi dari siaran TV analog ke siaran TV digital. Saat ini, peralihan siaran TV digital terus dilakukan secara bertahap di Indonesia. Hal ini dibuktikan lewat pengesahan UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Lapangan Kerja yang telah dikeluarkan oleh Presiden Indonesia Ir. Joko Widodo tanggal 2 November 2020, sebagai tanda keseriusan pemerintah dalam bidang industri penyiaran di Indonesia. UU ini, menegaskan pada penghapusan siaran TV analog dalam hal ini, untuk menyongsong era siaran TV digital Indonesia. (*kominfo.go.id*)

Di kawasan Asia sendiri, Jepang menjadi negara pertama yang telah mengimplementasikan *Analog Switch Off* pada Bulan Juli 2011, disusul Korea Selatan pada Bulan Desember 2012, Tiongkok pada Tahun 2012, Brunei Darussalam pada Bulan Juni 2014, Malaysia pada Bulan Desember 2015, Singapura, Thailand, dan Filipina pada tahun 2015, serta Vietnam pada Tahun 2020 (Prabowo dan Arofah, 2017: 256). Sedangkan Indonesia, termasuk negara tertinggal dalam hal peralihan siaran TV digital. Indonesia pernah berencana untuk melakukan *Analog Switch Off* pada tahun 2012, namun rencana tersebut masih belum jelas. hingga awal tahun 2016 juga masih belum dapat diimplementasikan, padahal masyarakat berhak untuk mendapatkan siaran yang lebih berkualitas.

Tabel 1
Migrasi ASO di Wilayah Asia

No.	Nama Negara	Bulan	Tahun Migrasi	Status
1.	Jepang	Juli	2011	Selesai
2.	Tiongkok	Oktober	2012	-
3.	Korea Selatan	Desember	2012	Selesai
4.	Brunei Darussalam	Juni	2015	Selesai
5.	Kamboja	September	2015	-
6.	Malaysia	Oktober	2019	Selesai
7.	Singapura	Maret	2020	Selesai
8.	Thailand	-	2015	-
9.	Filipina	-	2023	Berlangsung
10.	Vietnam	Desember	2020	Berlangsung
11.	Indonesia	November	2022	Berlangsung

Sumber: ITU, 2023

Dalam hal regulasi migrasi pada siaran TV digital, pemerintah telah memberikan beberapa aturan yang tercantum dalam Peraturan Menteri

Komunikasi dan Informatika No. 22 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Penyiaran Televisi tetap Terrestrial Digital tidak Berbayar (*Free-To-Air*) dengan menggunakan *Set Top Box* (STB), layanan penyiaran *Multiplexing* dan Pasal 60A UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta kerja.

Dalam Pasal 60A UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Lapangan Kerja, berbunyi: –Penyiaran dapat dilakukan dengan mengikuti perkembangan teknologi termasuk migrasi penyiaran dari teknologi analog ke teknologi digital”. Artinya, Pasal tersebut telah menjadi dasar untuk memberlakukan pemberhentian siaran TV analog ke siaran TV digital atau kita kenal dengan istilah *Analog Switch off* (ASO). Dikutip dari wawancara yang dilakukan dengan Ketua KPID Sumut Anggia Ramadhan dalam sosialisasi ASO pada 25 Oktober 2022, sebagaimana pernyataannya:

–ASO merupakan fenomena peralihan siaran analog menuju siaran digital. Perbedaan dari siaran analog dengan siaran digital terlihat dari tampilan gambarnya lebih bersih, jernih suaranya dan canggih teknologinya”.

Pada peralihan ini, Menkominfo Johnny G. Plate, memerincikan tiga tahapan pada pelaksanaan ASO, yaitu: Tahap Satu dilaksanakan pada tanggal 30 April tahun 2022 di 56 wilayah layanan penyiaran (166 kabupaten dan kota). Tahap Dua dilaksanakan pada tanggal 25 Agustus 2022 di 31 wilayah layanan penyiaran (110 kabupaten dan kota) yang termasuk wilayah Sumatera Utara dan Tahap Tiga pada tanggal 2 November Tahun 2022 di 25 wilayah layanan penyiaran (65 kabupaten dan kota). Kesimpulannya jumlah wilayah penyiaran sebanyak 112 wilayah layanan penyiaran, di 341 kabupaten dan kota yang menjadi wilayah implementasi ASO. (kominform.go.id)

Tabel 2

Tahap Migrasi ke Siaran TV Digital di Indonesia

No.	Tahap Migrasi	Tanggal	Jumlah Wilayah Layanan Siaran	Kabupaten / Kota
1.	Tahap Pertama	30 April 2022	56	166
2.	Tahap Kedua	25 Agustus 2022	31	110
3.	Tahap Ketiga	2 November 2022	25	65
Jumlah			112	341

Sumber: Kominfo.go.id

Dalam proses tahapan *ASO*, tentu tidak lepas dari kegiatan sosialisasi. Artinya peralihan dari siaran TV analog ke siaran TV digital merupakan kebijakan pemerintah pusat untuk direalisasikan dan diimplementasikan bersama pemerintah daerah maupun masyarakat. Dalam mengimplementasikan kebijakan tersebut dibutuhkannya sosialisasi agar masyarakat tahu dan paham tentang *Analog Switch Off*, khususnya masyarakat Kota Medan. Di Kota Medan, salah satu pelaksana sosialisasi *Analog Switch Off* adalah Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Sumatera Utara (Diskominfo Sumut).

Diskominfo Sumut ikut berpartisipasi dalam merealisasikan kebijakan pemerintah pada regulasi penyiaran. Partisipasi yang dilakukan dapat dilihat melalui sosialisasi secara langsung dan melalui media. Diskominfo Sumut memiliki media internal dalam mensosialisasikan peralihan siaran TV digital. Adapun media internal yang dimiliki yaitu, media *online* (Website Info Sumut Dan Pemprov, dll), media konvensional (Balio, Spanduk, Poster) dan media sosial (*Instagram, Facebook, TikTok, YouTube*). Pada pembahasan ini peneliti memilih *Facebook* sebagai media dalam pelaksanaan sosialisasi Diskominfo Sumut tentang *ASO* pada Generasi X di Kota Medan.

Facebook merupakan salah satu media sosial dengan pengguna yang masih banyak. Berdasarkan pada laman *DataIndonesia.id*, jumlah pengguna *Facebook* di Indonesia hingga Februari 2023 mencapai 191,4 juta pengguna. Sebelumnya jumlah pengguna aktif pada bulan Februari 2022 mencapai 191,2 juta pengguna. Saat ini pengguna *Facebook* didominasi oleh laki-laki dengan jumlah sebesar 52,7%. Sementara persentase pengguna *Facebook* di Indonesia yang berjenis kelamin perempuan tercatat 47,3%. Jika dilihat dari usianya, 31,9% pengguna *Facebook* domestik berada pada kelompok usia 18-24 tahun. Sedangkan 30,5% pengguna media sosial berasal dari kelompok usia 25-34 tahun. Kemudian sebanyak 16,9% pengguna *Facebook* di Indonesia berusia 35-44 tahun dan 9,8% pengguna *Facebook* lainnya di usia 13-17 tahun. Sementara itu jumlah persentase pengguna *Facebook* di Indonesia yang berusia 45-54 tahun tercatat sebesar 6,9%. Selebihnya berada pada usia 55 tahun ke atas. (*DataIndonesia.id*)

Gambar 1

Facebook Info Sumut



Sumber: *Facebook* Akun Info Sumut

Facebook Diskominfo Sumut memiliki jumlah pengikut sebanyak 2,7 rb dan 2 mengikuti. Dalam melakukan sosialisasi *Analog Switch Off*, Diskominfo

Sumut menggunakan akun *fanpage* Info Sumut dalam bersosialisasi. Akun *fanpage* adalah istilah yang ada dalam *Facebook* berupa akun bisnis yang dibuat untuk memudahkan seseorang atau lembaga dalam memuat informasi seperti menawarkan produk. Jadi kesimpulannya akun Info Sumut adalah milik Diskominfo Sumut yang bukan hanya digunakan dalam melakukan kegiatan sosialisasi *ASO* namun memberikan edukasi, menyampaikan berita lainnya, dll.

Akun Info Sumut memiliki 82 rb pengikut dan 2 mengikuti. Postingan dalam akun Info Sumut memuat tentang informasi seputar Sumut. Sosialisasi *ASO* yang dilakukan Diskominfo Sumut melalui akun Info Sumut mendapatkan perhatian yang cukup baik dari masyarakat. Perhatian ini dapat kita lihat berdasarkan respon-respon *followers* pada unggahan sosialisasi *Analog Switch Off*. Bentuk respon yang diberikan bermacam-macam dan juga memberikan komentar sifatnya relevan dan tidak relevan. Hal ini yang menjadikan bahwa tidak sedikit pula masyarakat sumut yang belum beralih secara merata.

Generasi X adalah kelompok usia yang lahir dari generasi sebelumnya, yaitu generasi *Baby Boomer*. Orang-orang dari generasi ini tampaknya sudah mulai mengurangi tradisi banyak anak, sehingga angka kelahiran di Negara manapun juga menurun drastis. Dibesarkan oleh orang tua yang disiplin, Generasi X umumnya memiliki karakter yang mandiri, disiplin, pekerja keras, berpikir logis, dan juga mengutamakan karir. Hal ini dikarenakan generasi sebelumnya pernah mengalami lingkungan dengan kondisi yang tidak stabil, sehingga mereka menekankan kepada generasi selanjutnya untuk menimba ilmu sebaik mungkin dan meraih karir.

Generasi X lahir pada tahun 70-an sampai 80-an. Generasi ini sudah diperkenalkan dengan teknologi baru seperti telepon dan TV yang tidak tersedia di zaman orang tua mereka. Anak-anak dari generasi ini juga sudah mulai mengembangkan teknologi yang nantinya akan digunakan oleh generasi berikutnya. (*Gramedia Blog*)

Gambar 2.

Proporsi Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi



Berdasarkan pada gambar di atas, menunjukkan jumlah populasi terbanyak penduduk Indonesia berdasarkan generasi menurut Badan Pusat Statistik (BPS) 2020 adalah Generasi Z. Hal ini dilihat dari jumlah persentasenya sebanyak 27,94% dari usia 8-23 tahun. Selanjutnya urutan nomor kedua oleh Generasi Milenial dengan jumlah sebesar 25,87% dari usia 24-39 tahun. Adapun Generasi X diposisi ketiga yang memiliki jumlah persentase sebanyak 21,88% dari usia 40-55 tahun. Berbeda dengan halnya Generasi X, Generasi Baby Boomer jumlah persentase yang dimiliki sebanyak 11,56% dari usia 56-74 tahun dan Generasi Pre Boomer sebanyak 1,87% atau rentan usia 74 tahun keatas. Sedangkan Post

Generasi Z memiliki populasi penduduk tahun 2020 sebanyak 10,88% dari usia 8 tahun ke atas.

Dengan memiliki karakter yang mandiri, disiplin, pekerja keras berpikir logis dan juga mengutamakan karir, Generasi X memberika respon dan apresiasi pada sosialisasi *ASO*. Mereka beranggapan dengan peralihan ini, masyarakat bisa menonton siaran TV dalam kualitas gambar yang lebih bersih, jernih, hemat kuota dan terciptanya keberagaman konten (*Diversity Of Content*) atau program-program siaran baru yang berkualitas. Selain itu mereka cenderung menghargai upaya Diskominfo Sumut dalam melakukan sosialisasi *Analog Switch Off* melalui *Facebook*.

Dalam peralihannya, masyarakat Sumut akan mendapatkan peluang untuk menikmati siaran-siaran baru di televisi. Adapun daftar saluran televisi baru Sumatera Utara, yaitu:

1. Saluran TV 28 / Frekuensi 530 MHZ - LPP TVRI Sumut (TVRI Nasional, TVRI Sumut, TVRI Kanal 3, TVRI Sport HD, Nusantara TV, Inspira TV).
2. TV Channel 31 / Frekuensi 554 MHZ – Trans Media (CNBC Indonesia).
3. TV Channel 34 / Frekuensi 578 MHZ – Surya Citra Media (O Channel dan Mentari TV).
4. Saluran TV Frekuensi 36/594 MHZ–Media Group News (Magna Channel dan BNTV).

Berdasarkan penjelasan diatas, adapun alasan peneliti memilih media sosial *Facebook* pada akun Info Sumut dalam penelitian ini adalah bahwa secara umum, Generasi X termasuk pengguna *Facebook* dan Diskominfo Sumut sendiri merupakan bidang sektor yang ikut membantu dalam merealisasikan UU Cipta Kerja pada kegiatan migrasi *ASO*. jadi peneliti tertarik untuk menelitinya dengan

judul “**Sosialisasi Diskominfo Sumut Tentang *Analog Switch Off* Melalui *Facebook* Pada Generasi X Di Kota Medan**”.

1.2 Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini adalah:

1. Mengetahui Sosialisasi Diskominfo Sumut tentang *Analog Switch Off* melalui *Facebook* pada Generasi X di Kota Medan.
2. Mengetahui Hambatan Pelaksanaan Sosialisasi Diskominfo Sumut tentang *Analog Switch Off* melalui *Facebook* pada Generasi X di Kota Medan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Sosialisasi Diskominfo Sumut tentang *Analog Switch Off* melalui *Facebook* pada Generasi X di Kota Medan?
2. Bagaimana Hambatan Pelaksanaan Sosialisasi Diskominfo Sumut tentang *Analog Switch Off* melalui *Facebook* pada Generasi X di Kota Medan?

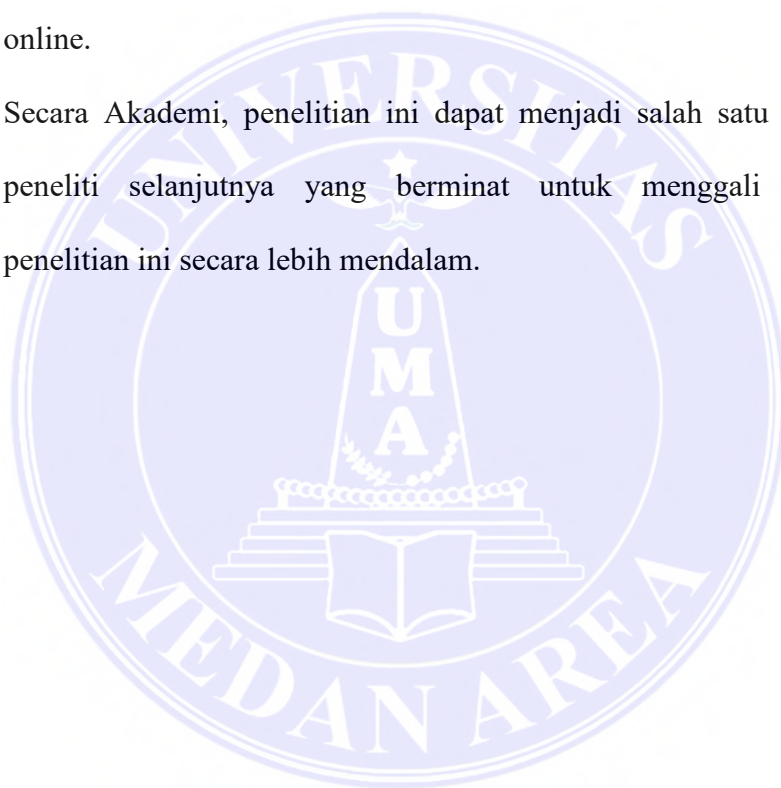
1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Sosialisasi Diskominfo Sumut tentang *Analog Switch Off* melalui *Facebook* pada Generasi X di Kota Medan.
2. Untuk Mengetahui Hambatan Pelaksanaan Sosialisasi Diskominfo Sumut tentang *Analog Switch Off* melalui *Facebook* pada Generasi X di Kota Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan tujuan yang telah diuraikan di atas, maka manfaat penelitian dapat diringkas, sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, Penelitian ini dapat memberikan manfaat teoritis dan pengetahuan baru terkait fungsi persuasif komunikasi.
2. Secara Praktis, penelitian ini dapat bermanfaat untuk kepentingan Sosialisasi *ASO* yang lebih baik ke depannya, khususnya melalui media online.
3. Secara Akademi, penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk menggali permasalahan penelitian ini secara lebih mendalam.



BAB II

TINJAUN PUSTAKA

2.1 Media Baru

2.1.1 Pengertian Media Baru

New media terdiri dari 2 kata yaitu *New* dan *Media*. *New* artinya baru dan *Media* berarti perantara. Jadi *New Media* merupakan media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet. Media baru merupakan perkembangan dari teknologi komunikasi massa digital yang dapat berinteraksi melalui dunia maya tanpa harus bertatap muka, melainkan dengan bantuan internet. Mc Quail (2011: 148) mengungkapkan bahwa media baru adalah perangkat teknologi komunikasi menuju digitalisasi dengan cakupan penggunaan yang luas dan pribadi. Media baru muncul dari berbagai inovasi media lama yang sudah tidak relevan lagi dengan perkembangan teknologi saat ini. Flew mendefinisikan media baru dengan penekanan pada format konten media gabungan dan terpadu data termasuk teks, suara, gambar, dan sebagainya dalam format digital.

Dalam media baru terdapat perpaduan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Karena menjangkau khalayak luas, sehingga dikatakan sebagai komunikasi massa, dan bersamaan dengan pesan yang dibuat, diarahkan, serta dikonsumsi secara pribadi, sehingga dikatakan sebagai komunikasi interpersonal (Utari, 2011: 52). Istilah media baru merupakan klasifikasi yang membedakan dengan media lama. Istilah tersebut diartikan sebagai bentuk evolusi dari media sebelumnya yang dilakukan sesuai kebutuhan publik.

Saat ini, internet sangat mudah untuk mengakses berbagai informasi, karena sistem penyebaran informasi media baru melalui jaringan internet. Selain itu media baru mampu menampilkan konten atau informasi secara interaktif, sehingga audiens mudah dalam menanggapi setiap informasi dan dapat juga bertindak secara aktif dalam menyampaikan informasi, serta dapat berkomunikasi dan bekerja sama dengan pembaca lainnya. Hadirnya media baru dalam kehidupan kita, membuat proses komunikasi dapat berlangsung kapan dan dimanapun, dan melalui teknologi komunikasi apapun.

2.1.2 Manfaat Media Baru

Media baru lahir dari perkembangan teknologi yang sering digunakan oleh manusia. Disadari atau tidak, media baru telah memberikan banyak manfaat bagi kehidupan manusia saat ini. Berikut beberapa manfaat media baru:

1. Pencarian Informasi Lebih Mudah Dan Cepat

Djamal & Fachruddin (2015) mengungkapkan bahwa adanya media baru membuat pencarian informasi menjadi lebih mudah dan cepat, sehingga mudah bagi masyarakat dalam mendapatkan apa yang dibutuhkannya, termasuk informasi.

2. Kemudahan Dalam Mendapatkan Kebutuhan

Selain informasi, media baru juga memberikan kemudahan bagi manusia dalam akses kebutuhan. Misalnya dalam transaksi jual beli barang di toko *online*.

3. Sebagai Media Hiburan

Media baru juga dapat digunakan sebagai media hiburan, seperti *game online*, menggunakan media sosial, menonton video, mendengarkan lagu secara *online*, dan lain sebagainya.

4. Efisiensi Dalam Berkomunikasi

Manfaat lain dari media baru adalah efisiensi dalam komunikasi. Dengan memanfaatkan media baru, manusia dapat berkomunikasi satu sama lain meskipun berada di lokasi dan waktu yang berbeda.

5. Sebagai Sarana Pendidikan

Dalam bidang pendidikan, media baru juga memiliki manfaat yang besar. Seperti kemudahan dalam akses buku digital, serta proses belajar mengajar yang dapat dilakukan melalui aplikasi *video conference*.

2.1.3 Karakteristik Media Baru

Media baru memiliki beberapa karakteristik yang tidak dimiliki oleh media massa konvensional lainnya. Nasrullah (2014: 14) mengungkapkan pendapat Holmes (2005) tentang keunggulan media baru. Menurutnya, bahwa media dibedakan menjadi 2 yaitu, media lama yang disebut *broadcast* dan media baru yang disebut disebut interaktif. Nasrullah (2014: 75) mengemukakan pendapat Nicolas dan David (2008) tentang karakteristik media baru, yaitu:

1. *Network*, Sistem jaringan media baru tidak hanya menghubungkan antar perangkat komputer tetapi juga antar individu.
2. *Interactivity*, Media baru membangun struktur *hardware* dan *software* yang melibatkan pengguna dapat berkomunikasi secara interpersonal dengan orang lain dalam cara yang baru. Hal ini jugalah yang akhirnya

menghilangkan hambatan sosial dan ekonomi antara komunikasi interpersonal. Bahkan dimungkinkan untuk membangun komunikasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam latar belakang yang berbeda.

3. *Interface*, dimana media baru tidak hanya mempertemukan pengguna dengan perangkat komputer, tetapi media baru menghubungkan pengguna dengan pengguna lain, jaringan informasi, serta berbagai data di internet.

Mc Quail (2011: 157) mengungkapkan bahwa adapun karakteristik media baru berdasarkan dari sudut pandang pengguna yaitu:

1. Interaktivitas dalam komunikator dan komunikan dapat berkomunikasi satu sama lain secara langsung tanpa harus bertatap muka.
2. Kehadiran sosial dalam penggunaan media dapat memperoleh komunikasi pribadi dengan orang lain seperti (media sosial, *blackberry messenger*, *line* dll).
3. Media *richness* pada media dapat melibatkan lebih banyak individu dan melibatkan banyak indera.
4. Pengguna memiliki otonomi yang dapat mengontrol konten mereka sendiri dan mandiri tanpa adanya pengawasan.
5. Unsur bermain. Artinya dalam media baru ada unsur untuk hiburan dan kesenangan.
6. Privasi dalam konten yang dihubungkan.
7. Personalisasi artinya isi konten penggunaannya menjadi privasi dan unik.

2.2 Media Sosial

2.2.1 Pengertian Media Sosial

Media sosial atau disebut juga jejaring sosial merupakan bagian dari media baru dengan interaktif yang sangat tinggi. Ardianto dalam buku Komunikasi 2.0 mengungkapkan bahwa media sosial disebut jejaring sosial *online*, bukan media massa *online*. Karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik. Nasrullah (2015) mengungkapkan bahwa media sosial merupakan sarana dari media internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan tentang dirinya, berinteraksi dengan pengguna lainnya, bekerjasama, berbagi, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Artinya dilihat dari aspek pengenalan, komunikasi, dan kerjasama.

Media sosial telah memberikan pengguna untuk memiliki kesempatan yang sama dan media sosial juga telah mampu mewujudkan kolaborasi antar pengguna tanpa ada kendala waktu dan tempat. Kamil (2014) mengungkapkan bahwa media sosial merupakan sarana dari komunikasi dua arah (*reversibel*) bagi generasi sekarang. Sedangkan pendapat Taprial dan Kanwar (2012: 8) media sosial adalah media yang dapat digunakan masyarakat untuk bersosialisasi dalam bentuk jenis konten seperti foto, video, informasi dan berita.

2.2.2 Karakteristik Media Sosial

Nasrullah (2015) mengungkapkan bahwa adapun karakteristik dari media sosial yaitu:

1. Jaringan (*Network*) adalah infrastruktur komputer (perangkat keras) yang menghubungkan antar komputer lainnya. Dengan adanya koneksi, maka terjadilah komunikasi antara komputer dengan melalui jaringan. Media

sosial memiliki karakter dalam membentuk jaringan antar pengguna. Mekanisme teknologi inilah yang akan bentuk ikatan sosial. Media sosial dibangun dalam jaringan atau internet. Artinya media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi internet yang bukan sekadar alat, namun membentuk ikatan sosial melalui interaksi internet nilai-nilai dalam masyarakat virtual tertanam dalam struktur sosial *online*.

2. Informasi menjadi entitas yang sangat penting dari media sosial, karena dibagikan dari konten yang mereka sebarakan melalui jaringan yang ada. Mereka berhubungan satu sama lain melalui konten informasi. Jadi, Informasi adalah komoditas dalam masyarakat informasi, yang berarti bahwa informasi yang dihasilkan, didistribusikan, ditukar, dikemas ulang, disimpan, dan dikonsumsi sebagai produk yang berharga dan baru. Informasi media sosial memiliki ciri bahwa informasi tersebut dikodekan (*encoding*) yang kemudian didistribusikan melalui berbagai perangkat hingga dapat diakses oleh pengguna (*decode*). Informasi ini merupakan sarana untuk berinteraksi satu sama. Di sisi lain, informasi menjadi komoditas di media sosial. Setiap anggota yang ingin bergabung harus mencantumkan identitas pribadinya. Data ini juga yang mewakili identitas pengguna.
3. Arsip merupakan informasi yang telah diunggah akan tersimpan dan siap untuk diakses setiap saat. Bahkan dalam proses penyimpanan tidak hanya di tempat saat menghasilkan informasi itu tetapi bisa juga disimpan oleh orang yang telah mengaksesnya dan melakukan proses penyimpanan.

4. Interaksi dari jaringan komunikasi antar pengguna menunjukkan adanya interaksi antara para pengguna yang tidak hanya memperluas pertemanan atau *follower* (pengikut) di dunia maya, namun dapat memberikan tanda berupa emosional dari *emoticon icon*, mengomentari, mendesain ulang informasi dan bahkan berbagi media lain dengan aplikasi lain juga. Di sisi lain, interaksinya tidak seperti media lama, penerima hanya terima informasi namun tidak bisa langsung. Interaksi ini juga tidak diketahui waktu, ruang, jenis kelamin, wilayah dan sebagainya.
5. Simulasi sosial terjadi seperti dalam realitas berinteraksi di dunia nyata, namun bukan kenyataan, tapi itulah yang terjadi pada kenyataan di media sosial. Simulasi akan terjadi jika ada komunikasi melalui antarmuka (*interface*) yang harus masuk (*login*) terlebih dahulu. Kemudian pengguna juga harus melibatkan keterbukaan identitas yang tidak hanya dibaca oleh pengguna yang sedang mengakses tetapi dapat diakses oleh siapa saja.
6. Konten oleh pengguna adalah fitur pemilik akun media sosial yang juga bisa dihasilkan oleh pengguna lain. Dimana pengguna di satu sisi sebagai pembuat konten namun di sisi lain juga menjadi konsumen konten tersebut.
7. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Konten pada media tidak hanya sebagai tempat untuk di konsumsi oleh pengguna, namun juga dapat diproduksi dan dikembangkan penggunaannya. Penyebarluasannya melalui perangkat dalam jangkauan konten tersebut. Umumnya, media sosial memiliki fasilitas tombol bagikan di perangkat.

2.2.3 Jenis-jenis Media Sosial

Nasrullah (2015) mengungkapkan ada enam kategori dalam media sosial, yaitu:

1. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*) merupakan media yang paling populer. Media ini digunakan dalam memiliki hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial di dunia maya. Ciri-ciri utama situs jejaring sosial adalah setiap pengguna memiliki jaringan pertemanan yang pengguna dikenal atau tidak sebelumnya dan kemungkinan bertemu secara langsung (*offline*). Ada banyak contoh jejaring sosial yang digunakan, salah satunya *Facebook* dan *LinkedIn*.
2. Jurnal *Online (Blog)* adalah media sosial yang memungkinkan pengguna untuk *upload* kegiatan sehari-hari, saling komentar dan bagikan informasi. Pada awalnya, *blog* adalah sebuah bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap hari. Pada perkembangan selanjutnya, banyak *blog* jurnal (tulisan harian pribadi) dari pemilik media dan ada kolom komentar dapat diisi oleh pengguna. Secara mekanis, jenis media sosial ini dibagi menjadi dua, yaitu kategori *homepage* pribadi, yaitu pemilik dapat menggunakan nama domain sendiri seperti *.com* atau *.net* dan yang kedua dengan menggunakan penyedia halaman *weblog* gratis, seperti *wordpress* atau *blogspot*.
3. Jurnal *Online Sederhana Atau Microblog (Micro-Blogging)* adalah jenis layanan dari media sosial yang memfasilitasi para pengguna untuk menulis

dan mempublikasikan segala aktivitas dan idenya. Contoh yang banyak digunakan adalah *Twitter*.

4. Media Berbagi (*Media Sharing*) adalah salah satu jenis media sosial yang memberikan penggunanya untuk berbagi media, file, video, audio, gambar, dll. Contohnya: *YouTube, Flickr, Photo Bucket* atau *Snapfish*.
5. Penanda Sosial (*Social Bookmarking*) merupakan perangkat yang bekerja dalam mengatur menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu *online*. Beberapa situs *bookmark* sosial yang populer: *delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com*, dan untuk di Indonesia ada *LintasMe*.
6. Media Konten Bersama Atau Wiki adalah hasil kolaborasi dari pengguna. Dapat disebut dengan kamus atau *ensiklopedia*. *wiki* memberikan pemahaman ilmu dan sebagai referensi. Dalam praktiknya, isi dari penjelasan dilakukan oleh pengunjung. Artinya ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten situs tersebut.

2.3 Media Sosial Facebook

2.3.1 Pengertian Media Sosial Facebook

Facebook adalah media sosial yang berdiri sejak tahun 2004. Dengan fasilitas yang bervariasi dan lengkap, *Facebook* mudah dipelajari dan diterima masyarakat. Salah satu fitur *Facebook* yang mendukung kenyamanan dan kelengkapan dalam komunikasi adalah *chat* dan *wall*. *Chat* adalah fasilitas *Facebook* yang digunakan untuk Berinteraksi langsung dengan pengguna *Facebook* lainnya. Sedangkan *wall* adalah fasilitas untuk berkiriman pesan dalam

bentuk tulisan, gambar, suara, dan/atau video dengan sesama pengguna *Facebook* yang dapat dilihat publik dan waktu pengirimannya tertera.

Widiyastuti (2016) mengungkapkan bahwa pengguna melalui *Facebook* di Indonesia dalam berkomunikasi lebih banyak melalui dari *chat* dan *wall*. Selain itu, komunikasi bisa dilakukan dengan cara *join to group*. Ulfah Nur (2017: 3) mengemukakan bahwa *Facebook* adalah media sosial yang penggunanya dapat menggunakan atau menambahkan foto profil, kontak, atau informasi. Pengguna dapat bergabung dengan komunitas untuk terhubung dan berinteraksi dengan pengguna lain. Fitur yang disediakan, membuat *facebook* sebagai media sosial yang banyak orang menggunakannya.

2.3.2 Karakteristik Media Sosial Facebook

Yrama Widya (2009: 3) mengungkapkan bahwa media sosial *Facebook* dalam menyampaikan atau memublikasikan informasi memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Informasi yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang, tetapi menjangkau banyak orang atau luas.
2. Informasi yang disampaikan bebas tanpa harus melalui arus komunikasi.
3. Informasi yang disampaikan cenderung lebih cepat dari media lainnya.
4. Informasi yang dipublikasikan dapat diakses dengan cepat oleh pengguna *Facebook*.
5. Informasi yang telah dipublikasikan dapat diedit sesuai kebutuhan, karena bersifat tidak permanen.

2.3.3 Fungsi Media Sosial Facebook

Ada enam fungsi media sosial menurut Mc Quail (dalam Setiawan, 2018) yaitu:

1. Media sosial diartikan sebagai *Window On Event And Experience*, yaitu memungkinkan seseorang untuk melihat apa yang terjadi di luar sana. Atau media adalah sarana belajar untuk mengetahui fenomena yang ada.
2. Media sosial sebagai cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, dengan merefleksikan apa adanya.
3. Media sosial bertindak sebagai filter dan memantau dalam menyeleksi sesuatu untuk diberitahukan atau tidak. Media memilih isu, informasi atau bentuk konten lainnya yang berdasarkan standar pengelola. Artinya masyarakat dipilih langsung oleh media itu sendiri tentang apa yang layak untuk diketahui.
4. Media sosial dipandang sebagai panduan, petunjuk, dan menerjemahkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau berbagai hal.
5. Media sosial sebagai wadah untuk menyajikan berbagai informasi dan ide kepada publik, sehingga memungkinkan tanggapan dan masukan.
6. Media sosial juga sebagai teman bicara, yang bukan sekadar tempat berbagi informasi, tetapi juga mitra komunikasi yang memungkinkan komunikasi interaktif.

2.3.4 Kelebihan Media Sosial Facebook

Mardiana dan Rizky (2009) mengungkapkan bahwa ada lima keuntungan dari media sosial *Facebook* adalah:

1. Lebih informatif artinya *Facebook* telah menyediakan beberapa fasilitas yang berbeda dengan situs media lainnya, misalnya: *News feed*, Update Status, Foto, dan lain sebagainya. Dengan demikian, pengguna *Facebook* dapat memantau apa yang terjadi di *Facebook*.
2. Mudah untuk mengecek komunikasi dengan orang lain di media sosial.
3. Pengguna *Facebook* dapat memposting foto dan diketahui atau dapat dilihat oleh orang lain.
4. Sebagai media promosi, membangun komunitas, bahkan mengumpulkan massa untuk kepentingan dan tujuan lain sesuai dengan kepentingan.
5. Mekanisme dalam pencegahan pengambil alihan akun *Facebook* secara ilegal. Artinya, jika pengguna *Facebook* berhasil mengambil alih akun *Facebook* dan mencoba mengubah alamat emailnya, maka *Facebook* akan mengirimkan email konfirmasi ke alamat email yang lama.

2.3.5 Fitur Media Sosial Facebook

Banyak fitur yang ditawarkan Facebook sebagai layanan yang dapat digunakan pengguna untuk memfasilitasi interaksi. Jika ditelaah lebih dalam beberapa di antaranya bisa dijadikan sebagai media pembelajaran. Fitur-fitur ini adalah:

1. Fitur Update Status dan Comment *Wall to Wall*, artinya Ruang pesan dapat diposting di setiap halaman profil lain yang dapat dilihat oleh umum.
2. Fitur Catatan atau Dokumen Dalam grup, artinya fitur ini sangat memudahkan pengguna dalam membuat dokumen baru di *Facebook*.
3. Fitur *Share Link*, foto dan Video. Sebuah fasilitas dimana pengguna dapat mengunggah foto, sehingga pengguna lain dapat melihatnya. Aplikasi foto

ini dilengkapi dengan penanda (tag), komentar, dan edit foto. Album foto dapat disetel ke pribadi atau siapa pun dapat bebas melihatnya dengan sesuai pengaturan penggunaannya (Nurudin, 2011: 67).

4. Fitur Obrolan Grup, dimana aktivitas yang dilakukan pada fitur ini merupakan interaksi antara grup secara langsung. Fitur ini adalah layanan terbanyak mempermudah proses diskusi dan pertukaran informasi dengan cepat karena anggota kelompok dapat berinteraksi langsung satu sama lain dengan anggota kelompok yang sedang *online*.

2.4 Generasi X

2.4.1 Pengertian Generasi X

Putra (2016) mengemukakan bahwa Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun 1960-1980 dan awal mulai perkembangan teknologi dan informasi seperti penggunaan *PC* (personal komputer), *video game*, TV kabel, dan internet. Karakteristik generasi ini mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik dan terpenggil sebagai generasi yang tangguh, berkarakter mandiri dan loyalitas tinggi, sangat mementingkan citra, ketenaran, dan uang, tipe pekerja keras, dan menghitung kontribusi yang telah dibuat perusahaan terhadap hasil kerjanya. Gen X sangat adaptif dan fokus pada hasil, sehingga generasi ini lebih suka diberi kebebasan.

Generasi X sering disebut *baby bust* karena jumlah bayi yang lahir menurun drastis dibandingkan dengan Generasi *Baby Boomer* sebelumnya. Generasi X dianggap sebagai generasi yang mandiri, pekerja keras, berorientasi pada karir, fleksibel, mahir dalam teknologi, logis, banyak akal, dan pemecah masalah yang baik.

Lancaster & Stillman (2002) mengungkapkan bahwa ada beberapa aspek yang dapat dilihat dari Generasi X, yaitu:

1. *Attitude*, Generasi X termasuk ke dalam golongan orang dengan sikap skeptis (kurang percaya/ragu-ragu).
2. *Overview*, Generasi X termasuk ke dalam generasi tertutup, indenpenden, memiliki potensi, dan tidak bergantung pada orang lain untuk membantu mereka.
3. *Work habits*, Generasi X juga menyadari adanya keragaman dan pemikiran yang luas, memiliki sikap profesional dalam hal pekerjaan dan pribadi, bersifat informal, mengandalkan diri sendiri, menggunakan pendekatan praktis dalam dunia pekerjaan, bersifat *enjoy* di dunia kerja, dan *happy* bekerja dalam menggunakan teknologi baru.

2.4.2 Sumber Pengelompokan Tahun Lahir Generasi X

Adapun variasi dalam penentuan mulai lahirnya generasi X menurut beberapa sumber, yaitu sebagai berikut:

1. Tapscott (1998) berpendapat bahwa Generasi X dimulai dari tahun 1965-1975
2. Howe & Strauss (2000) menyebutkan bahwa Gen X dimulai pada tahun 1961-1981
3. Zemke et al (2000) mengatakan bahwa Generasi X lahir pada tahun 1960-1980
4. Lancaster & Stillman (2002) berpendapat tentang lahirnya Generasi X di mulai dari tahun 1965-1980

5. Martin & Tulgan (2002) berpendapat bahwa Generasi X lahir pada tahun 1965-1977

6. Menurut Oblinger & Oblinger (2005), Generasi X lahir tahun 1965-1980

Berdasarkan dari beberapa sumber diatas, dalam penentuan awal lahirnya Generasi X dapat disimpulkan dari pendapat Parry & Urwin (2011). Beliau mengatakan bahwa ada dua hal penting dalam penentuan generasi yaitu faktor demografi, khususnya dalam jumlah tahun lahirnya sama dan faktor sosiologis yang berkaitan dengan peristiwa yang dialami. Para ahli berpendapat bahwa generasi terbentuk lebih banyak disebabkan oleh kejadian atau peristiwa sejarah dibandingkan dengan kesamaan tahun kelahirannya.

2.5 Analog Switch Off

2.5.1 Pengertian Analog Switch Off

Analog Swicht Off (ASO) merupakan peristiwa dihentikannya siaran analog dalam industri penyiaran untuk beralih ke teknologi penyiaran digital. Adapun media yang terkena dampak dari digitalisasi industri media ialah industri penyiaran yang bertransformasi dari siaran analog ke digital.

Dikutip dari hasil wawancara oleh ketua KPID Sumut Anggia Ramadhan mengatakan:

–ASO merupakan fenomena peralihan siaran TV analog menuju siaran TV digital. Perbedaan siaran TV analog dengan siaran TV digital yaitu lebih bersih siaran gambarnya, jernih suaranya dan canggih teknologinya.”

2.5.2 Manfaat *Analog Swich Off*

Direktur Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika, Usman Kansong mengungkapkan bahwa migrasi dari siaran analog ke digital memiliki banyak manfaat, yaitu:

1. Masyarakat akan menikmati siaran TV dengan kualitas yang lebih baik karena gambarnya lebih bersih, suaranya lebih jernih dan teknologinya lebih canggih.
2. Pilihan konten siaran bagi masyarakat juga akan semakin beragam dan dapat dinikmati secara gratis.
3. Siaran TV digital bersifat *Free-To-Air* dan bukan TV berlangganan, sehingga masyarakat tidak perlu berlangganan atau menggunakan kuota paket data internet.
4. Sementara itu, bagi lembaga penyiaran, migrasi sistem analog ke digital akan membuat industri penyiaran lebih siap untuk bersaing di era *konvergensi* melalui adopsi teknologi baru dan pemanfaatan beberapa saluran siaran.
5. Peralihan dari siaran TV analog ke digital juga memberikan manfaat besar bagi Negara. Dampak dari peralihan akan menghasilkan penggunaan spektrum frekuensi 700 *MHZ* yang lebih efisien.
6. Transisi ini menghasilkan digital dividend atas pemanfaatan spektrum frekuensi radio yang dapat digunakan untuk mewujudkan internet cepat yang lebih merata di sektor ekonomi digital. Selain itu juga memberikan tambahan penerimaan APBN dari sektor Penerimaan Negara Bukan Pajak

(PNBP) dan juga akan ada potensi peningkatan PDB yang signifikan.

(Kominfo.go.id)

2.5.3 Hambatan Pelaksanaan *Analog Switch Off*

Pasal 60A UU Cipta Lapangan Kerja telah menjadi dasar (*milestone*) untuk memberlakukan penghentian dari siaran analog menuju siaran digital atau dikenal sebagai *ASO*. Namun kebijakan tersebut masih memiliki hambatan dalam pelaksanaannya, sehingga pada proses peralihannya masih belum optimal. Hal ini dapat dilihat dari aspek persepsi masyarakat pada keputusan pemerintah dalam melakukan regulasi digitalisasi penyiaran yang belum mengetahui secara jelas dari keunggulan peralihan siaran analog. Selain itu kekurangan dan kelemahan yang dapat dirasakan pihak-pihak yang berwenang dalam menjalankan kebijakan yang diselenggarakan, seperti kurangnya anggaran dana dan jumlah *STB* yang tidak merata dibagikan pada masyarakat.

Adapun hambatan pelaksanaan *ASO*, yaitu sebagai berikut:

1. *Set Top Box* (*STB*) belum merata disalurkan kepada masyarakat di seluruh wilayah, sehingga tidak semua masyarakat dapat menikmati siaran digital.
2. Daerah yang jangkauan sinyalnya lemah, menghambat peralihan siaran digital.
3. Masyarakat belum mengerti maksud dari peralihan siaran analog ke siaran digital. Artinya banyak masyarakat, khususnya masyarakat Baby Boomer yang belum mengerti tentang teknologi secara edukasi, sehingga mereka juga tidak mengerti tentang siaran TV digital.
4. Masyarakat pada umumnya beranggapan, bahwa digital itu seperti *Netflix*, video, *YouTube*, dll. Padahal TV digital adalah siaran TV analog yang

diperbarui dari segi kualitas gambar, suara dan teknologinya. Dan juga memperhatikan dari isi konten pada setiap lembaga penyiaran.

5. Lembaga penyiaran tidak sepenuhnya siap dalam peralihan tersebut, meski berdasarkan kebijakan pemerintah pada Undang-Undang No 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja.
6. *STB* yang tidak berfungsi dengan optimal. Artinya sebagian masyarakat yang sudah menggunakan tidak mendapatkan signal dalam menangkap siaran televisi.

Sedangkan menurut Drury, et al (2001), Kompleksitas masalah migrasi teknologi digital di televisi dipengaruhi oleh aspek bisnis dari industri televisi itu sendiri, yaitu:

1. Infrastruktur penyiaran, terdiri dari beberapa bagian yang saling terkait, yaitu: program dan produksinya, penyusunan program dalam jadwal siaran, jaringan transmisi, emisi atau radiasi dari pemancar terestrial atau satelit, dan infrastruktur industri televisi.
2. Regulasi yang diperlukan untuk mengendalikan akses ke spektrum yang terbatas dan untuk memastikan bahwa spektrum tersebut digunakan oleh orang atau organisasi yang bertanggung jawab atas kepentingan publik.
3. Masalah komersial selalu muncul karena penyiaran adalah bisnis dari kepentingan ekonomi yang selalu dihadapkan dengan kepentingan sosial masyarakat.

2.6 Teori Persepsi Dalam Komunikasi Persuasif

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Bettinghous. Menurut Erwin P. Bettinghous (1973: 10) dalam

bukunya yang berjudul *Persuasive Communication*, mendefinisikan bahwa komunikasi persuasif adalah bentuk komunikasi yang dapat memengaruhi pemikiran seseorang dan tindakan seseorang, hubungan aktivitas antara pembicara dan pendengar dimana pembicara mencoba mempengaruhi perilaku pendengar melalui media pendengar melalui media pendengaran dan penglihatan. Adapun menurut Herbert W. Simons (1976) dalam buku *Persuasion: Understanding, Practice, and Analysis* mendefinisikan persuasi sebagai komunikasi manusia yang dirancang untuk memengaruhi orang lain dengan cara memodifikasi kepercayaan, nilai, dan sikap mereka. Simons (1976) mengungkapkan bahwa mempelajari komunikasi persuasif dapat dilakukan melalui teori-teori behavioristik seperti teori-teori belajar, teori persepsi, fungsional, dan teori keseimbangan.

Peneliti menggunakan teori persepsi dalam komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh Erwin P. Bettinghous dan Herbert W. Simons, yang dikutip dari Prasetyo, dkk (2020) dalam buku *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Teori ini berspekulasi tentang keinginan seseorang untuk membentuk sesuatu. Keinginan ini pada akhirnya membentuk sebuah persepsi, sehingga akan ada usaha dari seseorang agar keinginannya tercapai. Hakikat persepsi adalah menangkap atau memberikan suatu artian atau makna pada objek.

Erwin P. Bettinghous dan Herbert W. Simons, yang dikutip dari Prasetyo, dkk (2020) dalam buku *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*, menyimpulkan bahwa yang menjadi dasar pada teori ini adalah merangsang, meyakinkan, dan ajakan bertindak.

- a. Merangsang, Untuk memperkuat suatu keyakinan orang lain, perlu untuk menyajikan fakta. Dengan cara ini, masalah akan lebih mudah diangkat ke permukaan. Anda dapat mengingat kesamaan dan keyakinan bersama. Kesamaan berfungsi sebagai strategi untuk merangsang minat.
- b. Meyakinkan, Tujuan dari meyakinkan adalah untuk membawa perubahan dalam keyakinan, sikap, penilaian, dan, nilai-nilai pendengar. Pendengar mungkin melibatkan prasangka mereka dalam penilaian, maka rencanakan beberapa poin yang valid agar mereka dapat mendengarkan dan memahami topik tersebut. Jika pendengar setuju dengan pemikiran pembicara, maka pembicara dapat memperkenalkan produk sebagai alternatif yang lebih baik, kemudian merekomendasikan cara yang lebih baik.
- c. Ajakan Bertindak, Dengan opsi ini, pembicara dapat mengajak pendengar untuk bertindak dengan menarik perhatian mereka. Tujuannya adalah untuk menciptakan rasa ingin tahu, memecahkan masalah, atau mengajukan opsi yang berbeda sebagai solusi.

Pada dasarnya teori ini mempunyai hakikat bahwa kegiatan manusia tidak lepas dari tujuan. Berdasarkan pada penjelasan diatas, peneliti menghubungkan teori dengan penelitiannya dengan kesimpulan dalam pandangan Erwin P. Bettinghous dan Herbert W. Simons, yang dikutip dari Prasetyo, dkk (2020), ada beberapa tahap sebelum melakukan kegiatan yaitu stimulus sebelum meyakinkan seseorang atau stimulus secara langsung melalui panca indra atas reaksi yang diperoleh.

Merangsang adalah tahap awal komunikator sebelum memberikan keyakinan pada komunikan tentang informasi yang disajikan. Tahap ini dapat

diperkuat dengan menyajikan fakta. Setelah komunikator mampu merangsang komunikasi dengan penyampaian informasinya, langkah selanjutnya ialah memberikan keyakinan pada komunikasi bahwa informasi tentang sosialisasi ASO melalui *Facebook* merupakan kebijakan pemerintah dalam hal regulasi penyiaran yang akan beralih ke siaran TV digital secara menyeluruh. Terakhir Diskominfo Sumut mengajak komunikasi untuk bertindak dalam migrasi ke siaran TV digital. Pada tahapan ini, komunikasi Generasi X tentu memiliki respon sendiri terkait kebijakan pemerintah yang dianggap sulit untuk di adaptasi pada usia mereka.

2.7 Penelitian Terdahulu

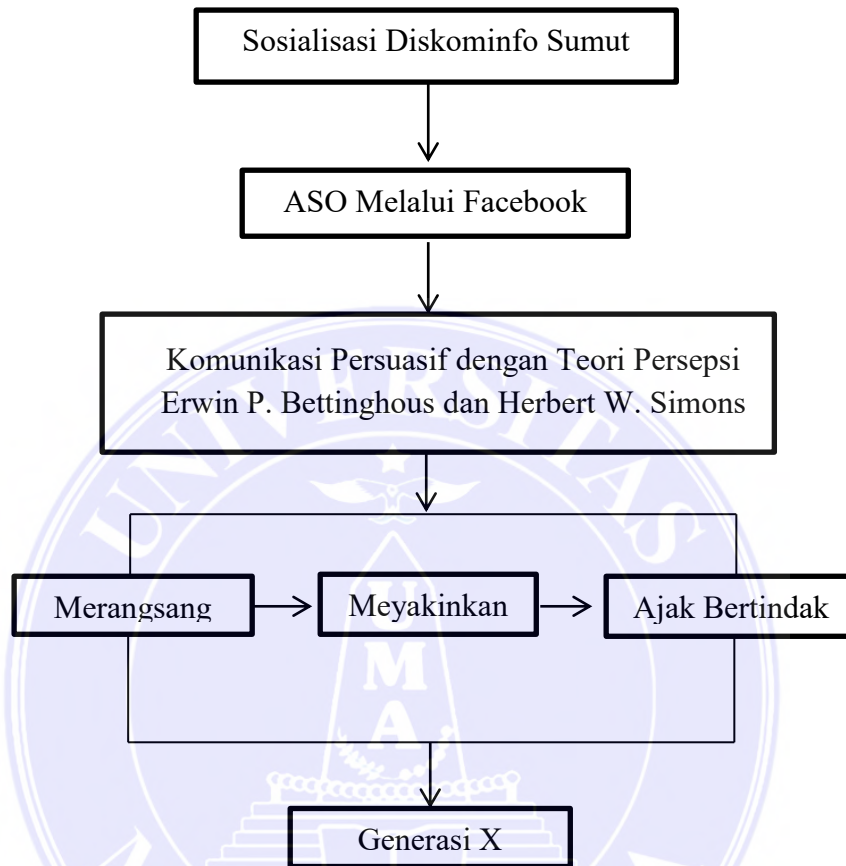
Tabel 3
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian	Persamaan Penelitian
1.	Agung Prabowo dan Kurnia Arofah (2017)	Media Sosial <i>Instagram</i> Sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital	Metode yang digunakan oleh peneliti terdahulu yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode eksperimen	Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara pengetahuan sebelum menerima pesan tentang TV digital dan sesudah terima pesan melalui <i>Instagram</i> . Pemerintah sudah melakukan Sosialisasi baik melalui saluran TVRI dan beberapa stasiun TV Baru (Nusantara TV, Inspira TV, dll) dan via Media sosial juga belum membentuk agenda publik.	Peneliti terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksperimen dan menggunakan teori technical. Sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan teori persepsi dalam komunikasi persuasif.	Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu samasama meneliti mengenai Media sosial sebagai sarana dalam melakukan sosialisasi penyiaran TV Digital.
2.	Made Dwi Adnjani dan Mubarak. (2018)	Strategi Sosialisasi Migrasi Sistem Penyiaran Analog Ke Digital Di Jawa Tengah	Metode yang digunakan peneliti terdahulu yaitu pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif	Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hambatan utama sosialisasi terletak pada tiga hal yaitu: mayoritas masyarakat tidak mengetahui rencana migrasi, belum adanya keputusan final tentang proses migrasi, dan	Pada peneliti terdahulu, informan penelitiannya KPID Jawa Tengah dan 200 masyarakat yang mewakili dari akademisi, pelajar/mahasiswa, PNS, TNI/Polri, ibu rumah tangga,	Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu samasama meneliti mengenai sosialisasi sistem penyiaran analog ke digital.

				ketidakpedulian tentang proses migrasi. Sedangkan peluang yang dimiliki adalah: siaran digital yang lebih jelas gambarnya, peluang bisnis digital, peluang bertambahnya jumlah saluran televisi yang lebih banyak	pensiunan. Sedangkan peneliti, informan penelitiannya adalah Diskominfo Sumut dan Generasi X di Kota Medan.	
3.	Rahman Asri (2023)	Penerimaan Khalayak Atas Proses Migrasi Sistem Penyiaran Nasional di Indonesia (Studi Fenomenologis Perubahan Migrasi Siaran Analog ke Siaran Digital)	Metode yang digunakan peneliti terdahulu ialah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif.	Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penonton menerima secara positif siaran digital, karena visualnya lebih bagus dan suaranya juga lebih jernih jika dibandingkan dengan siaran 34 analog sebelumnya.	Peneliti terdahulu menggunakan teori Determinasi Teknologi Marshall McLuhan. Sedangkan peneliti menggunakan teori persepsi dalam komunikasi persuasif.	Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan ialah sama-sama membahas tentang <i>Analog Switch Off</i> .
4.	Jumadal Simamora, dkk (2022)	Analisis Faktor Penghambat <i>Analog Switch Off</i> (ASO) Ke Televisi Digital Di Indonesia Dari Perspektif Mediamorphosis	Metode yang digunakan peneliti terdahulu ialah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif	Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sebuah teknologi baru untuk menjadi Teknologi dewasa (<i>invisible technology</i>) tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan proses tahapan yang panjang. Dari keempat kategori di atas, faktor kepastian hukum (peraturan), infrastruktur dan penyediaan <i>STB</i> yang merupakan faktor utama penghambat proses <i>ASO</i> di Indonesia.	Peneliti terdahulu menggunakan teori Mediamorphosis yang dikemukakan Fidler. Sedangkan peneliti menggunakan teori persepsi Erwin P. Bettingous dan Herbert W. Simons.	Persamaan dengan penelitian yang peneliti lakukan ialah sama-sama membahas tentang migrasi siaran analog ke siaran digital.
5.	Arya Rizky Hernandi (2017)	Kesiapan Masyarakat Dalam Menghadapi Era TV Digital Tahun 2018 (Studi Deskriptif Masyarakat Tanjung Gading Kabupaten Batubara)	Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa masyarakat setuju dan akan mengikuti program Pemerintah asalkan harus ada sosialisasi dulu agar seluruh masyarakat memahami program dan tidak ada keberatan.	Peneliti terdahulu menggunakan teori S-O-R. Sedangkan peneliti menggunakan teori Persepsi dalam Komunikasi Persuasif.	Persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama membahas tentang TV digital.

2.8 Kerangka Berpikir

Gambar 2
Kerangka Berpikir



Sumber: Peneliti, 2022

Berdasarkan pada gambar kerangka berpikir diatas, dapat dijelaskan bahwa adapun Sosialisasi Diskominfo Sumut melalui Facebook menggunakan teori persepsi dalam komunikasi persuasi. Teori ini dikemukakan oleh Erwin P. Bettinghous dan Herbert W. Simons, dimana teori ini digunakan untuk melihat Sosialisasi melalui *Facebook* tentang *Analog Switch Off* kepada Generasi X. Adapun yang menjadi indikator pada teori yaitu Merangsang, Meyakinkan dan Ajak Bertindak. Indikator-indikator tersebut ditentukan untuk melihat Sosialisasi Diskominfo Sumut melalui *Facebook* tentang *Analog Switch Off*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan Sosialisasi Diskominfo Sumut tentang *Analog Switch Off* melalui akun *Facebook* Info Sumut pada Generasi X di Kota Medan. Hasil penelitian bersifat deskriptif. Sebagaimana pengertian penelitian kualitatif bukan menggunakan data angka atau statistik, tetapi berupa narasi deskripsi. Strauss dan Corbin (2013) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang prosedur penelitiannya tidak bersifat statistik atau kuantifikasi. Metode ini dilengkapi dengan triangulasi sumber dan menggunakan analisis data yang bersifat induktif kualitatif, serta hasil penelitian kualitatif banyak menekankan pada narasi ketimbang generalisasi.

Penelitian kualitatif lebih spesifik dengan penelitian yang berputar di sekitar kehidupan, cerita, perilaku dan juga fungsi organisasi, gerakan sosial atau hubungan timbal balik. Yulianty & Jufri (2020) mengungkapkan bahwa dalam penelitian kualitatif harus dilakukan analisis data dengan seksama, agar data yang telah diperoleh dapat diceritakan dengan baik, sehingga menjadi hasil penelitian yang dapat diimplementasikan. Penelitian ini berkaitan dengan eksistensi peran komunikasi massa. Artinya informasi yang disebarluaskan melalui media dengan maksud untuk menjadi persuasif pada publik (Watie, 2016).

Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang peneliti lakukan dalam mengumpulkan informasi-informasi dalam bentuk tulisan narasi dan bukan menggunakan data statistik. Adapun alasan peneliti dalam memilih dan

menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu: berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka pendekatan kualitatif sangat cocok untuk mendeskripsikan dan menjawab persoalan fenomena dalam penelitian dan peneliti juga memberikan fokus penelitian, sehingga memudahkan perhatian peneliti dalam melihat rumusan masalah yang akan ditelitinya.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan Jl. HM. Said No.27, Gaharu, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan. Adapun yang menjadi alasan peneliti dalam memilih lokasi penelitian tersebut karena ada hal unik dan menarik untuk diteliti pada lokasi tersebut dan Diskominfo Sumut juga memiliki media internal sendiri dalam merealisasikan kebijakan Pemerintah terkait sosialisasi siaran TV digital pada wilayah Sumatera Utara, khususnya Kota Medan.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini mulai dilakukan sehari setelah surat izin penelitian diterima peneliti. Waktu yang digunakan kurang lebih selama dua bulan, terhitung dari bulan April 2023 sampai bulan Mei 2023. Selama satu bulan peneliti melakukan pengumpulan data dengan sumber data yang berdasarkan pada observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data penelitian terkumpul, selanjutnya bulan kedua dilakukan pengolahan data dan penyajian data dalam bentuk skripsi dan juga proses bimbingan.

Selama proses penelitian dan penyusunan, peneliti memiliki hambatan, dimana sebelumnya peneliti telah melakukan wawancara kepada informan kunci,

informan utama dan informan tambahan yang dimulai pada tanggal 13 April 2023 sampai 13 Mei 2023. Setelah peneliti melakukan wawancara dengan informan kunci, adapun rumusan masalah penelitian tidak terjawab. Selanjutnya peneliti berdiskusi dengan pembimbing dan memutuskan untuk mengganti media yang digunakan. Setelah ditentukan media yang digunakan, peneliti melakukan penyusunan kembali pada Bab 1-3 dan daftar wawancara. Setelah rampung, peneliti kembali melakukan penelitian dan menyusun jadwal dengan sumber data primer untuk menanyakan ketersediaan informan dilakukan wawancara kembali. Peneliti melakukan wawancara kembali pada tanggal 24 Mei 2023 hingga sampai proses penyusunan Bab 4-5.

Tabel 4
Waktu Penelitian

No.	Uraian Kegiatan	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	April 2023	Mei 2023	Jun 2023	Juli 2023	Agust 2023
1.	Pengajuan Judul	■										
2.	Penyusunan Proposal	■	■	■								
3.	Seminar Proposal				■							
4.	Revisian seminar Proposal					■	■					
5.	Penelitian							■	■			
6.	Bimbingan Skripsi									■		
7.	Seminar Hasil										■	
8.	Sidang Meja Hijau											■

3.3 Informan Penelitian

Informan peneliti pada penelitian ini adalah pihak-pihak yang mengetahui dalam peralihan siaran TV digital. Adapun informan penelitian yang peneliti

batasi dengan jenis informan yang berbeda-beda, yaitu: Informan Kunci, Informan Utama, dan Informan Tambahan.

1. Diskominfo Sumut di Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP)
2. Masyarakat Generasi X yang belum beralih ke siaran TV digital.
3. Masyarakat Generasi X yang sudah beralih ke siaran TV digital.

3.4 Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian kualitatif, informan atau manusia yang dijadikan sumber informasi harus sesuai dengan kriteria tertentu agar fokus masalah yang dicari dapat dipecahkan dan ditemukan. Dalam proses menggali informasi dari seorang informan, tentu kualitas data yang diperoleh tergantung dari kualitas informan itu sendiri. Kualitas pengetahuan informan dalam memberikan informasi akan menentukan keabsahan data peneliti. Berikut beberapa kriteria informan dalam penelitian ini:

1. Sehat jasmani dan rohani
2. Masyarakat Generasi X (1965—1980) Sumut
3. Memiliki pengetahuan tentang objek penelitian peneliti
4. Mengetahui adanya sosialisasi peralihan ke siaran TV digital
5. Masyarakat yang belum dan sudah beralih ke siaran TV digital
6. Pengguna dan tidak pengguna *Set Top box*
7. Mereka bersedia untuk di wawancarai tanpa adanya keterpaksaan dari peneliti

3.5 Sumber Data

Sumber data merupakan subjek yang akan peneliti peroleh pada penelitian. Sumber data dikumpulkan berdasarkan pada hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun sumber data yang digunakan peneliti, sebagai berikut:

3.5.1 Data Primer

Adalah sumber data yang diperoleh secara empiris dan langsung pada pendekatan wawancara. Artinya penulis melakukan pendekatan ini, dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam pada sumber terkait. Adapun sumber data primer pada penelitian ini yaitu:

1. Bapak Porman Juanda selaku bidang IKP Diskominfo Sumut
2. Ibu Dahriana Harahap & Siti Zainab masyarakat yang belum beralih siaran TV digital
3. Ibu Fitriani & Yunita masyarakat yang sudah beralih ke siaran TV digital

3.5.2 Data Sekunder

Adalah data pendukung yang diperoleh dari studi literatur dan jurnal yang relevan dalam mendukung penelitian ini. Adapun sumber data sekunder terdiri dari buku, jurnal ataupun situs web, dan sumber data lainnya yang dapat digunakan sebagai data pelengkap.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan alat yang dipilih dan digunakan peneliti dalam mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data ini, dapat diwujudkan dalam bentuk observasi, wawancara, dokumentasi dan sebagainya (Sugiyono, 2018: 224). Terdapat tiga teknik dalam pengumpulan data yang

digunakan peneliti dari unggahan Info Sumut tentang sosialisasi Analog Switch Off melalui Facebook pada tahun 2021-2022 yaitu:

3.6.1 Observasi

Adalah pengamatan atau riset secara langsung dengan kegiatan mencatat secara sistematis dari gejala yang diteliti. Dalam teknik ini, peneliti menggunakan teknik observasi Non Partisipan dari Riyanto (2010: 98-100), yang artinya observer (pengamat) tidak ikut ambil bagian kehidupan observee (yang diamati). Artinya peneliti tidak memiliki peran serta dalam keberlangsungan kegiatan sosialisasi *ASO* melalui *Facebook*. Adapun alasan peneliti memilih teknik Observasi *Non Partisipan*, karena peneliti tidak terjun langsung dalam kegiatan sosialisasi *ASO* tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti terlebih dulu melihat unggahan-unggahan Diskominfo Sumut dan mulai memperhatikan unggahan yang berdasarkan pada objek permasalahan, seperti bentuk unggahan.

1. Mengidentifikasi unggahan Info Sumut yang terkait dengan unggahan sosialisasi *Analog Switch Off*, seperti ajakan untuk beralih ke siaran TV digital.
2. Mencatat tanggal, waktu, dan tahun unggahan pada setiap unggahan yang relevan dengan topik penelitian.
3. Memantau komentar yang diberikan pengikut di bawah unggahan sosialisasi tentang *ASO* di Info Sumut.
4. Mencatat jumlah komentar ataupun reaksi pengikut dalam setiap unggahan sosialisasi tentang siaran TV digital.

5. Mengamati interaksi antara *followers* dengan pembuat sosialisasi, apakah ada diskusi atau tanggapan di kolom komentar.

3.6.2 Wawancara

Adalah teknik atau cara yang dimanfaatkan peneliti dalam mengumpulkan data-data pada penelitian. Wawancara adalah cara dalam memperoleh informasi secara langsung dengan melakukan pendekatan. Teknik wawancara ini dilakukan untuk mengetahui pemahaman informan pada topik yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti memilih wawancara semi terstruktur untuk memperoleh keabsahan data dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang relevan dari penelitian. Wawancara ini diajukan untuk Diskominfo Sumut selaku lembaga yang berwenang dalam pelaksanaan sosialisasi *ASO* melalui *Facebook* di Sumut, masyarakat Generasi X yang sudah beralih siaran TV digital dan masyarakat Generasi X yang belum beralih ke siaran TV digital.

Alasan peneliti memilih teknik wawancara semi terstruktur adalah karena untuk menemukan permasalahan yang lebih terbuka dan peneliti meminta pendapat informan secara terbuka terkait kebijakan *Analog switch off* tersebut. Sebelum melakukan pengumpulan data di lapangan dengan metode wawancara, peneliti menyusun daftar pertanyaan sebagai pedoman guna memperoleh informasi. Pada tahap wawancara, peneliti menentukan kriteria informan yang bersedia untuk diwawancara.

a. Kriteria Informan

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan informan yang berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Ikut berpartisipasi dalam *Analog Switch Off*

2. Masyarakat Generasi X
 3. *Followers Facebook* Info Sumut
 4. Bersedia melakukan wawancara semi terstruktur
- b. Profil Informan

Peneliti memilih 5 orang sebagai informan penelitian ini. ke-5 informan ini dipilih berdasarkan dari kriteria diatas. 1 dari 5 informan, diarahkan langsung oleh pihak Diskominfo Sumut sendiri, sedangkan 4 dari 5 informan ditentukan oleh peneliti.

3.6.3 Dokumentasi

Sugiyono (2018: 240) mengungkapkan bahwa dokumentasi adalah metode yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data informasi berupa buku, arsip, dokumen, angka dan gambar tertulis dalam bentuk laporan. Adapun alasan peneliti memilih menggunakan metode ini ialah untuk melengkapi metode observasi dan wawancara. Selain peneliti juga mengambil dokumentasi berupa data gambar Kantor Diskominfo Sumut, juga menggunakan tangkapan layar (*screenshot*) dari laptop pada setiap unggahan sosialisasi *Analog Switch Off* Info Sumut dan respons *followers* Info Sumut pada unggahan tersebut. Disamping itu, dokumentasi yang peneliti ambil dari informan lainnya ialah gambar siaran TV yang sudah menggunakan *STB* maupun belum menggunakannya.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui unggahan sosialisasi *Analog Switch Off* yang ditampilkan dalam bentuk foto *Facebook* Info Sumut dan wawancara dengan informan. Setelah data penelitian

terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah mengevaluasinya dengan cara menganalisis, merangkum dan membuat kesimpulan. Pendekatan analisis data dimulai dengan memeriksa data dari berbagai sumber. Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan setelah proses pengumpulan data berakhir.

Menurut Salim & Syahrums (2018: 147), setelah data dan informasi sudah terkumpul, maka lakukan kegiatan analisis data. Analisis data adalah proses setelah data informasi terkumpul kemudian dilakukan kegiatan analisis data. Artinya dalam analisis data yang dilakukan peneliti bersifat secara sistematis dan terstruktur, agar hasil penelitian dapat akurat dan bisa dipertanggungjawabkan.

Terdapat beberapa proses analisis data yang dapat dilakukan oleh peneliti, yakni sebagai berikut:

3.7.1 Reduksi Data

Menurut Miles dan Huberman (dalam Salim & Syahrums, 2018: 148) reduksi data merupakan sebuah proses seleksi dan memperkecil dari transformasi data mentah yang bersumber pada catatan peneliti selama penelitian. Reduksi data atau pengurangan data juga dapat dikatakan sebagai pemilihan data yang dilakukan oleh peneliti agar sesuai dengan konteks penelitian dan membuang data yang tidak relevan atau tidak valid. Dalam mereduksi data, penelitian berfokus pada unggahan sosialisasi *ASO* Diskominfo Sumut melalui akun *Facebook* Info Sumut, seperti jumlah unggahan, tanggal dan tahun unggahan, dan respon *followers* di bawah postingan tentang *ASO* dan. Artinya hasil penelitian yang diperoleh banyak, tetapi peneliti harus mencatat poin-poin penting dan relevan dari pokok permasalahan penelitian.

3.7.2 Penyajian Data

Setelah reduksi data, tahap selanjutnya adalah *display* data. Penyajian data adalah kumpulan informasi yang memberikan peneliti untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan (Nenny dkk, 2021: 117). Nenny (2021) mengungkapkan bahwa penyajian data merupakan kumpulan informasi peneliti dalam bentuk deskripsi yang lengkap, yang disusun berdasarkan poin-poin utama dari temuan dalam reduksi data dan disajikan dengan menggunakan bahasa yang logis, akademi dan sistematis sehingga mudah dipahami. Adapun poin rumusan masalah pertama dari temuan peneliti ialah sosialisasi bersifat momentum, informasi yang tidak konsisten, dan informasi bersifat monoton. Sedangkan poin rumusan masalah kedua dari temuan peneliti yaitu anggaran dana, informasi kurang efektif, faktor ekonomi dan persepsi masyarakat Generasi X tentang sosialisasi *Analog Switch Off* melalui *Facebook*. Data-data tersebut dideskripsikan secara naratif dan didukung dengan dokumen foto.

3.7.1 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Menurut Milles dan Huberman Salim (dalam & Syahrudin, 2018: 150) setelah data yang disajikan telah melakukan proses mereduksi data, selanjutnya adalah menarik kesimpulan atau validasi data. Artinya membuat kesimpulan atau verifikasi dimulai dari sifat umum, kemudian menjadi lebih rinci atau spesifik dan mampu menjawab permasalahan pada penelitian.

Kesimpulan dilakukan selama terus menerus selama proses pengumpulan data. Peneliti disini menganalisa dan mencari hubungan yang sama, dan menuliskannya dalam kesimpulan., Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan

dilakukan dengan cara mengambil inti permasalahan dari hasil temuan berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi.

3.8 Pengujian Keabsahan Data

Sugiyono (2015: 92) mengungkapkan bahwa pengujian keabsahan data merupakan salah satu teknik atau cara dalam penelitian yang diperoleh dan dapat di pertanggungjawabkan atas kebenarannya. Pengujian keabsahan data yang dimaksud adalah untuk mengukur tingkat kepercayaan atau kredibilitas dalam penelitian kualitatif secara berurutan dan secara ilmiah. Dalam penelitian ini, uji validitas data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi sumber.

Triangulasi sumber data adalah cara untuk mendapatkan atau menemukan kebenaran informasi dari sumber yang berbeda-beda namun teknik yang sama. Triangulasi sumber data diterapkan pada pokok bahasan yang menjadi fokus kajian. Dalam hal ini, Triangulasi data yang digunakan adalah triangulasi sumber dalam mengumpulkan informasi.

Untuk pengujian keabsahan data, peneliti melakukan pendekatan dengan menghubungi narasumber dan berbagi temuan hasil yang peneliti peroleh dari penelitian. Kegiatan ini bertujuan untuk cek kebenaran pada data yang diperoleh dalam penelitian.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan di atas. Adapun kesimpulan yang dapat diperoleh dari penelitian ini ialah:

1. Sosialisasi yang dilakukan Diskominfo Sumut tentang *ASO* melalui *Facebook* akun Info Sumut mendapatkan respon yang cukup baik dari Generasi X. Hal ini dilihat dari jumlah respon *followers* pada setiap unggahan tentang *Analog Switch Off*. Artinya ketertarikan pada kebijakan peralihan siaran TV digital dilihat dari antusias *followers* dalam memberikan respon *likes*, dan komentar pada setiap unggahan *ASO*. Selain itu cara mensosialisasikan *ASO* di Info Sumut kurang efektif.
2. Hambatan pelaksanaan sosialisasi Diskominfo Sumut tentang *Analog Switch Off* di dasarkan pada kurangnya anggaran dana, sehingga informasi yang disajikan bergantung pada perhatian masyarakat itu sendiri. Adapun hambatan lainnya menunjukkan bahwa kurangnya perhatian masyarakat dalam siaran TV digital. Hal inilah yang juga menyebabkan lambatnya proses dalam implementasi kebijakan peralihan siaran TV digital .

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan pada penjelasan dalam penelitian ini ialah:

1. Dinas Komunikasi Dan Informasi Provinsi Sumatera Utara, khususnya bidang IKP, disarankan lebih berupaya dalam melakukan sosialisasi *ASO* melalui *Facebook* atau media sosial lainnya secara konsisten. Unggahan Informasi yang bersifat konsisten, dapat memberikan efektif tanpa menunggu massa yang bergerak. Artinya informasi yang efektif adalah informasi tersampaikan secara jelas dan tidak terjeda, agar masyarakat dapat memahami tentang kebijakan peralihan siaran TV digital.
2. Generasi X diharapkan untuk lebih terbuka lagi dalam memperhatikan informasi yang disampaikan. Artinya Generasi X dapat mencari informasi seputar transformasi dari siaran TV analog ke siaran TV digital melalui berbagai media. Sehingga siap berpartisipasi dalam mengimplementasikan kebijakan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah dan Didin Fatihudin. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Anselm Straus dan Juliet Corbin. (2013). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bettinghaus, Erwin P. (1973). *Persuasive Communication*. New York: Holt, Rinehart, and Winston.
- Cangara, Hafied. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi. Cetakan Kedua*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Djamal, Hidajanto, & Fachruddin. A. (2015). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hadi, I. P. dkk (2021). *Komunikasi Massa*, Jawa Timur: Penerbit Qiara Media.
- Hidajanto, D. dan Andi F. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Holmes, David. (2005). *Teori Komunikasi (Media, Teknologi, dan Masyarakat)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Howe, N. & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lancaster, L. C. and Stillman, D. (2002). *When Generations Collide. Who They Are. Why They Clash. How to Solve the Generational Puzzle at Work*. New York: Collins Business.
- Mardiana & Rizky. (2009). *5 Jam Menjadi Terkenal Lewat Facebook*. Bandung: CV. Yrama Widya.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. (2012). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah. (2014). *Teori dan Riset Media Siber Cybermedia*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Nenny, Ika dkk. (2021). *Metode Penelitian untuk Perguruan Tinggi*. Yayasan Kita Menulis.
- Nurudin, (2011). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Gafindo Persada.

- Prasetyo, dkk. (2020). *Strategi Branding: Teori Dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Rismawaty, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano P. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi (Welcome to The World of Communications)*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Simons, H.W. (1976). *Persuasion: Understanding, Practice, and Analysis*. Random House. New York.
- Soekanto, Soerjono. (2007). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Solihat, Manap, Melly, Maulin & Olih, Solihin. (2015). *Interpersonal Skill Tips Membangun Komunikasi dan Relasi*. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Strauss dan Corbin. (2013), *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Syahrum, dan Salim. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Cipta Pustaka Media.
- Taprial & Kanwar. (2012). *Understanding Social Media*. London: Ventus Publishing ApS.
- Yrama Widya.(2009: 3). *5 Jam Belajar Cepat Menggunakan Facebook*. Bandung

Sumber Lainnya

- Agung Prabowo dan Kurnia Arofah. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Sosialisasi Kebijakan Penyiaran Digital. *Jurnal Aspikom*, 3 (2): 256-269.
- Asri, R. (2023). Audiences Perceived About Migration Process National Broadcasting System In Indonesia (Fenomenology Study Change Broadcasting Migration Analog to Digital). *CommLine*, 8(1), 40-54.
- Bawapratama, C. R. (2010). Konvergensi Media dan Perubahan dalam Manajemen SDM Media. *Jurnal Komunikasi*, 5, 7-22.
- Drury, et. al. (2001). Coding and Modulation for Digital Television. Kluwer Academic Publishers, Norwell Massachusetts.
- Donl. (2022). *Era Siaran Televisi Digital Dimulai* dalam <https://www.kominfo.go.id/content/detail/39857/april-2022-era-siaran-televisi-digital-dimulai/0/artikel>, 25 Januari 2022
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21 (1):33-54.
- Hernandi, A. R. (2017). *Kesiapan Masyarakat Dalam Menghadapi Era Tv Digital Tahun 2018 (Studi Deskriptif Masyarakat Tanjung Gading Kabupaten Batubara)* (Doctoral dissertation).
- Hidayat, D. R., Sos, S., SH, M. S., Bajari, A., Prastowo, A. A., & Kom, S. S. M. (2021). Kesiapan Masyarakat Jawa Barat Menghadapi Analog switch off. *Bersiap Menghadapi Aso*, 1.
- Hulu, F. N., Julham, J., Anugerahwaty, R., & Nasution, T. A. T. (2022). Sosialisasi dan Pemahaman Perangkat Multiplekser Pada Masyarakat Desa dalam Proses Peralihan TV Analog ke TV Digital. *Jurnal Ilmiah Madiya (Masyarakat Mandiri Berkarya)*, 3(3), 21-26.
- Ibrahim, A. Model Sosialisasi, Informasi Dan Edukasi Kebijakan Digitalisasi Penyiaran dalam Konteks Kajian Sosiologi Komunikasi.
- ITUWRC. (2023) *Development* Dalam <https://www.itu.int/en/ITU-D/Spectrum-Broadcasting/DSO/Pages/dataminer.aspx>, 10 April 2023.
- Laksana, A., Nashrudin, A., & Ferdiana, R. (2022). Implementasi Sosialisasi Tentang Migrasi Siaran Televisi Analog Ke Digital dan Pendampingan Pembagian Set Top Box (STB) Kepada Masyarakat Tidak Mampu. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 3(2), 340-347.

- Locita, F. K., & Kalaloi, A. F. (2023). Analisis Resepsi Masyarakat Di Kecamatan Lembang Terhadap Sosialisasi Siaran Televisi Digital. *Proceedings of Management*, 9(6).
- Munasaroh, S. A. (2021). Budaya Komunikasi Pada Pengguna Media Sosial Facebook Di Era New Media. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(2), 82-96.
- Nufus, A. N. (2020). *Penerapan Video Animasi Sosialisasi Penggunaan Aplikasi Peduli Lindungi Dalam Bentuk Animasi 2 Dimensi Dengan Teknik Motion Graphic* (Doctoral Dissertation, Politeknik Negeri Sriwijaya).
- Utari, P. (2011) Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi, Divisi Litbang Aspiikom, Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi, Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Parry, E., & Urwin, P. (2011). Generational differences in work values: A review of theory and evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13, 79–96
- Primasari, N. S., & Ghofirin, M. (2021). Sosialisasi Kesiapan Masyarakat Menuju Transaksi Digital di Era New Normal Life. *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.
- Purnomo, M. H. Dan Mahi, M. H (2020). *Modul Sekolah Pedoman Perilaku Penyiaran & Standar Program Siaran*, Jakarta: KPI Pusat.
- Putra, Y.S. (2017). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(2).
- (2016). Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*. (9) 18. 42-53.
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Facebook di RI Capai 191,4 Juta hingga Februari 2023* Dalam <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-facebook-di-ri-capai-1914-juta-hingga-februari-2023>, 31 Maret 2023.
- Safitri, I. N. (2022). *Strategi Komisi Penyiaran Indonesia Daerah Dki Jakarta Dalam Menyukkseskan Migrasi Analog Switch Off Ke Siaran Televisi Digital* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Simamora, J., Yuniarso, S. W., & Pamungkas, S. (2022). Analisis Faktor Penghambat Analog Switch Off (Aso) Ke Televisi Digital Di Indonesia Dari Perspektif Mediamorphosis. *The Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 23-36.

- Siregar, A. U. A. (2023). *Strategi Komunikasi Dalam Peningkatan Pelayanan E-Government Oleh Diskominfo Kota Medan Provinsi Sumatera Utara* (Doctoral Dissertation, Ipdn).
- Srll. (2021). *Menuju Industri Penyiaran Yang Sehat* Dalam <https://www.kominfo.go.id/content/detail/33231/menuju-industri-penyiaran-yang-sehat/0/artikel>, 10 Maret 2021.
- Sukandarrumidi. (2002). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Suryana, A. (2014). *Konsep-konsep Dasar Komunikasi Persuasif*. Universitas Terbuka.
- Ulfah Nur. (2017 : 3). *Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung.
- Umam. Gramedia Blog Dalam <https://www.gramedia.com/literasi/generasi-baby-boomers-x-y-z-alpha/>, 27 Juli 2023.
- Utomo, A., & Sari, A. (2023). Dampak Ekonomi pada Migrasi Siaran TV Digital bagi Masyarakat dalam Pembagian Set Top Box Gratis Tidak Merata di Provinsi Banten. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 926-933.
- Widyastuti. A. (2016). Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Self Disclosure Pada Pengguna Facebook. *Jurnal Psikologi Universitas Esa Unggul*, 1-8.
- Yanti, N. (2022). Pemanfaatan Situs WEB Madina.go.id Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Madina Sebagai Akses Informasi Publik. *Skripsi*, Universitas Medan Area.
- Yulianty, Puspa, and Ali Jufri. (2020). Perdebatan Empiris: Prinsip Metode Kualitatif dan Kuantitatif Untuk Penelitian Sosial Ekonomi. *Value: Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 15 (2): 164-72.
- Diskominfo Provsu. Dalam Website Resmi, <https://diskominfo.sumutprov.go.id/>. Diakses pada tanggal 22 Juni 2023.

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

SOSIALISASI DISKOMINFO SUMUT TENTANG *ANALOG SWITCH OFF* MELALUI *FACEBOOK* PADA GENERASI X DI KOTA MEDAN

A. Identitas Informan

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :
Jabatan/Pekerjaan :

B. Daftar Pertanyaan

1) Informan Kunci

Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara

1. Apa maksud dari istilah *Analog Switch Off* (ASO)?
2. Kenapa sosialisasi *ASO* begitu penting untuk dilakukan?
3. Bagaimana cara Diskominfo Sumut dalam melakukan sosialisasi tentang *ASO* pada masyarakat Sumut, khususnya Kota Medan?
4. Adakah tahapan wilayah dalam melaksanakan *ASO*?
5. Bagaimana sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo Sumut tentang *ASO* melalui Facebook pada Generasi X di Kota Medan?
6. Sejak kapan Diskominfo Sumut mulai melaksanakan sosialisasi *ASO* melalui Facebook?
7. Apakah setiap hari sosialisasi *ASO* yang dilakukan Diskominfo Sumut melalui Facebook?
8. Bentuk sosialisasi yang diunggah seperti apa?
9. Adakah Diskominfo Sumut memanfaatkan fitur lain di Facebook dalam melakukan sosialisasi *ASO*?
10. Apakah ada menggunakan Influencer dalam sosialisasi *ASO* di facebook?
11. Apakah sosialisasi *ASO* yang dilakukan Diskominfo Sumut melalui Facebook pada Generasi X sudah efektif dan memengaruhi *followers* untuk beralih?
12. Bagaimana respons *followers* Facebook dalam melihat unggahan sosialisasi *ASO* yang dilakukan Diskominfo Sumut?
13. Sejauh ini bagaimana progres dari unggahan sosialisasinya dan progres masyarakat Kota Medan dalam peralihan siaran TV digital?
14. Adakah hambatan Diskominfo Sumut dalam melakukan sosialisasi *ASO* melalui Facebook pada masyarakat Kota Medan?
15. Kenapa masyarakat setuju dengan adanya kebijakan *Analog Switch Off*?
Informan Utama

2) Informan Utama

Masyarakat Generasi X yang belum beralih ke siaran TV digital

1. Apakah saudara mengetahui istilah *Analog Switch Off* (ASO)?
2. Dari mana saudara mengetahui istilah *ASO*?
3. Menurut anda, apakah sosialisasi yang dilakukan Diskominfo Sumut tentang *ASO* melalui *Facebook* sudah efektif?
4. Bagaimana respon anda setelah melihat atau mengetahui unggahan tentang *ASO* di *Facebook* dalam akun Info Sumut?
5. Mengapa anda belum beralih ke siaran TV digital?
6. Apakah anda setuju dengan dilaksanakannya *ASO*?
7. Setelah mengetahui *ASO* dari sosialisasi yang dilakukan Diskominfo Sumut, adakah dorongan untuk beralih ke siaran TV digital?
8. Adakah hambatan dalam pelaksanaan sosialisasi *ASO* bagi saudara?

3) Informan Tambahan

Masyarakat Generasi X yang sudah beralih ke siaran TV digital

1. Apakah saudara mengetahui istilah *Analog Switch Off* (ASO)?
2. Apakah anda pengguna *Facebook*?
3. Dari mana saudara mengetahui istilah *ASO*?
4. Menurut anda, apakah sosialisasi yang dilakukan Diskominfo Sumut tentang *ASO* melalui *Facebook* sudah efektif?
5. Menurut anda, seberapa penting kita untuk beralih ke siaran TV digital?
6. Mengapa masih banyak masyarakat yang belum beralih ke siaran TV digital?
7. Apa keuntungan yang diperoleh setelah beralih ke siaran TV digital?
8. Adakah hambatan dalam pelaksanaan *ASO* bagi saudara?

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Identitas Informan 1

Nama : Porman Juanda Marpomari Mahulae, ST
Jenis Kelamin : Laki-laki
Usia : 45 Tahun
Jabatan/Pekerjaan : Analis Kebijakan Ahli Muda

Penulis : Apa maksud dari istilah *Analog Switch Off* (ASO)?

Informan 1: Sebelumnya sesuai amanat dari UU Cipta Kerja pasal 72 No. 8 tahun 2020 dan diturunkan pada PP No. 46 tahun 2021 tentang Pos, Telekomunikasi dan Penyiaran (PP Postelsiar) yang dikatakan *Analog Switch Off* itu ialah mematikan siaran analog dan dikonfersi ke versi digital. penyelenggaraan ini juga dibantu oleh *multiflexing* dan beberapa pihak swasta maupun negeri lainnya, sebagai wadah untuk *Analog Switch Off* ini.

Penulis : Bagaimana cara Diskominfo Sumut dalam melakukan sosialisasi tentang *ASO* pada masyarakat Sumut?

Informan 1: Sosialisasi *ASO* yang dilakukan Diskominfo Sumut selaku khusus pemerintah daerah, memiliki prinsip bahwa ikut membantu dalam mensosialisasikan dan mendukung pemerintah pusat terkait menjalankan *ASO*. Sosialisasi yang dilakukan melalui media internal komunikasi yang mereka miliki. Adapun media internal yang dimiliki yaitu media digital dan non digital. dan Diskominfo Sumut sendiri lebih ke media sosial seperti *Instagram* dan *Faceebook* dalam melaksanakan sosialisasi *ASO*. Artinya sosialisasi ini juga dilakukan dengan memasang spandul, balio, dll, tetapi itu memiliki masa *limed*.

Penulis : Dalam pelaksanaan ini Pak, adakah tahapan wilayah dalam melaksanakan *ASO*?

Informan 1 : Untuk tahap pertama pada tanggal 30 April 2022, tahap kedua tanggal 25 Agustus 2022 dan tahap terakhir atau tahap ketiga pada tanggal 4 November 2022. Khusus di Sumut, wilayah Medan 1 yaitu: Kabupaten Langkat, Kabupaten Deli Serdang, Kabupaten Serdang Bedagai, Kota Medan, Kota Binjai dan Kota Tebing Tinggi. Adapun wilayah Medan 2 yaitu: Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun, Kabupaten Asahan, Kabupaten Batu Bara, Kota Pematang siantar dan Kota Tanjung Balai. Sedangkan untuk tahap wilayah selanjutnya masih menunggu dalam penjadwalan.

Penulis : Selanjutnya, bagaimana sosialisasi yang dilakukan oleh Diskominfo Sumut tentang *ASO* melalui *Facebook* pada Generasi X di Kota Medan?

Informan 1: Jadi, kami melakukan sosialisasi *Analog Switch Off* ini melalui

media *Facebook* pada akun Info Sumut. Sosialisasi ini dilakukan tidak secara konsisten, tetapi bersifat momentum atau pada saat adanya perhatian masyarakat tentang siaran digital. Karena informasi yang kami posting dan terima tiap harinya terus mengalami perubahan. Jadi *Top Information* itu tergantung perhatian masyarakat sendiri.

Penulis : Sejak kapan Diskominfo Sumut mulai melaksanakan sosialisasi *ASO* melalui *Facebook*?

Informan 1: Sosialisasi ini kami lakukan perkiraan sekitar tahun 2021 setelah keluarnya Undang-Undang Ciptaker tahun 2020.

Penulis : Apakah setiap hari sosialisasi *ASO* yang dilakukan Diskominfo Sumut melalui *Facebook*?

Informan 1: Seperti yang saya katakan tadi, mengingat informasi yang kami terima setiap harinya berbeda dan terus di unggah, jadi sosialisasi *ASO* ini tergantung perhatian masyarakat. Selain informasi yang di unggah bukan hanya tentang *ASO* saja.

Penulis : Apakah sosialisasi *ASO* yang dilakukan Diskominfo Sumut melalui *Facebook* pada Generasi X sudah efektif dan memengaruhi untuk beralih?

Informan 1: Sejauh ini masyarakat belum seutuhnya untuk beralih ke siaran TV digital. Namun melihat respon *followers* di bawah unggahan sosialisasi *ASO* tersebut, sebagian dari mereka ada yang memberikan respon relevan, seperti mereka sudah beralih ke siaran TV digital, memberikan komentar feedback dengan pembuat informasi, dll. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sosialisasi yang dilakukan cukup efektif dan memengaruhi *followers Facebook* Info Sumut.

Penulis : Bagi Diskominfo Sumut sendiri, kenapa sosialisasi *ASO* ini begitu penting untuk dilakukan?

Informan 1: Menurut kami, dengan peralihan ini masyarakat tidak hanya saja mengikuti kebijakan pemerintah dan bukan hanya mendapatkan sisi kualitas gambar dan suara yang bagus, namun juga diberikan fasilitas berupa pilihan program siaran yang lebih berkualitas dan bermutu bagi masyarakat. pada peralihan ini juga meningkatkan regulasi penyiaran dalam program siaran yang tidak layak untuk disiarkan atau memberikan pengawasan atas program yang akan disiarkan. Artinya dalam peralihan ini sisi frekuensi pada kejernihan gambar lebih bersih dan suara yang dipancarkan lebih jernih serta teknologinya canggih, tidak menggunakan kuota internet dan juga siaran TV digital dapat dirasakan pada semua wilayah.

Penulis : Bagaimana respon *followers Facebook* melihat unggahan

sosialisasi *ASO* yang dilakukan Diskominfo Sumut?

Informan 1: Melihat respon atau reaksi *Followers* pada unggahan yang ada di akun Info Sumut adanya komentar yang relevan dan komentar yang tidak relevan. Respon tersebut dalam setiap unggahan berbeda-beda jumlahnya.

Penulis : Kenapa masyarakat setuju dengan kebijakan *ASO*?

Informan 1: Mengingat kembali pada UU Cipta Kerja yang telah dikeluarkan dan disampaikan pemerintah bahwa kita disegerakan untuk bertransformasi pada siaran TV digital. Jadi peralihan ini tentunya akan memberikan peluang dan kesempatan pada masyarakat, khususnya wilayah pertama dalam mendapatkan siaran yang lebih bagus. Selain itu pemerintah telah menyalurkan *STB* secara gratis bagi masyarakat miskin. Sehingga tidak adanya ketimpangan untuk mendapatkan siaran yang bagus. Artinya seluruh wilayah berhak mendapatkan siaran yang sudah digital. Artinya, kami berupaya dalam menyampaikan pesan kepada seluruh wilayah sumut, agar masyarakat berpartisipasi pada program ini. Sebagian besar masyarakat yang sudah beralih mengatakan, bahwa siarannya jauh lebih bersih dari sebelumnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mereka setuju dengan kebijakan *ASO* di Sumut.

Penulis : Kenapa sosialisasi melalui *Facebook* tidak menentu? Contoh tidak konsisten dan monoton itu seperti apa?

Informan 1 : Informasi yang kami terimakan banyak, seperti yang kamu lihat di akun *Facebook* kita, Info Sumut. Jadi kami tidak hanya memfokuskan pada satu informasi saja, tetapi berbagai informasi. Seperti yang saya katakan sebelumnya, bahwa informasi itu selalu update tiap harinya. Bahkan ada sampai 3 atau 4 kali informasi yang kami unggah tiap harinya dan itu informasi yang berbeda. Jadi kami disamping melakukan sosialisasi *ASO* di *Facebook*, kami juga harus fokus pada informasi lainnya. Untuk contoh informasi yang tidak konsisten dan monoton itu seperti dapat dilihat dari waktu unggahan. Yang dikatakan konsisten itu, berarti unggahan tentang *ASO* di Info Sumut setiap hari dilakukan. Namun karena informasi yang kita unggah banyak, jadi kita tidak bisa berfokus pada hanya satu topik saja. Sehingga *followers* menganggap tidak adanya konsisten dalam sosialisasi ini. Dan karena kita kurang anggaran juga, jadi sosialisasi yang dilakukan melalui *Facebook* dalam bentuk poster dan juga kegiatan secara langsung pada sebelumnya yang juga kita posting. Agar informasi dalam peralihan siaran TV digital secara merata di ketahui masyarakat.

Penulis : Sejak mulai kapan sosialisasi *ASO* dilakukan melalui *Facebook*? sejauh ini berapa banyak unggahan Info Sumut dalam melakukan sosialisasi *ASO* ini dan pada setiap unggahan, berapa jumlah dari bentuk respon *followers* tentang *ASO*?

Informan 1: Sejak di keluarkannya UU Cipta Kerja pasal 72 No. 8 tahun

2020 dan diturunkan pada PP No.46 tahun 2021 tentang Pos, Telekomunikasi dan Penyiaran (PP Postelsiar). Yang artinya kita melakukan sosialisasi ini pada tahun 2021. Sejauh ini unggahan dalam sosialisasi *ASO* lumayan banyak juga yang kami lakukan dan terkait respon yang *followers* berikan pada unggahan sosialisasi juga banyak dan berbeda-beda. Seperti tanda *likes*, *coment*, *share*, dll.

Identitas Informan 2 (Generasi X yang belum beralih ke siaran TV digital)

Nama : Dahriana Harahap
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 42 Tahun
Jabatan/Pekerjaan : Pedagang Kue

Penulis : Apakah saudara mengetahui istilah *Analog Switch Off*?

Informan 2 : Saya kurang tahu apa itu *Analog Switch Off*, tapi kalau pergantian siaran TV analog ke siaran TV digital saya tahu. Yang kita awalnya menggunakan siaran TV analog kini, diharuskan untuk beralih atau pindah siaran TV digital.

Penulis : Dari mana saudara mengetahui istilah *ASO*?

Informan 2 : Sebetulnya, saya tahu pertama kali tentang peralihan ini dari iklan di TV, karena saya masih suka menonton TV. Awalnya saya pikir ini hanya promosi-promosi biasa ajakan, bukannya terlalu apa kali. Tapi karena kegiatan ini beberapa kali dilakukan bersama pihak pemerintah daerah, saya yakin adanya peralihan ini. Yakinnya saya bahwa adanya peralihan ini, saat saya buka media sosial *Facebook* dan muncul akun Info Sumut.

Penulis : Menurut anda, apakah sosialisasi yang dilakukan Diskominfo Sumut tentang *ASO* melalui *Facebook* sudah efektif?

Informan 2 : Menurut saya, sejauh ini kegiatan sosialisasi ini sudah baik dan cukup mudah untuk dipahami oleh kalangan seperti saya ini. hanya saja, jika dilakukan secara konsisten mungkin kami juga bergerak lebih cepat dalam ikut peralihannya.

Penulis : Mengapa anda belum beralih ke siaran TV digital?

Informan 2 : Saya belum mau beralih, karena siaran saat ini belum terlalu rusak dan juga masih bisa untuk dilihat. Karenakan kita orang indonesia, yang kalau masih bisa di palai, yang gak usah beralih dulu.

Penulis : Apakah anda setuju dengan dilaksanakannya *ASO*?

Informan 2 : Awalnya ini semua membuat saya bingung, tapi setelah dilihat lebih jauh ternyata ini alasan pemerintah. Selain itu mereka memberikan solusi yang kami butuhkan sebagai masyarakat miskin dan jangkauan signal

yang lemah.

Penulis : Setelah mengetahui *ASO* dari sosialisasi yang dilakukan Diskominfo Sumut, adakah dorongan untuk beralih ke siaran TV digital?

Informan 2 : Jika seluruh siarannya sudah di mati, mungkin saya akan beralih, tapi tidak sekarang.

Identitas Informan 3 (Generasi X yang belum beralih ke siaran TV digital)

Nama : Siti Zainab
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 42 Tahun
Jabatan/Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga (IRT)

Penulis : Apakah saudara mengetahui istilah *Analog Switch Off*?

Informan 3 : Dari yang saya tahu *Analog Switch Off* atau singkatannya *ASO*, yang berarti mematikan siaran analog dan berpindah pada siaran digital. Istilah ini ada dan diketahui sejak adanya peraturan pemerintah melalui informasi yang disebar.

Penulis : Dari mana saudara mengetahui istilah *ASO*?

Informan 3 : Sejak adanya pemberitaan yang dikeluarkan dengan peraturan pemerintah yang disebarluaskan dan saya rasa situasi seperti ini baru di Indonesia untuk dibicarakan.

Penulis : Menurut anda, apakah sosialisasi yang dilakukan Diskominfo Sumut tentang *ASO* melalui *Facebook* sudah efektif?

Informan 3 : Yang saya lihat, sosialisasi yang diposting di *Facebook* sudah bagus. Karena tujuan mereka bukan hanya masyarakat Kota Medan saja yang beralih siaran digital, tapi seluruh masyarakat Sumut. Ditambah lagi dari yang saya lihat juga, mereka berusaha memposting informasi tentang *ASO* berdasarkan tidak hanya clue pada tuntutan pemerintah, namun memaparkan perkembangan pelaksanaan tersebut.

Penulis : Mengapa anda belum beralih ke siaran TV digital?

Informan 3 : Meskipun saya belum beralih pada siaran digital, namun tidak menutup kemungkinan untuk saya beralih pada siaran TV digital. Hanya saja sosialisasi yang dilakukan juga harus di sertakan pada cara mendapatkan *STB* gratis dan cara pemasangannya.

Penulis : Apakah anda setuju dengan dilaksanakannya *ASO*?

Informan 3 : Menurut saya peralihan ini baik untuk dilakukan, karena kita sebagai masyarakat juga sudah tahu bahwa siaran-siaran yang ada di televisi

sekarang ini semakin hari semakin buruk. Apalagi siaran sinetronnya yang kurang cocok untuk di pertontonkan oleh anak-anak. Selain itu dari yang saya tahu juga, bahwa adanya perbedaan dari siaran digital dengan sebelumnya. Dimana siaran digital bisa kita gunakan di TV analog tanpa harus menggunakan atau mengganti ke TV digital. Artinya dengan bantuan *STB* kita sudah mendapatkan siaran yang bagus dari TV tabung.

Penulis : Setelah mengetahui *ASO* dari sosialisasi yang dilakukan Diskominfo Sumut, adakah dorongan untuk beralih ke siaran TV digital?

Informan 3 : Menurut saya peralihan siaran digital baik untuk dilakukan karena kita sebagai masyarakat juga sudah tahu siaran yang ada di televisi sekarang ini semakin hari semakin buruk. Apalagi siaran sinetronnya yang kurang cocok untuk di pertontonkan oleh anak-anak. Selain itu siaran digital bisa kita gunakan di TV analog tanpa harus menggunakan atau mengganti ke TV digital. Artinya dengan bantuan *STB* kita sudah mendapatkan siaran yang bagus di TV tabung.

Identitas Informan 4 (Generasi X yang sudah beralih ke siaran TV digital)

Nama : Fitriani
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 41 Tahun
Jabatan/Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga (IRT)

Penulis : Apakah saudara mengetahui istilah *Analog Switch Off*?

Informan 4 : Yang saya pahami *Analog Switch Off* itu adalah siaran sebelumnya yang diubah ke digital. Siaran ini nantinya akan lebih jernih daripada siaran sebelumnya dan juga channelnya lebih banyak.

Penulis : Dari mana saudara mengetahui istilah *ASO*?

Informan 4 : Pada saat pemberitaan itu ada. Awalnya saya pikir itu tidak terlalu penting dan juga tidak perlu buru-buru untuk beralih. Saya awalnya mengetahui pemberitaan peralihan ini dari *Facebook* tapi saya lupa siapa yang posting. Dalam postingan itu menampilkan gambar box hitam. Yang katanya itu *Set Top Box*.

Penulis : Menurut anda, apakah sosialisasi yang dilakukan Diskominfo Sumut tentang *ASO* melalui *Facebook* sudah efektif?

Informan 4 : Menurut saya sudah cukup bagus juga karena mereka berusaha menyampaikan informasi kepada seluruh warga sumut khususnya. Namun postingan-postingan tersebut jangan selalu berbentuk yang postingan tetulis saja, tapi ada juga video biar orang-orang yakin dan postingannya selalu di munculkan biar masyarakat percaya kebijakan ini benar nyatanya.

Penulis : Menurut anda, seberapa penting kita untuk beralih ke siaran TV

digital?

Informan 4 : Karena inikan kebijakan pemerintah juga yang artinya mau tidak mau, suka tidak suka nantinya kita tetap beralih. Satu sisi melihat siarannya juga mulai hilang dan mulai kotor jadinya saya beralih. *STB* itu penting dalam peralihan ini karena untuk mendapatkan siaran TV digital, kita tidak harus mengganti TV baru dan juga membantu untuk dapatkan gambar yang bersih. Kalau kita tidak beralih, siaran-siaran saat ini ya tidak bagus.

Penulis : Mengapa masih banyak masyarakat yang belum beralih ke siaran TV digital?

Informan 4: Mungkin masyarakat gak terlalu memperhatikan dan sebetulnya keuntungan yang diperoleh dalam peralihan ini tidak lebih dari siarannya bagus. Jadi mungkin masyarakat gak terlalu memperhatikan.

Identitas Informan 5 (Generasi X yang sudah beralih ke siaran TV digital)

Nama : Yunita
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 51 Tahun
Jabatan/Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga (IRT)

Penulis : Apakah saudara mengetahui istilah *Analog Switch Off*?

Informan 5 : Jadi, *Analog Switch Off* itu adalah pemberhentian siaran tv analog untuk beralih ke tv digital. Pemberhentian ini bertujuan untuk melaksanakan program.

Penulis : Dari mana saudara mengetahui istilah *ASO*?

Informan 5: Saya tahu sosialisasi ini dari iklan Kominfo dan akun *Facebook* Info Sumut.

Penulis : Menurut anda, apakah sosialisasi yang dilakukan Diskominfo Sumut tentang *ASO* melalui *Facebook* sudah efektif?

Informan 5: Tidak efektif. Karena sosialisasi yang disampaikan melalui *Facebook* itu seperti informasi sepenggal dari kegiatan yang sudah dilakukan. Informasinya kebanyakan berdasarkan pada kegiatan yang sudah dilakukan.

Penulis : Menurut anda, seberapa penting kita untuk beralih ke siaran TV digital?

Informan 5 : Menurut saya peralihan ini tergantung pada masyarakat itu sendiri. Jadi secara pribadi, setuju dengan peralihan ini yang sesuai dengan perkembangan siaran yang lebih bagus.

Penulis : Mengapa masih banyak masyarakat yang belum beralih ke siaran TV digital?

Informan 5 : Setahu saya, sampai saat ini sebagian siaran masih bisa dilihat oleh kita. Dan mungkin masyarakat tidak secara menyeluruh beralih ya karena gak terlalu penting. Seperti saya bilang sebelumnya, itu semua tergantung masyarakat itu sendiri dalam beralih atau tidak.

Penulis : Apa keuntungan yang diperoleh setelah beralih ke siaran TV digital?

Informan 5 : Pada peralihan ini, tidak hanya dalam siarannya saja yang bagus, tapi tanpa menggunakan kuota internet kita sudah mendapatkan siaran TV yang bagus, bersih dan jernih. Artinya kegiatan ini membuat lebih hemat biaya.



Lampiran 3 Dokumentasi Lokasi Penelitian



Dokumentasi ruangan bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Diskominfo Sumut yang diambil pada hari Rabu 3 Mei 2023 pukul 09:20 wib



Dokumentasi ruang kerja bidang IKP Diskominfo Sumut yang diambil pada hari Rabu 3 Mei 2023 pukul 09:21 wib

Lampiran 4 Dokumentasi informan



Wawancara: Peneliti (kanan) sedang melakukan wawancara dengan Informan 1 Bapak Porman Juanda di bidang IKP tentang *ASO* pada hari Rabu 3 Mei 2023 pukul 09:20 Wib di Diskominfo Sumut



Penelitian: Informan 2 Ibu Fitriani pengguna *STB* sedang di wawancarai terkait penelitian tentang *ASO* di kediaman informan oleh peneliti (kiri) pada hari Minggu 13 Mei 2023 Pukul 15.10 Wib



Dokumentasi: Peneliti dari foto informan 2 sebagai dokumentasi pengguna siaran TV analog yang belum beralih, pada hari Kamis 13 April 2023 Pukul 13.00 Wib



Foto: Peneliti mengambil foto selfie dari informan 3 sebagai pengguna STB yang sudah beralih ke siaran TV digital di kediamannya pada hari Jumat 14 April 2023 Pukul 20.30 Wib

Lampiran 5 Dokumentasi siaran TV analog dan siaran TV digital



Penelitian: Foto untuk dokumentasi penelitian yang peneliti ambil di kediaman informan 2 tentang siaran TV analog yang masih bersemut dan belum beralih siaran TV digital



Dokumentasi: Salah satu peneliti ambil di kediaman informan terkait siaran TV analog yang belum menggunakan *STB* untuk sebagai dokumentasi penelitian



Foto: Peneliti meminta foto dari informan 4 sebagai bukti bahwa sudah beralih ke Siaran TV digital



Peneliti: Adapun foto siaran TV pengguna *STB* dari informan 3 dapat dilihat dari peneliti ambil



Bentuk: Foto dari bentuk *Set Top Box (STB)*



Lampiran 6 Sosialisasi ASO di Facebook dalam akun Info Sumut



Unggahan: Salah satu unggahan dalam bentuk poster dari Diskominfo Sumut dalam sosialisasi ASO di akun Info Sumut yang dilakukan pada tanggal 7 Oktober 2022. Unggahan tersebut memberikan ajakan bertindak dalam beralih. Adapun respon pengguna sebanyak 23, respon likes sebanyak 20 dan emoticon sedih sebanyak 3. Selain itu memiliki 4 komentar dan sudah 7 kali postingan dibagikan. Komentar yang diberikan tidak relevan pada postingan.



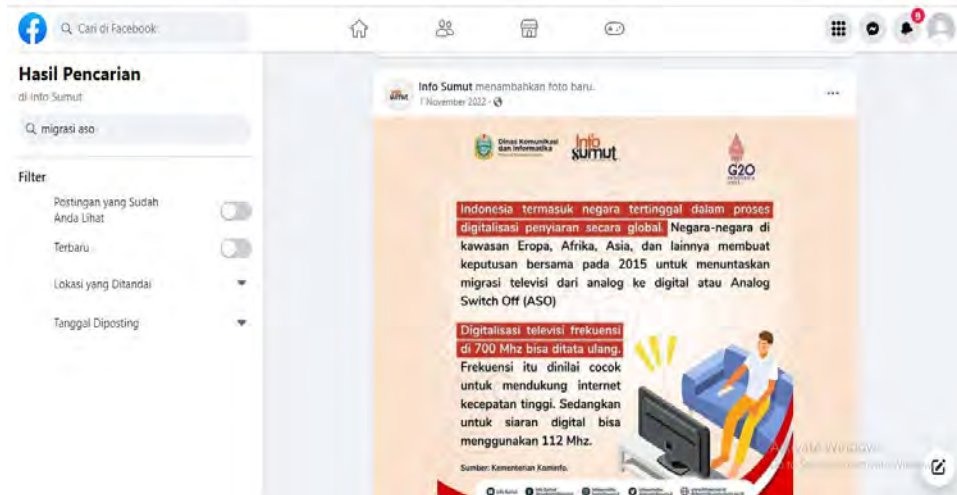
Foto: Adapun foto dari sosialisasi ASO secara langsung yang diunggah melalui Facebook di Info Sumut pada hari Selasa 25/10/22. Dikatakan, peralihan siaran TV analog ke digital merupakan kebutuhan sebagai langkah adaptasi dengan kemajuan teknologi. Dengan keunggulan kualitas siaran yang jernih. Bersama media penyiaran lainnya dan para mahasiswa di salah satu hotel Kota Medan, sosialisasi tersebut dilaksanakan guna merangsang masyarakat untuk berminat dalam memikirkan kebijakan tersebut dan mengajak untuk bertindak dalam beralih ke siaran TV digital. Adapun respon pengguna dalam unggahan sebanyak (27) likes.



Unggahan: Terdapat sosialisasi yang dilakukan secara langsung oleh Diskominfo Sumut tentang *ASO*, namun diunggah di *Facebook* Info Sumut pada hari Rabu 16/9/22 dikatakan, Pemprov Sumut mendukung peralihan siaran TV digital dalam program *Analog Switch Off*. Isi pada unggahan ini dibuat berdasarkan dari penyampaian Gubernur Sumut Edy Rahmayadi melalui Plt Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Sumut Ilyas Sitorus. Adapun bentuk respon *followers* dalam unggahan diatas yaitu, bentuk *likes* (32), komentar (1) dan unggahan dibagikan (1).



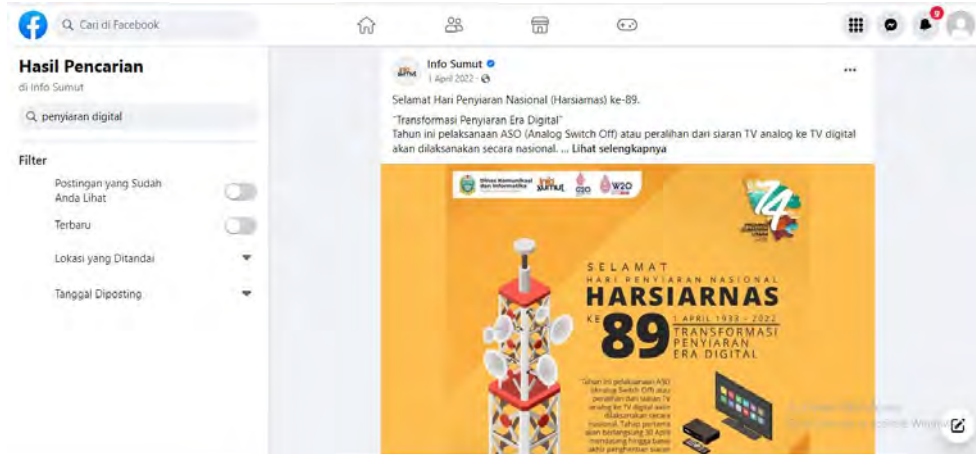
Dokumentasi: Adapun dalam sosialisasi *ASO* melalui *Facebook* Info Sumut yang di unggah pada hari Jumat 19/5/23 dikatakan, kebijakan *Analog Switch Off* (*ASO*) adalah hal positif untuk meningkatkan kualitas hidup melalui akses informasi secara digital. Adapun bentuk respon *followers* dalam unggahan diatas yaitu, bentuk *likes* (22), komentar (2) dan unggahan dibagikan (1).



Poster: Bentuk poster dari Sosialisasi *ASO* melalui *Facebook* Info Sumut yang di unggah pada hari Selasa 1/11/22. Pada unggahan ini, *followers* tidak memberikan bentuk respon apapun.



Narasumber: Ibu Zuhra sebagai narasumber dari pengelola komunikasi publik di Diskominfo Sumut sedang menyampaikan sosialisasi *ASO* melalui secara langsung dan diunggah melalui *Facebook* Info Sumut pada hari Kamis 29/9/22 dikatakan, Dinas Kominfo Sumut sudah berupaya dalam menyalurkan informasi dan pesan-pesan pembangunan Sumut kepada masyarakat. Termasuk memanfaatkan teknologi digital melalui media cetak, media penyiaran, media daring, media sosial, media ruangan hingga komunikasi tatap muka. Dalam unggahan diatas, adapun bentuk respon yang *followers* yaitu, bentuk *likes* (14), *super* (1) dan komentar (1).



Poster: Peneliti mengambil salah satu poster dalam sosialisasi *ASO* melalui *Facebook* di Info Sumut yang di unggah pada hari Jumat 1/4/22. Dikatakan bahwa Hari Penyiaran Nasional dalam Transformasi Penyiaran Era Digital. Dalam unggahan ini, adapun bentuk respon yang diberikan *followers* yaitu, *likes* (8), *super* (1) dan unggahan dibagikan (1).



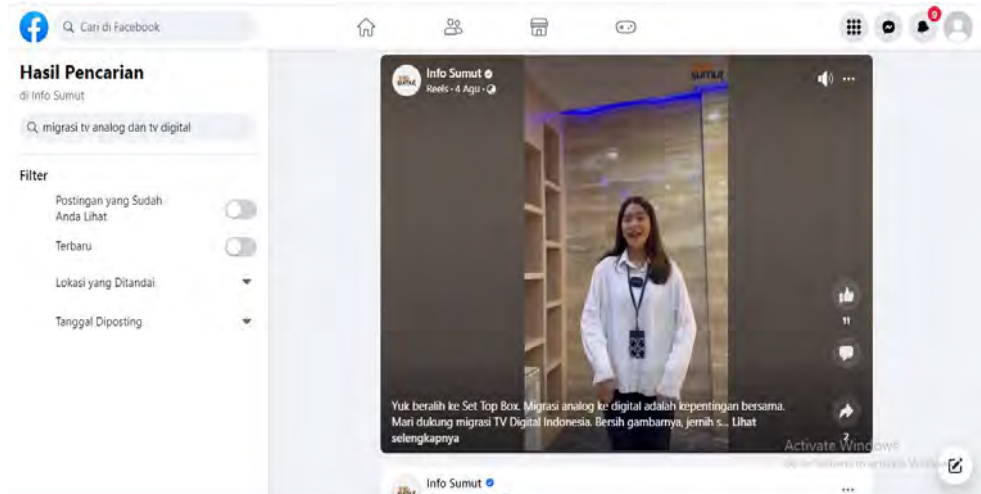
Penelitian: Dari Sosialisasi *ASO* melalui *Facebook* di Info Sumut yang di unggah pada hari Jumat 7/10/22. Pada penelitian ini, *followers* tidak memberikan bentuk respon apapun.



Poster: Bentuk poster dari kegiatan Sosialisasi ASO melalui Facebook di Info Sumut yang di unggah pada hari Jumat 7/10/22. Isi unggahan untuk mengajak masyarakat dalam segera beralih ke siaran TV digital. pada unggahannya, adapun bentuk respon dari followers yaitu, likes (20), sedih (3), komentar (4) dan unggahan dibagikan (7).



Penjelasan poster: Sosialisasi ASO melalui Facebook Info Sumut yang di unggah pada hari Sabtu 11/12/21 dikatakan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) secara bertahap akan mulai menghentikan siaran TV analog yang kemudian migrasi ke TV digital. Dalam penjelasan di poster, adapun bentuk respon followers yaitu, likes (38), komentar (14) dan unggahan dibagikan (7).



Diskominfo Sumut: Pada video reels, disampaikan oleh Diskominfo Sumut selaku Pelaksana sosialisasi pada peralihan dari siaran analog ke siaran digital secara menyeluruh di wilayah Sumut resmi ditutup pada tgl 30 Juli 2023 tempo lalu. Adapun view sebanyak (1,5 rb) dan *likes* (13).



Unggaha: Adapun unggahan sosialisasi *ASO* yang dilakukan pada tanggal 16 Februari 2022, dengan jumlah respon *likes* (21), komentar (3) dan unggahan dibagikan (7).

Lampiran 7 Surat Riset

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 ☎(061) 7366876, 7360168, 7364348, 7366781, Fax.(061) 7366996 Medan .20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A. ☎(061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 7209/FIS.3/01.10/IV/2023 15 Juni 2023
Lamp : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Kepada Yth,
Kantor Dinas Komunikasi Dan Informatikan Provinsi Sumatera Utara
Di
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Putri Anggraini Lubis
N P M : 198530135
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke **Dinas Komunikasi Dan Informatikan Provinsi Sumatera Utara**, dengan judul Skripsi **Sosialisasi Diskominfo Sumut Tentang Analog Switch Off Melalui Facebook Pada Generasi X di Kota Medan**

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,


Dr. Effendi Juliana Hasibuan, M.Si

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip



Lampiran 8 Surat Selesai Riset

 PEMERINTAH PROVINSI SUMATERA UTARA
DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
Jalan H. M. Said No. 27, Medan, Kode Pos 20235
Telepon (061) 4527254 - 4527038 - 4516508, Faksimile (061) 4510185
Pos-el diskominfo@sumutprov.go.id. Laman diskominfo.sumutprov.go.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : 071/11158/dki/vi/2023

Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

N a m a : Putri Anggraini Lubis
N I M : 198530135
Program Studi : Ilmu Komunikasi

telah selesai melaksanakan Penelitian/Riset pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Sumatera Utara mulai tanggal 03 Mei 2023 s.d 01 Juni 2023 sesuai dengan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Nomor : 1204/FIS.3/01.10/IV/2023 tanggal 06 April 2023. Demikian Surat Keterangan ini diperbuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 05 Juni 2023
KEPALA DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
SEKRETARIS,

D. H. ROSMIDAR, S.A.G, M.Pd
Pembina Tk. I
NIP. 19710420 199803 2 006

