

---

## **TRANSFORMASI PROGRAMMING TV DI ERA DIGITAL: MENYELARASKAN KONTEN DENGAN KEBIASAAN MENONTON MULTIPLATFORM**

**Edison<sup>1</sup>, Latifah putri Ahmad<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri  
Sultan Syarif Kasim Riau  
Email: [edison@uin-suska.ac.id](mailto:edison@uin-suska.ac.id)

Diterima: 03 Februari 2025

Direvisi: 15 Februari 2025

Disetujui: 25 Maret 2025

### ***Abstrak***

Transformasi media dari analog ke digital telah mengubah secara mendasar industri penyiaran, khususnya televisi. Kini, penonton tidak lagi terikat pada jadwal siaran linier, melainkan lebih memilih menonton program favorit secara fleksibel melalui berbagai platform digital. Kondisi ini menuntut stasiun televisi untuk menyesuaikan strategi programming agar tetap relevan di tengah perubahan perilaku audiens. Penelitian ini bertujuan mengungkap bagaimana televisi beradaptasi di era digital dengan menyesuaikan konten untuk audiens yang menonton lintas platform. Dengan menggunakan metode kualitatif melalui studi literatur dan data industri, hasil penelitian menunjukkan bahwa pergeseran konsumsi ke konten on-demand dan interaktif mendorong perlunya strategi programming yang inovatif, berbasis data, dan responsif terhadap tren audiens. Digitalisasi penyiaran serta adopsi teknologi baru menjadi tantangan sekaligus peluang bagi televisi lokal untuk bertahan di tengah persaingan media digital. Studi ini menegaskan pentingnya pengembangan konten yang relevan, distribusi adaptif, serta pemanfaatan teknologi untuk personalisasi pengalaman menonton.

**Kata Kunci:** Programming TV, Transformasi, Kebiasaan, Menonton, Platform

### ***Abstract***

*The transformation from analog to digital media has fundamentally changed the broadcasting industry, especially television. Audiences are no longer bound to linear broadcast schedules; instead, they prefer to watch their favorite programs flexibly across various digital platforms. This situation requires television stations to adapt their programming strategies to remain relevant amid shifting audience behaviors. This study aims to explore how television adapts in the digital era by tailoring content for viewers who consume media across multiple platforms. Using a qualitative approach through literature review and industry data analysis, the results indicate that the shift toward on-demand and interactive content consumption necessitates innovative, data-driven, and audience-responsive programming strategies. The digitalization of broadcasting and the adoption of new technologies present both challenges and opportunities for local television to survive in the competitive digital media landscape. This study highlights the importance of developing relevant content, adaptive distribution strategies, and leveraging technology to personalize the viewing experience.*

**Keywords:** TV Programming, Transformation, Behaviors, Watching, Platforms

## PENDAHULUAN

Di tengah pesatnya kemajuan teknologi saat ini, peralihan media dari bentuk analog ke digital menjadi suatu keniscayaan bagi industri media. Teknologi digital telah merevolusi cara masyarakat memperoleh, menikmati, dan berinteraksi dengan informasi serta konten. Perubahan ini menghadirkan berbagai tantangan sekaligus membuka peluang baru bagi para pelaku industri media agar tetap eksis dan mampu bersaing di tengah persaingan pasar yang kian ketat. Seiring dengan perkembangan ini, dunia pertelevisian pun tidak luput dari perubahan besar, di mana televisi harus bertransformasi untuk mengikuti perkembangan zaman yang semakin digital dan terhubung.

Selama sepuluh tahun terakhir, dunia pertelevisian telah mengalami perubahan besar, ditandai dengan peralihan dari siaran linier konvensional menuju sistem digital yang mendukung berbagai platform. Pergeseran ini dipicu oleh kemajuan teknologi serta perubahan cara masyarakat mengonsumsi media, di mana kini penonton lebih memilih menikmati tayangan melalui berbagai perangkat sesuai kebutuhannya. Kondisi ini mendorong para pelaku industri media untuk segera menyesuaikan diri agar tetap kompetitif. Selain itu, evolusi media massa saat ini turut berperan dalam menunjang aktivitas masyarakat. Dalam arus globalisasi yang terus berkembang, teknologi memungkinkan publik memperoleh informasi secara lebih efisien dan mudah, sejalan dengan perkembangan zaman. Konsep dasar dari media massa adalah menyampaikan informasi secara akurat, efektif, dan efisien kepada masyarakat luas (Sobur, 2004), menjadikannya sarana andal dalam menyediakan informasi yang kredibel dan bernilai.

Seiring dengan terjadinya transformasi teknologi, muncul fenomena konvergensi media, yaitu meleburnya batas antara media konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar dengan media digital. Proses konvergensi ini membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek dalam industri media, termasuk cara produksi konten, distribusinya, hingga model bisnis yang dijalankan. Oleh karena itu, perkembangan media penyiaran menjadi hal yang tidak terelakkan dan telah menjadi bagian dari dinamika kehidupan manusia. Setiap tahap perkembangan ini dapat dirasakan secara bertahap, layaknya teknologi lain yang terus berkembang. Media penyiaran pun mengalami perubahan berkelanjutan demi menyesuaikan diri dengan tuntutan zaman yang begitu cepat. Salah satu perubahan terkini yang menonjol adalah dalam penyiaran program acara, yang dulunya didominasi oleh televisi, namun kini peran tersebut mulai bergeser dan turut diambil alih oleh media sosial.

Perkembangan televisi yang begitu cepat di era digital telah merambah ke berbagai bidang kehidupan. Era digital telah memulai revolusi baru, terutama dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi, yang ditandai dengan munculnya berbagai inovasi yang berkembang pesat. Di samping itu, proses digitalisasi ini turut mendorong kemunculan media baru yang lebih dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Saat ini, media massa mulai beralih ke media digital atau internet sebagai akibat dari perubahan budaya dalam cara penyampaian informasi. Media digital memungkinkan masyarakat memperoleh informasi dengan lebih cepat dan praktis. Kondisi ini mendorong media massa untuk menyesuaikan diri dengan perubahan arah preferensi masyarakat (Pancawati, N. P., Yohanes, Y. T. S., & Rahmat 2019).

Televisi merupakan salah satu media massa yang mampu menyampaikan informasi dengan sangat cepat. Sebagai bentuk perkembangan dari radio, yang hanya mengandalkan suara, televisi hadir dengan kelebihan tambahan berupa tampilan visual. Karena itu, keunggulan ini membuat televisi jauh melampaui radio yang lebih dulu dikenal publik. Melalui kekuatan visualnya, televisi mampu menampilkan gambar yang hidup di layar, sehingga dapat membangkitkan reaksi emosional dari penonton saat menyaksikannya (Morissan 2018). Ini adalah salah satu contoh bagaimana transformasi media dapat menciptakan pengalaman baru yang lebih mendalam bagi penonton.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dunia pertelevisian. Pergeseran dari sistem analog ke digital memungkinkan penyiaran yang lebih stabil dan terpercaya. Dampaknya juga dirasakan oleh perangkat lama seperti VCR dan DVD recorder keluaran sebelum 2009 yang memiliki tuner internal untuk menangkap siaran langsung. Selain itu, sistem televisi digital bekerja dengan memanfaatkan modulasi sinyal digital serta teknik kompresi data, yang menghasilkan tampilan gambar yang lebih tajam serta kualitas suara yang lebih jernih. Untuk mendapatkan kualitas tontonan yang optimal, masyarakat dianjurkan untuk beralih ke antena dengan sinyal digital. Proses digitalisasi dalam penyiaran televisi memengaruhi banyak hal, mulai dari produksi konten, distribusi, hingga cara masyarakat menikmati tayangan. Penerapan teknologi digital telah meningkatkan efisiensi sekaligus menyempurnakan mutu siaran, menjadikannya lebih stabil dibandingkan dengan sinyal analog (Zalwi 2023)

Kemajuan teknologi turut mendorong perkembangan televisi di Indonesia, yang pada gilirannya menjadi tantangan tersendiri bagi stasiun televisi

untuk terus menarik perhatian pemirsanya di tengah masyarakat. Seiring dengan itu, semakin meluasnya kehadiran televisi menuntut para pengelola media ini untuk menjalankan fungsi penyiaran yang benar-benar memberikan manfaat bagi khalayak luas. Selain itu, penting bagi pengelola televisi untuk merancang format program dan segmentasi yang tepat, karena hal ini sangat menentukan dalam menjaga keberlangsungan dan daya saing televisi di tengah persaingan media. Di era komunikasi modern, masyarakat dunia kini dapat saling terhubung berkat berbagai media yang tersedia sebagai alat penyampaian informasi. Di antara berbagai media tersebut, televisi elektronik tetap menjadi salah satu saluran penyiaran yang paling dekat dengan masyarakat (Siti, S. S., Purwanto 2022)

Perkembangan digitalisasi dalam dunia penyiaran telah mendorong perubahan pola konsumsi konten televisi di masyarakat, yang menjadi topik menarik untuk dikaji lebih lanjut. Dengan demikian, pemahaman mengenai teknologi digital dan dampaknya berperan penting dalam mengoptimalkan manfaat digitalisasi demi peningkatan kualitas hidup masyarakat. Proses digitalisasi ini juga memengaruhi aspek sosial dan budaya, seperti pola interaksi antarwarga, cara mereka mendistribusikan konten, serta perubahan preferensi terhadap tayangan baik lokal maupun internasional. Namun, tidak semua kalangan memiliki akses yang memadai terhadap infrastruktur digital atau memiliki pengetahuan teknologi yang cukup untuk menggunakannya secara optimal. (Bahri 2019)

Pertumbuhan pesat platform media di era digital saat ini, seperti Netflix, Disney+, dan Amazon Prime Video, telah mengubah cara orang menonton televisi. Menurut laporan Deloitte (2025), rata-rata orang kini menghabiskan sekitar enam jam setiap hari untuk mengakses berbagai

bentuk hiburan digital, seperti video on-demand, media sosial, dan permainan. Dengan kata lain, ini menunjukkan pergeseran dari cara menonton media yang terjadwal ke cara yang lebih fleksibel dan sesuai permintaan. Selain itu, media sosial seperti YouTube dan TikTok kini menjadi platform hiburan utama bagi generasi muda. Menurut data dari Pew Research Center (2024), sekitar 90% remaja di Amerika Serikat mengakses YouTube, dan 52% di antaranya sering mendapatkan berita melalui TikTok. Ini menunjukkan bahwa audiens muda lebih menyukai konten yang bisa diakses kapan saja dan di mana saja, serta yang memberikan pengalaman interaktif dan disesuaikan dengan preferensi mereka (Aprillia, Dkk 2024)

Perubahan dalam dunia media saat ini menjadi tantangan besar bagi penyedia konten televisi tradisional. Mereka tidak hanya bersaing dengan sesama stasiun televisi, tetapi juga dengan platform digital yang menawarkan berbagai macam konten yang lebih kreatif dan beragam. Sejalan dengan ini, sebuah laporan dari Oxagile (2025) menyebutkan bahwa banyak jaringan televisi tradisional yang mulai mengadopsi strategi digital agar tetap relevan dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Untuk menghadapi tantangan ini, penyedia konten televisi perlu menyusun strategi pemrograman yang sesuai dengan kebiasaan menonton yang melibatkan berbagai platform. Hal ini meliputi penyesuaian format konten, pengintegrasian antarplatform, serta penggunaan data analitik untuk memahami selera penonton. Oleh karena itu, upaya ini sangat penting agar konten yang disajikan tetap menarik dan relevan bagi audiens yang semakin beragam. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap bagaimana perubahan dalam programming televisi terjadi di era digital, dengan cara menyesuaikan konten dengan

kebiasaan menonton yang melibatkan berbagai platform. Penelitian ini juga akan melihat bagaimana penyedia televisi menyusun strategi konten untuk menjangkau audiens yang tersebar di berbagai platform digital. Dengan mempelajari perkembangan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengembang media, industri penyiaran, dan peneliti media digital dalam merumuskan strategi yang tepat di era digital. Sebagai hasilnya, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai transformasi programming televisi di era digital dan dampaknya terhadap strategi konten yang sesuai dengan kebiasaan menonton multiplatform. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi para praktisi media dan akademisi dalam merancang strategi programming yang adaptif dan inovatif di tengah perubahan cepat dalam industri media.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan atau kajian literatur. Studi kepustakaan merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran berbagai sumber seperti literatur, catatan, buku, serta hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang dikaji (Sugiyono 2017). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui kajian pustaka, yaitu dengan mencari referensi yang relevan terhadap topik yang diangkat dalam penelitian. Data yang dibutuhkan diperoleh dari berbagai sumber, seperti buku, artikel ilmiah, dan pencarian daring. Adapun teknik analisis data yang digunakan bersifat kualitatif, dengan pendekatan deduktif dan induktif. Pendekatan deduktif dilakukan dengan

menarik kesimpulan dari teori-teori umum menuju pada hal-hal yang lebih spesifik, sementara pendekatan induktif dilakukan berdasarkan data atau fakta konkret untuk kemudian disimpulkan menjadi teori yang lebih umum. Melalui studi kepustakaan, peneliti dapat menemukan dasar teori yang relevan, memperoleh informasi mengenai penelitian sebelumnya, serta memanfaatkan berbagai pemikiran dan informasi yang sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perubahan Kebiasaan Menonton Audiens**

Berdasarkan hasil penelitian, lebih dari 70% masyarakat Indonesia kini mulai meninggalkan televisi konvensional dan beralih ke platform streaming digital. Pergeseran ini menuntut stasiun TV untuk lebih inovatif dalam mempertahankan pemirsanya. Saat ini, penonton cenderung memilih tayangan yang sesuai dengan minat pribadi mereka, dibandingkan harus mengikuti jadwal tayang tetap yang ditawarkan oleh televisi tradisional.

Ketersediaan konten secara *on-demand* memungkinkan penonton menyesuaikan waktu menonton sesuai keinginan mereka. Studi juga menunjukkan bahwa sekitar 67% generasi muda, khususnya Gen Z, lebih menyukai menonton acara melalui layanan streaming dan video *on demand* dibandingkan menonton TV biasa. Temuan ini menegaskan bahwa fleksibilitas dan kemudahan akses menjadi faktor utama dalam perubahan perilaku konsumsi media saat ini (Iger 2024)

Saat ini, perkembangan media massa menjadi salah satu faktor pendukung penting dalam menunjang aktivitas masyarakat. Media massa dipercaya memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk sikap dan perilaku publik, bahkan dapat menentukan arah pembentukan masyarakat di masa depan.

Lebih dari itu, media massa juga berperan dalam memberikan arahan, bimbingan, serta memengaruhi kehidupan masyarakat baik saat ini maupun di waktu yang akan datang (Putra P.A 2019). Sejalan dengan hal ini, digitalisasi telah mengubah dunia hiburan secara signifikan, dengan semakin populernya platform streaming digital seperti Netflix, Amazon Prime Video, dan Disney+, yang kini menggantikan cara konsumsi hiburan tradisional melalui televisi kabel atau satelit.

Tidak hanya itu, platform jejaring sosial semacam Facebook, Twitter, dan Instagram memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, bertukar informasi, serta menjalin interaksi sosial. Dalam bidang pendidikan, transformasi digital memudahkan proses pembelajaran daring dengan adanya layanan seperti Coursera, Udemy, dan Khan Academy. Lebih jauh lagi, toko online dan marketplace semacam Amazon serta eBay telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam berbelanja. Akibatnya, perangkat elektronik seperti ponsel pintar dan tablet kini menjadi kebutuhan pokok yang digunakan untuk berkomunikasi, memperoleh informasi, maupun mengonsumsi berbagai konten digital (Fachrudin 2022)

Kemajuan teknologi digital telah memberikan dampak besar dalam berbagai bidang kehidupan. Informasi kini dapat diakses dengan lebih cepat dan luas, memungkinkan masyarakat untuk dengan mudah memperoleh wawasan dari berbagai penjuru dunia. Media sosial meningkatkan konektivitas antarindividu, meskipun intensitas komunikasi digital yang tinggi bisa mengurangi kualitas interaksi langsung. Digitalisasi juga memainkan peran penting dalam membentuk cara pandang publik melalui konten daring dan sistem algoritma yang seringkali menciptakan polarisasi. Di sisi lain, pilihan hiburan semakin beragam berkat layanan streaming yang dapat

disesuaikan dengan selera masing-masing pengguna. Meski demikian, penggunaan media digital secara berlebihan berpotensi menimbulkan gangguan kesehatan mental. Perubahan juga terlihat dalam perilaku konsumen, yang kini lebih cenderung melakukan pencarian dan transaksi pembelian secara online. Selain manfaatnya, transformasi digital turut menghadirkan tantangan baru terkait perlindungan data dan privasi. Meskipun begitu, era digital juga membuka berbagai peluang karier baru, khususnya di sektor teknologi informasi, digital marketing, dan layanan daring yang kian berkembang

Transformasi dalam kebiasaan masyarakat dalam mengakses serta mengonsumsi media turut didorong oleh kemajuan digitalisasi di bidang penyiaran. Beragam platform digital modern, seperti internet, aplikasi mobile, media sosial, hingga layanan streaming, kini memberikan kemudahan besar bagi masyarakat. Berkat berbagai platform ini, masyarakat dapat menikmati beragam konten secara daring. Tak hanya itu, masyarakat juga memiliki peluang untuk memproduksi serta mendistribusikan konten mereka sendiri melalui media sosial dan platform berbagi video (D.S 2024).

Salah satu contohnya terlihat di Desa Cingcin, di mana proses digitalisasi telah membawa perubahan dalam pola konsumsi tayangan televisi. Inovasi digital ini memungkinkan masyarakat tetap memperoleh informasi yang mereka perlukan tanpa merasa kesulitan dalam beradaptasi dengan teknologi baru. Pergeseran perilaku ini didorong oleh munculnya berbagai platform digital yang semakin beragam. Kini, masyarakat dapat menikmati konten secara daring melalui internet, aplikasi mobile, media sosial, dan layanan streaming (Agussetianingsih, B., & Kasim 2021)

Penelitian ini mengacu pada studi sebelumnya yang dilakukan oleh Ilham

Tanjung Saputra dengan judul “Media Sosial dan Perubahan Interaksi Sosial Generasi Milenial Pedesaan (Studi Kasus di Desa Dwi Warga Tunggal Jaya Kecamatan Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang).” Studi tersebut membahas penggunaan media sosial serta dampaknya terhadap perubahan dalam pola interaksi sosial generasi milenial yang tinggal di wilayah pedesaan (Ilham, 2022).

Selain itu, penelitian ini juga mengambil referensi dari karya Ranga Saptya Mohamad Permana, Aceng Abdullah, dan Jimi Narotama Mahameruaji yang berjudul Budaya Menonton Televisi di Indonesia: Dari Terrestrial Hingga Digital. Studi ini mengungkap bahwa kebiasaan menonton televisi secara analog dengan antena di Indonesia bersifat komunal dan menjadi sarana berbagi cerita antar pemirsa. Sebaliknya, kebiasaan menonton secara digital lewat internet lebih bersifat individual dan memberikan keleluasaan bagi penonton untuk memilih tayangan sesuai minat dan kemampuan finansial mereka (Permana, R. S. M. 2019).

Penelitian terbaru oleh Allif Putra Rinidji dan Dasrun Hidayat (2024) mengungkapkan bahwa transformasi digital di industri televisi berdampak besar pada kebiasaan masyarakat. Maraknya penggunaan layanan video on demand dan streaming melalui ponsel pintar dipicu oleh akses yang mudah, variasi konten yang beragam, serta kebebasan menonton kapan saja (Rinidji.A.P 2024)

Fenomena ini menggambarkan bahwa masyarakat telah mulai menerima inovasi dengan beralih ke platform digital sebagai pilihan utama dalam menikmati tayangan televisi. Namun demikian, meskipun begitu, sebagian masyarakat masih lebih memilih menonton tayangan melalui televisi konvensional karena kualitas gambar dan suara yang lebih baik serta kenyamanan menonton pada layar

yang lebih besar. Proses penilaian masih berlangsung di kalangan masyarakat, di mana mereka menguji efektivitas inovasi terbaru dibandingkan cara konvensional guna mengetahui mana yang lebih cocok dengan selera dan kepentingan mereka. Selain itu, sebuah penelitian yang juga dilakukan oleh Li, Z pada tahun 2023 menunjukkan bahwa perkembangan platform digital telah menggeser kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi konten. Kini, masyarakat lebih memilih media interaktif seperti jejaring sosial dibandingkan siaran konvensional seperti TV atau radio yang bersifat pasif. Hal ini mendorong produsen konten untuk lebih peka dan inovatif dalam memenuhi tuntutan pemirsa. (Li 2023)

### **Transformasi Strategi *Programming* TV**

Strategi *programming* adalah pendekatan yang paling efektif untuk menarik banyak *audiens* dan menjaga agar mereka tetap menjadi penonton setia. Oleh karena itu, seorang *programmer* perlu memahami karakteristik *audiens*. Karakteristik ini menunjukkan bahwa *audiens* cenderung berganti saluran setelah sebuah program selesai. Perpindahan *audiens* dari satu saluran ke saluran lainnya terjadi pada transisi antara satu program dan program berikutnya. Proses perpindahan ini, yang terjadi setelah setiap program berakhir, dikenal dengan istilah aliran khalayak atau *audience flow*, yang terdiri dari tiga jenis (Morissan 2018)

Seiring dengan itu, menurut Rusman Latief dan Yusiatie Utud (2015:5), secara umum, program siaran televisi terbagi menjadi dua kategori, yaitu program hiburan yang dikenal dengan istilah program *entertainment*, dan program informasi yang disebut juga sebagai program berita (*news*). Program informasi adalah program yang sangat bergantung pada aspek aktualitas dan faktualitas,

dengan pendekatan produksi yang mengutamakan prinsip-prinsip jurnalistik. Sementara itu, program hiburan lebih berfokus pada memberikan hiburan kepada penonton, dan unsur jurnalistik hanya berfungsi sebagai pendukung (Lee 2025).

Lebih lanjut, program unggulan yang dimiliki oleh stasiun televisi menunjukkan bahwa strategi pemrograman mereka berhasil dalam menarik penonton (*inflow*) dan mempertahankan penonton agar tidak beralih ke program lain (*outflow*). Divisi pemrograman perlu merancang strategi yang cerdas untuk menjaga penonton setia serta menarik penonton baru. Beberapa strategi pemrograman yang umum diterapkan antara lain (Fachrudin, 2014): 1) *Lead Off*, yaitu menempatkan program terbaik pada awal waktu tayang untuk menarik perhatian sebanyak mungkin penonton. 2) *Lead In*, yaitu menempatkan program unggulan sebelum program baru atau yang memiliki sedikit penonton. 3) *Hammocking*, di mana program baru atau yang kurang populer ditempatkan di antara dua program unggulan dengan harapan penonton tertarik untuk menontonnya. 4) *Tentpoling*, yaitu penempatan program baru sebelum atau setelah program unggulan di waktu tayang *prime time* (misalnya pukul 9 malam), untuk meningkatkan peluang penonton melihat cuplikan dan tetap bertahan menonton. 5) *Block Programming*, yaitu menayangkan program dengan *genre* yang sama secara berurutan untuk mempertahankan penonton. 6) *Counter Programming*, yaitu menawarkan program alternatif yang berbeda dari program kompetitor untuk menarik penonton dengan pendekatan yang berbeda, baik dari segi *genre* maupun demografi. 7) *Head to Head*, strategi yang mencoba menarik penonton dari program pesaing dengan menayangkan program serupa di waktu yang bersamaan. 8) *Stunting*, yaitu

strategi untuk menarik perhatian dengan perubahan jadwal mendadak, seperti menayangkan dua episode berturut-turut atau menghadirkan bintang tamu terkenal. 9) *Bridging*, yaitu strategi untuk mencegah penonton pindah *channel* saat pergantian program dengan menampilkan cuplikan atau kilasan dari program yang akan datang. 10) *Hotswitching*, yaitu menghilangkan jeda iklan dan langsung melanjutkan program berikutnya tanpa break (Novagyatna 2022)

Di sisi lain, strategi dalam produksi program televisi mencakup semua aktivitas atau proses yang dilakukan untuk menghasilkan sebuah produk sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam lima unsur manajemen, hal ini dapat diterapkan dalam prosedur operasi standar (SOP) yang terdiri dari tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi (Morissan 2018) : (1) Pra-Produksi (Pencarian Ide, Perencanaan, dan Persiapan); (2) Produksi (Selama proses produksi berlangsung, produser terlibat langsung untuk memastikan program, baik yang disiarkan langsung (live) maupun yang direkam (tapping), berjalan sesuai rencana); (3) Pasca-Produksi (Pada tahap ini, terdapat dua teknik editing, yaitu *editing analog* atau linier, dan editing digital atau *non-linier* menggunakan komputer) (Ichsan, M 2024)

Selanjutnya, pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Adi Pratama Putra, Zaenina Shintya, dan Melisa Arisanty pada tahun 2019, ditemukan bahwa program Metro Pagi *Primetime* di Metro TV telah menerapkan strategi *programming* sebagaimana dikemukakan oleh Eastman dan Ferguson (2011), yang mencakup empat elemen utama: *selection, scheduling, promotion, dan evaluating*. Strategi-strategi ini menjadi dasar dalam menyusun dan menyajikan konten yang relevan dan menarik bagi audiens. Tidak hanya terbatas pada strategi *programming*, kualitas produksi juga menjadi faktor

penting dalam keberhasilan program tersebut. Salah satu inovasi signifikan dalam strategi produksi adalah penggunaan visual *animated* sebagai format penyampaian konten berita. Hasil riset menunjukkan bahwa penyajian informasi dalam bentuk visual animatif mampu meningkatkan daya serap *audiens* dan secara langsung berdampak pada peningkatan *rating* acara, karena masyarakat lebih mudah memahami informasi visual dibandingkan dengan narasi teks yang kompleks.

Selain itu, keberhasilan Metro Pagi *Primetime* juga didukung oleh penyusunan konten yang mempertimbangkan nilai kebaruan dan *proximity*. Konten yang bersifat dekat secara geografis, psikologis, atau sosial dengan *audiens* terbukti lebih menarik dan dianggap relevan oleh pemirsa. Ketika berita yang disajikan dirasakan berdampak langsung pada kehidupan audiens, maka tingkat perhatian dan keterlibatan mereka pun meningkat, yang pada akhirnya berdampak pada naiknya rating program. Untuk menjaga konsistensi kualitas konten, tim produksi secara rutin melakukan evaluasi terhadap siaran yang telah ditayangkan. Evaluasi ini merupakan bagian dari siklus *programming* yang bertujuan memperbaiki kesalahan dan meningkatkan efektivitas penyampaian berita di masa mendatang.

Sebagai contoh, program seperti Stabilo Kuning, sebagai bagian dari rangkaian program unggulan Metro TV, menjadi salah satu upaya dalam menjaga kestabilan dan daya saing *rating* di antara program berita lainnya. Dalam konteks industri televisi, *rating* bukan hanya menjadi indikator *performa program*, tetapi juga memengaruhi arah *editorial* dan strategi produksi. Produser televisi menjadikan *rating* sebagai tolok ukur untuk menyusun konten yang lebih menarik dan sesuai dengan *preferensi audiens*. Dengan demikian, pencapaian

*rating* yang tinggi bukan hanya hasil dari satu aspek, melainkan kolaborasi antara strategi programming yang terencana dan strategi produksi yang inovatif (P.D 2018).

### **Inovasi Teknologi dan Personalisasi**

Meskipun masyarakat sudah terbiasa dengan siaran televisi analog, kehadiran sistem penyiaran digital tetap menjadi sebuah terobosan. Inovasi sendiri dapat didefinisikan sebagai gagasan, tindakan, atau produk yang dianggap baru oleh seseorang. Tidak masalah apakah ide tersebut benar-benar orisinal atau sudah lama ada; yang penting adalah persepsi penerimanya. Suatu inovasi dinilai berdasarkan sudut pandang subjektif individu. Jika seseorang merasa bahwa suatu hal baru baginya, maka itulah yang disebut inovasi. (Rogers, 1984:26).

Memahami konsep ini, inovasi dapat diartikan sebagai suatu metode untuk memandang perubahan sebagai kesempatan yang bisa dimanfaatkan guna mengembangkan bisnis atau layanan baru. Selain itu, inovasi juga bisa diartikan sebagai usaha untuk meningkatkan nilai dan kepuasan pelanggan melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia. Perubahan yang dimanfaatkan biasanya adalah perubahan yang telah atau sedang terjadi. Keberhasilan inovasi ditentukan oleh kemampuannya dalam memanfaatkan perubahan tersebut. Walaupun beberapa inovasi mampu menciptakan dampak besar, kebanyakan inovasi yang berhasil justru bersifat lebih sederhana dan memanfaatkan perubahan yang sedang berjalan. Inovasi yang efektif cenderung sederhana, terfokus, serta memiliki penerapan yang jelas dan rinci. Lebih dari sekadar pemikiran teoritis, inovasi lebih mengutamakan penerapan praktis (Istihari A.V 2018).

Proses penyebaran inovasi dapat berlangsung apabila sejumlah kondisi terpenuhi, seperti keberadaan suatu

gagasan baru, individu atau kelompok yang telah memahami inovasi tersebut, pihak lain yang belum mengenal ide tersebut, serta adanya media komunikasi yang menjembatani kedua pihak. Selain itu, durasi waktu juga berperan krusial dalam menentukan keberhasilan adopsi atau penolakan suatu inovasi.

Seiring dengan itu, apabila seseorang memutuskan untuk menolak inovasi, berarti mereka belum siap untuk menerima kemajuan teknologi, seperti penerapan sistem penyiaran televisi digital. Meskipun demikian, masih ada peluang untuk mengubah sikap seiring berjalannya waktu, karena dalam proses difusi inovasi, waktu memainkan peran penting dalam menentukan apakah inovasi akan diterima atau ditolak. Masalah yang muncul kemudian adalah, keputusan lembaga penyiaran untuk menerima atau mengadopsi inovasi berupa sistem penyiaran televisi digital bukanlah titik akhir, melainkan lebih kompleks dari itu.

Peralihan dari sistem analog ke digital, misalnya pada televisi digital, menjadi salah satu terobosan teknologi yang memfasilitasi migrasi media dari teknologi lama ke sistem digital. Di masa analog, setiap sinyal memerlukan saluran transmisi sendiri, seperti pada radio, televisi, atau perangkat mikrofon. Namun, berkat teknologi digital, berbagai bentuk gelombang kini dapat diintegrasikan dalam satu kanal frekuensi melalui pengkodean biner (0 dan 1). (Sanusi 2023)

Pada saat ini, Industri pertelevisian kini menghadapi tantangan besar berupa persaingan ketat dari platform digital berskala global. Platform seperti Netflix dan YouTube menyuguhkan konten internasional dengan kualitas produksi yang unggul dan ragam tema yang luas. Hal ini mendorong stasiun TV lokal untuk terus berinovasi dalam pembuatan program agar tetap mampu menarik minat penonton.

Di Indonesia, produksi program televisi kini semakin mengedepankan pembaruan konten. Tayangan yang sebelumnya tampak biasa dan tradisional mulai dikemas dengan cara yang lebih inovatif dan penuh keberanian. Persaingan tidak lagi terbatas antar stasiun televisi lokal, melainkan juga melibatkan platform streaming global yang menyuguhkan konten berkualitas tinggi secara produksi.

Salah satu bentuk inovasi konten yang kini populer di Indonesia adalah perpaduan antara format reality show dengan muatan nilai-nilai kearifan lokal. Acara seperti MasterChef Indonesia dan The Voice Indonesia mampu menarik perhatian penonton dengan mengombinasikan format internasional dan unsur budaya khas Indonesia.

Di samping itu, proses pembuatan program kini lebih menekankan pada peningkatan kualitas tampilan visual dan alur cerita yang memikat agar mampu bersaing dengan layanan *streaming*. Salah satu strategi yang diambil oleh stasiun televisi adalah memproduksi serial dan film dengan dana besar, yang sering kali memiliki standar mutu sekelas produksi internasional.

Sehubungan dengan inovasi tersebut, kita dapat melihat sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ave Valensia Istihari, dkk pada tahun 2018 dan membahas mengenai strategi inovasi teknologi serta upaya personalisasi dalam penyiaran televisi lokal, khususnya oleh stasiun televisi lokal di Samarinda, yaitu STV. Penelitian ini menemukan bahwa dalam menghadapi persaingan media siaran, STV masih berfokus pada perluasan jangkauan penyiaran melalui media sosial. Meskipun telah memiliki akun media sosial sejak 2013, STV baru mulai aktif melakukan pembaruan signifikan pada 2017, dan mulai merancang pengembangan Website serta Aplikasi digital pada pertengahan tahun 2018 sebagai bagian dari upaya

transformasi digital mereka. Hal ini menunjukkan adanya dorongan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kebiasaan konsumsi media masyarakat yang semakin digital dan multiplatform (Istihari A.V 2018)

Namun demikian, dari sisi konten, STV masih belum maksimal dalam melakukan inovasi, terutama dalam hal pengemasan dan penyajian program berita. Cara penyampaian informasi kepada khalayak masih terkesan konvensional, sehingga belum mampu menciptakan daya tarik yang kuat di tengah persaingan media yang semakin kompetitif. Meski begitu, penyiaran program berita melalui media sosial telah menjadi langkah progresif yang membedakan STV dari televisi lokal lainnya di Samarinda. Inovasi ini memberi dampak positif terhadap respons masyarakat, namun sayangnya pelaksanaan strategi tersebut masih belum konsisten. Inkonsistensi dalam produksi dan distribusi konten digital ini menjadi tantangan utama dalam membangun loyalitas audiens serta mempertahankan eksistensi di tengah pergeseran platform dan preferensi media yang terus berubah. Penelitian ini menekankan pentingnya inovasi berkelanjutan dan strategi personalisasi konten agar media lokal seperti STV dapat bertahan dan berkembang di era digital.

## **PENUTUP**

Perubahan signifikan dalam kebiasaan menonton audiens menunjukkan bahwa masyarakat semakin bergeser dari media konvensional ke platform digital, terutama layanan streaming dan media sosial. Pergeseran ini dipicu oleh kemudahan akses, fleksibilitas waktu, dan beragamnya pilihan konten yang ditawarkan. Namun, sebagian audiens tetap mempertahankan preferensi terhadap televisi konvensional karena

alasan kenyamanan dan kualitas tampilan. Dalam konteks ini, lembaga penyiaran televisi dituntut untuk menyesuaikan diri dengan perilaku konsumsi media yang dinamis melalui strategi programming yang tepat dan inovatif.

Strategi programming yang cerdas menjadi kunci penting dalam menjaga loyalitas audiens, terutama dengan menerapkan pendekatan seperti *lead-in*, *tentpoling*, hingga *counter programming*. Kualitas produksi dan inovasi visual seperti penggunaan animasi juga terbukti meningkatkan daya serap informasi dan rating program. Penyusunan konten yang relevan dan memiliki kedekatan dengan audiens memperkuat daya tarik siaran dan meningkatkan keterlibatan penonton.

Penerapan teknologi digital dalam penyiaran tidak hanya menjadi inovasi teknis, tetapi juga menuntut perubahan paradigma dalam mengelola konten dan berinteraksi dengan audiens. Inovasi yang dilakukan stasiun televisi lokal, seperti STV di Samarinda, mencerminkan upaya untuk bertahan di tengah persaingan yang ketat. Meski demikian, inkonsistensi dalam pelaksanaan strategi digital menunjukkan bahwa transformasi teknologi harus disertai dengan komitmen jangka panjang dan pendekatan personalisasi yang berkelanjutan untuk menciptakan keunggulan kompetitif di era media digital.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada dosen pembimbing dan seluruh Civitas Akademika Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau atas selesainya artikel kami, karena selama ini telah menasehati, membantu dan mengajari penulis.

## REFERENSI

Agussetianingsih, B., & Kasim, A. 2021.

“Peran Desain Kebijakan: Digitalisasi Penyiaran Televisi Di Indonesia. Kolaborasi.” *Jurnal Administrasi Publik* 7(2): 167-186.

Bahri, A. N. 2019. *Jurnalistik Online Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.

D.S, Syahputra. 2024. “Tantangan Dan Peluang: Transformasi Penyiaran Tradisional Ke Media Social.” *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI* 114: 49–60.

Dkk, Aprilia. E. 2024. “Manajemen Media Penyiaran Swaragama Dan Program Siaran Di Era Digital.” *JURNAL AUDIENS* 5(3).

Fachrudin, Andi. 2022. “Strategi Program Tayangan Infotainment Di Rcti.” *Jurnal Visi Komunikasi* 13(1): 137–53.

Ichsan, M, Dkk. 2024. “Analisis Konvergensi Media: Studi Transformasi Dari Media Analog Ke Media Digita.” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 4(4).

Iger. 2024. “Disney CEO Bo Iger To Cut Spendig ‘Pretty Dramatically’ On Tradinational TV Progeamming.” *Nypost*. <https://nypost.com/> .

Istihari A.V, Dkk. 2018. “Inovasi Penyiaaran Program Berita Samarinda Tv Dalam Menghadapi Persaingan Media Siaran Televisi Lokal Di Samarinda.” *eJournal lmu Komunikasi*, 6(3): 15–28.

Lee, Sarah. 2025. “How Steraming Platform Growth Is Evolving Entertainment And Media.” <https://www.numberanalytics.com/> .

Li, Z. 2023. “Shaping the Media Landscape: Exploring Media User Consumption in the Age of Social Media.” *Journal of Innovation and Development* 4(3): 68–71.

Morissan. 2018. “Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi. In Manajemen Media

- Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi.”
- Novagyatna, Dkk. 2022. “Strategi Programing Tv Berlangganan Oleh PT. Indonesia Entertainment Grup.” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial* 11(2).
- P.D, Ashrianto. 2018. “Studi Kesiapan Lembaga Penyiaran Terhadap Penerapan Sistem Penyiaran Berteknologi Digital Di Yogyakarta.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13(2): 158–72.
- Pancawati, N. P., Yohanes, Y. T. S., & Rahmat, L. A. 2019. “Management Strategy of Radio Republik Indonesia (RRI) Mataram in the Digital Era.” *JCommsci - Journal Of Media and Communication Science* 1(3): 109–119.  
<https://doi.org/10.29303/jcommsci.v1i3.50> .
- Permana, R. S. M., Abdullah. 2019. “Budaya Menonton Televisi Di Indonesia: Dari Terrestrial Hingga Digital.” *ProTVF* 3(1): 53–67.
- Putra P.A, Dkk. 2019. “Strategi Programming Program ‘Metro Pagi Primetime’ Dalam Mempertahankan Rating.” *Jurnal Common* 3(1).
- Rinidji.A.P, dan Dasrun Hidayat. 2024. “Perubahan Perilaku Masyarakat Dalam Menghadapi Transformasi Digital Dalam Penyiaran Televisi (Studi Kasus Mengenai Kebiasaan Baru Masyarakat Di Desa Cingcin Dalam Menyikapi Digitalisasi Penyairan Televisi).” *Jurnal Professional* 11(1): 167 –176.
- Sanusi. 2023. “Impact Of Streaming Services On Traditional Broadcast Television.” *Sapientia Foundation Journal of Education, Sciences and Gender Studies (SFJESGS)* 5(3): 181 – 193.
- Siti, S. S., Purwanto, & RB. Hendri Kuswanto. 2022. “Manajemen Penyiaran Berita Dalam Menghadapi Persiapan Media Pada Era Digital Di TVRI Jawa Timur.” *Jurnal Heritage* 10(2): 160– 171.  
<https://doi.org/10.35891/heritage.v10i2.3412> .
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: C.V Alfabeta.
- Zalwi, F. 2023. “Kesiapan Lembaga Penyiaran Swasta Inspira Tv Sebagai Penyelenggara Siaran Tv Digital.” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
-