

# TRADISI DAN TEKNOLOGI: STRATEGI KOMUNIKASI SOSIALISASI ANALOG SWITCH OFF (ASO) TELEVISI MELALUI PERTUNJUKAN RAKYAT

**Citra Meidyna Budhipradipta**  
citrameidyna@gmail.com  
Institut Seni Budaya Indonesia Bandung

## ARTIKEL

**Diterima:** 15 April 2023

**Direvisi:** 25 Mei 2023

**Disetujui:** 29 Mei 2023

## ABSTRACT

*This article reviews the communication strategies employed by the Ministry of Communication and Information Technology (Kominfo) in promoting the policy transition from analog to digital television in Indonesia. This transition process, known as Analog Switch Off (ASO), represents a crucial step in the development of broadcasting technology in Indonesia. However, ASO also faces various challenges, including resistance from some segments of the population. The research methodology involves desk study and literature review, based on official reports from Kominfo regarding the ASO communication campaign and relevant literature in the fields of public communication and social behavioral change communication. The findings from the study indicate that Kominfo has utilized a cultural and storytelling approach as the primary tools in communicating social and behavioral change to address public resistance. This approach integrates local cultural values, regional languages, and cultural humor in folk art performances tailored to the cultural characteristics of different regions in Indonesia and vividly depicts the benefits of using Digital TV. This article underscores the importance of understanding and leveraging cultural capital in developing successful communication strategies to achieve desired social and behavioral changes while merging cultural traditions with technological innovation.*

**Keywords:** *Social and Behavioural Change Communication*

## ABSTRAK

Artikel ini mengulas strategi komunikasi yang digunakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dalam sosialisasi kebijakan transisi dari televisi analog ke televisi digital di Indonesia. Proses peralihan ini, dikenal sebagai *Analog Switch*

*Off* (ASO), merupakan langkah penting dalam pengembangan teknologi siaran di Indonesia. Namun, ASO juga menghadapi berbagai tantangan, termasuk penolakan dari sebagian masyarakat. Metodologi penelitian ini melibatkan *desk study* dan tinjauan literatur, berdasarkan laporan resmi Kominfo terkait kampanye komunikasi ASO dan literatur relevan di bidang komunikasi publik dan komunikasi perubahan perilaku. Temuan dari studi menunjukkan bahwa Kominfo telah menggunakan pendekatan budaya dan *storytelling* sebagai alat utama dalam komunikasi perubahan sosial dan perilaku untuk mengatasi tantangan penolakan publik. Pendekatan ini memadukan nilai-nilai budaya lokal, bahasa daerah, dan humor kebudayaan dalam pertunjukan kesenian rakyat yang disesuaikan dengan karakteristik budaya setiap daerah di Indonesia dan menggambarkan manfaat penggunaan TV Digital secara hidup dan menarik. Artikel ini menggarisbawahi pentingnya memahami dan memanfaatkan modal budaya dalam mengembangkan strategi komunikasi yang sukses untuk mencapai tujuan perubahan sosial dan perilaku yang diinginkan, sambil menggabungkan tradisi budaya dengan inovasi teknologi.

**Kata Kunci: Komunikasi Perubahan Sosial dan Perilaku**

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, media kini perlahan-lahan mengalami proses digitalisasi dari media konvensional. Rencana peralihan televisi digital telah dicanangkan sejak tahun 2009 dan infrastruktur TV digital sudah dibangun pada tahun 2012 di Jawa dan Kepulauan Riau, daerah lain akan menyusul secara bertahap (Kominfo, 2013). Pada bulan November 2022, pemerintah Indonesia akhirnya menetapkan penghentian sistem televisi analog menuju televisi digital secara nasional dan serentak atau dikenal sebagai *analog switch off* (ASO). Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dalam laman Indonesia Baik (indonesiabaik, 2022), manfaat dari peralihan ASO bagi audiens ialah kualitas gambar dan suara yang lebih jernih dibandingkan TV analog dan dapat

dinikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia. Proses pemberhentian siaran analog menuju siaran digital sebelumnya telah dilaksanakan di banyak negara seperti Amerika Serikat (12 Juni 2009), Jepang (24 Juli 2011), Kanada (31 Agustus 2011), Inggris dan Irlandia (24 Oktober 2012), Australia (2013). Hal ini menjadi salah satu pendorong bagi pemerintah Indonesia untuk mengejar ketertinggalan teknologi televisi digital dari negara-negara lainnya.

Kendati demikian, regulasi ASO ini menimbulkan tantangan seperti penolakan dari beberapa pihak, khususnya masyarakat. Pasalnya, masyarakat yang ingin menikmati TV Digital perlu memiliki alat *set top box* (STB) sebagai alat bantu penerima siaran digital yang berfungsi mengubah sinyal digital agar bisa dipancarkan pada pesawat televisi analog. Sehingga, masyarakat yang tidak memiliki alat STB

terancam tidak mendapatkan hak masyarakat yakni mendapatkan informasi.

Untuk mengatasi polemik peralihan menuju TV Digital, pemerintah melalui Kominfo melakukan beberapa upaya seperti bantuan dan edukasi masyarakat. Pemerintah membagikan bantuan alat *set top box* (STB) kepada keluarga yang kurang mampu sebanyak 6,7 juta buah yang akan dibagikan secara gratis bersamaan dengan edukasi publik melalui pertunjukan kesenian rakyat (petunra) di beberapa daerah untuk mengkomunikasikan pentingnya transisi ini.

Pendekatan budaya dalam edukasi publik lazim dilakukan untuk mempengaruhi publik. Dalam teori komunikasi perubahan perilaku, komunikasi dan budaya adalah dua hal yang sulit dipisahkan. Pada dasarnya, budaya adalah nilai-nilai yang muncul dari proses interaksi antar individu. Dalam mengkomunikasikan perubahan perilaku, terutama untuk daerah yang masih memegang adat dan kepercayaan leluhur, diperlukan komunikasi yang sedikit berbeda, seperti komunikasi budaya (Marni, 2021). Kominfo melaksanakan kampanye ASO di beberapa daerah di Indonesia. Setiap sosialisasi ASO disesuaikan dengan karakteristik kebudayaan di daerah masing-masing seperti Kesenian Basados di Balikpapan dan Kesenian Rakyat Taksu di Bali. Artikel ini berupaya mengkaji strategi komunikasi Kominfo dalam sosialisasi kebijakan TV digital melalui pendekatan budaya.

## METODOLOGI

Metodologi penelitian ini dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu studi meja (*desk study*) dan tinjauan literatur (*literature review*). Dalam pendekatan studi meja, penelitian ini fokus pada pengkajian menyeluruh terhadap laporan sosialisasi Analog Switch Off (ASO) yang dilakukan oleh Tim Siaran Digital Indonesia, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) Indonesia. Pendekatan ini melibatkan analisis dokumen resmi, laporan kegiatan, dan materi publikasi yang disusun oleh Kominfo, untuk memahami secara mendalam bagaimana proses sosialisasi ASO dijalankan.

Sementara itu, pendekatan tinjauan literatur dilakukan untuk memberikan konteks teoritis dan membandingkan temuan dari studi meja dengan studi serupa di bidang komunikasi dan sosialisasi kebijakan publik. Tinjauan ini melibatkan analisis sistematis terhadap literatur akademis, artikel jurnal, dan studi kasus yang relevan dengan topik sosialisasi kebijakan dan penggunaan pendekatan komunikasi budaya dalam konteks pengembangan masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendekatan budaya dalam memengaruhi masyarakat memiliki peran yang signifikan, seperti yang tercermin dalam strategi sosialisasi TV Digital oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia. Berdasarkan data yang tersaji dalam

Tabel 1, terlihat bahwa kampanye sosialisasi telah dilakukan di berbagai daerah di Indonesia, mulai dari Bandung hingga Denpasar, Bali. Kegiatan ini dijadwalkan

berlangsung dari bulan Januari hingga April 2022, dengan menggandeng berbagai kelompok seni setempat untuk menyampaikan pesan.

No	Waktu	Lokasi	Kegiatan
1	Januari 2022	Bandung	Kesenian Wayang Golek Ringkes dan Tari Tablo
2	Januari 2022	Tangerang	Kesenian Ubrug Banten
3	Januari 2022	Solo	Kesenian Balada Kampung Riwil
4	Maret 2022	Sampang	Anom Songot: "Es Campur, Es Jus atau Es Dawet".
5	April 2022	Sampang	Komedi Madura Anom Songot "Ternyata..."
6	Maret 2022	Balikpapan	Kesenian Basados, Serumpun Kalimantan Timur
7	Maret 2022	Lhokseumawe	Kesenian Daerah Piasan Pasee (Aceh)
8	April 2022	Batam	Kesenian Celoteh Melayu - Pak Mad Pantun
9	April 2022	Ambon	Kesenian Rakyat Malam Badendang
10	April 2022	Kota Metro, Lampung	Kesenian Rakyat Lampung Warahan Sai Hati
11	April 2022	Kota Denpasar, Bali	Kesenian Rakyat Taksu North Bali

**Tabel 1.** Pertunjukan Rakyat Sosialisasi TV Digital  
(Laporan Rekap Kegiatan Siaran TV Digital Kominfo, 2022)

Di Bandung, kegiatan dimulai dengan pertunjukan Wayang Golek yang meriah, sedangkan di Tangerang, audiens dihibur dengan kekayaan budaya melalui Ubrug Banten. Di Solo, kebudayaan Jawa dipamerkan melalui Kesenian Balada Kampung Riwil yang memikat hati, menunjukkan betapa pentingnya menggunakan bentuk seni yang sudah dikenal dan dekat dengan masyarakat setempat dalam menyampaikan pesan penting.

Pertunjukan di setiap daerah disesuaikan dengan karakteristik budaya

lokal, seperti Kesenian Basados di Balikpapan, yang tidak hanya mencerminkan keunikan daerah tersebut, tetapi juga menarik perhatian masyarakat setempat dengan cara yang akrab dan menghibur. Di Lhokseumawe, penonton diundang untuk merenungkan warisan budaya Aceh melalui Kesenian Daerah Pisang Pasee, sementara di Batam, Kesenian Celoteh Melayu memperkaya wawasan masyarakat tentang keragaman budaya Indonesia.

Strategi ini bukan hanya sekedar pementasan, tetapi merupakan upaya

menyeluruh dalam memadukan nilai-nilai budaya dengan teknologi komunikasi modern. Pertunjukan-pertunjukan ini tidak hanya ditujukan untuk hiburan semata, tetapi juga untuk membangun koneksi yang lebih dalam dengan masyarakat. Dengan memanfaatkan daya tarik budaya yang telah melekat kuat dalam identitas lokal, pemerintah berusaha membangun kesadaran akan perubahan teknologi siaran dari analog ke digital.

### A. Pesan Kunci dan Media

Pendekatan budaya dalam tayangan pertunjukan rakyat menjadi strategi yang digunakan untuk mendekati diri dengan penonton dan membangun kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan ASO (*Analog Switch Off*) mengingat tingginya penolakan publik terhadap kebijakan ini. Salah satu aspek utama dari pendekatan ini adalah penggunaan bahasa daerah dan humor-humor budaya yang dipahami oleh penonton. Aktor dalam pertunjukan ini menggunakan bahasa daerah yang dikenal dan dicerna dengan baik oleh masyarakat setempat, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dimengerti dan dapat menciptakan ikatan emosional dengan penonton. Humor-humor budaya yang digunakan juga berfungsi untuk membuat suasana lebih santai dan akrab, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima.

Selain itu, pendekatan ini bertujuan untuk meyakinkan masyarakat bahwa kebijakan ASO merupakan upaya positif dari pemerintah untuk mempercepat akses internet di seluruh Indonesia. Dengan

menggunakan bahasa dan humor yang sesuai dengan budaya lokal, Kominfo berusaha untuk menghilangkan ketakutan atau ketidakpastian yang mungkin dimiliki oleh masyarakat terkait perubahan ini. Masyarakat cenderung lebih menerima pesan dari sumber yang mereka percayai, dan pendekatan budaya ini membantu membangun kepercayaan.

Selain pendekatan budaya, Kominfo juga menggunakan pesan kunci yang konsisten dalam setiap kampanye komunikasi. Pesan kunci tersebut mencakup informasi bahwa TV Analog akan dimatikan pada tanggal 30 April 2022 dan bahwa Kominfo siap memberikan alat *Set Top Box* (STB) kepada masyarakat sebagai solusi atas isu ini. Konsistensi dalam menyampaikan pesan ini membantu memastikan bahwa informasi penting ini disampaikan dengan jelas dan tegas kepada masyarakat, sehingga mereka dapat memahami implikasi dari kebijakan ASO dan solusi yang ditawarkan oleh pemerintah.

Melalui pemanfaatan *platform* digital seperti kanal YouTube Siaran Digital Indonesia, Kominfo TV, dan akun Instagram Siaran Digital Indonesia, pemerintah tidak hanya menjangkau penonton yang hadir secara fisik, tetapi juga memperluas cakupan sosialisasinya ke audiens yang lebih luas. Strategi multi-platform ini memungkinkan pesan tentang transisi ke TV Digital menyebar lebih cepat dan lebih luas, menggabungkan tradisi dengan inovasi, dan mengedepankan pentingnya menghargai kearifan lokal dalam konteks kemajuan teknologi.

## B. Pendekatan Budaya & Komunikasi Perubahan Sosial dan Perilaku

Pemangku kebijakan perlu memiliki kesadaran akan pentingnya memanfaatkan sumber daya budaya sebagai modal strategis. Berdasarkan data yang tersaji dalam Tabel 1, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) telah mampu secara optimal memanfaatkan sumber daya budaya atau *cultural capital* dalam menjalankan kampanye sosialisasi TV digital. Seperti yang diungkapkan oleh Bourdieu (1990), budaya juga dapat dianggap sebagai bentuk modal yang dapat digunakan oleh individu atau kelompok untuk mengubah posisi mereka atau posisi orang lain dalam tatanan sosial.

Beberapa penulis lain, seperti Putnam (1993, 1995), juga mengadopsi pendekatan 'modal' untuk memahami faktor-faktor budaya tertentu, seperti tingkat kepercayaan dalam masyarakat. Dalam konteks sosialisasi TV digital, pemanfaatan sumber daya budaya telah memungkinkan Kominfo untuk mengkomunikasikan pesan-pesan perubahan dengan cara yang efektif. Hal ini mencakup integrasi nilai-nilai budaya lokal, seni pertunjukan, dan teknologi digital dalam kampanye mereka. Dengan memahami dan memanfaatkan modal budaya ini, pemangku kebijakan dapat memengaruhi perilaku masyarakat dengan cara yang lebih efektif, sambil menghormati dan mempertahankan kekayaan budaya yang dimiliki oleh masyarakat.

Yeo dkk (2017) menjelaskan bahwa budaya memengaruhi komunikasi dan begitupun sebaliknya. Oleh karena itu,

pendekatan budaya dirasa vital. Pemangku kebijakan perlu memiliki kompetensi budaya untuk memahami keberagaman budaya dan pendekatan khusus memanfaatkan modal budaya atau *cultural capital* seperti yang diungkapkan Bourdieu. Selain itu, metode komunikasi diterapkan untuk merespons perubahan seperti transisi TV analog ke TV digital. Pendekatan budaya membantu pemerintah dalam merancang intervensi khusus dan metode penanganan yang sesuai dengan masyarakat setempat (Yeo dkk., 2017).

## C. Strategi *Storytelling* dalam Perubahan Sosial dan Perilaku

Pendekatan *storytelling* juga dianggap krusial dalam keberhasilan Komunikasi Perubahan Sosial dan Perilaku. Pendekatan ini melibatkan proses konstruksi identitas melalui narasi, yang membangun rasa kepemilikan dan motivasi masyarakat untuk terlibat dalam menyelesaikan sebuah isu di lingkungan mereka (Kim dan Ball-Rokeach, 2006). Selain itu, strategi *storytelling* juga melibatkan peran empati, di mana komunikator berusaha mengakomodasi beragam suara komunitas dan memahami dampak yang dialami oleh setiap kelompok.

Strategi hiburan-pendidikan, yang umumnya disebut sebagai *edutainment*, juga merupakan pendekatan umum yang digunakan dalam Komunikasi Perubahan Sosial dan Perilaku. Strategi ini melibatkan penggunaan program-program media, seperti opera sabun radio dan televisi, musik, buku komik, dan sebagainya, yang dengan sengaja menggabungkan isu pendidikan

dalam format hiburan untuk memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku pemirsa (Papa, dkk., 2000). Daya tarik hiburan merupakan hal penting dalam memengaruhi masyarakat sehingga menggabungkan unsur pendidikan dan hiburan dapat berpengaruh positif terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku audiens. Dengan cara ini, strategi ini tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan nilai edukasi yang signifikan kepada pemirsa, menciptakan kesadaran tentang isu-isu penting, dan merangsang perubahan sikap dan perilaku yang diinginkan.

Pendekatan *storytelling* dalam teori komunikasi perubahan perilaku yang telah dijelaskan di atas sangat relevan dengan pertunjukan kesenian rakyat yang menggunakan alur cerita dan humor kebudayaan, seperti yang dilakukan di Bandung dengan menggunakan Wayang Golek untuk menyampaikan pesan tentang manfaat menggunakan TV Digital kepada masyarakat. Dalam pertunjukan Wayang Golek, cerita yang disampaikan melalui tokoh-tokoh wayang memiliki alur naratif yang kuat. Tokoh-tokoh ini tidak hanya berperan sebagai pemeran dalam cerita, tetapi juga sebagai narator yang menyampaikan pesan-pesan penting kepada penonton.

Dalam konteks ini, cerita yang dihadirkan dalam pertunjukan Wayang Golek dapat digunakan untuk menggambarkan manfaat penggunaan TV Digital secara lebih hidup dan menarik. Tokoh-tokoh wayang dapat menjadi representasi karakter-karakter masyarakat yang mengalami perubahan positif melalui transisi ke

TV Digital. Humor kebudayaan yang seringkali ada dalam pertunjukan Wayang Golek juga dapat digunakan untuk menjadikan pesan lebih menarik dan menghibur bagi penonton. Melalui cerita-cerita ini, penonton dapat lebih mudah memahami manfaat TV Digital dan merasa terlibat dalam proses perubahan.

Selain itu, strategi *storytelling* dalam pertunjukan kesenian rakyat seperti Wayang Golek juga menciptakan ruang untuk empati dan pendengaran yang sengaja terhadap pesan yang disampaikan. Penonton dapat merasa terhubung dengan karakter-karakter dalam cerita dan merasakan bagaimana perubahan tersebut dapat memengaruhi kehidupan mereka secara positif. Dengan demikian, pendekatan ini tidak hanya memperkuat pesan kunci, tetapi juga membangun koneksi emosional antara penonton dan pesan yang disampaikan, sehingga meningkatkan efektivitas dalam memengaruhi perilaku masyarakat terkait transisi ke TV Digital.

## SIMPULAN

Pendekatan budaya dan *storytelling* menjadi strategi yang sangat efektif dalam Komunikasi Perubahan Sosial dan Perilaku terkait transisi ke TV Digital di berbagai daerah di Indonesia. Pendekatan ini mengakomodasi nilai-nilai budaya lokal, bahasa daerah, dan humor kebudayaan untuk membuat pesan yang disampaikan lebih mudah dimengerti dan merasuk ke dalam hati masyarakat. Selain itu, pendekatan ini membantu menghilangkan ketakutan atau

ketidakpastian masyarakat terhadap perubahan teknologi seperti ASO dan membangun kepercayaan terhadap pemerintah.

Selain itu, pendekatan storytelling dalam pertunjukan kesenian rakyat menciptakan alur naratif yang kuat dan menggambarkan manfaat penggunaan TV Digital secara hidup dan menarik. Strategi ini tidak hanya menghibur tetapi juga memberikan nilai edukasi yang signifikan kepada pemirsa, meningkatkan kesadaran tentang isu-isu penting, dan merangsang perubahan sikap dan perilaku yang diinginkan. Dengan demikian, pendekatan budaya dan *storytelling* tidak hanya menjadi alat komunikasi yang efektif dalam perubahan sosial dan perilaku terkait transisi ke TV Digital, tetapi juga mencerminkan pentingnya memahami dan memanfaatkan modal budaya dalam mengembangkan strategi komunikasi yang sukses. Pemerintah dan pemangku kebijakan perlu terus menggabungkan tradisi budaya dengan inovasi teknologi dalam upaya membangun kesadaran dan dukungan masyarakat terhadap perubahan sosial yang diinginkan.

#### DAFTAR REFERENSI

Bourdieu, P. (1990) *The logic of practice*, Stanford: Stanford University Press

Bourdieu, P. (1998) *Practical Reason: On the Theory of Action*, Cambridge: Polity

Farazmand, A., Ed, 1-4. *Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance*;

Hagqvist P, Oikarainen A, Tuomikoski AM, Juntunen J, Mikkonen K. Clinical mentors' experiences of

their intercultural communication competence in mentoring culturally and linguistically diverse nursing students: A qualitative study. *Nurse Educ Today*. 2020;87:104348. <http://doi.org/10.1016/j.nedt.2020.104348> PMID:32028100

Indonesiabaik.id. 2021. Analog Switch-Off (ASO), Hadirkan Siaran Televisi Berkualitas. <https://indonesiabaik.id/infografis/analog-switch-off-aso-hadirkan-siaran-televisi-berkualitas>

Kominfo. 2013. Indonesia mulai masuki era TV Digital. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/3400/indonesia-mulai-masuki-era-tv-digital/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/3400/indonesia-mulai-masuki-era-tv-digital/0/sorotan_media)

Kompas.com. 2022. 5 Alasan Pemerintah Setop Siaran TV Analog Mulai April 2022. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/01/18/070500065/5-alasan-pemerintah-setop-siaran-tv-analog-mulai-april-2022?page=all>.

Kompas.com. 2022. Adu Komentar Mahfud dan Hary Tanoë Imbas "Analog Switch Off". <https://nasional.kompas.com/read/2022/11/07/06574121/adu-komentar-mahfud-dan-hary-tanoë-imbasm-analog-switch-off>.

Marni M, Abdullah AZ, Thaha RM, Hidayanty H, Sirajuddin S, Razak A, Stang S, Liliweri A. Cultural Communication Strategies of Behavioral Changes in Accelerating of Stunting Prevention: A Systematic Review. *Open Access Maced J Med Sci* [Internet]. 2021 Oct. 16 [cited 2023 Dec. 1];9(F):447-52. Available

from: <https://oamjms.eu/index.php/mjms/article/view/7019>

Putnam, R.D. (1993) *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton: Princeton University Press.

Putnam, R.D. (1995) Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1):65-78.

Yeo, J., Li, H., Shin, Y. A., & Haupt, B. (2017). Cultural approach to crisis management.

