

KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN DIGITAL
REPUBLIK INDONESIA

Studi Perilaku Masyarakat terhadap Jasa Penyiaran TV dan Radio dan Ekspektasi terhadap Kelanjutan Digitalisasi Penyiaran

6 November 2024

Disiapkan oleh PT Ayaskara Nisita Synergy untuk Kementerian Komunikasi dan Digital



Latar Belakang, Tujuan, dan Keluaran

Latar Belakang

- ▶ Digitalisasi TV melalui Program *Analog Switch-Off* (ASO) telah selesai pada tahun 2023. Sementara digitalisasi radio masih dalam tahap uji coba.
- ▶ Tingkat penetrasi internet di Indonesia sebesar 79,50% dengan jumlah penduduk terkoneksi internet pada tahun 2024 sebanyak 221.563.479 jiwa (APJII, 2024).
- ▶ Dengan masuknya media/platform yang berbasis internet, serta pengembangan teknologi penyiaran, masyarakat dapat memiliki lebih banyak pilihan alternatif dari siaran televisi dan radio.
- ▶ Perubahan komposisi demografi dan gaya hidup masyarakat, terutama pasca pandemi, semakin menggeser kebiasaan terkait konsumsi media di Amerika dan Eropa (World Economic Forum, 2020).
- ▶ Dengan semakin tingginya angka penetrasi internet di Indonesia, serta telah selesainya digitalisasi TV, pola perilaku masyarakat perlu dikaji sebagai dasar pembuatan kebijakan yang tepat.

Tujuan dan keluaran

Diperolehnya data dalam rangka menghasilkan dan menerapkan kebijakan digitalisasi yang tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Indonesia. Data tersebut di antaranya, namun tidak terbatas pada:

- ▶ Perilaku masyarakat terhadap jasa penyiaran televisi dan radio serta perkembangan digitalisasi;
- ▶ Ekspektasi terhadap kelanjutan digitalisasi penyiaran.



Tentang PT Ayaskara Nisita Synergy

PROFIL



PT AYASKARA NISITA SYNERGY

Bidang Usaha
Jasa Konsultansi
Manajemen dan Riset Pasar

Jalan Achmad Adnawijaya no. 191, Tegal Gundil, Bogor Utara 16152



0251-857-0118



info@ayaskara.com



www.ayaskara.com

Pengalaman Sejenis

No.	Nama Kegiatan	Instansi	Wilayah	Tahun
1	Survei Kepuasan Masyarakat terhadap Pengelolaan Berita dan Publikasi Kesehatan	Kementerian Kesehatan	Nasional	2024
2	Kajian Reformulasi Indeks Daerah Tertinggal	Kementerian Desa PDTT	Nasional	2024
3	Survey Losses Operasi Produk BBM Pertalite	Pertamina	Nasional	2024
4	Survei Kepuasan Pelanggan VPTI	KSO SCI-SI	Nasional	2024, 2023
5	Survei Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero)	PT PLN (Persero)	Nasional	2023, 2022, 2021, 2019
6	Survei dan Verifikasi Aktual Data Produksi dan Kebutuhan Specialty Chemicals di Industri Domestik	Pertamina	Nasional	2023
7	Survei Opini Publik	BPOM	Nasional	2023
8	Survei Kepatuhan Interaksi Layanan Publik	Kementerian Kesehatan	Nasional	2023
9	Survei Kepuasan Pelanggan Pelindo	PT Pelabuhan Indonesia	Nasional	2023
10	Studi Pemetaan Zona Universal Access & Services di Indonesia	Kementerian Komunikasi dan Informatika	Nasional	2020



Metodologi

Metode Akuisisi dan Analisis Data, Metode Pemilihan Responden, dan Sebaran Sampel dan Kota/Kabupaten

Perilaku Masyarakat terhadap Jasa Penyiaran

Konsumsi Media Penyiaran TV dan Radio, Media TV dan Radio dibandingkan Media Online (*Internet Streaming*), Tingkat Kepuasan dan Saran

Ekspektasi terhadap Kelanjutan Digitalisasi Penyiaran

Ketertarikan Masyarakat terhadap Radio Digital, Ketertarikan dan Kebutuhan Masyarakat terhadap Fitur Radio, Resolusi 4K untuk Menonton TV, Ketertarikan Masyarakat terhadap IBB, dan Ketertarikan Masyarakat terhadap 5G Broadcast



Metodologi



Metode Akuisi Data

Kuantitatif: Survei Tatap Muka



- ▶ Survei dilaksanakan dengan metode CAPI (*Computer Assisted Personal Interviewing*) secara tatap muka pada bulan Juni hingga Agustus 2024
- ▶ Survei tatap muka dibagi atas 69 kota/kab.

Kualitatif: Sesi Pendalaman



- ▶ Sesi Pendalaman dilaksanakan dengan pendekatan FGD yang dilaksanakan secara tatap muka selama kurang lebih 3 jam.
- ▶ Sesi Pendalaman dilaksanakan di dua wilayah, yakni Balikpapan dan Makassar.

Metode Analisis Data

Analisis Deskriptif

- ▶ Gambaran karakteristik masyarakat dan tingkat ekspektasi dan persepsi masyarakat atas dimensi-dimensi yang membentuknya

Analisis Korespondensi

- ▶ Untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel yang disajikan dalam grafik.

Indeks Kepuasan

- ▶ Indeks kepuasan per jenis penyiaran menggunakan metode nilai rata-rata

$$\text{Indeks} = \frac{\sum x_i}{n} \times 20$$

x_i = Nilai responden (Skala likert 1 – 5)
 n = Total jumlah sampel

- ▶ Parameter pengukuran:
 - Kualitas Sinyal
 - Kualitas Gambar
 - Kualitas Suara
 - Kualitas Konten
 - Keberagaman Konten
 - Panjang Jeda Iklan
 - Penempatan Iklan
 - Produk yang diiklankan

- ▶ Objek pengukuran:
 - Penyiaran TV
 - Penyiaran Radio
 - Media *Online* (*Internet Streaming*)

Metode Pemilihan Responden

Pengambilan sampel responden dilakukan melalui metode yang melibatkan dua tahapan: sampling terhadap lokasi kegiatan dan sampling terhadap kategori responden (jenis kelamin dan kelompok umur). Proporsi jumlah responden berdasarkan kelompok umur mengacu pada Sensus Penduduk BPS Tahun 2020.



Generasi X

Kelahiran 1965 – 1980 (44 – 60 tahun)
Proporsi: 29%



Generasi Milenial

Kelahiran 1981 – 1996 (28 – 43 tahun)
Proporsi: 35%

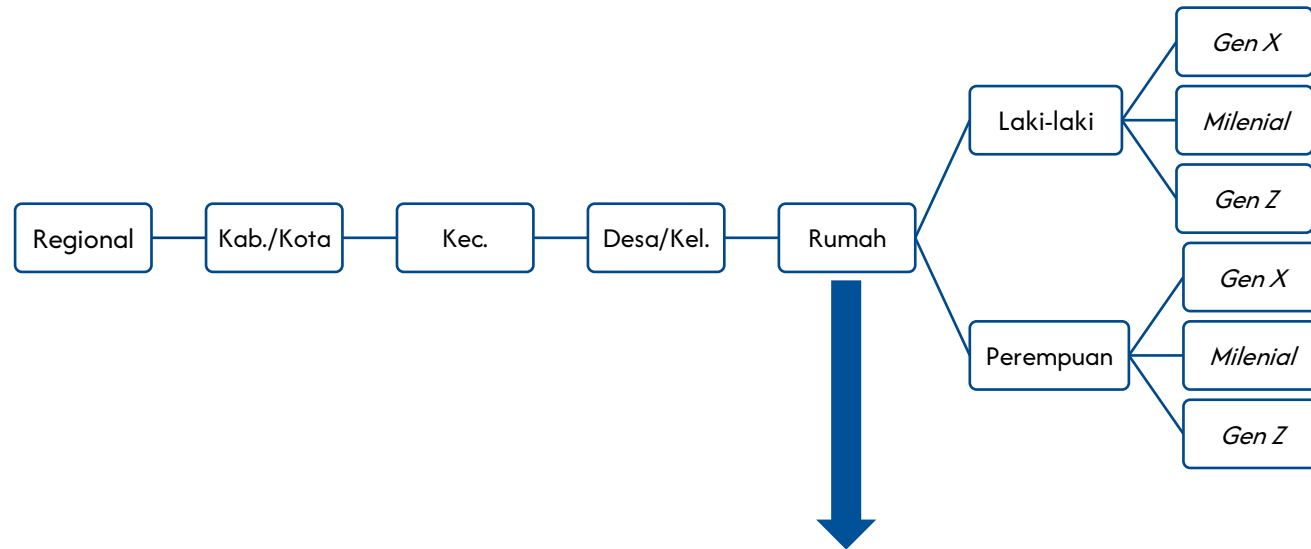


Generasi Z

Kelahiran 1997 – 2012 (18 – 27 tahun)
Proporsi: 36%

Skema Pemilihan Wilayah *Simple Random Sampling (SRS)*

Simple Random Sampling (SRS) dilakukan dalam menentukan kabupaten/kota, kecamatan hingga desa/kelurahan untuk setiap wilayah/regional.





Skema Pemilihan Responden *Systematic Sampling*

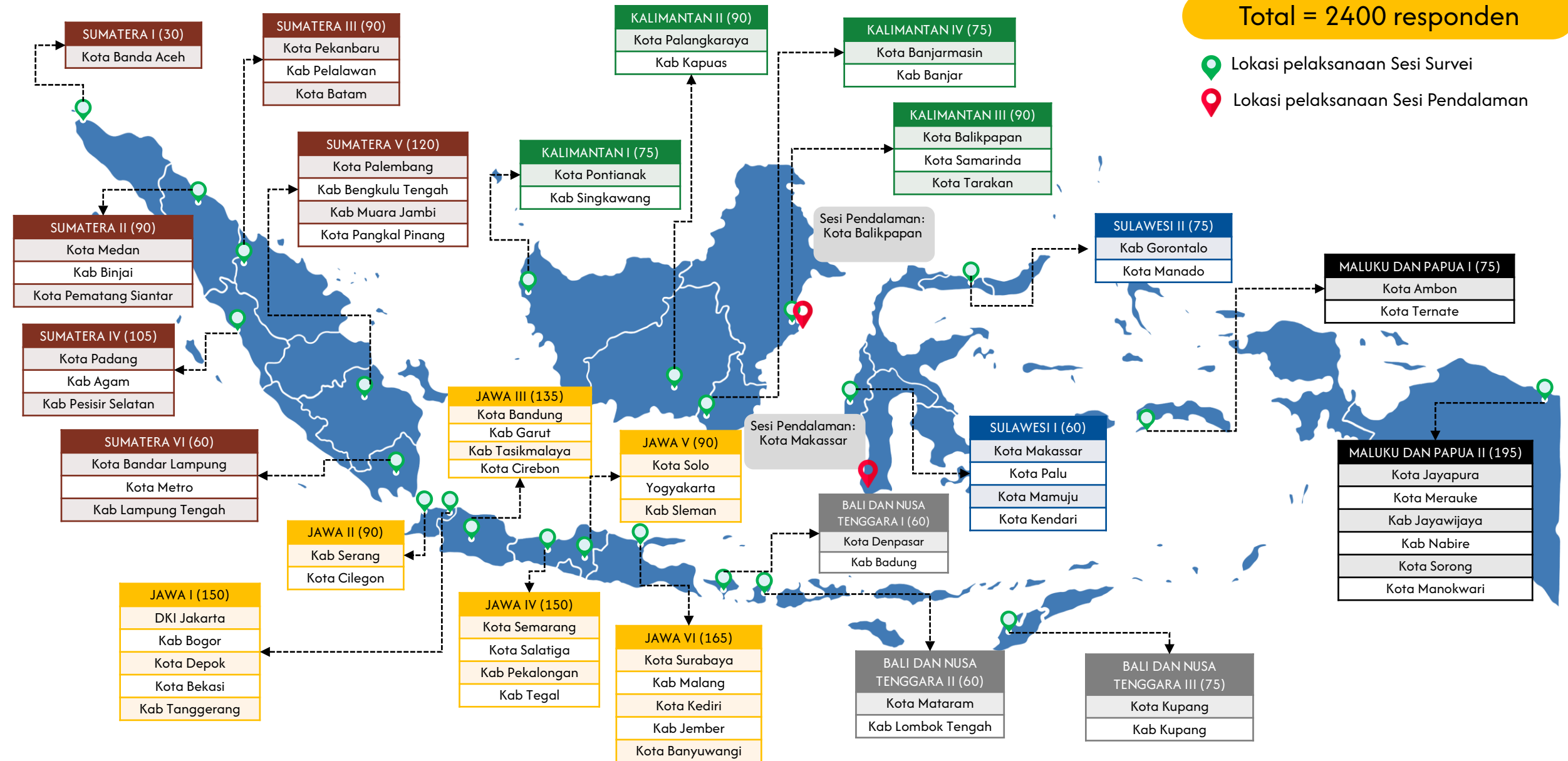


Pemilihan responden dilakukan dari 3 rumah pertama setelah Kantor Balai Desa/titik lokasi lainnya, dan dilanjutkan ke 3 rumah setelahnya.

Sebaran Sampel dan Kota/Kabupaten

Total = 2400 responden

-  Lokasi pelaksanaan Sesi Survei
-  Lokasi pelaksanaan Sesi Pendalaman





Perilaku Masyarakat Terhadap Penyiaran

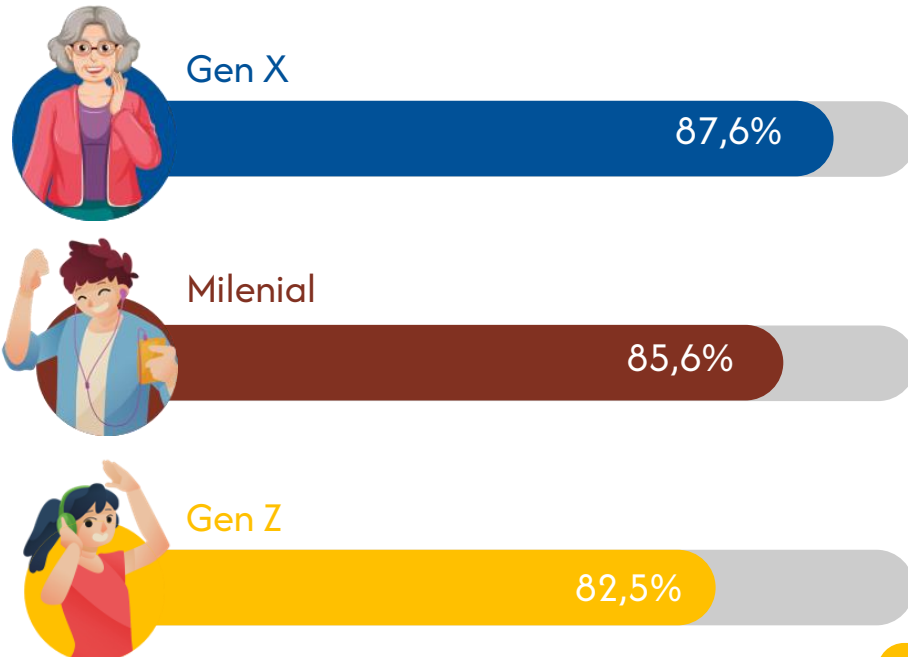
Konsumsi Media Penyiaran TV dan Radio

Kebiasaan dalam Mengonsumsi Media

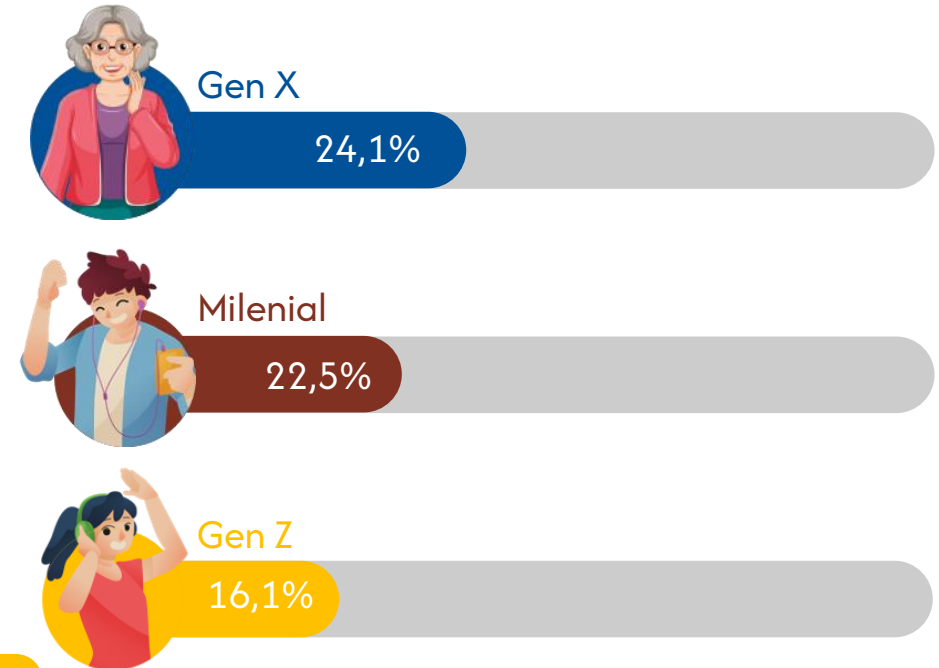
- ☞ Mayoritas masyarakat masih menonton siaran televisi.
- ☞ Sebagian kecil masyarakat masih mendengarkan radio.
- ☞ Gen Z yang masih menonton siaran televisi dan mendengarkan radio cenderung lebih sedikit bila dibandingkan dengan generasi lain.



Kebiasaan menonton TV dalam satu tahun terakhir:



Kebiasaan mendengarkan radio dalam satu tahun terakhir:



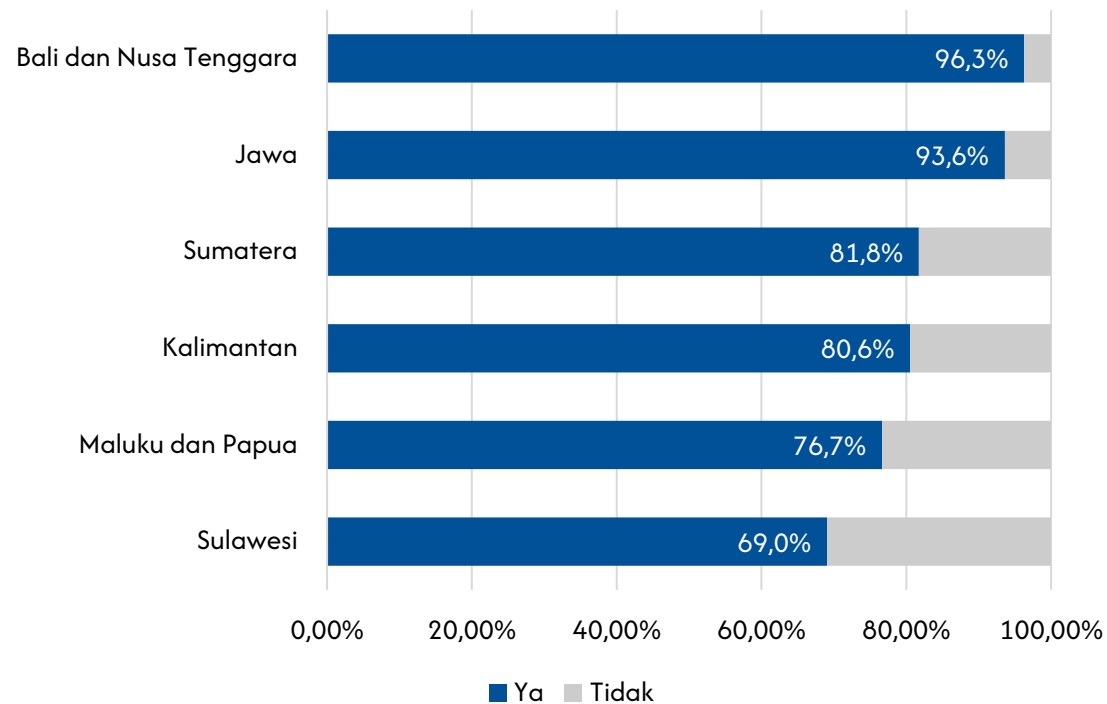
n=2400 responden

Kebiasaan dalam Mengonsumsi Media

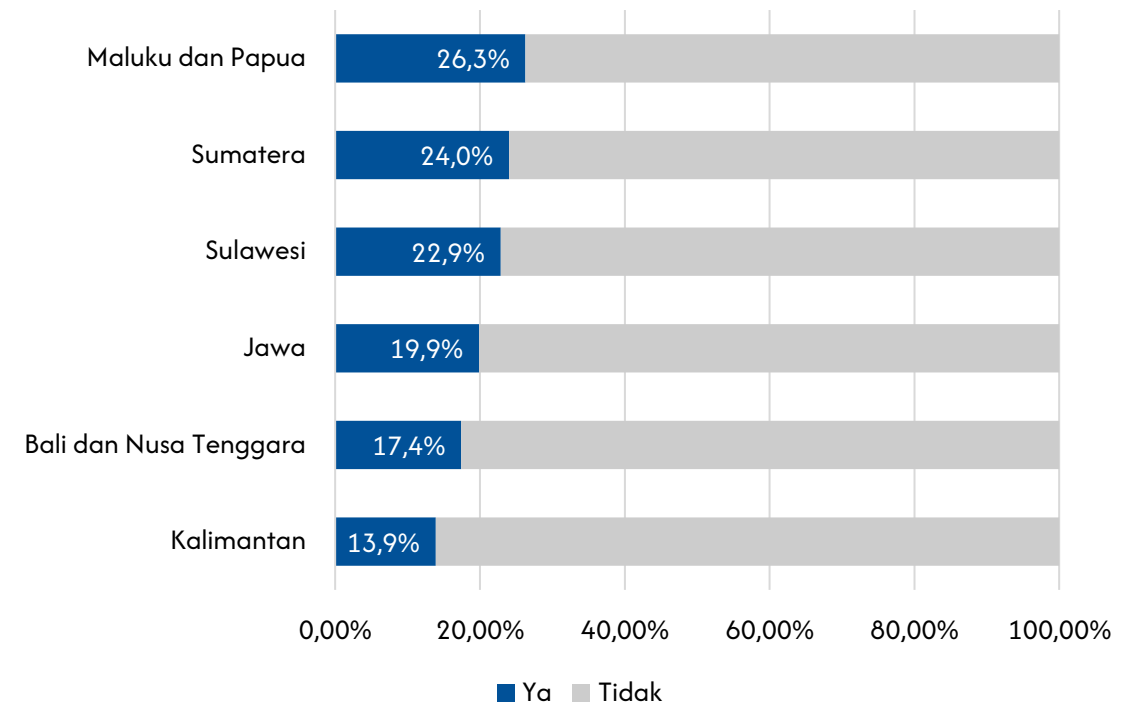
- ❶ Bali dan Nusa Tenggara menjadi wilayah dengan penonton siaran televisi terbanyak. Sedangkan masyarakat Sulawesi menjadi wilayah dengan penonton siaran televisi paling sedikit.
- ❷ Pendengar radio paling banyak berada di Maluku dan Papua.



Kebiasaan menonton TV dalam satu tahun terakhir:



Kebiasaan mendengarkan radio dalam satu tahun terakhir:



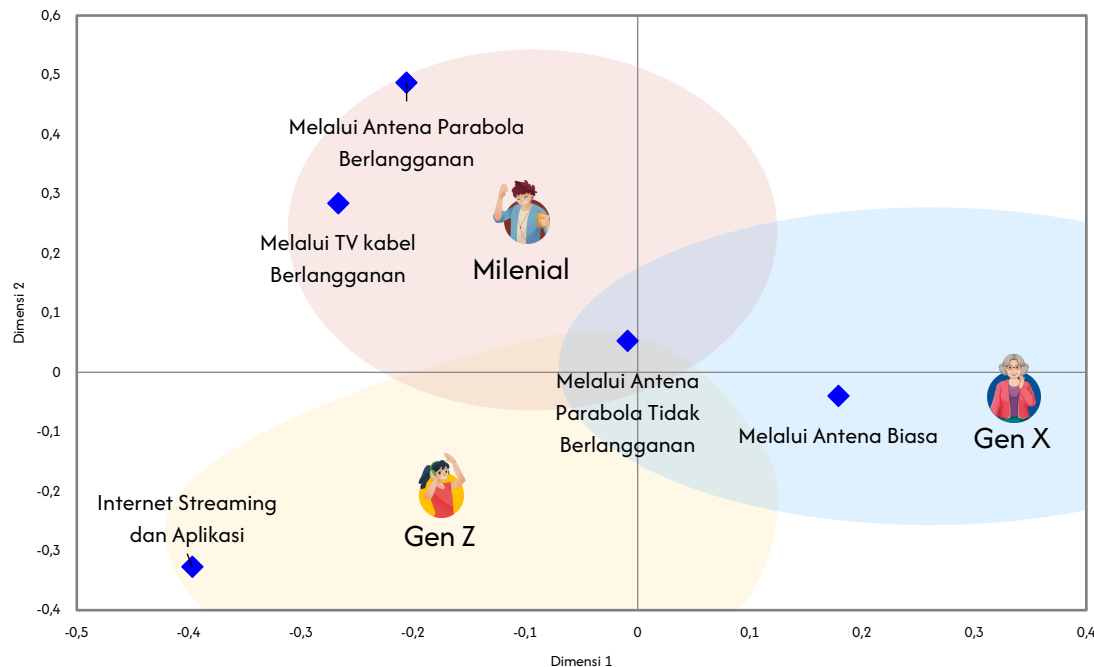
n=2400 responden

Cara Mengakses Siaran TV dan Radio

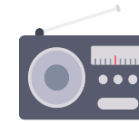
- Antena dengan *set top box* menjadi cara yang paling banyak dipakai masyarakat dalam mengakses siaran televisi.
- Dari masyarakat yang masih mendengarkan radio, banyak yang mengakses via perangkat radio. Sebagian masyarakat mengakses siaran radio hanya saat mengendarai mobil.
- Dalam mengakses siaran TV dan radio, Gen Z memiliki asosiasi yang lebih kuat dalam menggunakan *internet streaming*,
- Gen X dan Milenial cenderung menggunakan perangkat konvensional (Antena biasa, parabola, TV kabel)



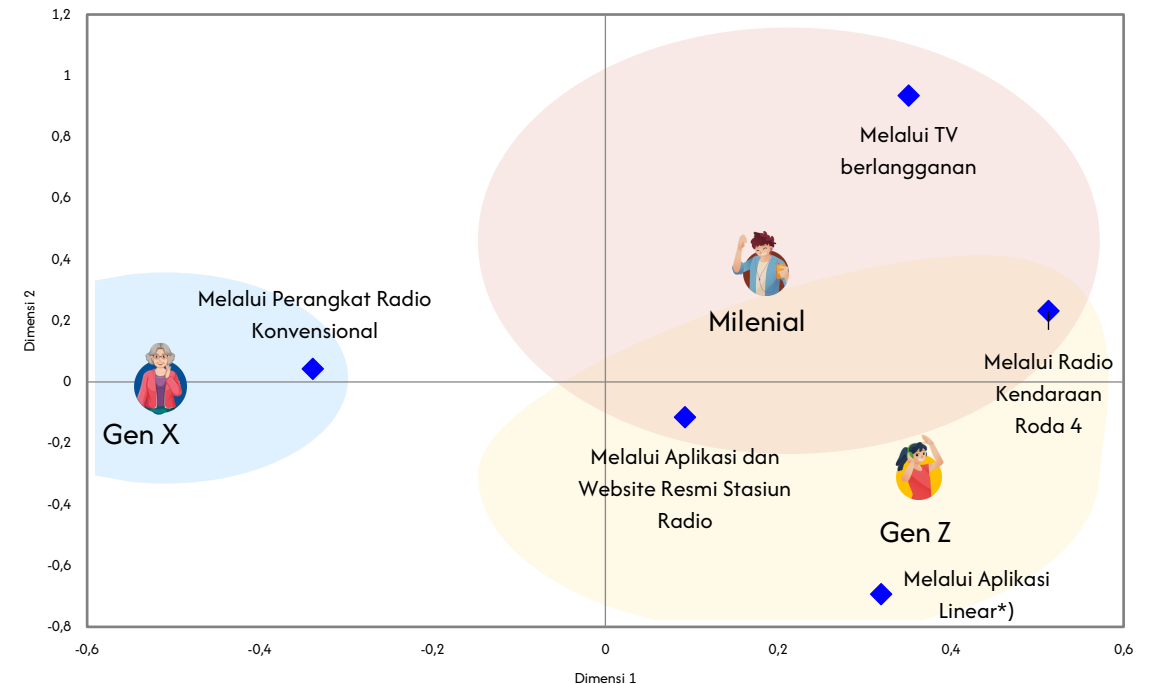
Hubungan antara generasi dengan cara mengakses siaran TV:



n=2042 responden



Korespondensi antara generasi dengan cara mendengarkan radio:



*) Contoh aplikasi linier: MyTuner, Radio Garden, RadioFM, Tuneln, iHeart, Pandora, dll.)

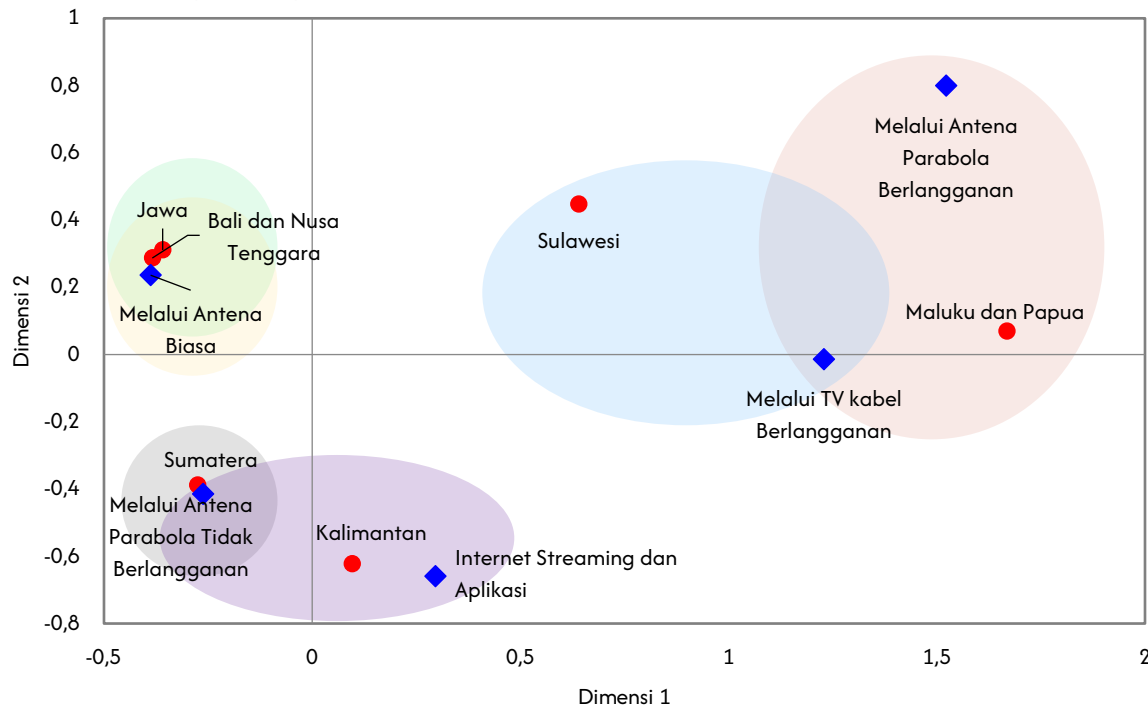
n=496 responden

Cara Mengakses Siaran TV dan Radio

- Jika dilihat dari sebaran pulau, akses ke siaran televisi melalui antena dengan *set top box* banyak dilakukan oleh masyarakat di Jawa dan Bali, sedangkan di Pulau Sumatera, Kalimantan menggunakan internet streaming dan parabola tidak berlangganan. Kemudian masyarakat di Pulau Sulawesi, Maluku dan Papua lebih banyak menggunakan TV kabel dan parabola berlangganan.
- Dalam mendengarkan radio, masyarakat di Jawa dan Sumatera umumnya menggunakan perangkat radio, sedangkan akses melalui aplikasi menjadi pilihan masyarakat di Bali, Nusa Tenggara, serta Kalimantan.



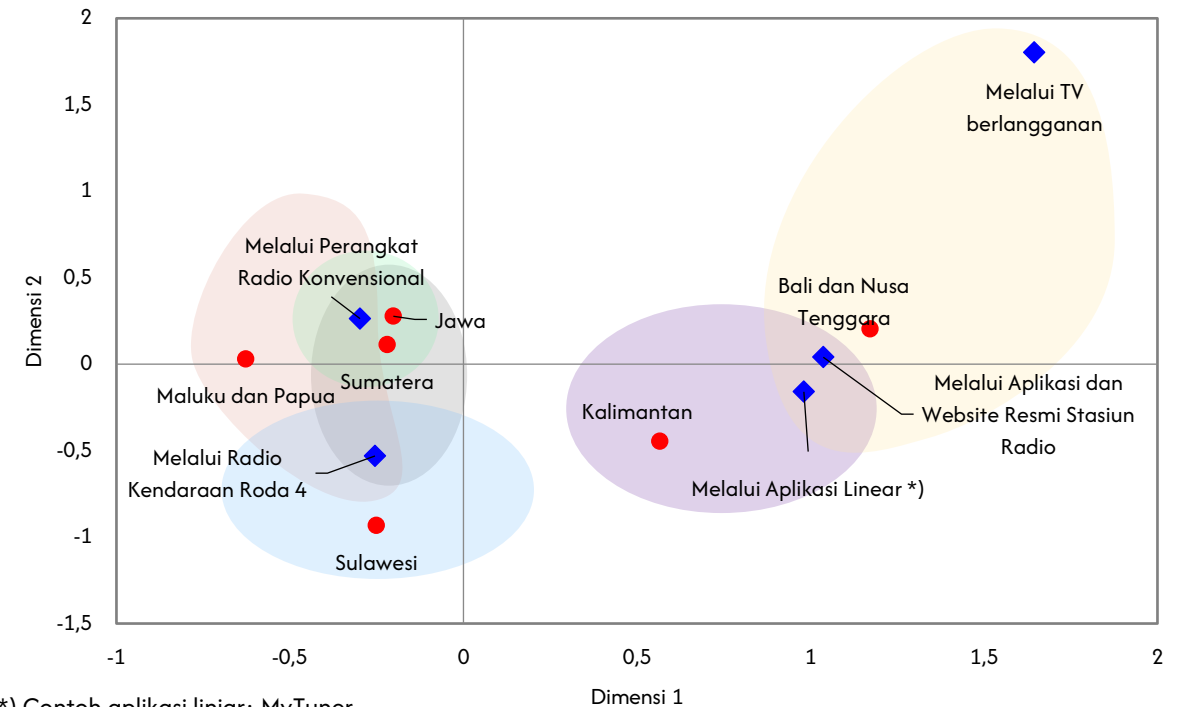
Hubungan antara sebaran pulau dengan cara mengakses siaran TV:



n=2042 responden



Hubungan antara sebaran pulau dengan cara mengakses siaran radio:



*) Contoh aplikasi linier: MyTuner, Radio Garden, RadioFM, Tuneln, iHeart, Pandora, dll.)

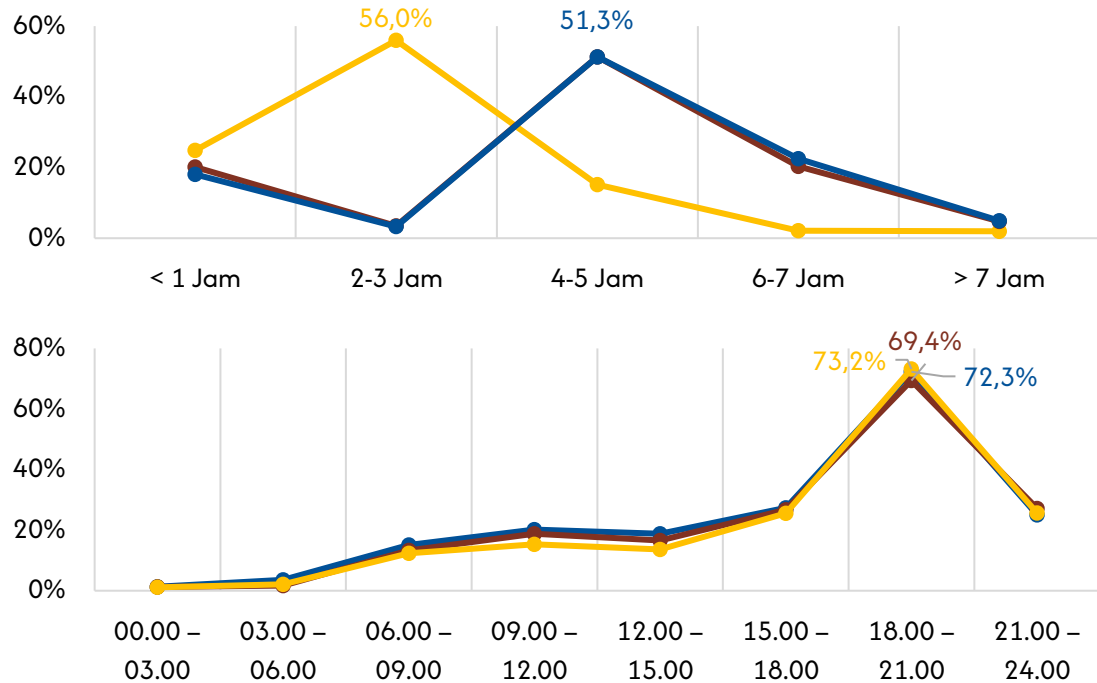
n=496 responden

Durasi Menonton TV dan Mendengarkan Radio

- Gen Z memiliki kecenderungan lebih sebentar dalam mengakses siaran televisi maupun radio bila dibandingkan dengan Milenial dan Gen X.
- Masyarakat banyak menonton siaran televisi pada saat *prime time* di sore ke malam hari, dan mendengarkan radio hampir sepanjang hari - dari pagi, siang, hingga sore hari. Menonton TV di pagi hari cenderung dilakukan pada akhir pekan atau hari libur.

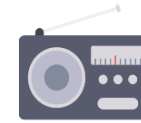


Durasi & waktu menonton TV berdasarkan generasi:

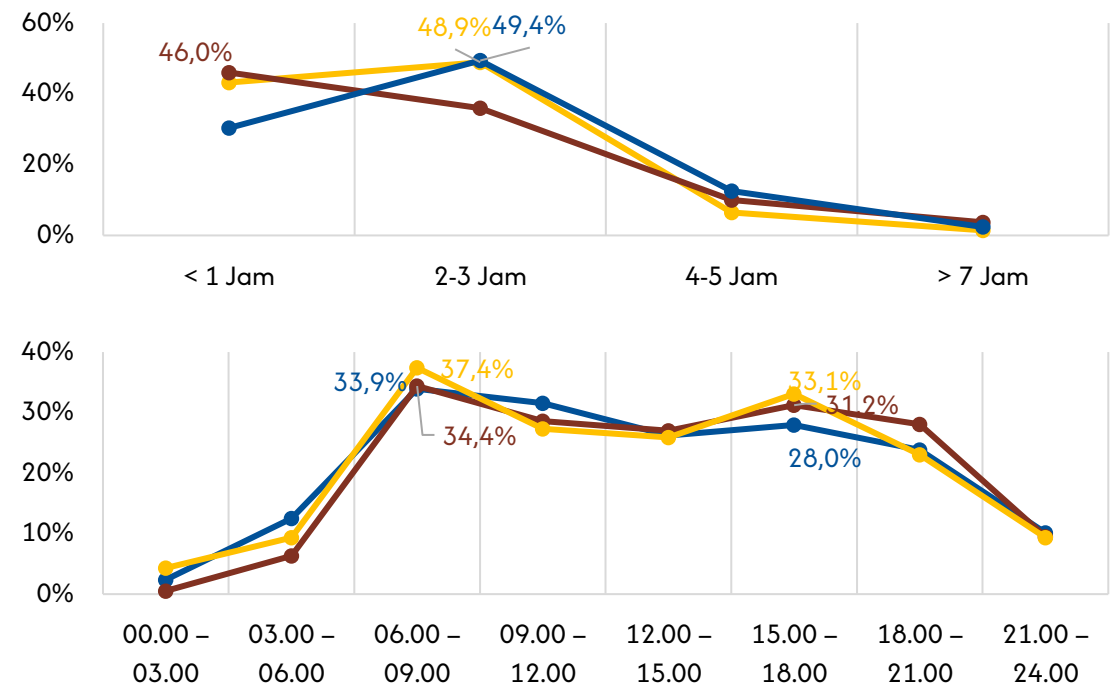


n=2042 responden

■ Gen X ■ Milenial ■ Gen Z



Durasi & waktu mendengarkan radio berdasarkan generasi:



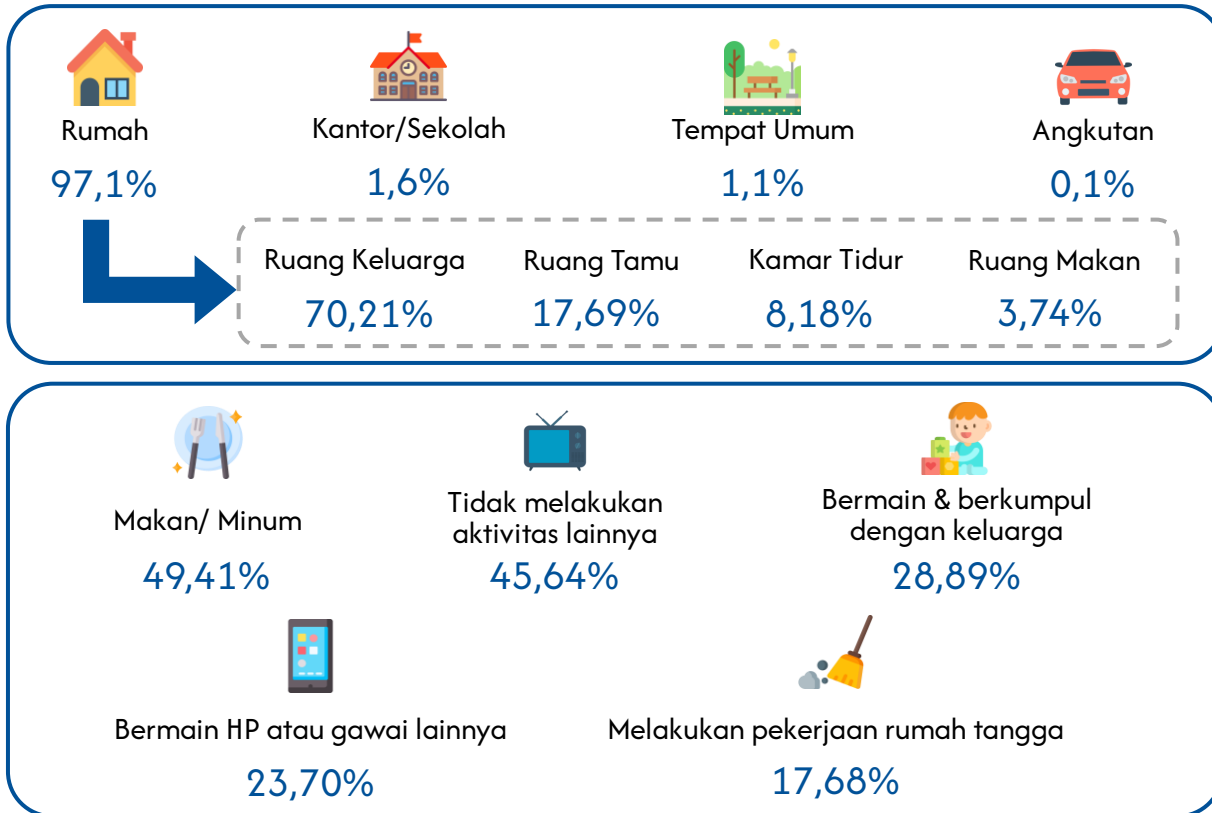
n=496 responden

Lokasi dan Aktivitas saat Menonton TV dan Mendengarkan Radio

- ☞ Kebanyakan masyarakat masih menonton TV di rumah bersama keluarga, sambil makan/minum.
- ☞ Dari hasil pendalaman, sebagian Gen Z cenderung menghabiskan waktu bersama keluarga dengan mengakses konten streaming dari Smart TV, daripada menonton siaran televisi terestrial.
- ☞ Dalam mengakses siaran radio, masih banyak masyarakat yang mendengarkan radio di rumah dan angkutan (kendaraan umum/pribadi).



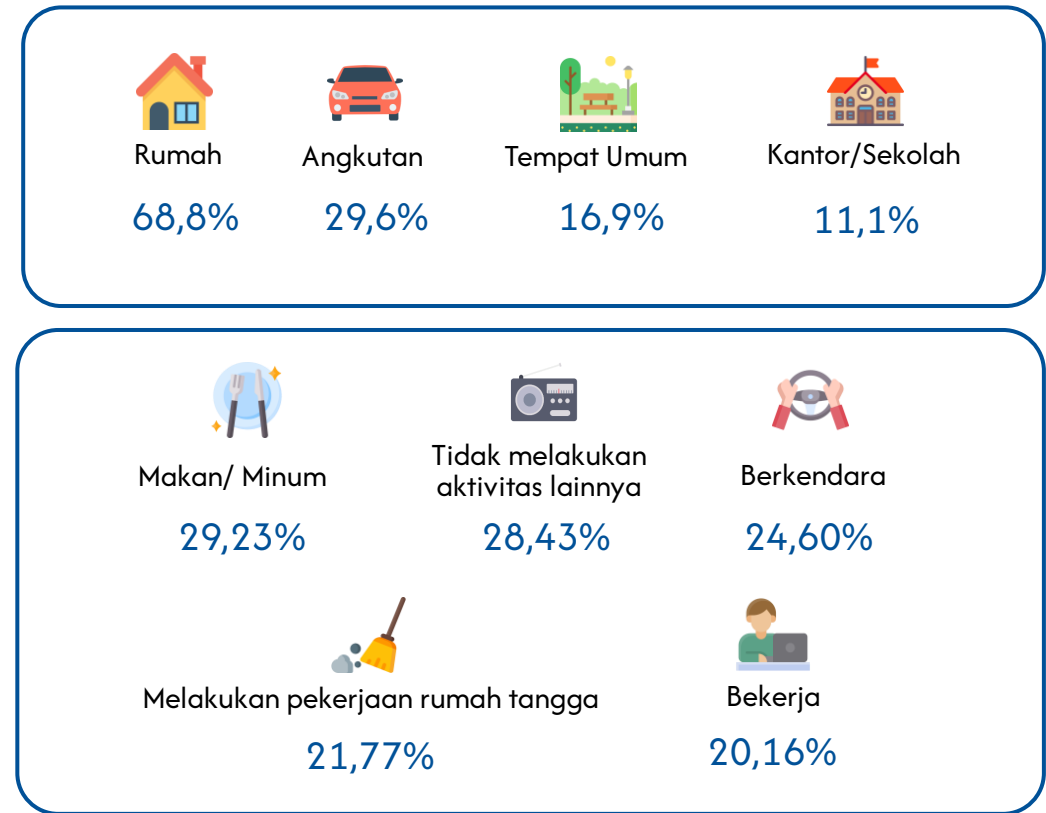
Lokasi dan aktivitas saat menonton TV



n=2042 responden



Lokasi dan aktivitas saat mendengarkan radio



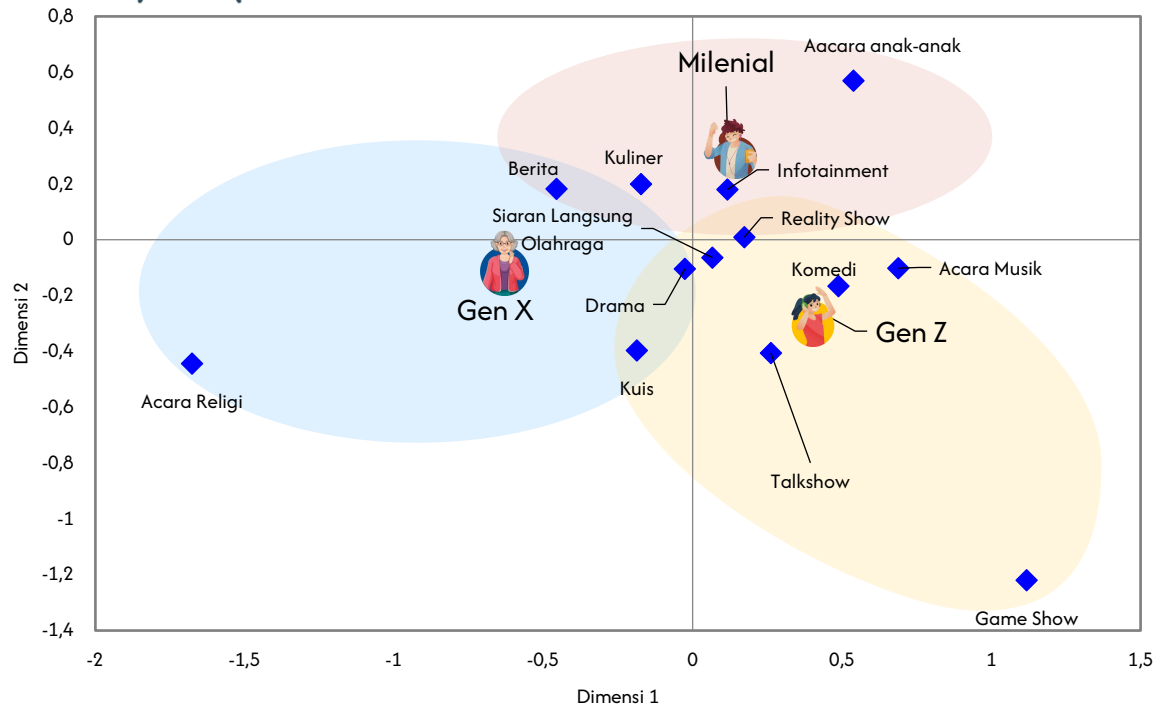
n=496 responden

Jenis Acara Siaran yang Biasa Ditonton dan Didengarkan

- Gen Z menyukai acara komedi di televisi dan mendengarkan *talkshow* di radio
- Milenial lebih banyak menonton acara *infotainment* dan mendengarkan acara music
- Gen X lebih suka menonton berita dan mendengarkan acara religi.



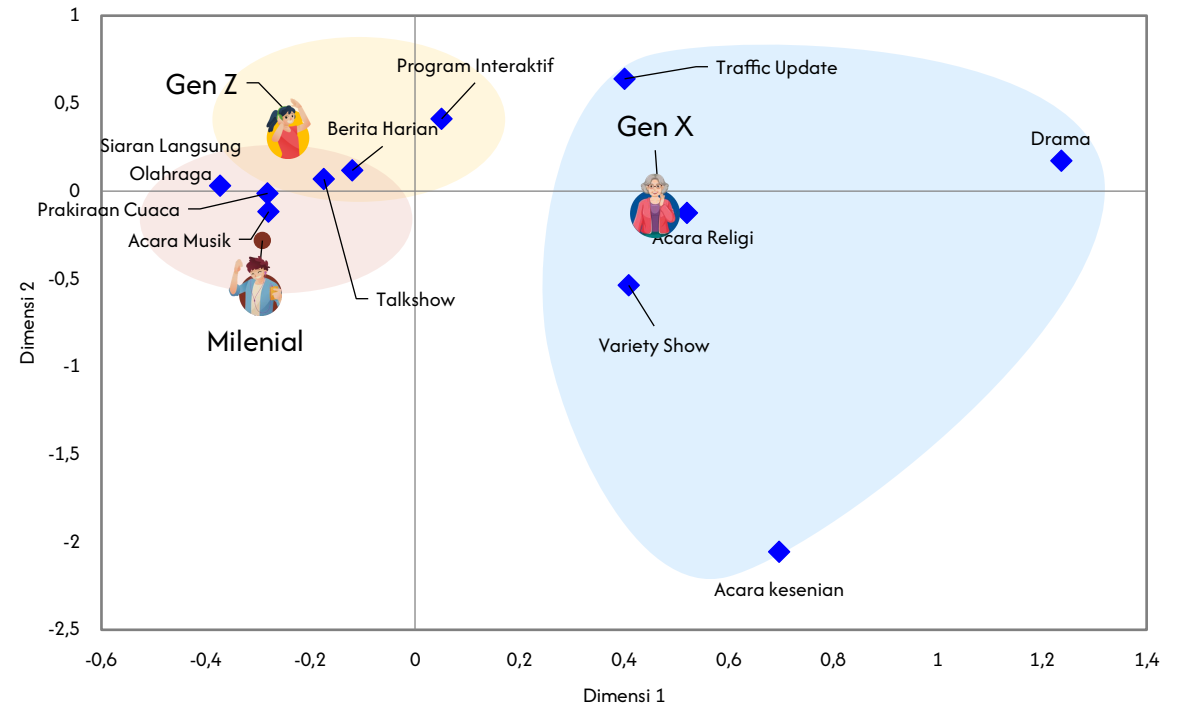
Hubungan antara generasi dengan jenis acara yang ditonton di TV:



n=2042 responden



Hubungan antara generasi dengan jenis acara yang didengarkan di radio:

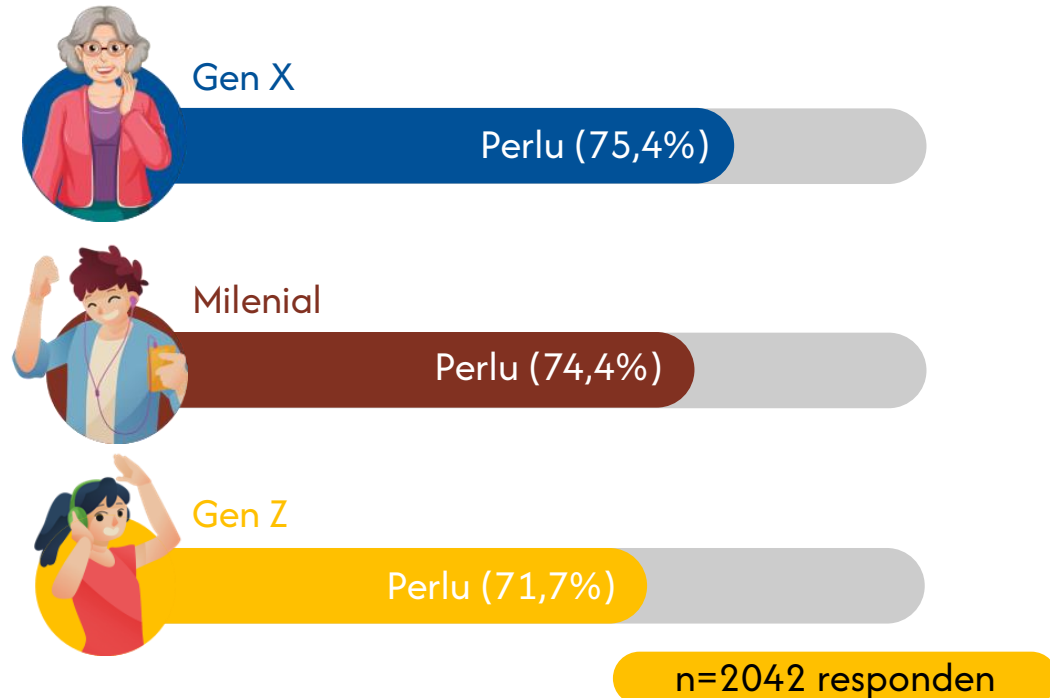


n=496 responden

Pandangan tentang Siaran dan Konten Lokal

- ☞ Pada saat wawancara, responden ditanyakan secara spontan mengenai stasiun TV dan radio yang sering ditonton atau didengarkan. Hampir seluruh responden tidak ada yang menyebutkan stasiun TV dan radio lokal di daerah mereka.
- ☞ Dari sesi pendalaman, diketahui terdapat keengganan responden untuk menonton dan mendengarkan konten lokal karena konten yang kurang variatif dan berulang-ulang serta iklan berisi promosi produk ataupun informasi lokal yang diulang-ulang.
- ☞ Meskipun demikian, mayoritas masyarakat masih merasa perlu adanya stasiun TV dan radio yang bersiaran dengan bahasa daerah serta menyiarkan lebih banyak konten budaya atau berita lokal.

Perlu tidaknya stasiun TV yang bersiaran dengan bahasa daerah dan menyiarkan lebih banyak konten budaya/berita lokal:



Alasan Perlu:

- Pengenalan dan pelestarian budaya dan bahasa daerah
- Bahan edukasi
- Mengetahui informasi atau berita lokal

n=1506 responden

Alasan Tidak Perlu:

- Jumlahnya sudah cukup
- Tidak menarik
- Sulit dipahami dan tidak bisa bahasa daerah

n=536 responden

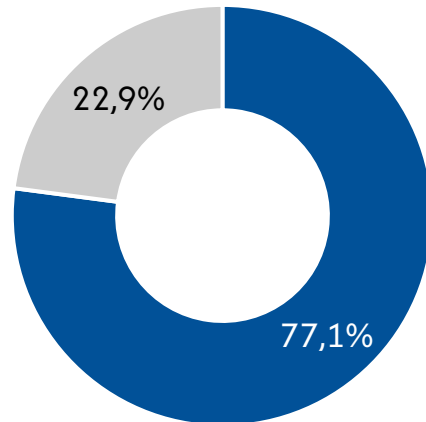


Perilaku Masyarakat Terhadap Penyiaran
TV dan Radio dibandingkan Media *Online (Internet Streaming)*

Penggunaan *Internet Streaming* di Masyarakat

- Studi ini melihat *internet streaming* dari sisi penggunaan aplikasi dan web resmi Lembaga Penyiaran; aplikasi UGC (*User Generated Content*) seperti Youtube, Instagram, Tiktok; aplikasi *on demand* seperti Apple Music, Spotify; serta aplikasi linear seperti My Turner dan Radio Garden.
- 77,1% masyarakat menggunakan *internet streaming*, angka ini lebih rendah dari televisi (85,1%), namun jauh lebih tinggi bila dibandingkan dengan radio (20,7%).
- Generasi Milenial dan Z cenderung lebih banyak yang menggunakan *internet streaming* dibandingkan dengan Gen X.

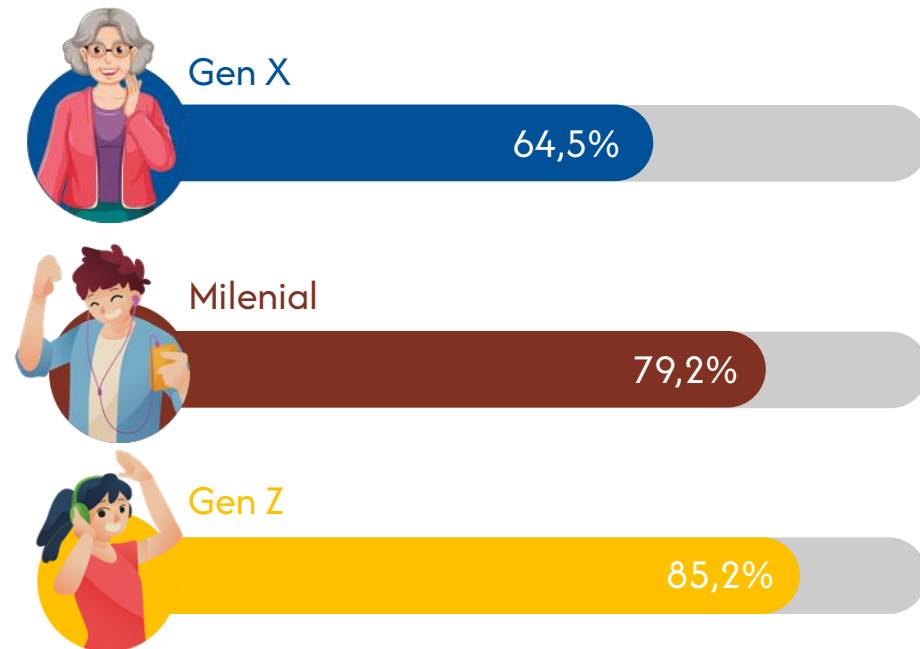
Apakah Anda menggunakan internet streaming untuk menikmati konten video/audio dalam satu tahun terakhir?



■ Ya ■ Tidak

n=2400 responden

Penggunaan *internet streaming* dalam satu tahun terakhir berdasarkan generasi:

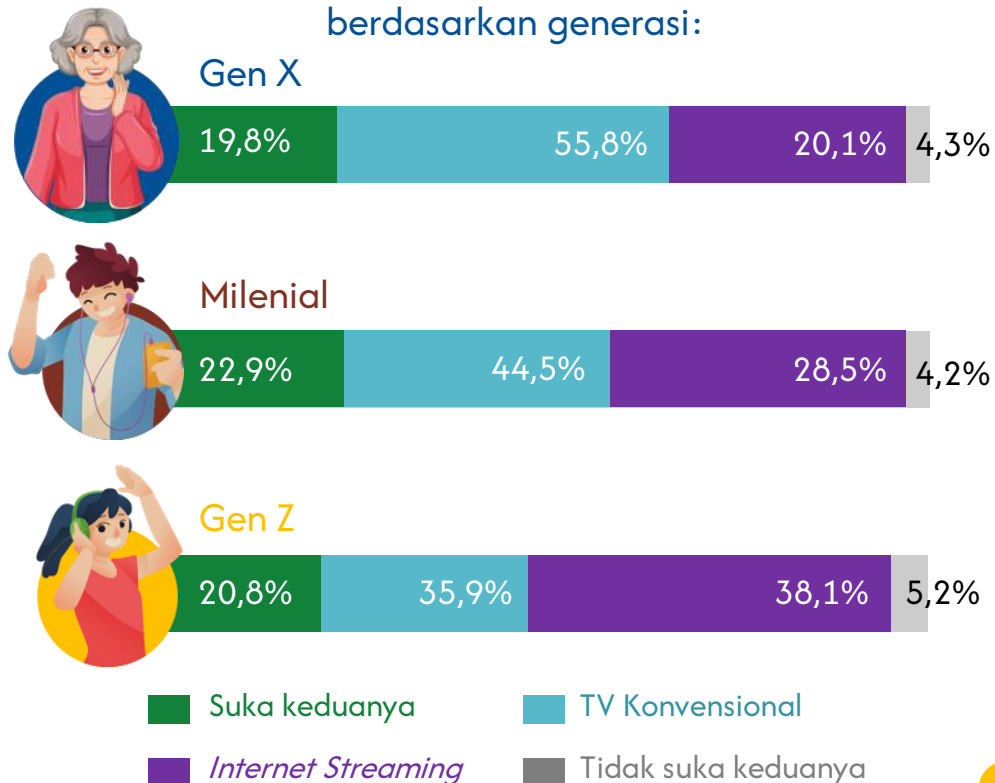


n=2400 responden

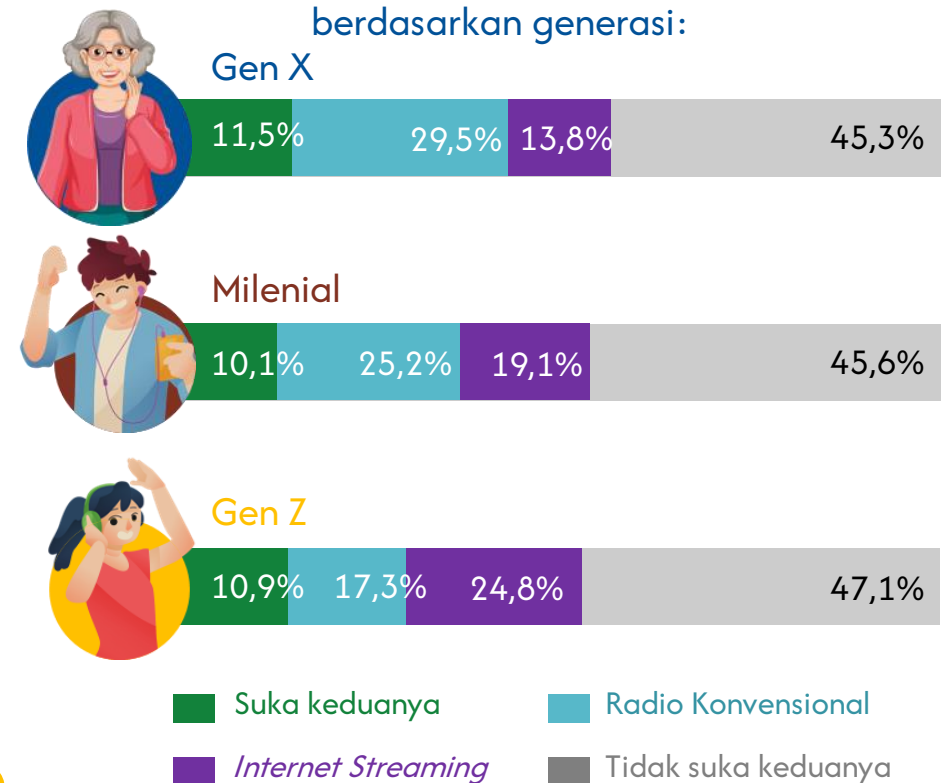
Kecenderungan Konsumsi Siaran TV dan Radio dibandingkan *Internet Streaming*

- ☞ Menonton televisi secara konvensional (antena biasa, parabola, TV kabel) masih disukai oleh semua generasi dibanding via *internet streaming*.
- ☞ Radio mulai ditinggalkan dengan pergeseran konsumsi siaran konvensional (perangkat radio dan radio di mobil) ke *internet streaming* lebih besar terjadi di generasi yang lebih muda.
- ☞ Belum banyak yang mengetahui jika siaran radio telah dapat diakses via *internet streaming* dengan aplikasi resmi dari Lembaga Penyiaran.

Kecenderungan menonton siaran TV berdasarkan generasi:



Kecenderungan mendengarkan radio berdasarkan generasi:



n=2400 responden



Kepuasan Masyarakat Terhadap Penyiaran
Tingkat Kepuasan dan Saran

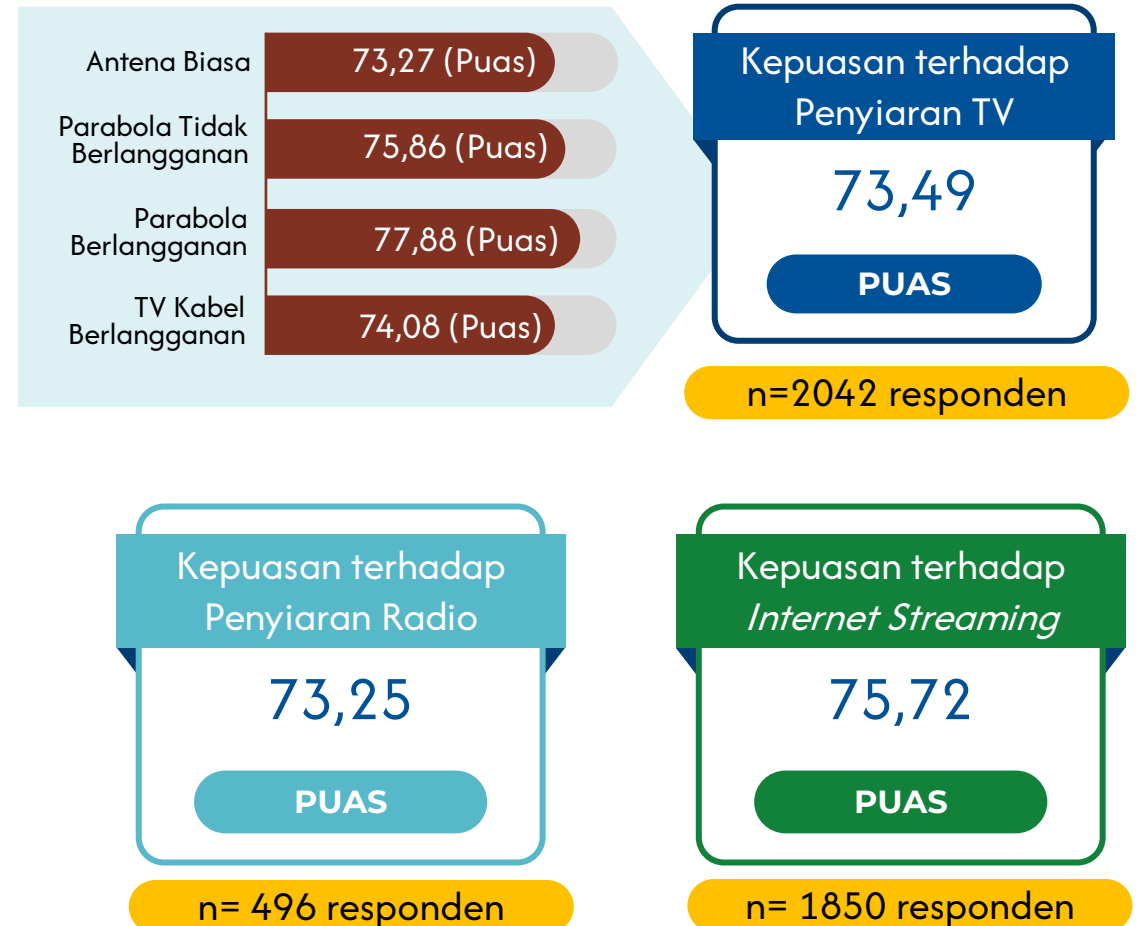
Indeks Kepuasan Masyarakat terhadap Penyiaran

- ☞ Masyarakat merasa “Puas” terhadap siaran televisi, siaran radio, dan *internet streaming* di Indonesia.
- ☞ Kepuasan masyarakat terhadap penyiaran TV terutama pada kualitas gambar dan suara
- ☞ Kepuasan masyarakat terhadap penyiaran radio terutama pada kualitas suara dan sinyal
- ☞ Kepuasan masyarakat terhadap *Internet Streaming* terutama pada kualitas gambar dan suara

Keterangan:

- Parameter pengukuran yang dilihat antara lain Kualitas Sinyal, Kualitas Gambar, Kualitas Suara, Kualitas Konten, Keberagaman Konten, Panjang Jeda Iklan, Penempatan Iklan, dan Produk yang Diiklankan.
- Masing-masing parameter dilihat untuk seluruh jenis penyiaran, terkecuali parameter Kualitas Gambar yang hanya digunakan untuk jenis penyiaran TV dan *Internet Streaming*.
- Pengukuran kepuasan dinilai dengan menggunakan skala likert 1-5 yang kemudian dikonversi ke dalam skala 0-100.

Skala	Skala Konversi	Kategori Kepuasan
1 - 1,8	20 - 36	Tidak Puas
1,8 - 2,6	36 - 52	Kurang Puas
2,6 - 3,4	52 - 68	Netral
3,4 - 4,2	68 - 84	Puas
4,2 - 5	84 - 100	Sangat Puas



Masukan Masyarakat untuk Peningkatan Jasa Penyiaran TV, Radio, *Internet Streaming*



TELEVISI

1. Meningkatkan jangkauan dan stabilitas sinyal
2. Meningkatkan kualitas gambar dan suara
3. Memperbanyak jenis acara/program yang lebih bermanfaat dan bermutu (program hiburan seperti komedi situasi (sitkom), talkshow, program anak seperti cerdas cermat, pengetahuan, serta games dan program olah raga di siaran televisi terrestrial yang bisa diakses secara gratis.
4. Mengurangi durasi dan memperbaiki penempatan iklan dalam acara
5. Menerapkan teknologi yang mempermudah akses siaran televisi



RADIO

1. Meningkatkan jangkauan dan stabilitas sinyal.
2. Menambahkan program siaran yang lebih berkualitas, menarik, dan variatif.
3. Meningkatkan kualitas suara.
4. Menambahkan fitur-fitur yang lebih menarik.
5. Mengurangi durasi serta pengulangan iklan pada siaran radio.



INTERNET STREAMING

1. Mengurangi durasi dan memperbaiki penempatan iklan
2. Meningkatkan jangkauan dan stabilitas sinyal
3. Menyediakan akses internet dan platform gratis
4. Menambahkan konten yang lebih kreatif, inovatif dan edukatif
5. Menghilangkan iklan dan konten judi online, pinjaman online, obat "abal-abal" dll serta membatasi konten yang mengandung unsur pornografi, hoax dan tidak ramah anak
6. Meningkatkan fitur interaktif, keamanan dan kemudahan akses





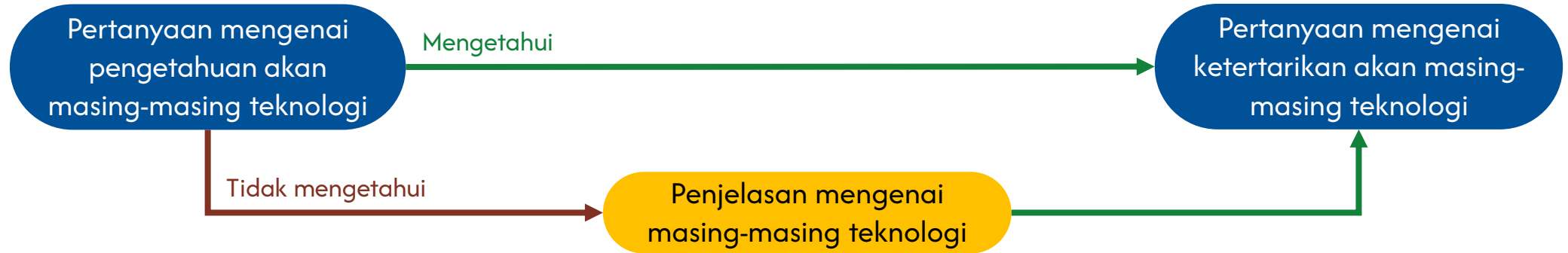
Ekspektasi terhadap Kelanjutan Digitalisasi Penyiaran

Ekspektasi terhadap Kelanjutan Digitalisasi Penyiaran

- Bagian ini bertujuan untuk mengetahui wawasan responden terhadap tren teknologi penyiaran serta harapan responden terhadap penerapan digitalisasi penyiaran di Indonesia ke depan.



Proses Wawancara



Integrated Broadcast Broadband

Teknologi IBB menggabungkan siaran televisi dengan fitur interaktif melalui internet.

Radio Digital

Radio Digital dengan sistem DAB+/DRM serupa dengan sistem AM/FM, namun menggunakan teknologi digital dan perlu sistem penerimaan tersendiri.

5G broadcast

Penyiaran dengan jaringan 5G atau 5G Broadcast adalah layanan televisi atau radio yang dapat diterima melalui *smartphone* 5G, tetapi tanpa menggunakan kuota internet.

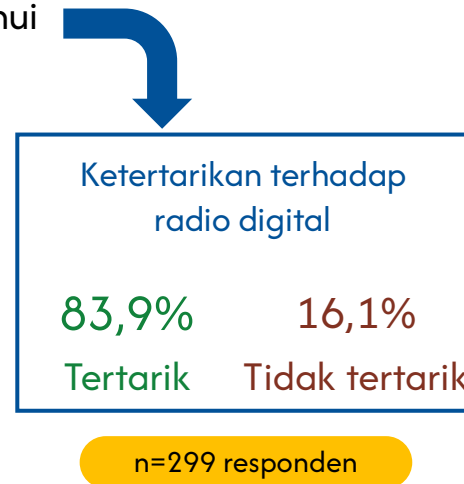
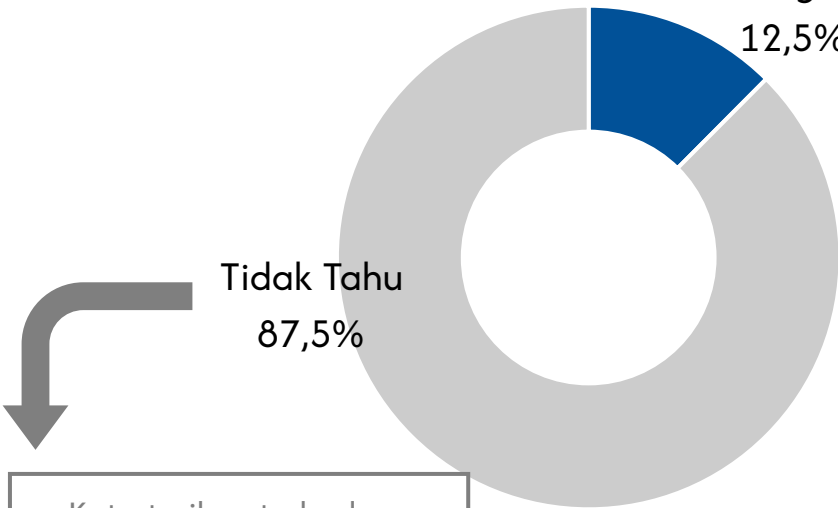
TV Resolusi 4K

Resolusi 4K setara dengan *Ultra High Definition* (UHD) yang lebih tinggi dari *High Definition* (HD).

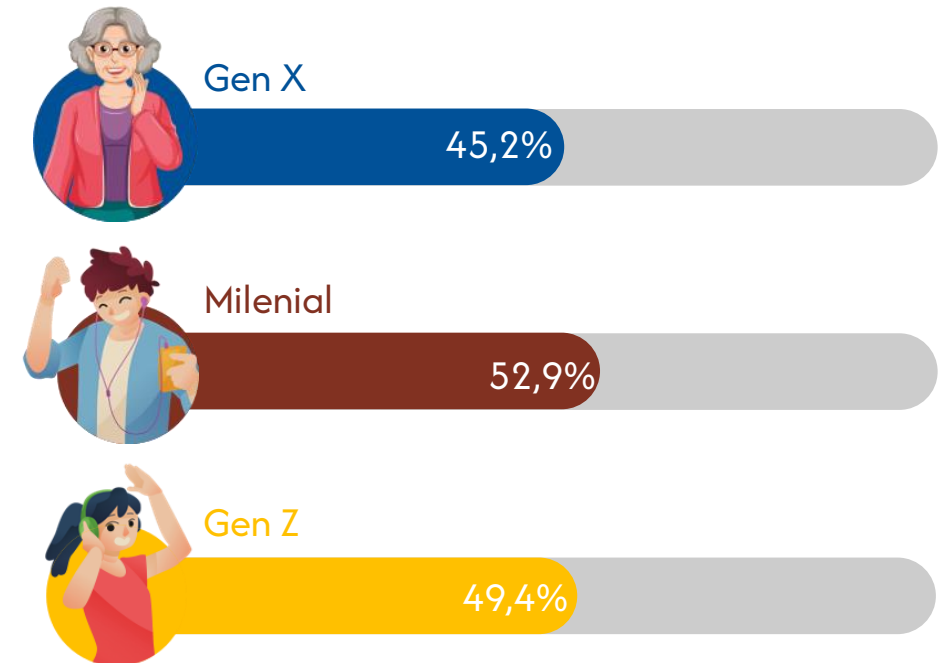
Ketertarikan Masyarakat terhadap Radio Digital

- Awalnya, 87,5% masyarakat tidak mengetahui teknologi radio digital. Namun setelah dijelaskan, 44,6% di antaranya menyatakan tertarik.
- Dari tiga kelompok generasi, Milenial paling tertarik dengan teknologi digital untuk radio.
- Manfaat yang diharapkan dari radio digital adalah kualitas audio yang lebih baik, keberagaman jenis acara, serta sinyal yang lebih stabil.

Pengetahuan terkait radio digital: Ya, mengetahui



Ketertarikan terhadap radio digital berdasarkan generasi:



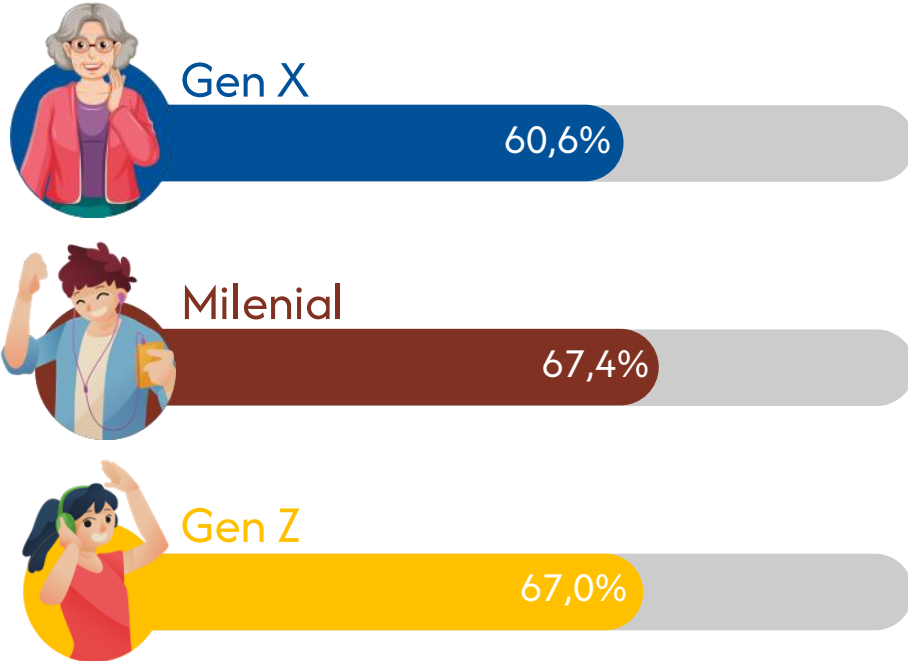
n=2400 responden


n=2101 responden

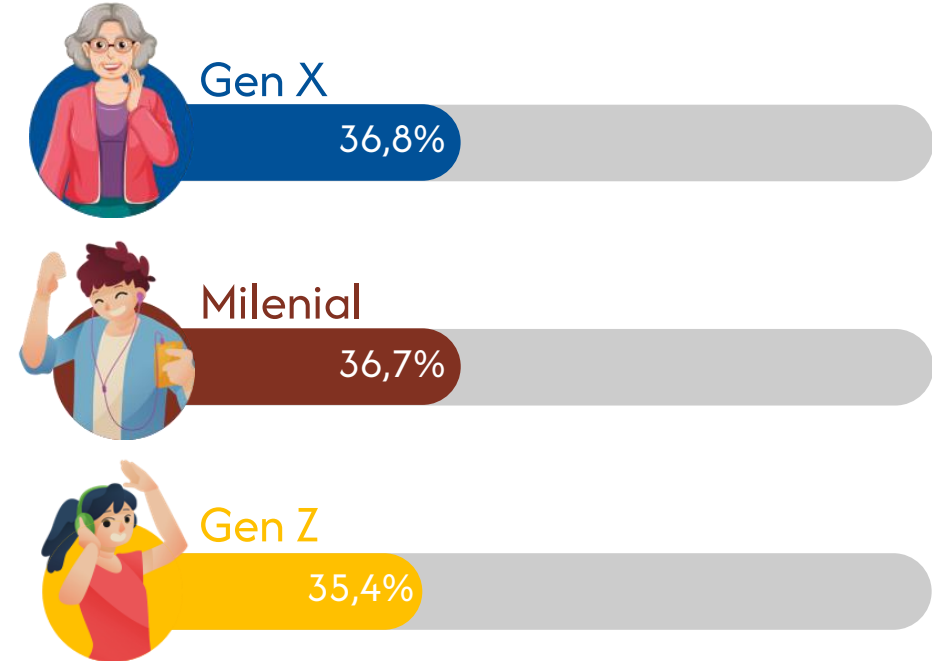
Ketertarikan dan Kebutuhan Masyarakat terhadap Radio Digital

- ☞ Mayoritas responden dari setiap generasi menyatakan perlu adanya ketersediaan fitur radio pada mobil yang akan dibeli.
- ☞ Mayoritas responden dari setiap generasi cenderung tidak tertarik mendengarkan radio melalui perangkat TV.

 Kebutuhan akan fitur radio dalam mobil yang akan dibeli:



 Ketertarikan untuk mendengarkan radio melalui perangkat TV:

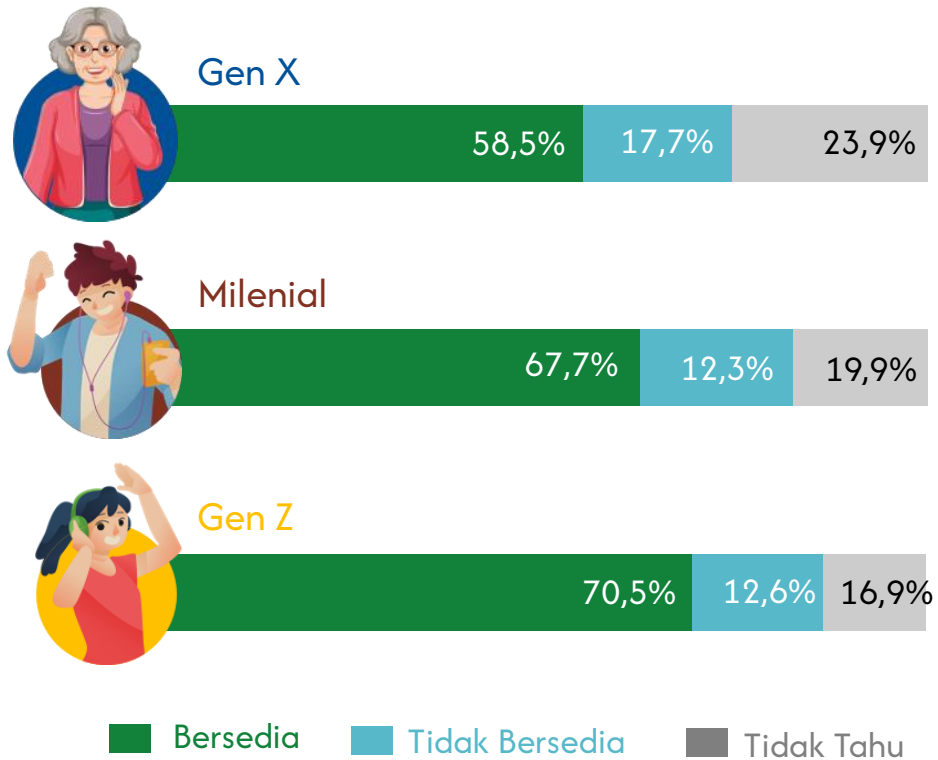


n=2400 responden

Resolusi 4K untuk Menonton TV

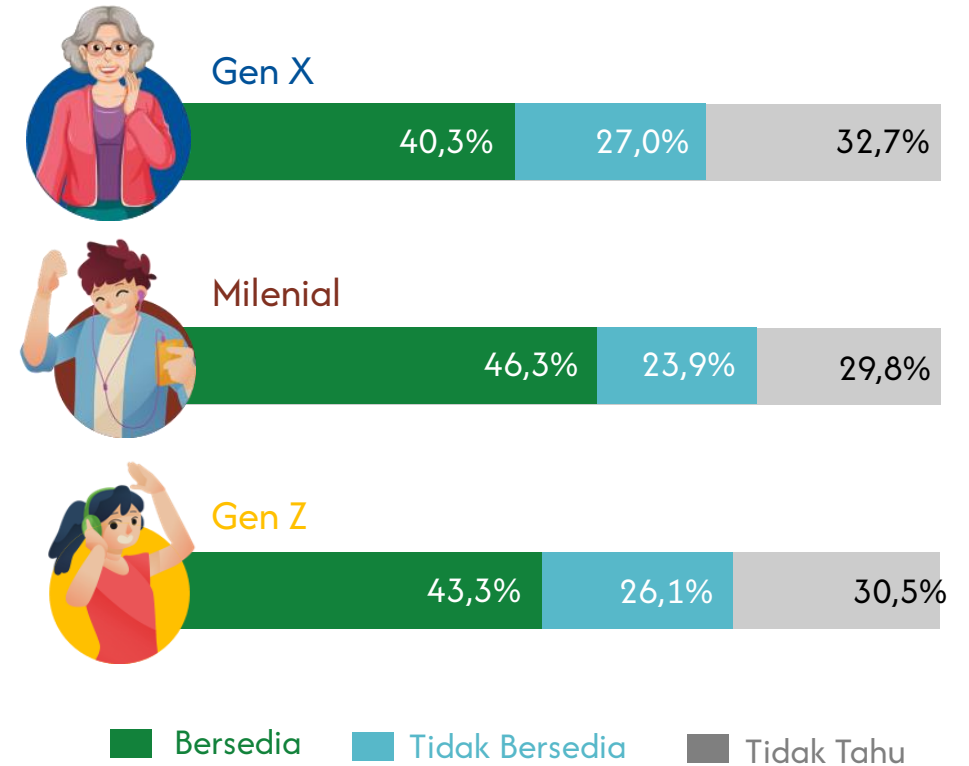
- ☞ Mayoritas responden dari setiap generasi tertarik untuk menonton dengan resolusi 4K, dengan persentase tertinggi pada Gen Z.
- ☞ Milenial menjadi generasi yang paling banyak bersedia membeli perangkat televisi yang mendukung kualitas 4K.

Ketertarikan untuk menonton dengan resolusi 4K:



n=2400 responden

Kesediaan untuk membeli perangkat televisi baru dengan ukuran minimal 40 inci:

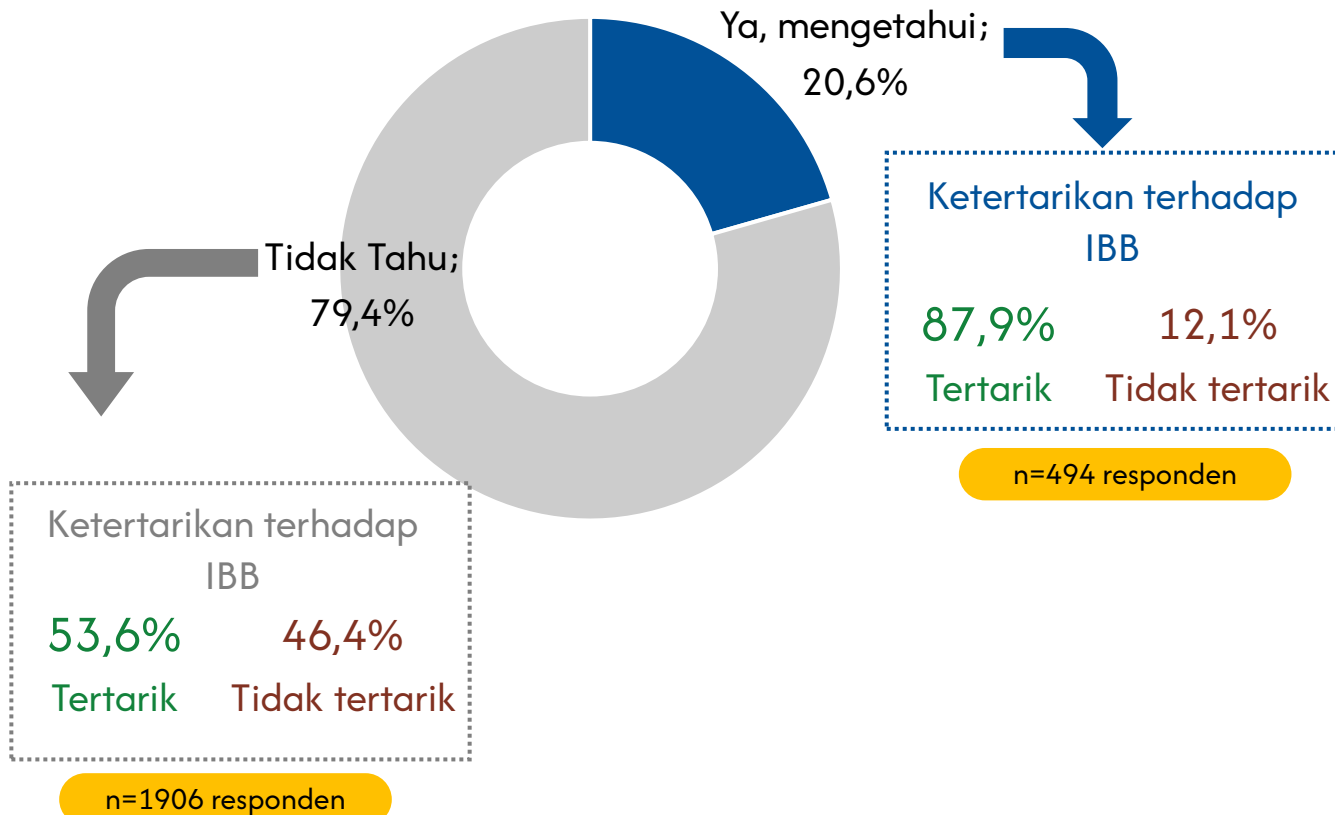


n=1586 responden

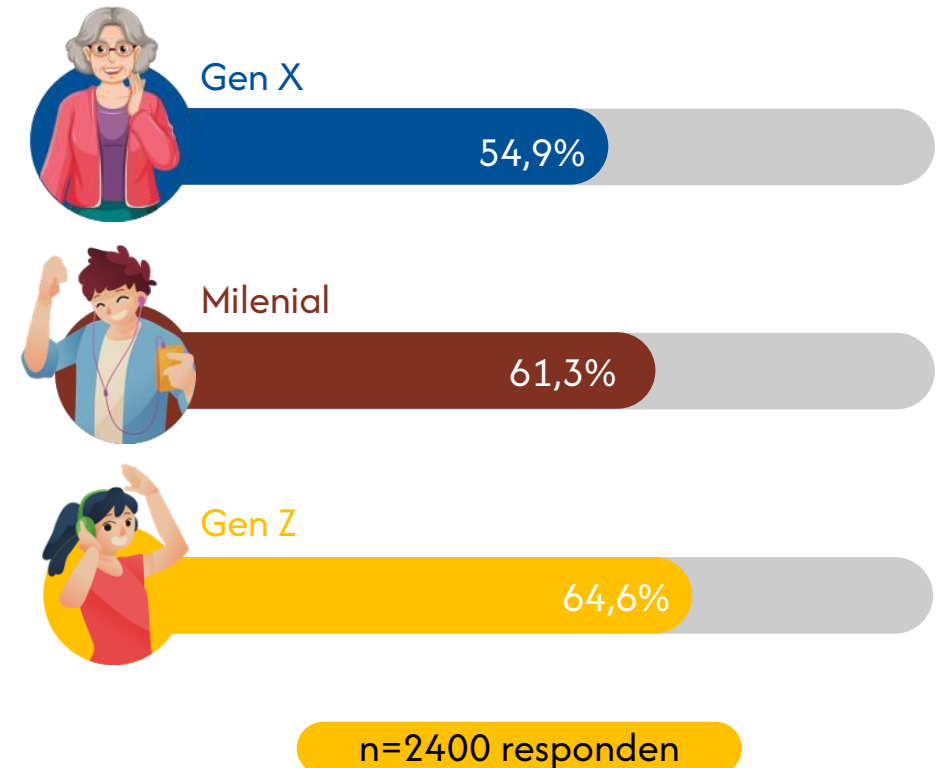
Ketertarikan Masyarakat terhadap IBB (*Integrated Broadcast Broadband*)

- Awalnya, 79,4% masyarakat belum mengetahui teknologi IBB (*Integrated Broadcast Broadband*). Namun setelah dijelaskan, 53,6% di antaranya menyatakan tertarik.
- Responden yang mengetahui teknologi IBB (*Integrated Broadcast Broadband*) relatif memiliki ketertarikan yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan responden yang tidak mengetahui.
- Jika dilihat berdasarkan generasi, Milenial dan Gen Z memiliki ketertarikan lebih tinggi terhadap teknologi IBB.

Pengetahuan terhadap teknologi IBB:



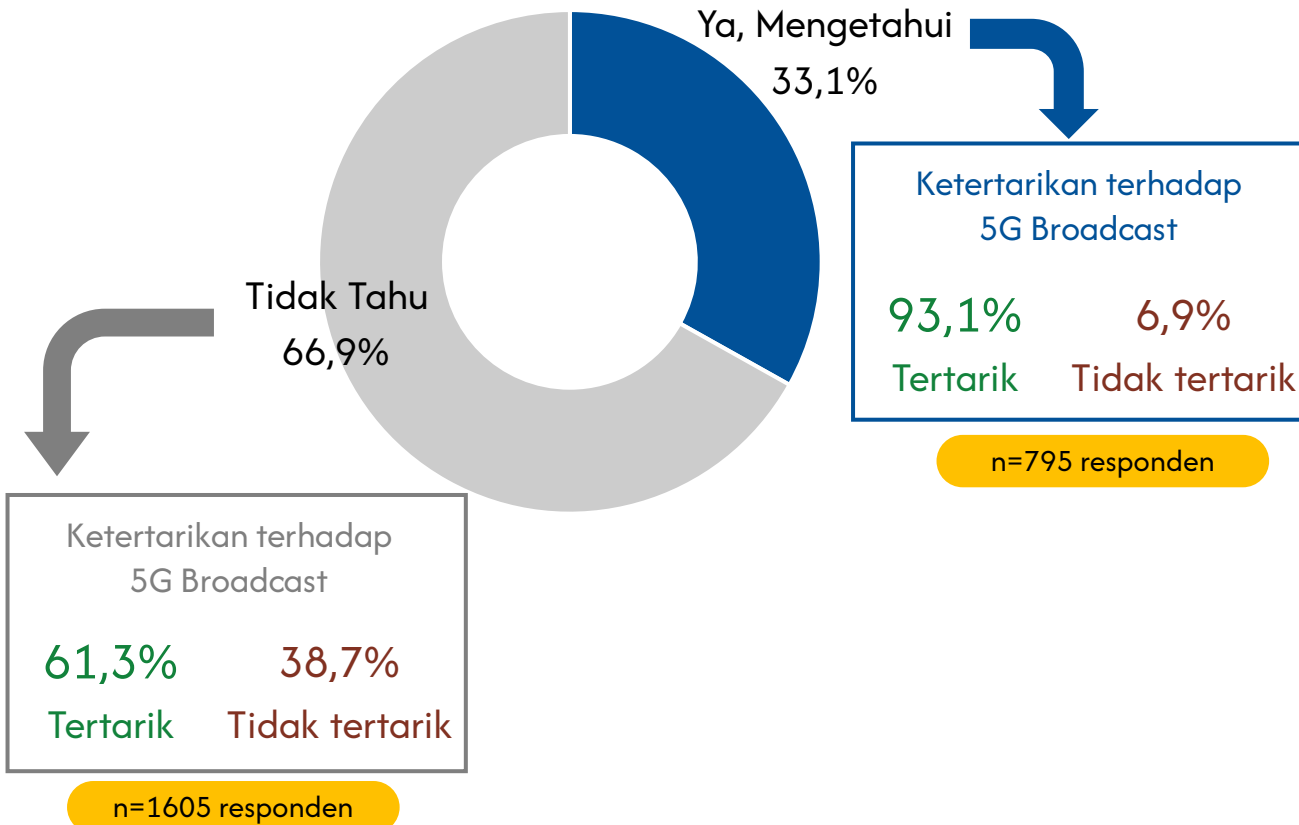
Ketertarikan terhadap teknologi IBB berdasarkan generasi:



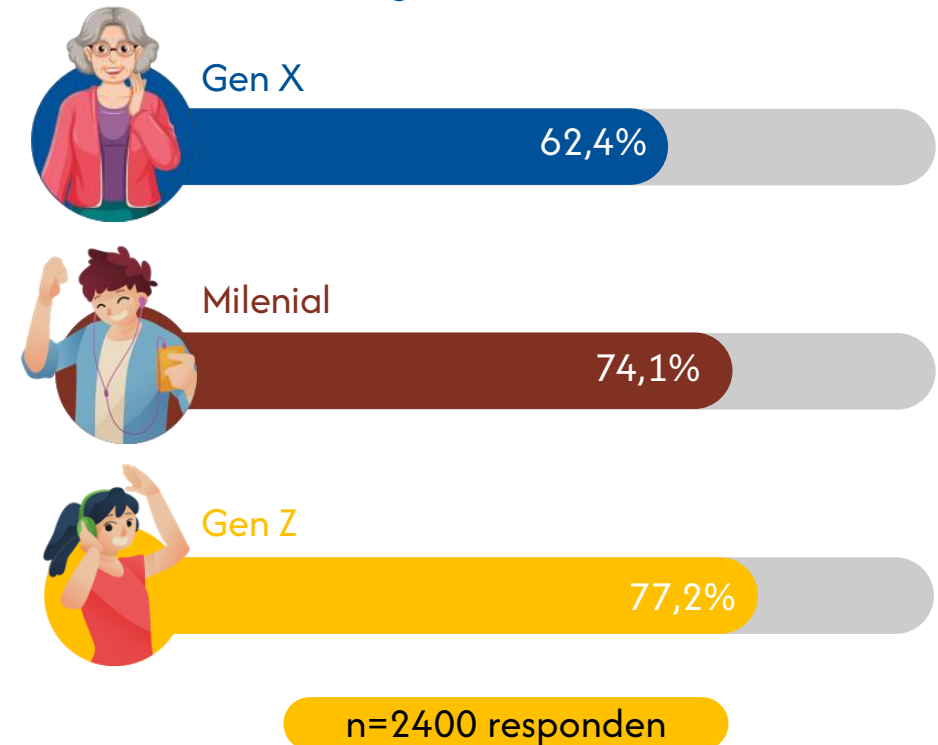
Ketertarikan Masyarakat terhadap 5G Broadcast

- 66,9% masyarakat belum mengetahui teknologi 5G Broadcast. Namun setelah dijelaskan, 61,3% di antaranya menyatakan tertarik.
- Responden yang mengetahui teknologi 5G Broadcast relatif memiliki ketertarikan lebih tinggi bila dibandingkan dengan responden yang tidak mengetahuinya.
- Milenial dan Gen Z cenderung lebih tertarik dengan teknologi 5G Broadcast bila dibandingkan dengan Gen X.
- Tingkat ketertarikan responden terhadap 5G Broadcast relatif lebih tinggi bila dibandingkan dengan teknologi IBB dan radio digital.

Pengetahuan tentang 5G Broadcast:



Ketertarikan terhadap 5G Broadcast berdasarkan generasi:





Kesimpulan & Rekomendasi

1 Perilaku Masyarakat

- ▶ Masyarakat masih menonton TV dengan proporsi yang cukup tinggi di setiap generasi, masing-masing di atas 80%. Mereka masih terbiasa dengan siaran televisi di rumah karena bisa menonton dengan gratis.
- ▶ Hanya sekitar 20% masyarakat yang masih mendengarkan radio disebabkan oleh keterbatasan jangkauan sinyal, perangkat radio yang mulai berkurang di pasaran, kurangnya informasi akan akses siaran radio di smartphone, dan jumlah masyarakat yang tidak memiliki mobil. Mendengarkan siaran radio melalui aplikasi atau website secara online menjadi cara yang menarik bagi Gen Z, namun masyarakat secara umum belum banyak mengetahui cara akses ini.
- ▶ Masih terdapat kebiasaan kuat di masyarakat untuk menonton TV bersama keluarga, namun dengan jumlah durasi yang menurun dan kini masyarakat memiliki opsi untuk menonton melalui *streaming* yang bisa mereka akses di smart TV.
- ▶ Sedangkan kebiasaan mendengarkan radio cenderung stabil dilakukan sepanjang hari karena dilakukan sambil beraktivitas lain di rumah, kantor, dan di perjalanan.

- ▶ Masyarakat cenderung puas dengan penyelenggaraan penyiaran di Indonesia, namun masyarakat juga menilai bahwa masih terdapat ruang untuk perbaikan agar penyiaran di Indonesia bisa lebih menarik.
- ▶ Masyarakat mulai mementingkan fleksibilitas dan kenyamanan dalam mengakses siaran TV dan radio. Hal ini terlihat dari kecenderungan Milenial untuk menggunakan TV kabel berlangganan dan Gen Z untuk mengakses siaran TV dan radio melalui internet streaming.

2 Teknologi Penyiaran ke Depan

- ▶ Gen Z lebih suka mendengarkan musik lewat aplikasi untuk mengisi waktu luang. Mereka bersedia mengeluarkan biaya tambahan agar terbebas dari iklan meski hanya berlangganan untuk jangka waktu tertentu.
- ▶ Masyarakat sangat tertarik pada perkembangan teknologi penyiaran terbaru seperti radio digital, IBB, 5G broadcast dan 4K, khususnya oleh generasi Milenial dan Gen Z. Bahkan masyarakat yang tidak mengikuti perkembangan teknologi penyiaran terbaru juga tertarik apabila penerapannya disosialisasikan.

Rekomendasi Bagi Pelaku Industri Penyiaran

1 Pengembangan Jenis Acara & Konten Lokal

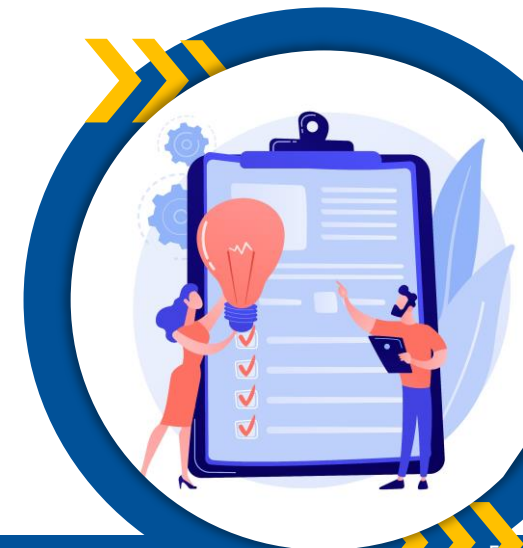
- ▶ Variasi konten TV maupun radio perlu menyesuaikan dengan selera masyarakat yang saat ini tengah menyukai konten-konten di layanan *streaming* dengan kualitas yang tetap baik dan ramah anak.
- ▶ Sebagian besar masyarakat menilai siaran lokal atau berbahasa daerah masih diperlukan.
- ▶ Lembaga Penyiaran dapat memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan *awareness* masyarakat.

3 Penayangan Iklan

- ▶ Masyarakat mengeluhkan penayangan iklan yang berdurasi panjang, kurang variatif dan berulang menyebabkan turunnya minat dalam menonton siaran TV atau mendengarkan siaran radio. Sehingga Lembaga Penyiaran perlu memikirkan cara penayangan iklan sehingga jeda iklan dan pengulangan iklan tidak terlalu dirasakan pemirsa.

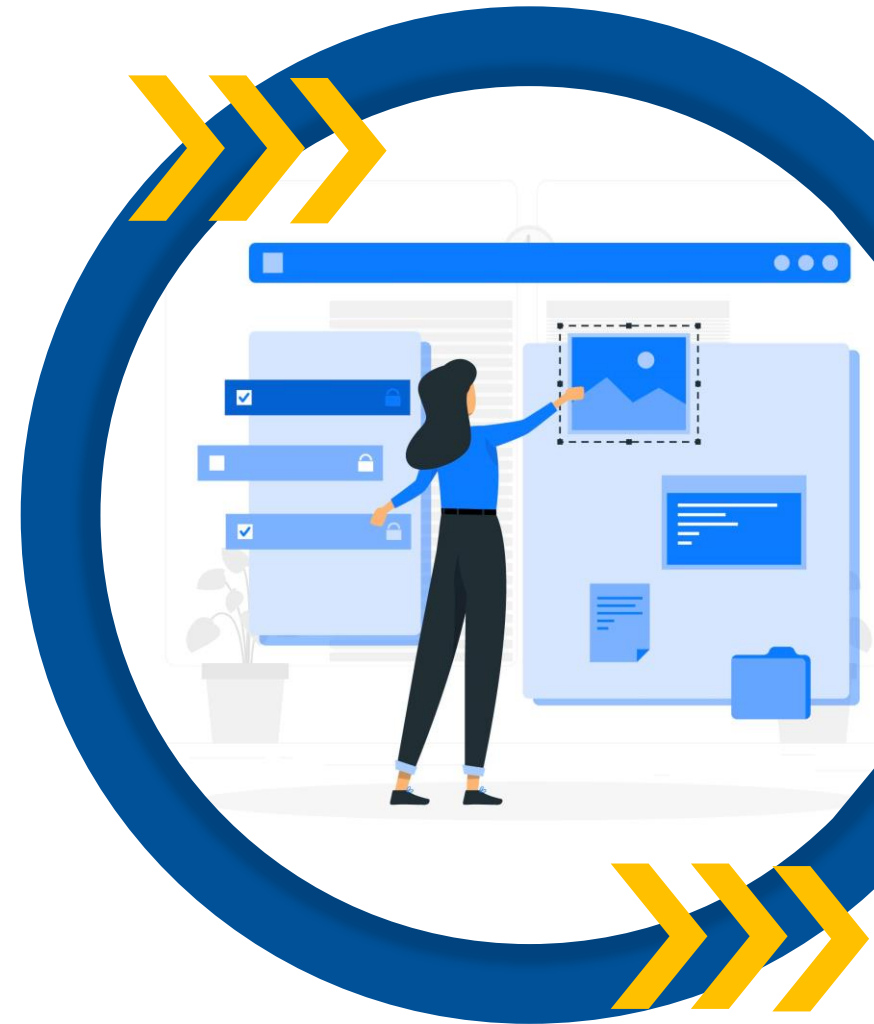
2 Pemanfaatan Teknologi Baru

- ▶ Masyarakat mulai mementingkan fleksibilitas dan kenyamanan dalam mengakses siaran, misalnya dengan mengakses konten Lembaga Penyiaran melalui internet streaming. Maka Lembaga Penyiaran perlu mempromosikan kehadirannya secara *multiplatform* agar diketahui oleh masyarakat.
- ▶ Pemanfaatan teknologi baru seperti IBB, 5G, radio digital, dan 4K menarik perhatian dan minat Gen Z dan Milenial, sehingga penerapannya perlu dikaji oleh pelaku industri.



Rekomendasi Bagi Regulator

- ▶ Peningkatan kualitas dan jangkauan sinyal TV dan radio perlu untuk dilanjutkan.
- ▶ Penerapan layanan penyiaran berteknologi baru perlu untuk dikaji oleh regulator, mengingat kecenderungan kebiasaan bermedia dari Milenial dan Gen Z, sehingga penyiaran di Indonesia dapat hadir secara *multiplatform*.
- ▶ Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) perlu membantu pengembangan isi siaran sehingga masyarakat tidak meninggalkan siaran TV dan radio karena acara yang tidak variatif atau diulang-ulang. Perhatian khusus perlu diberikan kepada siaran lokal karena masih dibutuhkan oleh masyarakat.
- ▶ KPI dan KPID dapat menampung aspirasi masyarakat dalam rangka memahami jenis acara yang dibutuhkan dan disukai masyarakat sebagai masukan bagi pengembangan isi siaran oleh Lembaga Penyiaran.





1

Studi hanya memotret kondisi di satu titik waktu, maka pola peralihan dari media penyiaran TV dan Radio kepada media online (*internet streaming*) secara jangka panjang belum dapat dianalisis.




2

Faktor keanekaragaman Indonesia, seperti disparitas antar wilayah, karakteristik budaya, serta kondisi infrastruktur belum dapat tertangkap pada studi ini. Studi ini belum mempertimbangkan disparitas antar wilayah dengan karakteristik yang berbeda, seperti wilayah perkotaan, perdesaan, dan wilayah 3T (Tertinggal, Terdepan, dan Terluar).

KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN DIGITAL
REPUBLIK INDONESIA

Terima kasih

PT Ayaskara Nisita Synergy

 0251-857-0118

 info@ayaskara.com

 www.ayaskara.com

