

Pengaruh Pengetahuan Mengenai TV Digital Terrestrial (DTT) dan Penggunaan Media Terhadap Minat dalam Membeli Perangkat Penerima Siaran Digital

The Effect of Digital Terrestrial Television (DTT) Knowledge and Media Use on Consumer's Interest to Buy Digital Broadcasting Receiver

Diah Yuniarti¹, Sri Ariyanti²

^{1,2}Puslitbang SDPPPI, Kementerian Komunikasi dan Informatika

^{1,2}Jl. Merdeka Barat Nomor 9, Jakarta Pusat, Indonesia

email: ¹diah.yuniarti@kominfo.go.id, ²sriariyanti071@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Naskah diterima 17 Desember 2021

Direvisi 31 Desember 2021

Disetujui 31 Desember 2021

Keywords:

DTT Knowledge

Media Use

Interest to Use

DTT Receiver

SEM-PLS

Kata kunci :

Pengetahuan Terhadap DTT

Penggunaan Media

Minat Masyarakat

Perangkat Penerima DTT

SEM-PLS

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of knowledge on digital terrestrial television (DTT) and the use of media on interest in using the DTT receiver. Data was collected through a survey of people who own a TV but do not yet have a DTT broadcasting receiver such as a set-top box (STB) or a Digital Television (DTV). The survey is conducted in 12 major cities in Indonesia. Survey data were analyzed using SEM-PLS. The results showed that the indicators of media use had no significant effect on people's interest in using DTT receiver. On the other hand, public understanding of DTT has a significant effect on interest in buying DTT receiver.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara pengetahuan terhadap *digital terrestrial television* (DTT) dan penggunaan media terhadap minat dalam menggunakan perangkat penerima DTT. Pengumpulan data dilakukan melalui survei kepada masyarakat yang memiliki TV namun belum memiliki perangkat penerima siaran DTT seperti *set-top box* (STB) ataupun televisi digital (DTV). Survei dilakukan di 12 kota besar di Indonesia. Data survei dianalisis dengan menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator penggunaan media tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam membeli perangkat penerima DTT. Di sisi lain, pemahaman masyarakat terhadap DTT berpengaruh signifikan terhadap minat membeli perangkat penerima DTT.

1. Pendahuluan

Digital Terrestrial Television (DTT) atau Televisi Terrestrial Digital merupakan teknologi televisi terrestrial yang menyiarkan konten televisi melalui gelombang radio ke televisi di rumah dalam format digital. Teknologi ini menghemat spektrum frekuensi penyiaran dan meningkatkan kualitas gambar. Gambar menjadi lebih jelas, tidak berbayang, resolusi lebih besar, layanan lebih ramah penonton, data penyiaran lebih lengkap, dan terdapat panduan program elektronik (ITU, 2016). Dibandingkan dengan TV kabel dan satelit, selain berbeda media transmisinya, DTT menawarkan program tidak berbayar atau gratis. Program ini bisa dinikmati masyarakat yang memiliki perangkat penerima siaran digital terrestrial, baik melalui perangkat televisi digital maupun dengan alat tambahan yang dinamakan *set-top box* (STB). Migrasi siaran analog ke siaran digital atau dikenal dengan *Analog Switch Off* (ASO) memberikan keuntungan bagi negara berupa penghematan *bandwidth* sekitar 112 MHz. Sisa *bandwidth* ini dapat dialokasikan untuk layanan lainnya seperti internet kecepatan tinggi.

Rencana pemerintah untuk melakukan migrasi siaran analog ke siaran digital terrestrial salah satunya tertuang dalam bentuk *roadmap*. Pada awalnya, ditargetkan bahwa pada tahun 2018, masyarakat sudah beralih sepenuhnya ke siaran digital terrestrial (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2019). Dalam perjalanannya, target ASO tersebut tidak terpenuhi karena regulasi eksisting, yaitu Undang Undang Penyiaran Nomor 32 tahun 2002 belum mendukung siaran digital terrestrial (Ariyanti & Yuniarti, 2020).

Untuk mengisi kekosongan regulasi penyiaran digital terestrial, pemerintah menerbitkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Pemerintah menetapkan bahwa ASO diterapkan selambat-lambatnya dua tahun dari pengesahan UU Cipta Kerja, atau pada tahun 2022 (Pemerintah Negara Indonesia, 2020).

Rencana ASO ini dalam prakteknya tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan dari masyarakat dalam menyediakan perangkat penerima siaran DTT di rumahnya. Dalam rangka menunjang keberhasilan migrasi ke siaran digital terestrial, salah satu upaya yang harus dilakukan pemerintah adalah pendistribusian perangkat penerima siaran digital kepada masyarakat secara merata. Negara Malaysia melakukan kebijakan untuk mempercepat migrasi DTT, salah satunya dengan memberikan STB secara gratis pada warga yang kurang mampu untuk dapat menerima sinyal TV digital (Ariyanti dkk., 2018). Negara lain seperti UK mengeluarkan kebijakan terkait harga STB tidak melebihi £100. Pemerintah Italia mengalokasikan dana sebesar €110 juta untuk memberikan subsidi sebesar €150 per STB. Sementara Afrika Selatan juga memberikan harga ritel STB sebesar \$50 (Papandrea & Armstrong, 2009).

Pada tahun 2012 pemerintah mewajibkan penyelenggara multipleksing yang telah menang lelang untuk menyediakan STB secara gratis. Selain mekanisme pemberian STB dari pemenang lelang multipleksing, pemerintah juga mengkaji pemberian STB secara gratis dan bersubsidi dari anggaran negara. Sebelum membuat kebijakan terkait distribusi STB, perlu dilakukan kajian empiris mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan masyarakat untuk mengadopsi siaran DTT melalui perangkat penerima DTT. Faktor-faktor seperti tingkat pemahaman atau pengetahuan masyarakat mengenai suatu teknologi dan penggunaan media seperti televisi, radio, koran, dan internet, secara empiris berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan suatu teknologi atau teknologi, seperti halnya perangkat penerima siaran digital.

Goyanes (2014) menyatakan bahwa kebiasaan mengakses sosial media mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan masyarakat untuk membayar berita *online*. Kebiasaan menonton televisi publik juga memiliki hubungan yang positif dengan minat untuk membayar iuran televisi publik (Sarrina Li dkk., 2013). Menurut Chan-Olmsted dan Chang (2006), pengetahuan responden mengenai DTT berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk mengadopsi siaran DTT. Penelitian terkait dengan faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam membeli perangkat penerima siaran digital diperlukan sebagai masukan bagi pemerintah untuk merumuskan strategi dalam pemerataan perangkat penerima siaran digital guna mensukseskan migrasi siaran analog ke siaran digital. Dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya, misal Chan-Olmsted dan Chang (2006) dan Liu (2012) yang membahas mengenai pengaruh pemahaman dan atau pengetahuan secara umum terhadap minat dalam mengadopsi suatu teknologi, studi ini menekankan pentingnya jenis pengetahuan prinsip dan pengetahuan mengenai cara kerja suatu teknologi yang dijelaskan oleh Rogers (2003) sebagai unsur penting yang mempengaruhi minat individu dalam mengadopsi suatu teknologi.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Adopsi Teknologi

Menurut Rogers (2003), pengetahuan terjadi saat seorang individu mengetahui eksistensi suatu teknologi dan memahami cara kerja teknologi tersebut. Pengetahuan terdiri atas tiga jenis, yaitu kesadaran, pengetahuan prinsip, dan pengetahuan mengenai cara kerja. Kesadaran mendorong seseorang untuk sampai ke pengetahuan prinsip dan pengetahuan mengenai cara kerja. Pengetahuan prinsip terdiri dari informasi yang terkait dengan fungsi prinsip yang mendasari bagaimana suatu teknologi bekerja. Pengetahuan mengenai cara kerja terdiri dari informasi yang diperlukan untuk menggunakan suatu teknologi dengan baik. Pengetahuan mengenai cara kerja lebih diperlukan untuk teknologi yang lebih kompleks.

Dengan menggunakan kerangka teori Difusi Teknologi, Liu (2012) melakukan survei dengan responden 2801 pelajar Cina di Beijing untuk mengidentifikasi prediktor dari tiga tahapan proses difusi teknologi, yaitu pengetahuan, persuasi, dan keputusan untuk membangun model teknologi-keputusan untuk

sosial media (*microblogging*). Hasil studi menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap persuasi, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap implementasi dan selanjutnya tahapan konfirmasi pada proses teknologi-keputusan *microblogging*.

Chan-Olmsted dan Chang (2006) melakukan survei berbasis surat kepada masyarakat dewasa di Amerika Serikat menunjukkan banyaknya responden yang tidak mengetahui perbedaan antara DTT dan TV kabel, dimana hanya sepertiga responden yang menjawab benar. Selain itu, harga perangkat penerima siaran digital menjadi tantangan terbesar bagi masyarakat untuk mengadopsi siaran digital, meskipun pada responden berpendapatan tinggi. Survei ini juga menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat mengenai lingkungan DTT berpengaruh positif dengan minat dalam mengadopsi siaran DTT. Pemahaman mengenai teknologi tertentu khususnya mengenai kemudahan menggunakan suatu teknologi mempengaruhi niat untuk menggunakan layanan *mobile payment* yang kemudian mempengaruhi kesediaan untuk menggunakan layanan (Viehland et al., 2010). Berdasarkan studi literatur diatas mengenai hubungan antara pengetahuan dan minat adopsi teknologi, hipotesis H1 sebagai berikut:

H1: Pengetahuan memiliki hubungan yang positif dengan minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT.

2.2. Penggunaan Media dan Minat Adopsi Teknologi

Terkait dengan adopsi atau penggunaan suatu teknologi teknologi, kanal media digunakan untuk menyebarkan informasi/pengetahuan atau mendorong seseorang untuk mengubah sikapnya terhadap suatu teknologi teknologi. Kanal media merupakan suatu cara atau metode untuk menyampaikan informasi dari sumber ke penerima, dapat dikategorikan menjadi kanal media massa dan kanal interpersonal. Kanal media seperti radio, televisi, koran, dan majalah merupakan kanal media massa yang memungkinkan sumber yang berupa satu atau beberapa orang dapat menyampaikan informasi kepada banyak penerima dalam satu waktu tertentu. Sementara itu, kanal interpersonal merupakan tatap muka antara dua atau lebih individu. Internet merupakan kanal media yang dapat berperan seperti kanal media massa karena memungkinkan tersampainya informasi ke banyak orang dalam satu waktu, namun juga dapat berperan seperti kanal interpersonal karena aplikasi seperti email, Whatsapp, ataupun Line memungkinkan komunikasi personal (Rogers, 2003).

Hubungan antara penggunaan media dan minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT diteliti oleh Chan-Olmsted & Chang (2006), yang menemukan bahwa individu yang memiliki DVD/DVR dan berlangganan internet kecepatan tinggi serta sering menggunakan internet, secara statistik memiliki hubungan positif yang signifikan dengan minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT, baik untuk STB maupun DTV. Atkin et al. (2009) melakukan survey dengan sampel 321 penduduk di wilayah metropolitan AS untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam mengadopsi siaran DTT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media, dalam hal ini pembaca majalah, merupakan prediktor yang positif terhadap minat dalam mengadopsi siaran DTT. Hasil studi Li (2014) terhadap 753 responden dengan menggunakan *computer assisted telephone interview* (CATI) menunjukkan bahwa penggunaan internet berpengaruh positif terhadap adopsi TV kabel digital. Berdasarkan studi literatur mengenai hubungan antara penggunaan media dan minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT, hipotesis kedua (H2) disusun sebagai berikut:

H2: Penggunaan media memiliki hubungan yang positif dengan minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT.

3. Metode Penelitian

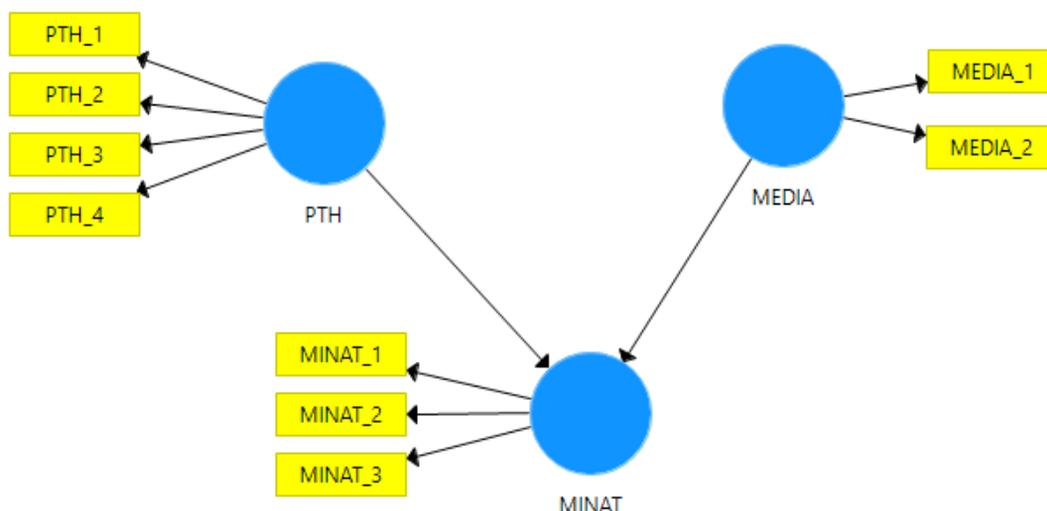
Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan survei tatap muka kepada masyarakat yang minimal memiliki satu buah perangkat TV analog di 12 (dua belas) kota besar di Indonesia yang cakupan wilayahnya terlayani pemancar siaran digital uji coba tahap tiga, yaitu di Jakarta, Depok,

Tangerang Selatan, Bekasi, Bandung, Medan, Batam, Semarang, Surabaya, Makassar, Denpasar, dan Banjarmasin. Waktu Pengambilan data dilakukan pada bulan September - Oktober 2019. Dari 762 sampel yang ditentukan dengan menggunakan *stratified random sampling*, dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 dan *margin of error estimation* kurang dari 3,55%, diperoleh 605 sampel valid masyarakat yang belum mengadopsi siaran DTT. Dari sampel tersebut, selanjutnya digunakan analisis deskriptif untuk menggambarkan profil responden dan metode SEM-PLS untuk menguji hubungan antara pengetahuan dan penggunaan media dengan minat masyarakat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT, dalam hal ini STB dan DTV. Metode SEM-PLS merupakan metode non parametrik yang dapat menangani data yang berukuran kecil hingga besar, cocok untuk data dengan skala ordinal dan biner (dengan beberapa keterbatasan), dan tidak memerlukan asumsi data distribusi normal (Joseph F. Hair dkk., 2017).

Instrumen penelitian berguna sebagai alat untuk mengumpulkan data serta sebagai alat ukur objek yang diamati. Penelitian ini memiliki tiga variabel, yaitu pengetahuan, penggunaan media, dan minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT. Variabel pengetahuan menggunakan skala biner, dengan jawaban Ya atau Tidak. Variabel penggunaan media dan minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT menggunakan skala ordinal. Adapun variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ditunjukkan pada Tabel 1. Model yang diusulkan dalam penelitian ditunjukkan pada Gambar 1.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Penjelasan
Pengetahuan (PTH)	PTH1	Responden mengetahui perangkat TV dengan kemampuan untuk menerima siaran digital (TV atau STBDigital Terrestrial) sudah ada di pasaran
	PTH2	Responden mengetahui cara memasang perangkat DTT/menghubungkan STB ke TV
	PTH3	Responden mengetahui perangkat TV biasa (Analog) bisa menerima siaran DTT menggunakan STB/decoder dan antena
	PTH4	Responden mengetahui jika dapat memilih antara menonton siaran TV analog atau menonton siaran DTT
Penggunaan Media (MEDIA)	MEDIA1	Lama responden mengakses konten via streaming (Youtube, Netflix, Vidio) di internet dalam sehari
	MEDIA2	Lama responden menyaksikan siaran stasiun TV nasional/lokal saat mengakses konten via streaming di internet
Minat dalam Membeli Perangkat Penerima DTT (MINAT)	MINAT1	Responden bersedia menggunakan STB/DTV jika ada kenalan/tetangga yang merekomendasikan
	MINAT2	Responden bersedia membeli STB seharga 250 ribu rupiah (harga pasaran)
	MINAT3	Responden bersedia membeli DTV jika selisih harga TV analog dan DTV hanya 250 ribu rupiah



Gambar 1. Model Usulan Penelitian

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Profil Responden

Dari sebanyak 762 kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat, sebanyak 605 kuesioner yang dapat diolah dalam penelitian ini. Berdasarkan data yang diperoleh, responden terdiri dari 54,2% perempuan dan 45,8% laki-laki. Sebanyak 29,3% berusia 29-40 tahun, 25,6% berusia 41-52 tahun, 25% berusia 53-65 tahun, 15,2% berusia 15-28 tahun, dan sebanyak 3% berusia lebih dari 65 tahun. Adapun pendidikan terakhir responden paling banyak SMA/ Sederajat sebesar 45.3%, diikuti dengan S1, SMP, Diploma/sederajat, SD/sederajat, S2, dan tidak sekolah masing-masing sebesar 18%, 14%, 9,3%, 8,4%, 4,3%, dan 0,7%. Sebagian besar responden (52,2%) memiliki pendapatan sebesar 2 – 5 juta, diikuti dengan 29.2% responden berpendapatan <2 juta, 19,5% responden berpendapatan 5-10 juta, 6% responden berpendapatan 10-20 juta, dan 1.2% responden berpendapatan diatas 20 juta. Sebesar 32,7% responden berprofesi sebagai ibu rumah tangga, 22,5% sebagai karyawan swasta, 22,3% wiraswasta, 8,3% pensiunan, 6,1% PNS/TNI/Polri, 4% pelajar/mahasiswa, dan 4,1% profesi lainnya.

4.2. Hasil Simulasi SEM-PLS

Evaluasi terhadap model pengukuran indikator uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun uji validitas meliputi *convergence validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* terdiri uji *outer loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Sedangkan *discriminant validity* terdiri dari uji *Forner Lacker Criterion* dan *Cross Loading*. Untuk uji reliabilitas terdiri dari *composite reability* dan *cronbach's alpha*.

4.2.1. Uji Validitas

Convergent validity terdiri dari dua pengujian yaitu *outer loading* dan *average variance extracted (AVE)*. *Outer loading* adalah nilai yang dimiliki oleh setiap indikator. Nilai *outer loading* diatas 0,7 dapat dikatakan ideal, artinya bahwa indikator tersebut dapat dikatakan valid sebagai indikator untuk mengukur konstruk (Joseph F. Hair dkk., 2017). Selain menunjukkan validitas item dari masing-masing indikator, *outer loading* juga menunjukkan besarnya kontribusi tiap indikator pada faktornya. Besarnya *outer loading* tiap indikator ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai *Outer Loading* Indikator untuk Variabel MEDIA, MINAT, dan PTH

Indikator	MEDIA	MINAT	PTH
MEDIA_1	0.943		
MEDIA_2	0.863		
MINAT_1		0.848	
MINAT_2		0.758	
MINAT_3		0.822	
PTH_1			0.836
PTH_2			0.747
PTH_3			0.814
PTH_4			0.822

Berdasarkan Tabel 2, seluruh indikator pada variabel MEDIA, MINAT, dan PTH memiliki nilai *outer loading* diatas 0,7 sehingga seluruh indikator dikatakan memiliki validitas yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dapat membentuk variabel MEDIA, MINAT, dan PTH sesuai model yang dihipotesiskan sedari awal. *Average Variance Extracted (AVE)* adalah nilai yang dimiliki oleh setiap variabel untuk mengevaluasi *convergent validity*. Nilai AVE yang baik berada diatas 0,5 (Joseph F. Hair dkk., 2017). Tabel 3 menunjukkan nilai AVE. Berdasarkan Tabel 3, variabel MEDIA, MINAT, dan PTH memiliki nilai AVE diatas 0,5 sehingga sudah memenuhi uji *convergent validity*.

Tabel 3. AVE Masing-Masing Variabel

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
MEDIA	0.817
MINAT	0.657
PTH	0.649

Discriminant validity diuji dengan melakukan pengecekan nilai *Forner Larcker Criterion*. Cara melakukan pengujiannya adalah nilai korelasi antara variabel dengan variabel itu sendiri tidak boleh lebih kecil dengan nilai variabel tersebut dengan variabel lainnya. Tabel 4 menunjukkan *nilai Forner-Larcker Criterion*. Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai korelasi masing-masing variabel terhadap variabel itu sendiri mempunyai nilai yang besar dibanding dengan nilai korelasi variabel lainnya sehingga variabel dinyatakan valid.

Tabel 4 Nilai *Forner-Larcker Criterion*

Variabel	MEDIA	MINAT	PTH
MEDIA	0.904		
MINAT	0.060	0.810	
PTH	0.163	0.188	0.806

Pengujian berikutnya adalah melakukan pengecekan nilai *cross loading*. *Cross loading* adalah korelasi antara indikator dengan variabel. Indikator yang harusnya mengukur variabel, korelasinya harus lebih besar dari indikator dengan variabel lainnya. Tabel 5 menunjukkan nilai *cross loading*. Dapat dilihat bahwa, nilai korelasi indikator terhadap variabel itu sendiri mempunyai nilai yang lebih besar dibanding dengan nilai korelasi indikator terhadap variabel lainnya sehingga seluruh indikator untuk variabel MEDIA, MINAT, dan PTH dinyatakan valid.

Tabel 5 Nilai *Cross Loading*

Indikator	MEDIA	MINAT	PTH
MEDIA_1	0.943	0.063	0.150
MEDIA_2	0.863	0.042	0.147
MINAT_1	0.011	0.848	0.176
MINAT_2	0.034	0.758	0.090
MINAT_3	0.094	0.822	0.167
PTH_1	0.187	0.190	0.836
PTH_2	0.126	0.122	0.747
PTH_3	0.085	0.149	0.814
PTH_4	0.112	0.130	0.822

4.2.2. Uji Reliabilitas

Untuk melakukan uji reliabilitas, dilakukan uji *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. *Composite reliability* dan *cronbach's alpha* bernilai 0,6 – 0,7 menunjukkan penelitian diterima, nilai antara 0,7 dan 0,9 dapat dianggap memuaskan, Nilai diatas 0,95 tidak diinginkan karena menunjukkan bahwa semua variabel indikator mengukur fenomena yang sama oleh karena itu tidak mungkin menjadi ukuran konstruk yang valid (Joseph F. Hair et al., 2017). Hasil uji realibilitas yang disajikan pada tabel 6 menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha dan *composite reliability* memiliki nilai antara 0,7 dan 0,9 sehingga dapat dinyatakan bahwa alat ukur sangat memuaskan.

Tabel 6 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
MEDIA	0.784	0.899
MINAT	0.749	0.851
PTH	0.822	0.881

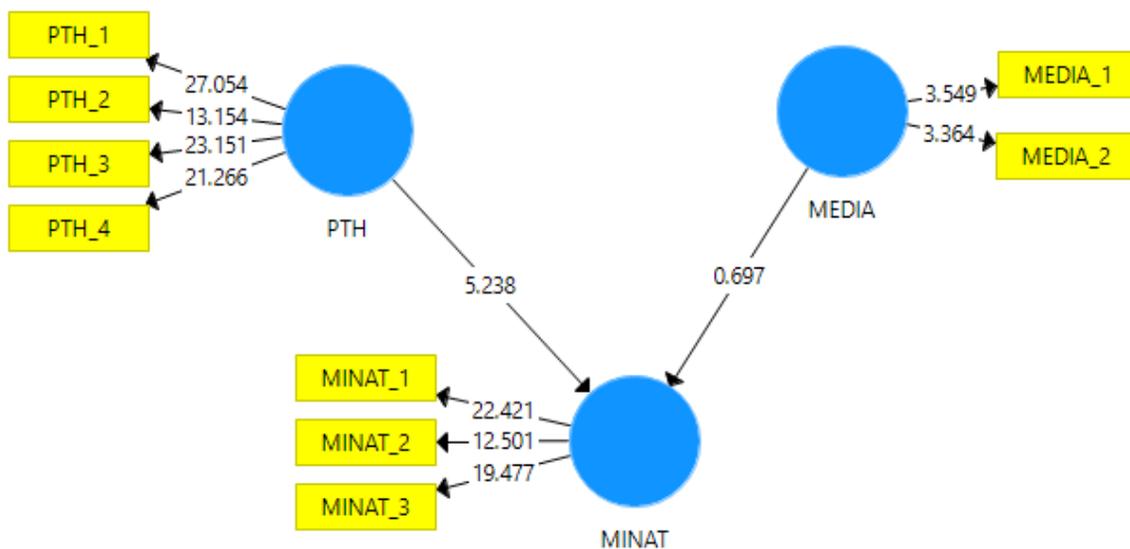
4.2.3. Evaluasi Model Struktural

Evaluasi model struktural dapat dilakukan dengan melihat *path coefficient* dan mengevaluasi koefisien determinasi R².

a. *Path Coefficient*

Path coefficient digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Melalui proses *bootstrapping*, signifikansi antar jalur dapat dilihat dari uji t. Berikut hasil pengujian t terhadap inner dan outer model. Hipotesis ditolak jika t statistik lebih besar dari t tabel, dimana $\alpha=0,05$. Besar t tabel ($\alpha=0,05$) adalah 1,97. Pengujian hipotesis juga dapat dilihat dari P values. Hipotesis ditolak apabila P values kurang dari 0,05. Gambar 3 menunjukkan hasil *bootstrapping path coefficient*. Gambar 2 dan Tabel 7 menunjukkan nilai t statistik dan P-value pengaruh antara variabel berdasarkan model. Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa:

- 1). Nilai t statistik untuk pengaruh variabel PTH terhadap MINAT sebesar 5,238. Jika dibandingkan dengan t tabel (yaitu sebesar 1,97), maka t statistik lebih besar dari t tabel sehingga H1 ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dari variabel pengetahuan (PTH) terhadap minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT (MINAT). Pengaruh yang signifikan dari variabel PTH terhadap minat juga bisa dilihat dari P values, yaitu sebesar 0,00 atau lebih kecil dari 0,05. Adapun besarnya pengaruh tersebut sebesar 0,191, koefisien jalur yang bernilai positif menunjukkan semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki responden mengenai DTT maka semakin tinggi pula minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT.
- 2). Nilai t statistik untuk pengaruh variabel MEDIA terhadap MINAT sebesar 0,697. T statistik lebih kecil dari t tabel (yaitu 1,97) sehingga H2 diterima. Selain itu, nilai P values yang ditunjukkan sebesar 0,486 atau lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penggunaan media tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT.



Gambar 2. Nilai Path Coefficient Hasil *Bootstrapping*

Tabel 7 Hasil Path Coefficient Pengaruh Langsung

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
MEDIA -> MINAT	0.030	0.037	0.043	0.697	0.486
PTH -> MINAT	0.183	0.191	0.035	5.238	0.000

b. Mengevaluasi Koefisien Determinasi R²

Berdasarkan nilai Koefisien Determinasi atau R² *adjusted* yang ditunjukkan pada Tabel 8 diketahui bahwa pengetahuan mengenai TV Digital mampu menjelaskan minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT sebesar 0,036 atau 3,6% sedangkan sisanya 96,4% dari konstruk lainnya.

Tabel 8 Hasil Nilai Koefisien Determinasi R² *Adjusted*

Variabel	R Square	R Square Adjusted
MINAT	0.036	0.033

4.2.4. Uji Model Fit

Untuk melihat baik atau tidaknya model, bisa dilakukan dengan melakukan *blindfolding* pada *Smart-PLS* untuk memperoleh nilai *predictive relevance*. Nilai ini untuk melihat seberapa baik nilai observasi. Melalui tabel *construct cross validated redundancy*, akan diperoleh nilai Q². Nilai observasi bagus jika Q² lebih dari 0. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh, nilai Q² lebih besar dari 0 sehingga dapat dinyatakan bahwa nilai observasi bagus.

Tabel 9. *Construct Cross Validated Redundancy*

Variabel	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
MEDIA	1210.000	1210.000	
MINAT	1815.000	1780.041	0.019
PTH	2420.000	2420.000	

Untuk melihat model fit, dapat dilihat dari nilai *standardized root mean square residual* (SRMR), berguna untuk mengukur perbedaan antara korelasi yang diamati dengan korelasi yang ada di model). Kriterianya apabila kurang dari 0,10 atau 0,08 dalam versi yang lebih konservatif dianggap cocok (Joseph F. Hair dkk., 2017). Tabel 10 menunjukkan bahwa hasil indeks SRMS sebesar 0,072. Nilai SRMR lebih rendah dari 0,10 sehingga dikategorikan sebagai GoF yang ideal, artinya bahwa model sangat baik atau memiliki kemampuan yang tinggi dalam menjelaskan data empiris.

Tabel 10 Hasil SRMR Indeks

Item	Saturated Model	Estimated Model
SRMR		0.072

4.2 Pembahasan

Indikator pada variabel penggunaan media yaitu lama responden dalam mengakses konten via streaming (Youtube, Netflix, Vidio) di internet dalam sehari dan lama responden menyaksikan siaran stasiun TV nasional/lokal saat mengakses konten *via streaming* di internet, tidak berpengaruh signifikan terhadap minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT. Hasil simulasi ini berbeda dengan temuan Goyanes (2014), Sarrina Li et al. (2013), dan Fletcher & Nielsen (2017) yang menyebutkan bahwa penggunaan internet (media *online*) berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan/membeli teknologi. Dengan demikian, lamanya akses masyarakat dalam menggunakan internet, tidak berbanding lurus dengan banyaknya informasi yang didapatkan masyarakat mengenai DTT. Hal ini kemungkinan disebabkan karena pada saat survey dilakukan, yaitu pada bulan September-Oktober 2019, sosialisasi DTT

yang dilakukan oleh pemerintah dan penyelenggara TV (terutama TV swasta), terutama melalui media *online* (internet), masih sangat minim.

Gugatan terhadap Peraturan Menteri yang mengatur mengenai penyelenggaraan DTT pada tahun 2015 karena tidak sesuai dengan Undang-Undang Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 (Yuniarti & Ariyanti, 2021) menyebabkan ketidakpastian hukum dalam penyelenggaraan DTT. Hal ini menyebabkan upaya migrasi siaran analog ke digital menjadi terhambat, termasuk dalam hal sosialisasi DTT kepada masyarakat. Pada akhir tahun 2019, pemerintah melakukan sosialisasi DTT yang dilakukan secara tatap muka di beberapa kota besar di Indonesia. Namun, sosialisasi tersebut cakupannya masih terbatas, di lingkungan Pemda atau kampus saja. Selain itu, sosialisasi yang dilakukan melalui internet, baik melalui sosial media dan *website* resmi siaran DTT di Indonesia sangat minim dijumpai.

Indikator dari variabel pemahaman dalam penelitian ini, yaitu responden mengetahui perangkat TV dengan kemampuan untuk menerima siaran digital (TV atau STB DTT) sudah ada di pasaran, cara memasang perangkat DTT/menghubungkan STB ke TV, mengetahui perangkat TV biasa (analog) bisa menerima siaran DTT menggunakan STB/*decoder* dan antena, dan mengetahui jika dapat memilih antara menonton siaran TV analog atau menonton siaran DTT, berpengaruh positif signifikan terhadap minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT. Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan Viehland dkk. (2010), Chan-Olmsted & Chang (2006), dan Liu (2012) bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan (membeli) teknologi. Hal ini menunjukkan semakin tinggi pengetahuan responden mengenai DTT, semakin besar minat masyarakat untuk membeli perangkat penerima siaran DTT.

Dari empat indikator variabel PTH, hanya satu indikator, yaitu PTH1 yang terkait dengan kesadaran, sedangkan tiga indikator lainnya, PTH2, PTH3, dan PTH4 terkait dengan pengetahuan prinsip dan pengetahuan mengenai cara kerja siaran atau perangkat penerima DTT, seperti yang sudah dijelaskan dalam bagian dua mengenai tinjauan pustaka. Dalam penyampaian informasi atau pengetahuan suatu kebijakan terkait dengan teknologi, pemerintah menggunakan beberapa cara penyampaian informasi, salah satunya sosialisasi. Dalam hal ini, sosialisasi tatap muka terbatas yang dilakukan pemerintah saat survei dilakukan, baru sebatas mendorong tercapainya kesadaran masyarakat mengenai siaran DTT, belum banyak mencakup tahap pengetahuan prinsip dan cara kerja suatu teknologi. Menurut Rogers (2003), pengetahuan prinsip dan cara kerja teknologi merupakan proses penting bagi suatu individu dalam mengaktualisasikan minatnya dalam membeli atau menggunakan suatu teknologi.

5. Simpulan dan Saran

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari pengetahuan dan penggunaan media terhadap minat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT, baik berupa STB maupun DTV. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa penggunaan media, dalam hal ini waktu akses konten video dan konten siaran melalui internet, tidak berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT. Di sisi lain, pengetahuan terkait dengan siaran dan perangkat penerima DTT berpengaruh secara positif terhadap minat masyarakat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pengetahuan masyarakat terhadap TV Digital, semakin besar minat masyarakat dalam membeli perangkat penerima siaran DTT.

Saran

Saat ini, dengan semakin dekatnya migrasi total siaran analog ke DTT, pemerintah dan penyelenggara TV (publik dan swasta) semakin memfasilitasi penyebaran informasi mengenai siaran DTT. Bahkan, di *platform online* seperti Youtube dan Instagram, sudah banyak tutorial dan demo yang menjelaskan mengenai prinsip kerja siaran DTT serta spesifikasi dan cara kerja perangkat penerima siaran DTT. Dalam hal ini, masyarakat yang memiliki akses internet dapat dengan mudah mengakses pengetahuan mengenai

siaran DTT, mulai dari pengetahuan dasar yang terkait dengan kesadaran, hingga pengetahuan prinsip dan pengetahuan mengenai cara. Namun, bagaimana dengan masyarakat yang tidak memiliki akses internet? Untuk menjangkau masyarakat yang belum memiliki akses internet, sebaiknya selain sosialisasi yang sifatnya membangun kesadaran masyarakat mengenai keberadaan siaran digital, pemerintah juga memasifkan demo atau workshop mengenai cara instalasi STB ke perangkat TV analog, cara mengakses siaran DTT melalui STB dan DTV, komparasi jenis-jenis dan harga perangkat penerima siaran DTT yang ada di pasaran, dan informasi teknis lainnya. Pemerintah juga perlu memperluas jangkauan audiens sosialisasi, demo, ataupun *workshop* hingga tingkat RT/RW agar target migrasi DTT pada tahun 2022 bisa terpenuhi.

Penelitian ini bermanfaat dalam memberikan rekomendasi terhadap pemerintah terkait rencana *analog switch off* (ASO) DTT di Indonesia, yaitu perlunya sosialisasi agar rencana tersebut dapat berjalan sesuai dengan yang telah ditetapkan. Meskipun demikian, masih terdapat keterbatasan pada penelitian ini yaitu masih sedikit variabel yang digunakan karena sebesar 0,036 atau 3,6% kontrak yang berpengaruh sedangkan sisanya 96,4% dari kontrak lainnya belum dimasukkan. Penelitian selanjutnya perlu memasukkan variabel-variabel lain yang kemungkinan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam membeli perangkat TV DTT antara lain demografi yang terdiri dari gender dan pendapatan agar analisis lebih komprehensif.

6. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya, Perangkat, dan Penyelenggaraan Pos dan Informatika yang telah membiayai penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Ariyanti, S., & Yuniarti, D. (2020). Challenges and Opportunities for Integrated Broadcast Broadband (IBB) Implementation in Indonesia. *Journal of Physics: Conference Series*, 1502(2020), 1–8. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1502/1/012018>
- Ariyanti, S., Yuniarti, D., Gultom, A. D., Wardahnia, & Kusumawati, D. (2018). *Integrated Broadcast Broadband Study in Indonesia. [Original Title: Kajian Integrated Broadcast Broadband in Indonesia]*.
- Atkin, D. J., Neuendorf, K., Jeffres, L. W., & Skalski, P. (2009). Predictors of Audience Interest in Adopting Digital Television. *Journal of Media Economics*, 16(3), 159–173.
- Chan-Olmsted, S. M., & Chang, B.-H. (2006). Audience knowledge, perceptions and factors affecting the adoption intent of terrestrial digital television. *New Media Society*, 8(5), 773–800.
- Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2017). Paying for Online News: A comparative analysis of six countries. *Digital Journalism*, 5(9), 1173–1191. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1246373>
- Goyanes, M. (2014). An Empirical Study of Factors that Influence the Willingness to Pay for Online News. *Journalism Practice*, 8(6), 742–757. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.882056>
- ITU. (2016). *Handbook on Digital Terrestrial Television Broadcasting Networks and Systems Implementation*.
- Joseph F. Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Second Edi). Sage Publications, Inc.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (n.d.). Retrieved March 23, 2020, from https://kominfo.go.id/content/detail/21038/siaran-pers-no-168hmkominfo082019-tentang-digital-perbatasan-menjahit-indonesia-dari-beranda-depan/0/siaran_pers
- Li, S.-C. S. (2014). Digital television adoption: Comparing the adoption of digital terrestrial television with the adoption of digital cable in Taiwan. *Telematics and Informatics*, 31(2014), 126–136.
- Liu, Y. (2012). *Knowledge, persuasion, and decision: Examining the predictors of microblogging's diffusion in China*. [University of Miami]. <http://ovidsp.ovid.com/ovidweb.cgi?T=JS&PAGE=reference&D=psyc10&NEWS=N&AN=2013-99130-203>
- Papandrea, F., & Armstrong, M. (2009). Record of the Communications Policy & Research Forum 2009. In *Forum American Bar Association*.
- Pemerintah Negara Indonesia. (2020). *Rancangan Undang-Undang Cipta Kerja*.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (Fifth Ed.). Free Press.
- Sarrina Li, S.-C., Ku, L., & Liu, Y. (2013). Using Rogers's Diffusion of Innovation Model to Examine the Willingness to Pay for Public Television in Taiwan. *JMM International Journal on Media Management*, 15(2), 99–118. <https://doi.org/10.1080/14241277.2013.775576>
- Viehland, D., Siu, R., & Leong, Y. (2010). Consumer Willingness to Use and Pay for Mobile Payment Services. *International Journal of Principles and Applications of Information Sciences and Technology*, 3(1), 35–45.
- Yuniarti, D., & Ariyanti, S. (2021). Towards Indonesia's Integrated Broadcast Broadband Implementation Policy: A Comparative Analysis of Singapore, Japan and Malaysia. *Journal of Digital Media and Policy, Fast Track Articles*. https://doi.org/https://doi.org/10.1386/jdmp_00041_1