



## Determinasi Teknologi terhadap Media Televisi Net. dan TVRI Lampung

Hendriko D. Sinaga<sup>1\*</sup>, Vera Shovi Rahayu<sup>2)</sup>

<sup>1\*,2)</sup>Universitas Sahid

<sup>\*)</sup>E-mail korespondensi: [hendriko.sinaga@gmail.com](mailto:hendriko.sinaga@gmail.com)

Diterima: 20-08-2023 | Direvisi: 01-10-2023 | Disetujui: 02-11-2023 | Publikasi online: 31-11-2023

### ABSTRACT

*Technological determination has an impact on social media activities, one of the social media affected by the impact of technological determination is television media NET. and TVRI Lampung. To complete the New Media and Journalism Lecture assignments at Sahid University Jakarta lectures, this research will reveal the problems faced by NET. TV and TVRI Lampung in facing technological determination, namely; 1) Does Net. TV and TVRI Lampung tend to lead to the integration of the YouTube medium or the use of other media. 2) How to maintain the value of the news they present still needed? To answer these questions, research on the impact of technological determination on the Net. TV and TVRI Lampung were conducted by the researcher. The method used in this research uses descriptive qualitative analysis, which is a study method used to reveal facts, circumstances, phenomena, variables, and conditions that occur when the research runs and displays information as it is. Qualitative descriptive research through literature studies and interviews that have been conducted by other researchers is expected to be able to reveal the influence of technological determinations on NET. TV and TVRI Lampung.*

**Keywords:** Media Connectivity; Media Coverage; Determinism; Artificial intelligence; Ethic.

### PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi berpengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia (Meisyaroh, 2013), terutama kehidupan sosial masyarakat. Kehidupan sosial masyarakat merupakan interaksi atau hubungan antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya dalam suatu kelompok atau lingkungan yang saling berkomunikasi yang selanjutnya berkembang menjadi kehidupan manusia yang saling membutuhkan diantara mereka.

Teknologi pada mulanya diciptakan oleh manusia untuk memudahkan manusia melakukan pekerjaannya maupun dalam interaksi komunikasi antar sesamanya, namun pada akhirnya teknologi lambat laun mempengaruhi setiap kegiatan yang dilakukan oleh manusia, baik secara individu maupun sebagai masyarakat yang membentuk kelompok-kelompok atau golongan.

Media komunikasi merupakan salah satu media yang saat ini semakin maju dan berkembang seiring dengan perkembangan hidup manusia. Hadirnya teknologi informasi dan komunikasi menjadikan dunia terasa kecil dan tanpa batas. Ketika media baru memasuki suatu organisasi, aturan komunikasi media cenderung berubah, sehingga cara hidup yang ada harus berubah mengikuti perkembangan jaman karena teknologi mengenalkan kepada kita cara baru untuk hidup, membangun budaya baru dalam suatu jaringan komunikasi. Media baru memungkinkan manusia membuat perubahan dalam lingkungan hidupnya, menggantikan komunikasi tatap muka langsung dengan komunikasi internet secara visual melalui audi dan video. Kehadiran teknologi internet, melahirkan banyak aplikasi baru yakni situs jejaring sosial dan media sosial yang membuat masyarakat banyak bersosialisasi didunia maya. Hal ini tentu saja membawa banyak perubahan dalam masyarakat dari segi budaya dan komunikasi (Meisyaroh, 2013).

Perubahan kehidupan manusia yang terjadi akibat pengaruh perkembangan teknologi merupakan determinasi teknologi yang sebenarnya terjadi tanpa disadari oleh kita manusia. Determinisme teknologi pertama kali diperkenalkan oleh MC Luhan tahun 1962 dalam tulisannya yang berjudul "The Guttenberg Galaxy: The making of typographic Man". Gagasan utama dari Teori MC Luhan ini adalah bahwa perubahan yang terjadi dalam berbagai cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain (Marshall, 1962) dalam (Surahman, 2016).

Determinisme teknologi menjadikan manusia sebagai objek teknologi yang membentuk manusia baik dalam hal berpikir, berpendapat maupun bertindak. Sebagai media baru, media online dan sosial media dituntut untuk terus menerus menyajikan kecepatan informasi dan membuat khalayak yang mampu dan mudah berinteraksi dengan siapa saja dan dengan apa saja. Kebaruan fitur dan kecepatan informasi di media sosial (*social networking*) menjadi tolak ukur keberadaan media sosial (Febriana, 2018).

Determinisme teknologi adalah sebuah konsep yang mempermudah dalam memahami hubungan antara teknologi dan komunikasi interpersonal. Teknologi memberikan banyak kelebihan pada manusia, keberadaan teknologi membuat segalanya menjadi cepat, teknologi menjadikan segala sesuatu mudah untuk dirubah, dan teknologi menjadikan sesuatu yang biasa menjadi sangat menyenangkan (Krug, 2005).

Cepatnya perubahan teknologi dan informasi membawa perubahan besar pada media massa yang ditandai dengan bermunculannya media baru yaitu media online dan media sosial. Media baru menawarkan kecepatan informasi yang nyaris tanpa batas ruang dan waktu, kebebasan berpendapat, komunikasi antar khalayak yang kompleks yang membuat khalayak mudah terhubung satu sama lain. Kehadiran media baru sekaligus menggeser pola komunikasi antar khalayak yang awalnya komunikasi dilakukan secara tatap muka, saat ini komunikasi dilakukan secara virtual melalui media online dan media sosial. Seiring perkembangan tersebut perlahan tapi pasti media-media lama mulai ditinggalkan oleh para khalayak dan mereka berpindah ke media baru yaitu media online termasuk media sosial yang merupakan bagian dari media baru yang menawarkan kecepatan akses informasi.

Media televisi adalah salah satu media yang ikut terdampak dalam determinasi teknologi saat ini, televisi tidak lagi bergerak dalam analog, tapi sudah berbasis teknologi digital. Kelemahan siaran televisi analog bila semakin jauh letak antena penerima dari stasiun pemancar televisi, maka sinyal yang diterima akan melemah dan mengakibatkan gambar yang diterima oleh pesawat televisi menjadi buruk dan berbayang. Sedangkan kelebihan teknologi digital, sinyal yang dipancarkan oleh pemancar TV digital dibanding analog adalah ketahanannya terhadap gangguan (*noise*) dan kemudahannya untuk diperbaiki (*recovery*) di penerima dengan kode koreksi error (*error correction code*), sehingga televisi yang menggunakan teknologi digital dapat bergerak kemana saja, gambar yang diterima oleh pesawat televisi digital tidak lagi berbayang atau bintik-bintik.

Net. (News and Entertainment) TV adalah merupakan salah satu stasiun televisi yang telah mengalami perkembangan akibat perubahan teknologi. Diawali akuisisi sebuah perusahaan televisi berjaringan, PT Televisi Anak Spacatoon oleh PT Industri Mitra Media dan berganti nama sejak tanggal 2 Juli 2014 menjadi PT Net Mediatama Televisi yang selanjutnya berubah menjadi NET. Televisi NET. mencitrakan dirinya sebagai televisi yang modern, penuh idealisme, dan menyesuaikan selera penduduk metropolitan, sesuai dengan slogannya, yaitu "Televisi Masa Kini", berbeda dengan televisi sebelumnya *Spacatoon* yang dikenal sebagai televisi anak-anak.

Sejak awal mengakuisisi *Spacatoon TV*, NET. TV telah menggunakan teknologi digital dalam penyiarannya. Dalam era digital, penggunaan internet telah menjadi faktor yang penting dalam kehidupan kita, pemanfaatan media-media berbasis internet juga telah digunakan sebagai salah satu platform untuk mendistribusikan program-program televisi dan menjalin ikatan (*engagement*) antara program televisi dengan penontonnya. *Engagement* melalui media sosial inilah yang dibangun oleh NET. TV sehingga strategi pemanfaatan media baru menjadi strategi utama yang digunakan oleh NET. TV dalam persaingan televisi swasta nasional di Indonesia dengan menggunakan beragam media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, dan Google+) serta kanal digital khusus milik mereka, yakni Zulu.id (Permana & Mahameruaji, 2019).

TVRI Lampung merupakan stasiun televisi daerah yang didirikan oleh Televisi Republik Indonesia untuk wilayah Provinsi Lampung. TVRI Lampung didirikan pada tanggal 12 Juli 1991 dengan nama TVRI Bandar Lampung. TVRI Lampung berkantor di Jl. Way Huwi, Sukarame, Bandar Lampung. TVRI Lampung *me-relay* 92 persen acara pada TVRI Nasional dan sisanya, TVRI Lampung membuat program khusus Provinsi Lampung yang ditayangkan mulai pukul 14.00-18.00 WIB. Dan saat ini TVRI Lampung sudah bisa siaran TV Digital yang ditayangkan mulai 24 Jam.

## TINJAUAN PUSTAKA

**Determinisme Teknologi.** Kemajuan teknologi telah membuat perubahan pada diri manusia karena teknologi membentuk diri manusia, dimana mereka berfikir, bersikap dalam suatu masyarakat atau menentukan pilihan berdasarkan teknologi yang

mempengaruhinya. Teori Determinisme Teknologi pertama kali dikemukakan oleh Marshall McLuhan di tahun 1962 tentang “The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man”. Pokok gagasan dari teori ini adalah bahwa pola kehidupan masyarakat manusia, khususnya aspek interaksi sosial diantara mereka, ditentukan oleh perkembangan dan jenis teknologi yang dikonsumsi oleh masyarakat itu sendiri (McLuhan, 1994).

Teori determinisme teknologi semakin berkembang seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan media massa juga interaksi sosial antar sesama manusia dengan ditemukannya dan masuknya internet dalam kehidupan sehari-hari. Internet mengubah dunia sekaligus manusia. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi melahirkan media baru atau media sosial sebagai media interaktif yang menggunakan jaringan internet membuat seluruh belahan dunia terhubung dengan mudah.

Determinisme teknologi berawal dari asumsi bahwa teknologi adalah kekuatan kunci dalam mengatur masyarakat. Dalam paham ini struktur sosial dianggap sebagai kondisi yang terbentuk oleh *materialistic* teknologi. Lain halnya dengan analisis Feenberg yang mengemukakan dua *premis determinisme* teknologi yang bermasalah. Pertama, teknologi berkembang secara *unlinear* dari konfigurasi sederhana kearah yang lebih kompleks. Kedua, masyarakat harus tunduk pada perubahan-perubahan yang terjadi dalam dunia teknologi itu (Smith dalam Saefullah, 2007).

**Media Sosial.** Di era yang serba instan dan cepat, kehadiran media baru sangat membantu konektivitas khalayak baik dari segi kecepatan maupun kemudahan akses informasi. Kapanpun dan dimanapun dan dengan siapapun khalayak bisa dengan mudah mengakses informasi yang dibutuhkan tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Era android saat ini membuat layar telepon selular pun diramaikan dengan lahirnya media-media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan masih banyak lagi. Fenomena ini menggambarkan bahwa khalayak membutuhkan tempat yang mampu membuat mereka selalu terhubung dengan siapa saja dan apa saja karena sifatnya yang kompleks bahkan media sosial mampu menembus batas status sosial yang selama ini menjadi salah satu penghalang komunikasi.

Media sosial adalah media yang terkoneksi tidak hanya pada satu platform saja, tetapi pada banyak platform yang membuat kita bisa berkomunikasi langsung dengan banyak orang dalam waktu yang bersamaan dalam bentuk chatting ataupun pengiriman email (Fuchs, 2017). Sementara Van Dijk mendefinisikan media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial (Fuchs dalam Nasrullah, 2015:11). Meike dan Young mengartikan sosial media sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (to be shared one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu (Nasrullah, 2015:11). Pada intinya, melalui sosial media kita dapat melakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating, dan Connecting (Puntoadi, 2011).

Menurut Nasrullah, media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Kini, televisi swasta nasional telah memiliki akun media sosial. Bukan hanya akun media sosial secara korporasi, melainkan juga program-program unggulan yang tayang di televisi swasta nasional kini memiliki akun media sosial, mulai dari akun Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, sampai Google+. Melalui beragam media sosial tersebut, stasiun televisi dapat “memasarkan” program-program mereka; atau jika ditilik dari konteks akun media sosial per program, akun-akun media sosial tersebut dapat dijadikan media untuk menyebarkan teaser atau konten-konten menarik yang dipilih dari beberapa episode program tersebut. Akan tetapi, tetap saja ujung-ujungnya hal itu dilakukan dengan tujuan agar khalayak/pemirsa menonton program tersebut di televisi konvensional/TV streaming. Pemilihan media sosial sebagai salah satu media pemasaran stasiun televisi sejalan dengan karakteristik media sosial itu sendiri. Setidaknya ada dua karakteristik media sosial yang membuat new media ini dimanfaatkan untuk banyak hal, yakni konten yang dapat ditentukan oleh pengguna (*user generated content/UGC*) dan sebagai media untuk menyebarkan informasi/konten secara cepat dan mudah (*share/sharing*).

Kemunculan berbagai media sosial tentunya tidak terlepas dari perkembangan teknologi dan internet. Penggabungan antara teks tulisan, konten audio-visual, hingga fotografi dalam ranah digital terjadi berkat adanya konvergensi media. Pada zaman millenials ini masyarakat berkembang dengan pesat di berbagai bidang yang ditunjang dengan tingkat akses media digital yang sudah menjadi keseharian sehingga old media perlu memikirkan tidak hanya mengandalkan produksi dan distribusi konten via media-nya sendiri saja, tetapi juga harus memperhitungkan dinamika persaingan dalam konteks digital. Oleh karena itu, konvergensi media menjadi strategi yang amat penting untuk eksistensi old media, termasuk dalam persaingan stasiun-stasiun televisi swasta nasional di Indonesia.

Konvergensi media dipicu oleh percepatan miniaturisasi peralatan canggih dan kemampuan untuk mengompres data menjadi bit digital yang kecil sehingga mudah disimpan dan ditransmisikan. Perusahaan-perusahaan media, baik yang produknya didasarkan pada teknologi cetak, elektronik, maupun fotografis, semuanya terlibat dalam konvergensi ini. Kevin Manay dari USA Today (Vivian, 2015) ketika menulis di majalah Quill, menyatakan sebagai berikut:

*“Semua perangkat yang dipakai orang untuk berkomunikasi dan semua jenis komunikasi mulai melebur menjadi satu industri megamedia raksasa. Akibatnya adalah jalur telepon akan memuat acara TV. Televisi kabel akan bisa dipakai untuk menelepon. Komputer akan dipakai untuk menonton dan mengedit film. Ponsel berteknologi komputer akan bisa melakukan panggilan ke majalah interaktif yang menggabungkan teks, suara dan video untuk menyampaikan beritanya.”*

Industri media tidak hanya bergabung dalam konteks ekonomi (karena perusahaan media mulai membeli dan menjual satu sama lain), tetapi teknologi industri juga bergabung yang berarti bahwa akhirnya produk-produk perusahaan media yang dihasilkan mulai

menyerupai satu sama lain. Negroponte juga mengatakan bahwa kombinasi industri media dengan industri komputer akan menciptakan jenis komunikasi baru. Untuk mengidentifikasi apa yang terjadi, Negroponte menciptakan dua model untuk menunjukkan posisi industri media pada tahun 1978 dan visi yang diproyeksikannya untuk industri-industri tersebut pada tahun 2000. Dia mendaftarkan tiga segmen bisnis media: (a) cetak dan penerbitan, (b) siaran dan motion picture, dan (c) industri komputer (Biagi, 2005).

Konvergensi media sekarang ini juga telah merambah dunia pertelevisian di Indonesia karena televisi siaran mendistribusikan konten-kontennya tidak hanya secara terrestrial saja, tetapi juga melalui jaringan digital. Perkembangan teknologi digital yang berbasiskan komputer dan internet ini juga turut membidani lahirnya berbagai platform yang dapat digunakan sebagai media distribusi konten program-program stasiun televisi. Kini, hampir semua stasiun televisi memiliki situs streaming-nya sendiri. Menurut Subiakto, dewasa ini 85% wilayah dunia telah mengimplementasikan digitalisasi penyiaran. International Telecommunication Union (ITU) telah menetapkan bahwa pada tahun 2015 sebagai batas akhir TV analog secara internasional. USA misalnya, telah *switch-off* analog pada 2009; Jepang pada 2011; Korea, China, dan UK pada 2012; Brunei pada 2014; serta Singapura, Thailand, Malaysia, dan Filipina pada 2015, sedangkan Indonesia berencana *switch-off* pada 2018 (Mudjiyanto, 2013).

**Media Net.TV.** NET. TV memulai siaran perdananya pada tanggal 26 Mei 2013. NET. didirikan untuk konten hiburan dan informasi, dimana di masa yang akan datang dunia akan terhubung dengan adanya kemajuan teknologi sehingga komunikasi di masyarakat akan semakin lebih mendalam, dan komunikasi antar personal mudah diakses. NET. TV muncul dengan konsep multiplatform sehingga pemirsanya bisa mengakses tayangan NET. yang tidak terbatas ruang dan waktu. Secara konten, tayangan NET. sedikit berbeda dengan tayangan televisi yang sudah ada. Tayangan berita NET. TV wajib menghibur dan sebaliknya, tayangan hiburan NET. TV harus mengandung fakta, bukan rumor atau gosip. NET. menjadi stasiun televisi pionir yang menggunakan citizen journalism. Secara tampilan, NET. muncul dengan gambar yang lebih tajam dan warna yang lebih cerah. NET. telah menggunakan sistem full high definition (Full-HD). NET. TV dapat disaksikan melalui siaran terrestrial tidak berbayar, atau free to air. NET. juga dapat disaksikan dengan berlangganan televisi berbayar, di antaranya: First Media (channel 371), BIG TV (channel 232), UseeTV (channel 112) dan Orange TV. Sementara para pelanggan internet, dapat mengakses live streaming melalui YouTube dengan domain <https://www.youtube.com/user/netmediatama>, [www.netmedia.co.id](http://www.netmedia.co.id), serta aplikasi di iOS dan Android dengan memasukkan *search keywords*: Netmediatama Indonesia.

Dari lini digital, NET. membuat terobosan dengan melakukan *engagement* langsung ke pemirsa. Akun media sosial NET. pun diberdayakan optimal untuk mengurangi jarak antara program dengan pemirsa. Beberapa media sosial yang digunakan NET. untuk mendistribusikan informasi dan memasarkan konten programnya antara lain Facebook, Twitter, Instagram, dan Linked In. Salah satu alasan yang melatarbelakangi pelaku usaha NET. TV adalah untuk menciptakan *engagement* dengan khalayak atau pemirsanya dengan menyebarkan atau membuat konten-konten di media sosial secara aktif, pihak NET.

diharapkan dapat menciptakan ikatan emosi dengan para pemirsanya. Selain menciptakan ikatan dan mempertahankan (atau bahkan menaikkan) jumlah penonton atas program-program yang ditayangkan, media sosial juga digunakan oleh NET. sebagai sarana penyebaran informasi-informasi mengenai program-program off air (seperti kompetisi-kompetisi dan seminar-seminar yang diadakan oleh pihak NET. atau hanya sebagai media publikasi dari pihak penyelenggara kompetisi atau seminar). Media sosial yang dipakai NET. juga selalu memposting ucapan selamat di hari-hari besar keagamaan. Hal ini dilakukan tentu untuk mempererat ikatan atau hubungan dengan khalayak.

Penggunaan media digital sebagai platform penyedia konten NET. TV, salah satu program NET. TV yang telah menggunakan konvergensi media adalah *NET. Citizen Journalism* (NET. CJ). Hasil penelitian Vebrynda et al. (2017) menemukan bahwa dengan menggunakan berbagai platform media yang fungsinya berbeda dan memiliki satu tujuan yang sama, yaitu untuk menjalankan program NET. CJ. Adapun berbagai platform dalam proses produksi program, yaitu tayangan TV konvensional, streaming TV, website, aplikasi NET. CJ, Facebook, Twitter, Instagram dan Path. Konvergensi media dijalankan dalam dua proses, yaitu proses produksi dan proses promosi program berita (Vebrynda et al., 2017). Alasan NET. membuat aplikasi-aplikasi digital yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja melalui platform smartphone adalah tingkat aksesibilitas masyarakat di Indonesia dalam menggunakan internet via smartphone. Seperti yang tampak pada Gambar 5, sebuah riset Google pada Januari 2018 menunjukkan bahwa sebanyak 72% responden dari seluruh Indonesia mengakses internet melalui smartphone mereka. Jadi, kini jadwal tayang program televisi sudah tidak terlalu menjadi sebuah hal yang mutlak karena selama tersedia jaringan internet dan gawai (perangkat masa kini yang tercipta seiring berkembangnya teknologi) yang saling terhubung, maka sebuah konten program televisi dapat dinikmati melalui aplikasi maupun situs streaming televisi.

Kemunculan media sosial berbagi video seperti YouTube juga turut memengaruhi strategi manajemen media NET. Kini, yang menjadi pesaing bagi NET. bukan hanya sesama stasiun televisi atau old media lain, tetapi kanal-kanal YouTube yang memiliki subscriber besar juga menjadi saingan berat dalam konteks menjaring iklan atau sponsor. Seperti yang telah disampaikan oleh Kepala Divisi Pelayanan Produksi NET. TV, Rahmat Edi Irawan, yang akrab disapa Bang REI, dalam kutipan wawancara berikut ini:

*“Saya kira sekarang NET. nggak cuma bersaing sama stasiun-stasiun televisi lain aja. Tapi sekarang YouTuber-YouTuber yang punya subscriber banyak juga jadi saingan kita. Misalnya Raditya Dika. Channel YouTube-nya aja udah punya subscriber sekitar 3,4 juta-an. Otomatis beberapa penonton kita (NET.) banyak yang kesedot ke situ kan. Belum lagi bersaing dalam hal menjaring iklan dan sponsor. Jadi ya kita juga harus bisa bikin konten yang kreatif; karena salah satu hal yang menentukan keberhasilan program televisi adalah kontennya. Intinya di konten program. Konten yang bagus juga belum tentu berhasil menarik penonton buat nonton program kita; kita juga harus pikirin packagingnya. Nah, karena sekarang era digital, kita bisa distribusi konten program kita via platform-platform digital. Pemirsa juga bisa nonton program-program NET. di official website-nya. Selain itu, kita udah bikin aplikasi-aplikasi yang bisa diakses di*

*smartphone. Kita juga punya satu platform khusus yang bisa diakses via PC, tablet, atau smartphone yang basisnya Android atau iOS, namanya Zulu. Di situ, penonton bisa nonton program NET. kapan aja-di mana aja, yang tiap episodenya full.” (Rahmat Edi Irawan, NET. TV)*

Zulu.id (beralamat website di <http://zulu.id/>) merupakan kanal video yang berisi program-program dari NET. Zulu.id menyediakan program-program unggulan dari NET. TV, sebut saja Tetangga Masa Gitu, The EAST, J-Town, Ini Talkshow, Sarah Sechan, dan program lainnya, baik itu yang berbentuk talkshow, TV Series, atau feature. Sebetulnya NET. juga memiliki kanal YouTube, tetapi konten yang tersedia dalam kanal YouTube NET. hanya semacam trailer/teaser dari program yang ditayangkan. Namun, kanal YouTube ini bisa dibilang adalah “pintu” bagi NET. dalam memperkenalkan Zulu.id. Jumlah subscriber kanal YouTube NET. pun cukup banyak, yakni sebanyak 1.383.989 subscriber. Jumlah subscriber NET.TV (per 1 April 2018) hanya kalah oleh Indosiar yang memiliki 1.445.334 subscriber. Akan tetapi, setidaknya dengan jumlah subscriber yang lebih dari 1 juta, NET. bisa dibilang menjadi salah satu “penguasa” platform digital, dalam hal ini YouTube.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh GlobalWebIndex pada Januari 2018, platform media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia adalah YouTube, sebesar 43% (<https://www.gwi.com/reports/trends-18>). Dengan memiliki banyak subscriber dalam kanal YouTube, NET membuktikan bahwa konten-konten program NET. TV banyak disukai oleh khalayak meskipun hanya menampilkan scene-scene pilihan saja pada program-program yang diunggah dalam kanalnya. Selanjutnya, dengan memiliki banyak subscriber di kanal YouTube NET., kemungkinan akses khalayak menuju Zulu.id pun makin tinggi. Semakin banyak akses pada kanal YouTube NET. Dan Zulu.id kemungkinan konten program yang ditonton pun akan semakin banyak. Publisitas stasiun televisi pun akan meningkat sehingga mempermudah menarik calon sponsor atau mempertahankan kerja sama dengan sponsor yang sudah ada. Hal ini dapat meningkatkan sektor finansial dan eksistensi NET. dalam blantika persaingan stasiun televisi nasional di Indonesia.

Agar dapat menonton program NET. secara penuh, penonton harus mengakses channel televisinya atau melalui TV streaming NET. jika ingin menonton dalam jam tayang yang “normal” yang menghadirkan episode terbaru dari setiap program. Zulu.id menghadirkan seluruh episode program televisi NET. secara penuh, dan dapat diakses melalui situsnya di personal computer (PC), atau dengan cara mengunduh aplikasinya via tablet atau smartphone.

Untuk bisa menjalankan aplikasi Zulu.id, kita perlu terlebih dahulu mendaftar/membuat akun. Setelah itu akan ada beberapa kolom untuk diisi. Kemudian pihak Zulu akan mengirimkan email konfirmasi yang harus diklik agar akun Zulu tersebut menjadi aktif atau pengguna bisa masuk dengan menggunakan akun media sosial mereka, seperti Facebook, Twitter, atau NET. zccount yang dimiliki. Apabila telah berhasil sign-in, itu artinya pengguna sudah bisa menikmati konten-konten audio-visual dari program-program yang tayang di NET. secara penuh.

**TVRI Lampung.** TVRI Lampung berdiri sejak tahun 1971, meliputi acara berita dan “*current affair*” atau produksi paket acara hiburan dan pendidikan yang mendatangkan crew



produksi dari TVRI Pusat Jakarta atau dari Stasiun Palembang. TVRI Lampung pada 12 Juli 1991 mulai mengibarkan “bendera” secara nasional melalui Program Acara Terpadu dan Berita. Tahun 1996, TVRI Lampung melakukan siaran rutin perdana melalui frekuensi VHF. Sejak itu, TVRI SPK Lampung ditingkatkan menjadi Stasiun Produksi dan melakukan siaran rutin 30 menit setiap hari. Peralatan teknik studio yang digunakan adalah peralatan teknik OB Van Eks Bandung. Dengan keterbatasan SDM dan peralatan Teknis yang ada pada saat itu, TVRI Lampung menjadi inspiratif bagi TVRI yang ada di Indonesia untuk melakukan siaran rutin di daerahnya masing-masing. Kurun waktu 1997 sampai dengan 2003 bermunculan siaran TV swasta Nasional di Provinsi Lampung, bersamaan dengan itu antena tv penerima masyarakat juga beralih dari VHF ke UHF, akibatnya siaran TVRI Lampung yang masih menggunakan frekuensi VHF secara teknis mulai buram diterima oleh tv masyarakat. TVRI Lampung mulai ditinggal kan masyarakat, hanya sebagian masyarakat saja yang masih setia dengan siaran TVRI Lampung. Usaha pengadaan pemancar UHF dilakukan setiap tahun, baik melalui usulan ke Direktur teknik TVRI di Jakarta maupun kepada Pemerintah Daerah. Usaha tersebut baru dapat dikabulkan oleh Pemerintah Daerah Provinsi Lampung pada tahun 2004. Pemda Provinsi Lampung memberikan hibah pemancar UHF dengan daya pancar 2 Kilo Watt di Chanal 40 UHF. Pemancar 2 Kilo Watt tersebut dipasang di tower Gunung Betung dengan ‘coverate area’ meliputi kota Bandar Lampung, Kota Metro, Gunung Sugih, Kota Bumi, Menggala dan Mesuji, Sukadana, Kalianda, Pringsewu dan Talang Padang. Sejak saat itu, siaran TVRI Stasiun Lampung dan TVRI Nasional, secara teknis dapat kembali diterima dengan baik oleh masyarakat Lampung.

TVRI Lampung mempunyai Visi : menjadi Televisi Utama Masyarakat Sai Bumi Ruwa Jurai. Visi tersebut memiliki tujuan untuk menjadi stasiun penyiaran yang utama bagi masyarakat lampung, menjadi pusat informasi, pendidikan, hiburan, dan budaya bagi masyarakat Sai Bumi Ruwa Jurai (satu bumi dihuni oleh dua jurai/suku yaitu suku Sai Batin dan Pepadun).

Misi TVRI Lampung : mendukung Program TVRI Nasional, mengembangkan program siaran inovatif, sehat, dan mencerdaskan, mengembangkan fungsi kontrol sosial, pelestari budaya dan perekat NKRI, meningkatkan kualitas isi dan teknis siaran yang menjangkau seluruh wilayah Lampung, menjalin kerjasama dengan mitra kerja dan mitra usaha, menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, sehat, kompetitif dan profesional. Misi tersebut diarahkan untuk mencapai visi TVRI Lampung. Setiap pelosok sudah terjangkau siaran TVRI Lampung. Kualitas teknis dan program acara dapat diterima dengan baik oleh masyarakat serta Stasiun Penyiaran dikelola oleh SDM professional.

TVRI Lampung saat ini juga menyiarkan berita dan konten lainnya yang berupa video on demand atau VOD yang disajikan dalam kanal youtube. Jadi sistem nya pertama ditayangkan dulu di televisi, setelah itu media sosial milik TVRI Lampung seperti Instagram, TikTok dan Facebook page juga memberikan bantuan promosi berupa teaser untuk menarik perhatian audience menonton selengkapnya dikanal youtube. Hal ini dilakukan TVRI Lampung tidak hanya semata-mata untuk mempertahankan audience agar tetap dalam jangkauan, namun kanal youtube juga dijadikan kanal yang diharapkan dapat menghasilkan uang. Dalam menjaga nilai berita belum dilakukan pay per view, namun

untuk TVRI Lampung sendiri masih mengandalkan Youtube sebagai platform kedua dengan *streamming* untuk menayangkan berita dan konten lainnya yang sebenarnya dijadikan utama untuk menghasilkan profit.

Konten youtube memberikan pengaruh yang kuat pada pembuatan konten video, yang awalnya merupakan satu-satunya domain televisi, kini bagian utama dari pembuatan video menjadi berita yang penting dalam kanal youtube. Biaya untuk layanan streaming jauh lebih rendah daripada kebanyakan layanan kabel, meskipun banyak orang akan berlangganan beberapa layanan.

## METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisa deskriptif kualitatif, yaitu metode kajian yang digunakan untuk mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel, dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menampilkan informasi apa adanya. Penelitian deskriptif kualitatif melalui *study literature* dan wawancara yang pernah dilakukan oleh peneliti lain diharapkan mampu mengungkap pengaruh determinasi teknologi terhadap media NET. TV dan TVRI Lampung.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam menghadapi determinasi teknologi NET. menggunakan konsep multiplatform sehingga pemirsanya bisa mengakses tayangan NET. yang tidak terbatas ruang dan waktu. NET. menggunakan teknologi digital menggunakan sistem full high definition (Full-HD) sehingga gambar yang dihasilkan lebih tajam dan warna yang lebih cerah. NET. TV dapat disaksikan melalui siaran terrestrial tidak berbayar, atau free to air. NET. juga dapat disaksikan dengan berlangganan televisi berbayar, di antaranya: First Media (channel 371), BIG TV (channel 232), UseeTV (channel 112) dan Orange TV. Sementara para pelanggan internet, dapat mengakses live streaming melalui YouTube dengan domain <https://www.youtube.com/user/netmediatama>, web [www.netmedia.co.id](http://www.netmedia.co.id), serta melalui aplikasi di iOS dan Android.

NET. juga banyak melakukan langkah-langkah atau terobosan yang menggunakan basis media sosial untuk mendistribusikan informasi-informasi dan memasarkan konten-konten programnya antara lain dengan Facebook, Twitter, Instagram, dan Linked In. NET. menciptakan engagement dengan khalayak atau pemirsanya dengan menyebarkan atau membuat konten-konten di media sosial secara aktif. NET. menggunakan media sosial juga sebagai sarana penyebaran informasi dengan program-program off air (seperti kompetisi-kompetisi dan seminar-seminar yang diadakan oleh pihak NET. atau hanya sebagai media publikasi dari pihak penyelenggara kompetisi atau seminar). Media sosial yang dipakai NET. dengan memposting ucapan selamat di hari-hari besar keagamaan dilakukan tentu untuk mempererat ikatan atau hubungan dengan khalayak.

NET. punya satu platform khusus yang bisa diakses via PC, tablet, atau smartphone yang basisnya Android atau iOS, namanya Zulu. Zulu.id (beralamat website di <http://zulu.id/>) merupakan kanal video yang berisi program-program dari NET. Zulu.id menyediakan program-program unggulan dari NET. TV. NET. memiliki kanal YouTube, tetapi konten yang tersedia dalam kanal YouTube NET. hanya semacam trailer atau teaser dari program yang ditayangkan. Kanal YouTube ini sebagai “pintu” bagi NET. dalam memperkenalkan Zulu.id. dengan jumlah subscriber kanal YouTube NET. sebanyak 1.383.989 subscriber dibawah subscriber Indosiar yang memiliki 1.445.334. Dengan jumlah subscriber yang lebih dari 1 juta, NET. termasuk salah satu “penguasa” platform digital, dalam hal ini YouTube.

Langkah stasiun televisi membuat situs sendiri sebagai media distribusi konten program bukanlah hal yang baru. Sebelum Zulu.id, EMTEK Grup yang membawahi SCTV, Indosiar, dan O-Channel telah lebih dahulu membuat situs Vidio.com yang digunakan untuk kepentingan yang sama. Keputusan untuk membuat situs sendiri tentunya merupakan keputusan yang sudah dipertimbangkan secara matang. Ada beberapa keuntungan yang diperoleh NET. dengan membuat situs konten program mereka sendiri. Salah satu keuntungannya adalah mereka akan mendapatkan keuntungan finansial yang lebih besar. Jika mereka memiliki situs sendiri, tentu mereka dapat dengan bebas bekerja sama dengan sponsor yang menentukan konten-konten apa saja yang dapat disajikan oleh mereka, karena tidak bisa dipungkiri bahwa YouTube memiliki batasan-batasan yang terkadang menyulitkan penggunaanya untuk secara bebas mengunggah konten yang diinginkan, misalnya, masalah hak cipta konten audio-visual.

Zulu.id termasuk ke dalam situs berbagi media (media sharing). Situs berbagi media (media sharing) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Menurut Saxena, media sharing adalah situs media sosial yang memungkinkan anggota untuk menyimpan dan berbagi gambar, podcast, dan video secara online (Nasrullah, 2015). Zulu.id juga memiliki karakteristik user generated content (UGC) seperti dalam media sosial bahwa konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik, dalam hal ini NET. Mediatama.

Perhatian besar NET. TV terhadap perkembangan teknologi, khususnya platform-platform digital, membawa stasiun televisi swasta nasional ini kini menjadi salah satu stasiun televisi yang konten-konten programnya banyak digemari oleh khalayak. Selain akses terhadap konten program yang tersedia di seluruh platform, NET. TV juga tidak berhenti membuat program-program khas yang berbeda dengan stasiun televisi swasta nasional lainnya. Meskipun seringkali dilabeli sebagai stasiun televisi masa kini, antimainstream, dan kece, NET. TV masih belum mampu masuk dalam lima besar secara rating share karena segmentasinya yang hanya menasar kalangan muda menengah ke atas, atau secara lebih spesifik, kaum millenials masa kini yang sudah terbiasa menggunakan media sosial dalam keseharian mereka. Akan tetapi, di balik itu, NET. TV berhasil menjadikan kontennya sebagai penguasa platform digital. Di YouTube, konten-konten NET. TV bertahta di peringkat teratas. Dari sana terbukti bahwa penggunaan media baru memang

menjadi strategi utama NET. TV dalam persaingan televisi swasta nasional di Indonesia dengan menggunakan beragam media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, dan Google+) serta kanal digital khusus milik mereka, yakni Zulu.id. Selain sebagai platform distribusi konten mereka, media sosial juga digunakan sebagai media engagement untuk menciptakan ikatan antara program-program NET. TV dengan khalayaknya.

TVRI Lampung meskipun telah berupaya mengikuti perkembangan dan perubahan teknologi, melalui kanal youtube, Instagram, TikTok dan Facebook namun kecepatan menyesuaikan dirinya masih tertinggal dengan TV NET. Platform yang dikembangkan oleh TVRI Lampung melalui kanal youtube *streaming* belum banyak *ter-update* kalau kita mengunjungi situsnya di <http://klik.tvri.go.id/>.

## KESIMPULAN

Dalam menghadapi determinasi teknologi, Net. tidak terfokus pada integrasi medium YouTube saja, NET menggunakan konsep multiplatform sebagai basis untuk memperluas jangkauan informasi yang dimiliki NET. melalui siaran terrestrial tidak berbayar, atau free to air. NET. juga dapat disaksikan dengan berlangganan televisi berbayar, di antaranya: First Media (channel 371), BIG TV (channel 232), UseeTV (channel 112) dan Orange TV. Sementara para pelanggan internet, dapat mengakses live streaming melalui YouTube, web serta aplikasi di iOS dan Android.

NET. juga menggunakan basis media sosial untuk mendistribusikan informasi-informasi dan memasarkan konten-konten programnya antara lain dengan Facebook, Twitter, Instagram, dan Linked In. Selain itu NET. memiliki platform khusus yang bisa diakses via PC, tablet, atau smartphone yang basisnya Android atau iOS, namanya Zulu. Zulu.id. Dengan konsep multiplatform dan penggunaan media sosial lain, NET dapat bertahan dan berkembang dalam determinasi teknologi abad ini.

Dalam menjaga berita yang disajikan, NET. menggunakan informasi yang wajib mengandung fakta, bukan rumor atau gosip. NET. menjadi stasiun televisi pionir yang menggunakan citizen journalism. TVRI Lampung yang menginduk kepada TVRI Nasional telah berupaya dalam menghadapi determinasi teknologi melalui kanal-kanal seperti youtube, Instagram, TikTok dan Facebook, namun upaya ini perlu mendapat perhatian dari TVRI Pusat agar setiap TVRI di daerah memiliki kekuatan informasi budaya yang perlu dikembangkan menjadi modal informasi kekayaan budaya nasional, sehingga dengan teknologi yang mungkin masih sederhana mampu membawa perkembangan wisata di Indonesia melalui kekuatan informasi dari TVRI di seluruh Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

Biagi, S. (2005). *Media Impact: An Introduction to Mass Media*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.

- Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C.-H. (2019). Artificial Intelligence and Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 107769901985990. <https://doi.org/10.1177/1077699019859901>
- Febriana, A. I. D. (2018). Determinisme teknologi Komunikasi dan Tutupnya Media Sosial Path. *Jurnal Lontar*. 6(2). 10.
- Eirik, S. (2013). Computational Journalism When Journalism Meets Programming. *Desertasi*, 54(10), 66–71. <https://doi.org/10.1145/2001269.2001288>
- Imran, H. A. (2016). Penggunaan TV Streaming di Kalangan Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 20(2), 119–137.
- Essinger, S. D., & Rosen, G. L. (2011). An Introduction to Machine Learning for Students in Secondary Education. *Digital Signal Processing and Signal Processing Education Meeting, DSP/SPE 2011 - Proceedings*, 243–248.
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2019). *Artificial Intelligence and Communication: A Human–Machine Communication Research Agenda*. New Media and Society.
- Jan, P., & Gotama, W. (2018). Pengenalan Pembelajaran Mesin dan Deep Learning Jan Wira Gotama Putra Pengenalan Konsep Pembelajaran Mesin dan Deep Learning. (July), 1–199. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/323700644>
- Keegan, J., & King, G. (2017). *Artificial Intelligence: Practice and Implications for Journalism*.
- Kulkarni, A. J., & Satapathy, S. C. (2020). Optimization in Machine Learning and Applications. Springer, (January). Retrieved from <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-981-15-0994-0.pdf>
- Krug, G. (2005). *Communication Technology and Cultural Change*, Sage Publication, London.
- Marshall, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy* (1st ed.). University of Toronto Press.
- Meisyaroh, S. (2013). Determinisme Teknologi Masyarakat Dalam Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*. 1(1).
- Mudjiyanto, B. (2013). Sikap Penyelenggaraan Siaran Televisi terhadap Penyelenggaraan Siaran Televisi Digital. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 17(2).
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Permana, R. S. M., & Mahameruaji, J. N. (2019). Strategi Pemanfaatan Media Baru Net. Tv Utilization Of New Media Strategy Of Net.Tv. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(1). <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/download/1770/1092>
- Smith, M. R., & Marx, L. (1994). *Does Technology Drive History? The Dilemma of Technological Determinism*, MIT.
- Surahman, S. (2016). Determinisme Teknologi Komunikasi dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia. *REKAM: Jurnal Fotografi, Televisi, Dan Animasi*, 12(1), 31. <https://doi.org/10.24821/rekam.v12i1.1385>.
- Tadashi T. (2004). Capurro’s Hermeneutic Approach to Information Ethics: Ethos in the Information Society and the Development of Angeletics. *International Journal of Information Ethics*. 1.
- Wood, J. T. (2013). *Interpersonal Communication: Everyday Encounter*. Boston: Wadsworth <https://www.gwi.com/reports/trends-18>

<https://investor.id/editorial/253168/20-tahun-mengabdi>  
<https://tugujatim.id/ingin-bikin-berita-ikuti-3-kaidah-jurnalistik-ini-ya/>  
<https://pusatpemasanganiklan.com/koran/5-investor-daily-indonesia>  
<https://www.netvisimedia.co.id/about-us.html>  
<https://doi.org/10.1177/1461444819858691>  
<http://klik.tvri.go.id/>  
<https://tvri.go.id/stasiun/lampung>  
[https://id.wikipedia.org/wiki/TVRI\\_Lampung](https://id.wikipedia.org/wiki/TVRI_Lampung)  
[https://www.instagram.com/tvri\\_lampung/?hl=id](https://www.instagram.com/tvri_lampung/?hl=id)  
<https://www.youtube.com/c/TVRILampungOfficial>  
[https://www.facebook.com/LPPTVRILampung/?locale=cb\\_IQ](https://www.facebook.com/LPPTVRILampung/?locale=cb_IQ)  
<https://www.alinea.id/nasional/stasiun-televisi-di-lampung-siap-beralih-ke-digital-b2cA496BC>  
[http://repository.radenintan.ac.id/1440/7/Bab\\_IV.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/1440/7/Bab_IV.pdf)  
<http://repo.darmajaya.ac.id/3577/6/BAB%20II.pdf>