



Persepsi Masyarakat Kabupaten Pati atas Televisi Digital

Choirul Ulil Albab, Alif Akbar Imron

Universitas Dian Nuswantoro

INFORMASI ARTIKEL

Naskah masuk: 3 Januari 2025
 Direvisi: 5 Mei 2025
 Diterima untuk publikasi: 30 Mei 2025
 Tersedia online: 31 Mei 2025

KATA KUNCI

Difusi inovasi, Kabupaten Pati, Persepsi masyarakat, Televisi digital

KORESPONDENSI

E-mail: ch.ulilalbab@dsn.dinus.ac.id

ABSTRAK

The government's policy to transition from Analog Switch Off (ASO) to digital television has an impact on people's information consumption patterns. This research aims to examine the influence of the level of public knowledge about digital television and the ease of accessing it on the public's perception of digital television itself. Researchers use the Diffusion of Innovation theory. This research used quantitative methods with aspects of level of knowledge and ease of access as independent variables and public perception as the dependent variable. Data was obtained from questionnaires distributed to 100 respondents in 10 sub-districts in Pati Regency. Pati is a region located in Central Java Province and an area where most of its population live in rural areas. The results show that the public's perception regarding digital television is a good policy and a solution to broadcasting problems. Statistical test results show that these two variables can influence public perception of digital television by 70.1%. It shows that the transition is welcomed to contribute to a more open information distribution in the society.

PENDAHULUAN

Kebutuhan akan informasi dan komunikasi bagi kehidupan manusia sama pentingnya dengan kebutuhan sandang dan pangan. Kebutuhan informasi masyarakat merupakan tanggung jawab media massa untuk memenuhinya. Masyarakat yang penduduknya mayoritas berkegiatan di bidang informasi dan komunikasi, seperti kegiatan produksi informasi, distribusi informasi maupun konsumsi informasi disebut sebagai masyarakat informasi (Alisa et al., 2023).

Media massa adalah salah satu industri yang berkembang dengan berbagai jenisnya berupa visual, audio, dan audio visual. Perkembangan teknologi dan informasi diawali dengan hadirnya media cetak sebagai media penyalur informasi bagi masyarakat luas. Televisi merupakan media audio visual yang secara unik menarik banyak program menarik. Kini Masyarakat sudah menikmati era televisi baru, yakni televisi digital sejak berjalannya ASO 2022 lalu. Warsita dalam

Laksana et al., (2022) memaparkan bahwa media memiliki kekuatan dalam menyebarluaskan informasi kepada khalayak secara serempak dengan jangkauan yang luas tanpa adanya gangguan atau batasan geografis, politik, dan budaya.

McQuail (2020) dalam Huda et al., (2021) mendefinisikan televisi sebagai lingkungan komunikasi massa dalam bentuk audio visual yang memperlihatkan ciri, karakteristik, dan kualitas komunikasi massa. Tugas televisi adalah untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat sekaligus sebagai media hiburan bagi masyarakat dengan program-program yang dibentuk.

Indonesia pun beralih dari sistem transmisi televisi analog ke televisi digital. Menurut Nuryanto dalam Locita & Kalaloi (2023), Indonesia telah mengadopsi standar siaran terestrial digital DVB-T2 (*Digital Video Broadcasting - Second Generation Terrestrial*) sejak tahun 2012. Seperti siaran analog, televisi terestrial digital menggunakan

Albab

VHF (*Very High Frequency*) dan Frekuensi radio *Ultra High Frequency* (UHF), tetapi dengan format konten digital (Marwiyati & Wahyudin, 2020).

Adopsi teknologi penyiaran digital membutuhkan dukungan dari berbagai elemen, seperti pemerintah, dan membutuhkan proses yang meningkatkan kinerja dan memungkinkan penggunaan operasi yang cepat, akurat dan efisien. Sinyal televisi yang biasanya ditransmisikan pada *platform* digital bukan analog disebut sebagai televisi digital (Nurbadri et al., 2020).

Dalam teknologi siaran televisi digital, video dan audio ditransmisikan melalui sinyal digital dan beberapa frekuensi disatukan menjadi satu kanal *multiplexing*. Hal ini memungkinkan siaran televisi digital untuk mengelola beberapa program satu frekuensi, yang diberi kode dan ditekan menjadi satu sinyal (Rifki, 2022). Ini memungkinkan penerimaan konten berkualitas tinggi.

Setelah sistem siaran digital dicanangkan ITU (*International Telecommunication Union*) pada tahun 2006, banyak negara mulai mempersiapkan dan bermigrasi ke siaran digital. Amerika Serikat sudah memulai siaran digital pada tahun 2009, Jepang tahun 2011, Inggris, Korea, dan Cina tahun 2012. Beberapa negara di Asia Tenggara juga sudah melakukan Analog Switch off, diantaranya Brunei Darussalam tahun 2014, Thailand 2015, Filipina dan Malaysia tahun 2017 (Albab, 2018).

Kualitas gambar yang bersih dan suara yang lebih jernih membuat televisi digital dinilai lebih unggul dari sistem siaran berbasis analog. Indonesia berkomitmen untuk memulai sistem siaran digital dengan disahkannya *Omnibus Law* Undang Undang Cipta Kerja sebagai landasan hukum pelaksanaannya.

Di dalam Undang-Undang Tahun 2020 tentang Cipta Kerja No. 11 (2020) Ayat 60A, terdapat beberapa poin penting terkait penyiaran dan peralihan ke teknologi digital.

Poin-poin tersebut adalah sebagai berikut: 1) Penyiaran perlu mengikuti perkembangan teknologi, termasuk peralihan dari teknologi analog ke digital. 2) Pengalihan penyiaran televisi terestrial dari teknologi analog ke digital harus dilakukan paling lambat dua ahun sejak Undang-Undang ini berlaku dan penutupan analog harus selesai; 3) Informasi lebih lanjut mengenai peralihan dari teknologi analog ke teknologi digital diatur dalam peraturan pemerintah. Regulasi ini dengan jelas menetapkan 2 November 2022 sebagai tanggal implementasi penutupan analog.

Migrasi siaran dari analog ke sistem televisi digital merupakan bentuk komitmen pemerintah untuk terus memperbarui sistem penyiaran di Indonesia. Selain itu, keunggulan lain dari migrasi ini terletak pada penggunaan spektrum yang lebih efisien, terutama dalam pengembangan internet kecepatan tinggi seperti 5G. Namun, karena kurangnya kesiapan penyiaran di beberapa daerah dan proses yang masih panjang, sehingga instruksi *shutdown* dan *simulcast* dijalankan. *Simulcast* mengacu pada penyiaran siaran TV analog dan TV digital secara bersamaan, sementara *Switch Off* berarti penghentian total siaran TV analog (Witharja et al., 2023).

Kementerian Komunikasi dan Informatika memperkenalkan *Analog Switch Off* (ASO) dalam tiga tahap. Tahap pertama ASO pada April 2022. Di Jawa Tengah terdapat beberapa daerah yang menjalankan ASO pada tahap pertama, salah satunya adalah Kabupaten Pati. Sebagai bagian dari skema tersebut, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) membagikan *Set Top Box* (STB) gratis kepada masyarakat kurang mampu di Kabupaten Pati. Jumlah STB Kabupaten Pati sebanyak 29.185 unit. Tujuan dari pembagian STB adalah untuk mendukung transisi menuju televisi digital pada tahun 2022. Dibagikannya STB secara gratis ini membuat pengguna TV analog tidak perlu memperbarui ke TV baru, mereka hanya perlu

menginstal perangkat dengan benar untuk menikmati siaran TV digital.

Hadirnya program peralihan menuju televisi digital ini memunculkan sejumlah masalah di berbagai daerah.

Pertama, kurangnya sosialisasi program migrasi dari televisi analog ke televisi digital. Masyarakat masih menganggap ASO sebagai program berbayar. Masyarakat di pedesaan mengaku belum mengetahui jika televisi analog dimatikan karena tidak adanya sosialisasi. Masalah kedua adalah kurangnya pengetahuan warga mengenai batas waktu penonaktifan siaran analog.

Masalah kedua ini terjadi karena minimnya sosialisasi terkait program ASO. Ketiga, izin siaran digital juga dianggap terlalu mahal bagi televisi lokal. Biaya sewa saluran TV digital dibayar melalui Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) yang dikelola oleh TVRI. Keempat, masalah lain dalam program ASO adalah jumlah channel yang tersedia di TV digital. Banyak masyarakat yang bertanya apakah jumlah channel yang mereka terima setelah menggunakan TV digital sama dengan sebelumnya.

Permasalahan dalam pelaksanaan ASO ini juga terjadi di Kabupaten Pati. Seperti yang terjadi di Desa Tluwuk distribusi STB gratis kepada masyarakat di Desa Tluwuk Kecamatan Wedarijaka pun masih belum terealisasi, menurut keterangan warga setempat. Sementara itu, berdasarkan hasil observasi peneliti, harga STB di Kabupaten Pati terbilang mahal. Dampaknya, sebagian masyarakat tidak mampu untuk membeli STB apalagi perekonomian pasca COVID-19 yang belum stabil.

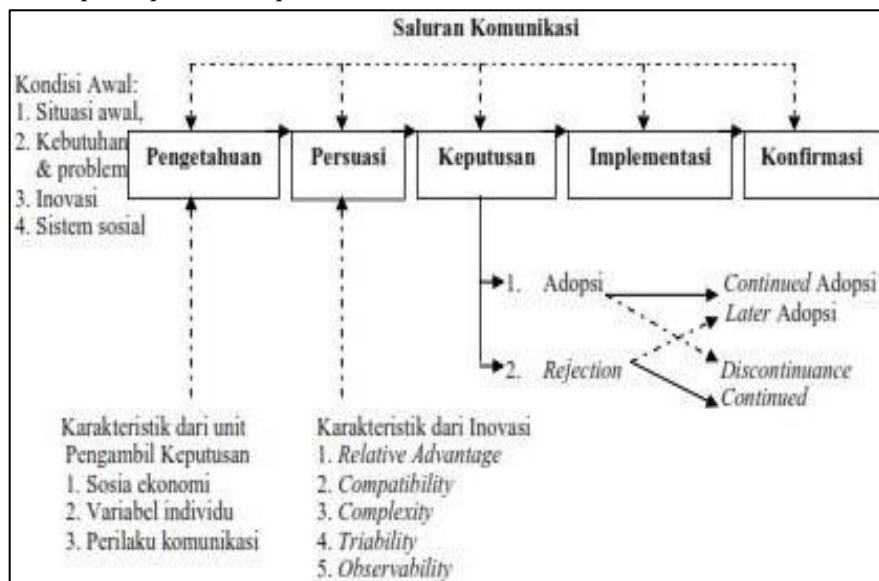
Kurangnya sosialisasi dan banyaknya isu yang simpang siur mengenai televisi digital menggugah peneliti untuk melihat lebih jauh mengenai persepsi masyarakat Kabupaten Pati mengenai televisi digital. Sehingga peneliti merumuskan pertanyaan

penelitian yakni seberapa besar pengaruh tingkat pengetahuan masyarakat dan kemudahan mengakses terhadap persepsi masyarakat mengenai televisi digital di Kabupaten Pati?

LITERATUR DAN METODOLOGI

Peneliti menggunakan teori difusi inovasi untuk melihat penerimaan masyarakat atas sebuah teknologi baru. Teori difusi inovasi pertama kali ditemukan Gabriel Tarde pada tahun 1903 yang kemudian disempurnakan oleh Everett M. Rogers. Menurut Rogers asumsi teori ini bertujuan untuk menjelaskan proses dimana suatu inovasi ditransmisikan ke suatu komunitas, dalam jangka waktu tertentu kepada masyarakat yang disebut dengan sistem sosial (Tayibnapis, 2020).

Gambar 1:
Tahapan Keputusan Adopsi Inovasi



Sumber: Rogers, 1983

Dalam hal ini masyarakat berperan sebagai sistem sosial yang beradaptasi pada suatu inovasi dan kemudian memutuskan untuk menerima atau menolaknya. Teori ini menjelaskan bagaimana masyarakat menerima teknologi komunikasi sebagai sebuah inovasi dan menyebarkannya ke seluruh lapisan masyarakat.

Gambar 1 merupakan proses lima tahapan pada keputusan adopsi dalam teori difusi inovasi. Berawal dari (1) tahap pengetahuan awal masyarakat mengenai inovasi, (2) tahapan persuasi yang akan mulai menimbang manfaat, (3) mengambil keputusan untuk mengadopsi, (4) mengimplementasikan inovasi, dan tahapan paling akhir adalah (5) mengonfirmasi penggunaan inovasi di sistem sosial masyarakat.

Secara umum, teori difusi dan inovasi menjelaskan bahwa pengenalan inovasi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti inovasi itu sendiri, saluran komunikasi, waktu, dan konteks sosial dalam suatu sistem sosial.

Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses mengkomunikasikan inovasi melalui

saluran tertentu selama periode tertentu antara anggota sistem sosial. Teori difusi juga menjelaskan difusi sebagai bentuk perubahan sosial yang melibatkan perubahan struktur dan fungsi sistem sosial. Penyebarluasan inovasi juga dianggap sebagai bentuk komunikasi yang khusus, karena pesan yang disampaikan mengandung ide-ide baru.

Inovasi dapat berupa praktik, ide, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau entitas lainnya. Namun, penting untuk dicatat bahwa apa yang baru bagi sebagian orang belum tentu baru bagi orang lain. Semua tergantung pada entitas di suatu daerah tersebut menganggap inovasi seperti apa (Rogers, 1983). Sebuah inovasi bukan hanya sebuah ide, itu bisa berupa teknologi atau barang baru atau yang sudah ada.

Difusi inovasi tidak hanya terjadi begitu saja, melainkan ada empat faktor yang saling mempengaruhi diterima atau tidaknya sebuah inovasi. Menurut Rogers (dalam Sutjipto & Pinariya, 2019) teori difusi dan inovasi, terdapat empat elemen dalam prosesnya, yakni inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial.

Dalam penelitian ini inovasi yang dilakukan adalah televisi digital. Keputusan untuk menerima atau menolak suatu inovasi adalah keputusan yang diambil individu sebagai tanggapan atas inovasi tersebut menurut Rogers (dalam Sri et al., 2022). Proses pengambilan keputusan inovasi adalah proses mental di mana individu bergerak dari mengetahui tentang inovasi untuk membentuk sikap terhadap inovasi, dan kemudian memutuskan untuk menerima atau menolak ide-ide baru, mengimplementasikan ide-ide baru, dan memberdayakan keputusan terkait inovasi dalam beberapa hal berupa keputusan inovasi pribadi, keputusan inovasi kelompok, dan keputusan inovasi berbasis otoritas. Oleh karena itu, difusi inovasi dipahami sebagai proses penyebaran ide-ide terkait televisi digital di antara anggota sistem sosial. Tujuan utama dari difusi inovasi ini adalah untuk mendorong anggota sistem sosial tertentu berperilaku ketika mereka menggunakan televisi digital.

Tahapan difusi inovasi yang memiliki peranan penting dalam penelitian ini adalah *knowledge* dan *persuasive*. Variabel X1 adalah tingkat pengetahuan masyarakat mengenai televisi digital yang mewakili tahapan *knowledge*. Sedangkan tingkat kemudahan dalam mengakses televisi digital sebagai variabel X2 masuk dalam tahapan *persuasive*.

Penelitian ini merupakan kajian kuantitatif dengan paradigma positivistik. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Pati yang dapat mengakses televisi digital yang jumlahnya tidak diketahui. Untuk itu peneliti menggunakan *non-probability purposive sampling* dengan ditentukan jumlah sampel sebanyak 100 responden tersebar pada 10 kecamatan di Kabupaten Pati.

Tabel 1
Identitas Responden

| Usia | Frekuensi | Percentase |
|---------------------|------------|-------------|
| 17-25 | 77 | 77 % |
| 26-35 | 9 | 9 % |
| 36-50 | 19 | 19 % |
| Total Sampel | 100 | 100% |

Sumber: Olahan peneliti

Peneliti menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pengaruh tingkat pengetahuan dan tingkat kemudahan akses televisi digital terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati.

Tabel 2
Matriks Variabel

| Variabel X1 | Tingkat Pengetahuan Tentang TV | Tingkat Pengetahuan Tentang Digital | Tingkat Pengetahuan Tentang Masyarakat Kabupaten Pati |
|------------------|---|--|---|
| Indikator | 1. Pengetahuan (<i>Knowledge</i>) 2. Pemahaman (<i>Understanding</i>) 3. Penerapan (<i>Application</i>) 4. Analisis (<i>Analysis</i>) 5. Sintesis (<i>Synthesis</i>) 6. Evaluasi (<i>Evaluation</i>) | | |
| Variabel X2 | Tingkat Kemudahan Akses Tentang TV | Tingkat Kemudahan Akses Digital | Tingkat Kemudahan Akses Masyarakat Kabupaten Pati |
| Indikator | 1. Mudah dipelajari 2. Mudah dioperasikan 3. Fleksibel | | |
| Variabel Y | Persepsi Masyarakat Kabupaten Pati Tentang TV | Persepsi Masyarakat Kabupaten Pati Tentang Digital | Masyarakat Kabupaten Pati Tentang TV |
| Indikator | 1. Menyerap 2. Memahami 3. Menilai | | |

Sumber: Olahan peneliti

Peneliti menyebarluaskan kuesioner kepada penduduk Kabupaten Pati yang memiliki akses televisi digital yang terbagi dalam 10 kecamatan. Responden menjawab kuesioner dengan pernyataan tentang masalah penelitian ini. Kuesioner ini dibagikan secara online atau elektronik melalui *Google Form* kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Skala pengukuran digunakan untuk mendapatkan data kuantitatif yang akurat. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang tingkat pengetahuan dan

aksesibilitas responden yang mempengaruhi persepsi penonton terhadap televisi digital di Kabupaten Pati. Skala Likert yang berisi lima tingkat respon terhadap pernyataan yang dibuat tentang penerimaan oleh responden dan dianalisis menggunakan SPSS 25.

Hipotesis adalah jawaban awal dari rumusan pertanyaan penelitian, dan rumusan pertanyaan penelitian dirumuskan dalam bentuk pertanyaan. Berikut hipotesis yang disusun dalam penelitian ini:

(H1) Tingkat pengetahuan televisi digital terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati.

1. Ha: Tingkat pengetahuan televisi digital memiliki pengaruh terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati.
2. Ho: Tingkat pengetahuan televisi digital tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati.

(H2) Tingkat Kemudahan akses televisi digital terhadap persepsi mayarakat Kabupaten Pati.

1. Ha: Tingkat Kemudahan akses televisi digital memiliki pengaruh terhadap persepsi mayarakat Kabupaten Pati.
2. Ho: Tingkat Kemudahan akses televisi digital tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi mayarakat Kabupaten Pati.

(H3) Tingkat pengetahuan dan tingkat kemudahan akses televisi digital terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati.

1. Ha: Tingkat pengetahuan dan tingkat kemudahan akses televisi digital memiliki pengaruh terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati.
2. Ho: Tingkat pengetahuan dan tingkat kemudahan akses televisi digital tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati.

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji signifikansi individual (uji t) dan uji signifikansi secara simultan (uji f).

Uji t

Uji-t merupakan uji statistik untuk menguji hipotesis penelitian tentang pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel koefisien t tabel. Menurut Ghazali (2018:150), dasar pengujian hasil regresi biasanya dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Penerimaan atau ditolaknya hipotesis berdasarkan uji parameter ini berdasarkan pada ketentuan berikut:

1. H_0 : Jika nilai t hitung lebih besar atau sama (\geq) dengan t tabel, maka nilai koefisien regresinya signifikan, yang berarti masing-masing hipotesis alternatif (H_a) diterima.
2. H_a : Jika nilai t hitung lebih kecil ($<$) dengan t tabel, maka nilai koefisien regresinya tidak signifikan, yang berarti masing-masing hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

Uji f

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X_1, X_2) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F Hitung dengan F Tabel pada derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$). Penetapan keputusan uji f sama dengan ketentuan pada uji t di atas.

Hasil uji validitas dari kuesioner variabel Tingkat Pengetahuan Tentang TV Digital Masyarakat Kabupaten Pati (X_1) menunjukkan nilai koefisien korelasi hitung (r hitung) sebesar 0,775 melebihi nilai standar korelasi, yakni 0,195. Sedangkan untuk variabel tingkat kemudahan akses televisi digital masyarakat Kabupaten Pati (X_2) dikatakan valid dikarenakan hasil R hitung $>$ R tabel dengan nilai signifikan 5%. Uji validitas variabel Y dikatakan valid dikarenakan hasil R hitung $>$ R tabel dengan

nilai signifikan 5% pada variabel persepsi masyarakat Kabupaten Pati tentang televisi digital. Kesimpulan ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap valid.

Hasil uji reliabilitas didapatkan dari nilai koefisien reliabilitas kuesioner X1 sebesar 0,884; X2 sebesar 0,885; dan Y sebesar 0,791. Berdasarkan nilai koefisien reliabilitas di atas dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena lebih besar dari 0,700 sehingga dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengetahuan Masyarakat Pati Mengenai Televisi Digital (X1)

Sebagian besar masyarakat Kabupaten Pati memiliki pengetahuan yang baik mengenai televisi digital. Terbukti pada survei yang dilakukan peneliti sebagian besar responden mengaku bahwa mereka memiliki pengetahuan yang baik terkait televisi digital. Berikut ini tabel hasil jawaban responden dalam variabel pengetahuan masyarakat Pati mengenai televisi digital.

Tabel 3
Pengetahuan Masyarakat Pati Mengenai Televisi Digital
Frequency

| Valid | | Frequency |
|-------|-------------------|-----------|
| | Sangat Tidak Tahu | 1 |
| | Tidak Tahu | 6 |
| | Tahu | 52 |
| | Sangat Tahu | 41 |
| | Total | 100 |

Sumber: Olahan peneliti

Dari tabel 3, responden menjawab pertanyaan pada variabel X1 yaitu jawaban sangat tahu memiliki frekuensi 41 dengan persentase 41%, jawaban tahu memiliki frekuensi 52 dengan persentase 52%, jawaban

tidak tahu memiliki frekuensi 6 dengan persentase 6%, jawaban sangat tidak tahu memiliki frekuensi 1 dengan persentase 1%.

Hal ini menunjukkan bahwa sosialisasi televisi digital yang dilakukan membawa hasil yang cukup baik. Terbukti 93% responden yang tersebar di Kabupaten Pati memiliki pengetahuan yang baik mengenai televisi digital. Sosialisasi yang dilakukan secara langsung nampaknya tidak terlalu menarik, karena sebagian besar responden mengaku tidak mendapatkan sosialisasi televisi digital. Mereka mengetahui dari media massa, media sosial, dan *word of mouth*.

Berikut hasil survei mengenai sosialisasi televisi digital.

Tabel 4
Sosialisasi Televisi Digital

| Frequency (4) | | |
|---------------|---------------|-----|
| Valid | Tidak Pernah | 10 |
| | Kurang | 54 |
| | Pernah | 27 |
| | Sangat Sering | 9 |
| | Total | 100 |

Sumber: Olahan peneliti

Dari tabel 4, diketahui responden menjawab sangat sering hanya 9 dengan persentase 9%, jawaban pernah memiliki frekuensi 27 dengan persentase 27%, jawaban kurang memiliki frekuensi 54 dengan persentase 54%, jawaban tidak pernah memiliki frekuensi 10 dengan persentase 10%. Angka ini menunjukkan bahwa 64% masyarakat tidak memerlukan sosialisasi dengan optimal, padahal sosialisasi merupakan cara memberikan edukasi kepada masyarakat.

Kemudahan Akses Televisi Digital (X2)

Televisi digital dapat dikatakan mudah didapatkan di Kabupaten Pati. Variabel ini mencakup kemudahan dalam mendapatkan barang (televisi digital dan *set*

top box), informasi, dan kemudahan dalam mengoperasikan televisi digital. Berikut ini tabel hasil survei mengenai kemudahan akses televisi digital.

Tabel 5
Kemudahan Akses Televisi Digital

| Frequency (5) | | |
|---------------|------------|--|
| Valid | | |
| Sangat Sulit | 2 | |
| Sulit | 26 | |
| Mudah | 50 | |
| Sangat Mudah | 22 | |
| Total | 100 | |

Sumber: Olahan peneliti

Dari tabel 5, responden menjawab pertanyaan pada variabel X2 yaitu jawaban sangat mudah memiliki frekuensi 22 dengan persentase 22%, jawaban mudah memiliki frekuensi 50 dengan persentase 50%, jawaban sulit memiliki frekuensi 26 dengan persentase 26%, jawaban sangat sulit memiliki frekuensi 2 dengan persentase 2%. Hal ini menunjukkan masyarakat Pati dapat menggunakan televisi digital dengan baik, karena 72% menyatakan mudah dalam mengakses televisi digital.

Sementara itu masyarakat Kabupaten Pati merasakan kemudahan mendapatkan perangkat televisi digital di toko elektronik, baik perangkat televisi maupun *set top box*. Sebanyak 90% responden menyatakan mudah dalam mendapatkan perangkat televisi digital di toko-toko elektronik.

Tabel 6
Kemudahan Mendapatkan Perangkat Televisi Digital

| Frequency (6) | | |
|---------------|------------|--|
| Valid | | |
| Sangat Sulit | 1 | |
| Sulit | 9 | |
| Mudah | 59 | |
| Sangat Mudah | 31 | |
| Total | 100 | |

Sumber: Olahan peneliti

Dari tabel 6, responden menjawab sangat mudah memiliki frekuensi 31 dengan persentase 31%, jawaban mudah memiliki frekuensi 59 dengan persentase 59%, jawaban sulit memiliki frekuensi 9 dengan persentase 9%, jawaban sangat sulit memiliki frekuensi 1 dengan persentase 1%.

Persepsi Masyarakat Pati Mengenai Televisi Digital

Variabel persepsi masyarakat Kabupaten Pati mengenai televisi digital menjadi fokus utama peneliti. Masyarakat Pati meyakini bahwa televisi digital lebih unggul dan lebih baik bila dibandingkan dengan televisi analog. Diketahui 93% responden menyatakan bahwa televisi digital lebih baik dari televisi analog.

Tabel 7

Televisi Digital Lebih Baik Daripada Televisi Analog

| Frequency (7) | | |
|---------------------|------------|--|
| Valid | | |
| Sangat Tidak Setuju | 1 | |
| Tidak Setuju | 6 | |
| Setuju | 60 | |
| Sangat Setuju | 33 | |
| Total | 100 | |

Sumber: Olahan peneliti

Dari tabel 7, responden menjawab sangat setuju memiliki frekuensi 33 dengan persentase 33%, jawaban setuju memiliki frekuensi 60 dengan persentase 60%, jawaban tidak setuju memiliki frekuensi 6 dengan persentase 6%, jawaban sangat tidak setuju memiliki frekuensi 1 dengan persentase 1%.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat keterkaitan linier antara variabel yang diteliti dan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen, yakni Tingkat Pengetahuan Tentang TV Digital Masyarakat Kabupaten Pati (X1), Tingkat Kemudahan Akses Tentang TV Digital Masyarakat Kabupaten Pati (X2), terhadap variabel dependen, yaitu Persepsi Masyarakat Kabupaten Pati Tentang TV Digital (Y). Berikut adalah hasil dari analisis regresi linier berganda:

Tabel 8.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Unstandardized Coefficients (8) | | | Standardized Coefficients | | Sig. |
|---------------------------------|-------|------------|---------------------------|------|------|
| Model | B | Std. Error | Beta | | |
| (Const ant) | 3.367 | .852 | | .951 | .000 |
| Pengetahuan | .156 | .067 | .228 | .336 | .022 |
| Kemudahan Akses | .467 | .071 | .640 | .568 | .000 |

Sumber: Olahan peneliti

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 8, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Persepsi Masyarakat Kabupaten Pati Tentang TV Digital = $3,367 + 0,156 (X_1) + 0,467 (X_2) + e$

Dari Hasil persamaan regresi linier berganda data diartikan berikut:

1. *Nilai Konstanta.* Nilai konstanta dari persamaan regresi di atas menunjukkan sebesar 3,367 yang berarti bahwa variabel dependen persepsi masyarakat Kabupaten Pati tentang tv digital sebesar 3,367 apabila variabel independen tingkat pengetahuan dan kemudahan akses televisi digital memiliki nilai nol atau bernilai konstanta.
2. *Nilai Koefisien Regresi (X1).* Nilai koefisien regresi pengetahuan sebesar 0,156 yang memiliki arti tingkat pengetahuan memiliki hubungan positif dengan persepsi masyarakat Kabupaten Pati tentang televisi digital, setiap kenaikan 1% nilai tingkat pengetahuan akan berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati tentang televisi digital.
3. *Nilai Koefisien Regresi (X2).* Nilai koefisien regresi kemudahan akses sebesar 0,467 yang memiliki arti tingkat kemudahan akses memiliki hubungan positif dengan persepsi masyarakat Kabupaten Pati tentang televisi digital, setiap kenaikan 1% nilai tingkat kemudahan akses akan berpengaruh positif terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati tentang televisi digital.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk melihat seberapa besar hubungan yang ditunjukkan pada perubahan variabel independen yang diikuti oleh variabel dependen pada proporsi yang sama. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai R Square (R^2), sedangkan nilai koefisien determinasi berada pada 0 sampai dengan 1. Fungsi dari koefisien determinasi adalah menunjukkan besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan variabel X

mendefinisikan variabel Y (Darma, 2021).

Tabel 9 menunjukkan hasil penghitungan koefisien determinasi dari penelitian ini.

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

| R Model | | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---------|------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 837 ^a | .701 | .695 | 1.40493 |

Sumber: Olahan peneliti

Berdasarkan hasil penghitungan pada tabel 9 menyatakan bahwa Pengetahuan (X1) dan Kemudahan Akses (X2) dapat menjelaskan variabel Persepsi Masyarakat Kabupaten Pati (Y) sebesar 70,1% dan sisanya, yaitu 29,9% yang merupakan variabel lain dalam penelitian ini. Berikut tabel 10 adalah hasil dari uji t:

Tabel 10
Hasil Uji t

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | | Stand ardize d Coeffi cients | Sig . |
|-------|-----------------------------|-------|-------------|------------------------------|-------|
| | L | B | Std. Err or | Beta | |
| | (Constant) | 3.367 | .852 | | .000 |
| | Pengetahuan | .156 | .067 | .228 | .022 |
| | Kemudahan Akses | .467 | .071 | .640 | .000 |

Metode untuk mendapatkan nilai t tabel dapat dicari menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} 1. \quad Df &= n - k - 1 \\ &= 100 - 2 - 1 \\ &= 97 \end{aligned}$$

$$t_{\text{tabel}} = 1,984.$$

- Maka:
- Diperoleh nilai t hitung dari variabel pengetahuan (X1) sebesar 2,336 dengan taraf signifikansi 0,022. Sehingga diperoleh nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (2,336 $> 1,984$) dan taraf signifikansinya lebih kecil dari taraf standar signifikansi (0,022 $< 0,05$). Maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dari kriteria tersebut hipotesis diterima yang berarti variabel pengetahuan secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati tentang televisi digital.
 - Diperoleh nilai t hitung dari variabel kemudahan akses (X1) sebesar 6,568 dengan taraf signifikansi 0,000. Sehingga diperoleh nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel (6,568 $> 1,984$) dan taraf signifikansinya lebih kecil dari taraf standar signifikansi (0,000 $< 0,05$). Maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dari kriteria tersebut hipotesis diterima yang berarti variabel kemudahan akses secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati tentang televisi digital.

Uji F

Uji F dimanfaatkan untuk menentukan apakah variabel independen (X1, X2) secara bersama-sama memiliki dampak terhadap variabel dependen (Y). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F Hitung dengan F Tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Di bawah ini adalah hasil dari uji F.

Tabel 11.
Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|-----------|-------------|---------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Regressi on | 448.329 | 2 | 224.164 | 113.568 | .000 ^b |
| Residual | 191.461 | 97 | 1.974 | | |
| Total | 639.790 | 99 | | | |

Sumber: Olahan peneliti

$$\begin{aligned}
 Df &= n - k - 1 \\
 &= 100 - 2 - 1 \\
 &= 97 \\
 F_{tabel} &= 3,09
 \end{aligned}$$

Dari hasil uji F pada tabel 11, dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 113,568 dan nilai F tabel sebesar 1,974, serta nilai signifikansinya sebesar 0.000. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($113,568 > 3,09$) dan nilai signifikansinya dibawah 0.05 ($0.000 < 0.05$), maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa model persamaan penelitian valid, sehingga variabel bebas dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikatnya atau dapat dikatakan memenuhi asumsi kelayakan sebuah model penelitian.

Persepsi Masyarakat Kabupaten Pati

Dalam teori difusi inovasi, pembentukan persepsi masuk pada tahapan persuasi. Tahapan persuasi ini terjadi ketika individu (atau unit pembuat keputusan lainnya) membentuk sikap yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap inovasi. Pada tahap persuasi dalam proses keputusan inovasi, individu membentuk sikap yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap inovasi (Rogers, 1983). Televisi digital sebagai

sebuah teknologi baru yang masuk dalam sebuah masyarakat. Untuk bisa mengadopsi televisi digital, masyarakat harus melewati tahapan pengetahuan dan persepsi.

Hasil utama tahap persuasi dalam proses pengambilan keputusan adalah sikap yang menunjukkan kecenderungan untung atau tidaknya mengadopsi inovasi. Diasumsikan bahwa persuasi semacam itu akan menyebabkan perubahan perilaku untuk lebih terbuka pada tahap berikutnya (yaitu adopsi atau penolakan) yang konsisten dengan sikap yang dipegang.

Hipotesis (H1) melakukan pengkajian pada pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang televisi digital di Kabupaten Pati. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung dari variabel pengetahuan (X1) sebesar 2,336 dengan taraf signifikansi 0,022. Sehingga diperoleh nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel ($2,336 > 1,984$) dan taraf signifikansinya lebih kecil dari taraf standar signifikansi ($0,022 < 0,05$). Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari kriteria tersebut hipotesis diterima yang berarti variabel pengetahuan secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati tentang televisi digital.

Hal ini dapat diartikan bahwa semakin masyarakat paham atau mengetahui secara mendalam tentang televisi digital, maka akan berdampak positif pada persepsi televisi digital di mata masyarakat Kabupaten Pati. Hipotesis H1 menunjukkan dampak positif dari teori difusi inovasi Everett M. Rogers, dimana masyarakat menerima adanya teknologi baru yaitu televisi digital.

Hipotesis (H2) melakukan pengkajian pada pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang televisi digital di Kabupaten Pati. Berdasarkan hasil uji t

diperoleh nilai t hitung dari variabel kemudahan akses (X1) sebesar 6,568 dengan taraf signifikansi 0,000. Sehingga diperoleh nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel ($6,568 > 1,984$) dan taraf signifikansinya lebih kecil dari taraf standar signifikansi ($0,000 < 0,05$). Maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dari kriteria tersebut hipotesis diterima yang berarti variabel kemudahan akses secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati tentang televisi digital.

Hipotesis H3 melakukan pengkajian pada pengetahuan dan kemudahan akses berpengaruh positif serta signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang televisi digital di Kabupaten Pati. Berdasarkan hasil uji, dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 113,568 dan nilai F tabel sebesar 1,984, serta nilai signifikansinya sebesar 0.000. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($113,568 > 3,09$) dan nilai signifikansinya di bawah 0.05 ($0.000 < 0.05$). Maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dari kriteria tersebut hipotesis diterima yang berarti variabel pengetahuan dan variabel kemudahan akses secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati tentang televisi digital.

Penelitian ini berfokus pada mengetahui persepsi masyarakat Kabupaten Pati mengenai televisi digital yang dipengaruhi oleh dua variabel, yakni terpaan informasi dan tingkat pengetahuan masyarakat mengenai televisi digital. Hasil uji statistik menunjukkan dua variabel ini dapat memengaruhi persepsi masyarakat mengenai televisi digital sebesar 70,1%. Sedangkan 29,9% dipengaruhi faktor lainnya di luar fokus penelitian ini.

Apabila hasil uji statistik tersebut dielaborasikan dengan tahapan difusi inovasi, maka terbukti bahwa tahapan pengetahuan yang direpresentasikan variabel X memberikan pengaruh secara positif

terhadap tahapan persuasi yang direpresentasikan variabel Y. Sehingga ketika masyarakat memiliki pengetahuan yang baik, maka mereka akan memiliki persepsi yang baik pula.

SIMPULAN

Simpulan dari hasil uji penelitian dan pembahasan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa tingkat pengetahuan masyarakat dan kemudahan mengakses perangkat televisi digital berpengaruh pada persepsi masyarakat Kabupaten Pati mengenai televisi digital. Hal ini terbukti dari hasil uji statistik sebagai berikut

- (1) Pertama, tingkat pengetahuan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang televisi digital di Kabupaten Pati. Hal ini didapat dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung dari variabel pengetahuan (X1) sebesar 2,336 dengan taraf signifikansi 0,022. Sehingga diperoleh nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel ($2,336 > 1,984$) dan taraf signifikansinya lebih kecil dari taraf standar signifikansi ($0,022 < 0,05$). Maka H0 ditolak dan Ha diterima.
- (2) Kedua, tingkat kemudahan akses masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat tentang televisi digital di Kabupaten Pati. Hal ini didapat dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung dari variabel kemudahan akses (X1) sebesar 6,568 dengan taraf signifikansi 0,000. Sehingga diperoleh nilai t hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai t tabel ($6,568 > 1,984$) dan taraf signifikansinya lebih kecil dari taraf standar signifikansi ($0,000 < 0,05$). Maka H0 ditolak dan Ha diterima.

(3) Ketiga, nilai koefisien korelasi sebesar 0,701 yang memiliki arti bahwa secara bersama-sama variabel X1 dan X2 memiliki kontribusi sebesar 70,1% terhadap variabel Y dan sisanya 29,9% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini. Sehingga dapat diartikan bahwa tingkat pengetahuan dan tingkat kemudahan akses televisi digital memiliki pengaruh terhadap persepsi masyarakat Kabupaten Pati. Maka H0 ditolak dan Ha diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Albab, Choirul Ulil. 2018. "Diffusion of Digital Television of TVRI Central Java." *International Conference of Social Sciences and Education* 55281(September): 119–130.
- Alisa, N., Rambe, I. M., Humairoh, S. N., Kamil, I., & Yusniah. (2023). Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting Jenis Jaringan Informasi Sarana Dawatuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting. 3, 396–410. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i2.2460>
- Huda, M., Sarinah, S., & Saputra, V. D. (2021). Strategi Komunikasi Radio Citra FM Kendal Dalam Meningkatkan Minat Pendengar. *Journal of Communication Studies*, 1(2), 97–113. <https://doi.org/10.37680/jcs.v1i2.1076>
- Iskandar, D., & Restu, D. M. (2019). Difusi Inovasi Siaran Televisi Digital pada Masyarakat Jakarta. Prosiding Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi, indicator 4, 143–151. <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/snpmppt/article/download/7954/3226>
- Laksana, A., Nashrudin, A., & Ferdiana, R. (2022). Televisi Analog Ke Digital Dan Pendampingan Pembagian Set Top Box (STB) Kepada Masyarakat Tidak Mampu. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 3(2), 340–347.
- Locita, F. K., & Kalaloi, A. F. (2023). Analisis Resepsi Masyarakat Di Kecamatan Lembang Terhadap Sosialisasi Siaran Televisi Digital. *EProceedings* ..., 8(6), 3355–3363. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/18939%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/download/18939/18324>
- Marwiyyati, M., & Wahyudin, A. (2020). Implementasi Sistem Siaran Televisi Digital Di LPP TVRI Stasiun Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 156. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i2.3697>
- Nasionalita, K., & Nugroho, C. (2020). Indeks Literasi Digital Generasi Milenial di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 32. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i1.3075>
- Nurbadri, S. F., Anwar, K., & Arseno, D. (2020). Study On Early Warning Systems (EWS) for Indonesia Digital Terrestrial Television. *Journal of Measurements, Electronics, Communications, and Systems*, 6(1), 11. <https://doi.org/10.25124/jmecs.v6i1.2827>
- Rifki, Mhd Ikhsan, M. T. (2022). Jaringan Komunikasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rogers, E. M., & Everett, M. (1983). Diffusion of Third Edition. teddykw2.files.wordpress.com/.../everett-m-rogers-diffusion-of-innovation.pdf
- Sri, D., Rusmana, A., & Danadharta, I. (2022). Difusi Inovasi Aplikasi Clubhouse Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Untag Surabaya. 8(1), 123–131.

Sutjipto, A. M., & Pinariya, J. M. (2019).

Pengenalan Vaksinasi Hpv Oleh Koalisi Indonesia Cegah Kanker Serviks Dengan Pendekatan Teori Difusi Inovasi. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2). <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i2.910>

Tayibnapis, R. G. (2020). The Effect of Diffusion of Fintech Information through Social Media on Changes in Payment Transaction Patterns among Young People in Jakarta. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(9), 81. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v7i9.1924>

Witharja, H. H., Fitriyah, N., & Muldi, A. (2023). Dampak Kebijakan Analogue Switch-Off (Aso) Terhadap Perubahan Sosial, Ekonomi Dan Tata Media Penyiaran Di Indonesia. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 7(1), 131. <https://doi.org/10.24853/pk.7.1.131-140>