

Komersialisasi Sewa *Mux* di *TVRI Yogyakarta*

Paulus A. Edvra, Josep J. Darmawan

Universitas Gadjah Mada
Jalan Sosio Yustisia No. 1, Yogyakarta 55281
Email: paulusangreedvra@mail.ugm.ac.id

DOI: 10.24002/jik.v20i1, Juni.7022

Submitted: March 2023

Reviewed: March 2023

Accepted: April 2023

Abstract: *The implementation of digital broadcasting brings consequences such as the adoption of multiplexing system. In Indonesia, mux providers are selected through tenders except for TVRI. This case study research looks at the mux rental system at TVRI Yogyakarta using political economy perspective to examine whether commercialization is carried out in mux rentals. The results show that commercialization is something that is unavoidable in digital broadcasting. TVRI practically takes advantage of mux by conducting active leasing and marketing to meet the Non-Tax State Revenue target. This is problematic considering that TVRI is a public service broadcasting that educates the audience.*

Keywords: *commercialization, digital broadcasting, mux rental, TVRI, public service broadcasting*

Abstrak: *Pelaksanaan siaran digital membawa konsekuensi, seperti adopsi sistem multipleksing (mux). Di Indonesia, penyedia mux dipilih melalui tender kecuali untuk TVRI yang sudah mendapat jatah. Penelitian studi kasus tunggal ini mengkaji sistem sewa mux di TVRI Yogyakarta menggunakan perspektif ekonomi politik untuk menguji komersialisasi yang dijalankan dalam penyewaan mux. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komersialisasi tidak terhindarkan dalam penyelenggaraan siaran digital. TVRI secara praktis mengambil manfaat atas penggunaan mux melalui skema penyewaan dan pemasaran aktif guna memenuhi target Penerimaan Negara Bukan Pajak. Hal ini problematik mengingat TVRI semestinya memosisikan diri sebagai Lembaga Penyiaran Publik (LPP) yang mengedukasi khalayak bukan sebagai pasar.*

Kata Kunci: *komersialisasi, lembaga penyiaran publik, sewa mux, siaran digital, TVRI*

Analog Switch Off (ASO) penyiaran televisi di Indonesia adalah keniscayaan karena digitalisasi teknologi penyiaran global. Digitalisasi teknologi global yang terjadi sejak era 1970-an berdampak di Indonesia. Digitalisasi teknologi dimulai dari migrasi digital mandiri sejak tahun 1997 dan baru benar-benar menjadi keputusan pemerintah pada tahun 2020 (Dewi, 2021). Undang-Undang Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020 mengamanatkan ASO dalam dua tahun setelah undang-undang (UU) tersebut disahkan. Peraturan Menteri Komunikasi

dan Informatika (Permenkominfo) Nomor 11 Tahun 2021 Pasal 63 menguatkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 46 Tahun 2021 Tentang Pos, Telekomunikasi, dan Penyiaran Pasal 97 ayat (1b) yang mengoperasionalkan amanat tersebut kemudian menetapkan batas akhir wajib ASO paling lambat pada 2 November 2022 (CNN Indonesia, 2022).

Migrasi ke siaran digital melalui ASO merupakan bentuk ketundukan Indonesia mengikuti keputusan *International Telecommunication Union* (ITU) tentang

digitalisasi penyiaran secara global. Pemerintah mengafirmasi hal tersebut dengan narasi mengikuti perkembangan teknologi sekaligus menyertakan janji keuntungan. UU Nomor 11 Tahun 2020 Pasal 60a menyatakan bahwa migrasi ke siaran digital akan meningkatkan: 1) efisiensi pemanfaatan spektrum frekuensi radio dan spektrum elektromagnetik lainnya; 2) kualitas penerimaan dan pilihan program siaran radio dan televisi bagi masyarakat; 3) efisiensi dalam operasional penyelenggaraan jasa penyiaran radio dan televisi; dan 4) pertumbuhan industri-industri yang terkait dengan bidang penyiaran. Sementara itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) menjustifikasi dengan rumusan keuntungan melakukan ASO, yakni: 1) konsumen bisa menerima kualitas gambar dan suara yang lebih baik dengan jumlah siaran lebih banyak; 2) lembaga penyiaran dapat mengefisienkan infrastruktur dan biaya operasional; 3) bisa menumbuhkan industri konten atau industri *Set Top Box* (STB); 4) efisiensi penggunaan spektrum frekuensi radio oleh pemerintah; dan 5) lembaga penyiaran bisa lebih fokus pada proses produksi konten yang berkualitas melalui sistem *multipleksing* (Kominfo, 2012; Komisi Penyiaran Indonesia, 2020).

Migrasi ke ASO membawa konsekuensi panjang. Selain mengubah spesifikasi perangkat penyiaran dari analog ke digital, dunia penyiaran juga harus mengadopsi *multiplex (mux)* sebagai perangkat kunci penyalur siaran di suatu area (Primasiwi, 2021). Bagi penonton, ASO membawa konsekuensi berupa keharusan

menggunakan STB yang berfungsi sebagai *receiver* untuk dapat menangkap siaran digital atau mengganti pesawat televisinya dengan spesifikasi digital yang memadai. Pada kedua konsekuensi tersebut, keberadaan dan pengadaan *mux* menjadi isu lebih utama karena menjadi penentu suatu lembaga penyiaran mempertahankan keberlangsungan aktivitas penyiarannya. Suatu lembaga penyiaran tidak akan dapat melakukan siaran tanpa *mux*.

Mux merupakan pemancar yang dapat diisi hingga 12 kanal siaran dengan kualitas *Standard Definition* (SD) menggunakan perangkat *Digital Video Broadcasting-Second Generation Terrestrial* (DVB-T2). Berbeda dengan sistem analog, di mana satu pemancar hanya berfungsi untuk satu kanal siaran, jumlah pemancar bisa sangat banyak sesuai dengan jumlah kanal siarannya. Jika ada 12 kanal siaran di suatu area, maka dibutuhkan 12 pemancar di area tersebut. *Mux* membuat spektrum siaran menjadi jauh lebih efisien, namun jumlah *mux* dibatasi berdasarkan pertimbangan area siaran. Pemerintah melakukan lelang untuk mengatur penyedia *mux*. Stasiun penyiaran yang tidak memenangi lelang kemudian harus menyewa *mux* untuk dapat melakukan siaran.

Sejauh ini sudah dua kali lelang yang dilakukan pemerintah untuk menentukan penyedia *mux*. Lelang pertama dilakukan pada 2012 untuk tujuh wilayah: (1) Aceh dan Sumatra Utara, (2) Kalimantan Timur dan Kalimantan Selatan, (3) Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta dan Banten, (4) Jawa Barat, (5) Jawa Tengah dan Daerah

Istimewa Yogyakarta (DIY), (6) Jawa Timur, dan (7) Kepulauan Riau (Prabowo, 2012). Lelang kedua dilaksanakan pada 2021 lalu, di mana terdapat 9 dari 13 lembaga penyiaran swasta yang memenuhi syarat untuk penyedia jasa *multipleksing* di 22 provinsi (Kure, 2021).

Di sisi lain, Mahkamah Agung (MA) menganulir kewajiban televisi komunitas, swasta, dan lokal untuk penyewaan *mux*. Namun, MA tidak memberikan penjelasan untuk solusi penyewaan *mux* (Setyowati, 2022). Kendati begitu, televisi masih menggunakan sistem sewa *mux* agar bisa tetap siaran walau sudah tidak diwajibkan. Berbeda dengan televisi swasta, lokal, dan komunitas yang diharuskan mengikuti lelang atau sewa *mux*, *Televisi Republik Indonesia* (TVRI) mendapat privilese jatah dua *mux* di wilayah siaran yang ditentukan. Tidak semua kanal dalam *mux* ini digunakan sendiri oleh TVRI sehingga sisa slotnya disewakan kepada televisi swasta, lokal, maupun komunitas lain (Yuniartha, 2021). TVRI memberlakukan tarif sewa berbeda di setiap area, di mana tarif sewa yang dipatok TVRI nasional di Jakarta memperlihatkan harga paling tinggi, yakni Rp 46 juta per bulan (tabel 1).

TVRI Yogyakarta merupakan salah satu stasiun televisi yang ditetapkan sebagai penyedia *mux* untuk area DIY. Penyedia *mux* dari stasiun lain di area ini adalah *Global TV*, *Indosiar*, *TVOne*, *Metro TV*, dan *Trans TV* (Prabowo, 2012). *Mux TVRI Yogyakarta* berada di daerah Pathuk Kabupaten Gunungkidul yang secara geografis memungkinkan *luberan* jangkauan siarannya hingga ke area Jawa Tengah (Klaten, Boyolali, Solo Raya, dan sekitarnya). Melihat luasan cakupan siaran, TVRI Yogyakarta memiliki area yang jauh lebih kecil dibandingkan area cakupan siaran stasiun TVRI daerah lain. Walaupun area siarannya kecil, TVRI Yogyakarta justru mencatat prestasi sebagai peraih *sales billing* terbesar dari antara seluruh stasiun TVRI lain pada tahun 2019 (TVRI, 2020, h. 30). TVRI Yogyakarta mesti bersaing ketat untuk persewaan *mux* karena harus berhadapan langsung dalam kompetisi dengan lima penyedia *mux* lainnya dari pihak swasta.

Tata penyediaan *mux* memberi peluang pemasukan bagi stasiun televisi. Sebagai Lembaga Penyiaran Publik (LPP), penyewaan slot *mux* dari setiap stasiun TVRI ditempuh dengan cara pengajuan

Tabel 1 Daftar Harga Sewa *Mux* TVRI

No	Stasiun TVRI	Daerah Transmisi	Tarif/Slot/bulan
1	BANDA ACEH	23.000.000	23
2	PALAU BARU	16.000.000	24
3	BENGKALU	13.000.000	25
4	CELEBES	20.000.000	26
5	SABANG	15.000.000	27
6	BALI	25.000.000	28
7	DIY	46.000.000	29
8	BANGKA BELITUNG	27.000.000	30
9	DIY	16.000.000	31
10	BANTEN	14.000.000	32
11	BENGKULU	29.000.000	33
12	DIY	13.000.000	34
13	DIY	25.000.000	35
14	DIY	23.000.000	36
15	DIY	13.000.000	37
16	DIY	29.000.000	38
17	JAMBI	14.000.000	39
18	SANGA PEMAH	13.000.000	40
19	DIY	17.000.000	41
20	DIY	18.000.000	42
21	DIY	34.000.000	43
22	DIY	15.000.000	44
23	DIY	17.000.000	45
24	DIY	18.000.000	46
25	DIY	13.000.000	47
26	DIY	13.000.000	48
27	DIY	13.000.000	49
28	DIY	13.000.000	50
29	DIY	13.000.000	51
30	DIY	13.000.000	52
31	DIY	13.000.000	53
32	DIY	13.000.000	54
33	DIY	13.000.000	55
34	DIY	13.000.000	56
35	DIY	13.000.000	57
36	DIY	13.000.000	58
37	DIY	13.000.000	59
38	DIY	13.000.000	60
39	DIY	13.000.000	61
40	DIY	13.000.000	62
41	DIY	13.000.000	63
42	DIY	13.000.000	64
43	DIY	13.000.000	65
44	DIY	13.000.000	66
45	DIY	13.000.000	67
46	DIY	13.000.000	68
47	DIY	13.000.000	69
48	DIY	13.000.000	70
49	DIY	13.000.000	71
50	DIY	13.000.000	72
51	DIY	13.000.000	73
52	DIY	13.000.000	74
53	DIY	13.000.000	75
54	DIY	13.000.000	76
55	DIY	13.000.000	77
56	DIY	13.000.000	78
57	DIY	13.000.000	79
58	DIY	13.000.000	80
59	DIY	13.000.000	81
60	DIY	13.000.000	82
61	DIY	13.000.000	83
62	DIY	13.000.000	84
63	DIY	13.000.000	85
64	DIY	13.000.000	86
65	DIY	13.000.000	87
66	DIY	13.000.000	88
67	DIY	13.000.000	89
68	DIY	13.000.000	90
69	DIY	13.000.000	91
70	DIY	13.000.000	92
71	DIY	13.000.000	93
72	DIY	13.000.000	94
73	DIY	13.000.000	95
74	DIY	13.000.000	96
75	DIY	13.000.000	97
76	DIY	13.000.000	98
77	DIY	13.000.000	99
78	DIY	13.000.000	100
79	DIY	13.000.000	101
80	DIY	13.000.000	102
81	DIY	13.000.000	103
82	DIY	13.000.000	104
83	DIY	13.000.000	105
84	DIY	13.000.000	106
85	DIY	13.000.000	107
86	DIY	13.000.000	108
87	DIY	13.000.000	109
88	DIY	13.000.000	110
89	DIY	13.000.000	111
90	DIY	13.000.000	112
91	DIY	13.000.000	113
92	DIY	13.000.000	114
93	DIY	13.000.000	115
94	DIY	13.000.000	116
95	DIY	13.000.000	117
96	DIY	13.000.000	118
97	DIY	13.000.000	119
98	DIY	13.000.000	120
99	DIY	13.000.000	121
100	DIY	13.000.000	122
101	DIY	13.000.000	123
102	DIY	13.000.000	124
103	DIY	13.000.000	125
104	DIY	13.000.000	126
105	DIY	13.000.000	127
106	DIY	13.000.000	128
107	DIY	13.000.000	129
108	DIY	13.000.000	130
109	DIY	13.000.000	131
110	DIY	13.000.000	132
111	DIY	13.000.000	133
112	DIY	13.000.000	134
113	DIY	13.000.000	135
114	DIY	13.000.000	136
115	DIY	13.000.000	137
116	DIY	13.000.000	138
117	DIY	13.000.000	139
118	DIY	13.000.000	140
119	DIY	13.000.000	141
120	DIY	13.000.000	142
121	DIY	13.000.000	143
122	DIY	13.000.000	144
123	DIY	13.000.000	145
124	DIY	13.000.000	146
125	DIY	13.000.000	147
126	DIY	13.000.000	148
127	DIY	13.000.000	149
128	DIY	13.000.000	150
129	DIY	13.000.000	151
130	DIY	13.000.000	152
131	DIY	13.000.000	153
132	DIY	13.000.000	154
133	DIY	13.000.000	155
134	DIY	13.000.000	156
135	DIY	13.000.000	157
136	DIY	13.000.000	158
137	DIY	13.000.000	159
138	DIY	13.000.000	160
139	DIY	13.000.000	161
140	DIY	13.000.000	162
141	DIY	13.000.000	163
142	DIY	13.000.000	164
143	DIY	13.000.000	165
144	DIY	13.000.000	166
145	DIY	13.000.000	167
146	DIY	13.000.000	168
147	DIY	13.000.000	169
148	DIY	13.000.000	170
149	DIY	13.000.000	171
150	DIY	13.000.000	172
151	DIY	13.000.000	173
152	DIY	13.000.000	174
153	DIY	13.000.000	175
154	DIY	13.000.000	176
155	DIY	13.000.000	177
156	DIY	13.000.000	178
157	DIY	13.000.000	179
158	DIY	13.000.000	180
159	DIY	13.000.000	181
160	DIY	13.000.000	182
161	DIY	13.000.000	183
162	DIY	13.000.000	184
163	DIY	13.000.000	185
164	DIY	13.000.000	186
165	DIY	13.000.000	187
166	DIY	13.000.000	188
167	DIY	13.000.000	189
168	DIY	13.000.000	190
169	DIY	13.000.000	191
170	DIY	13.000.000	192
171	DIY	13.000.000	193
172	DIY	13.000.000	194
173	DIY	13.000.000	195
174	DIY	13.000.000	196
175	DIY	13.000.000	197
176	DIY	13.000.000	198
177	DIY	13.000.000	199
178	DIY	13.000.000	200
179	DIY	13.000.000	201
180	DIY	13.000.000	202
181	DIY	13.000.000	203
182	DIY	13.000.000	204
183	DIY	13.000.000	205
184	DIY	13.000.000	206
185	DIY	13.000.000	207
186	DIY	13.000.000	208
187	DIY	13.000.000	209
188	DIY	13.000.000	210
189	DIY	13.000.000	211
190	DIY	13.000.000	212
191	DIY	13.000.000	213
192	DIY	13.000.000	214
193	DIY	13.000.000	215
194	DIY	13.000.000	216
195	DIY	13.000.000	217
196	DIY	13.000.000	218
197	DIY	13.000.000	219
198	DIY	13.000.000	220
199	DIY	13.000.000	221
200	DIY	13.000.000	222

Sumber: TVRI (n.d.)

surat permohonan oleh calon penyewa beserta dokumen yang dibutuhkan kepada *TVRI* pusat (Oktavian, 2021). Prosedur ini merupakan langkah formal ketika berhubungan dengan lembaga milik negara, mengesankan pengelolaan normatif atas pemasukan yang diperoleh. Meski demikian, di tengah terbatasnya dukungan finansial dari negara dan persoalan lainnya, pemasukan dari sewa *mux* bagi *TVRI Yogyakarta* sangat mungkin memunculkan ekspektasi target guna memfasilitasi kebutuhan operasional dan peningkatan kesejahteraan pegawai. Kebutuhan ini sangat dekat dengan praktik komersialisasi yang berpotensi konflik mengingat *TVRI* mengemban visi dan misi integritas, akuntabilitas, transparansi yang idealis dalam pelaksanaan programnya. Komersialisasi dalam sewa *mux TVRI* menjadi asumsi paling rasional karena merupakan bagian paling praktikal untuk didayagunakan meraup pemasukan. Pasalnya, sebanyak 50 persen dari kapasitas *mux* disediakan untuk penyewa dari lembaga penyiaran lain.

Terdapat tiga pola terkait penelitian migrasi digital. Pertama, penelitian yang mengevaluasi proses migrasi digital di suatu negara. Penelitian Şuţu (2013), misalnya, mengevaluasi penerapan ASO di Rumania. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah dan pemangku kebijakan di Rumania kurang bisa membaca hambatan teknis dan ekonomi sehingga membuat pelaksanaan ASO tidak bisa tepat waktu. Penelitian Odumu, Mazhinyi, dan Nnegha (2017, h. 1) melihat prospek, keuntungan,

dan tantangan migrasi digital di Nigeria, di mana migrasi digital di Nigeria punya prospek untuk mengembangkan ekonomi. Hal ini didapat jika mereka bisa mengatasi tantangan migrasi, seperti syarat teknis, penyedia konten, infrastruktur, biaya, dan kemiskinan. Penelitian Yoon (2014) menunjukkan bahwa migrasi di Korea Selatan berjalan tepat waktu, namun menyisakan masalah bahwa masih banyak warga yang televisinya belum terkonversi ke digital.

Kedua, penelitian yang mengeksplorasi fungsi dan keuntungan dari siaran dan konten digital. Penelitian Ellis (2014), misalnya, mengeksplorasi fleksibilitas dan aksesibilitas televisi digital di Australia oleh kelompok difabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siaran digital menyumbang deskripsi audio yang jelas sehingga bisa dinikmati kelompok tuna netra. Sementara, adanya teks dalam siaran bisa membantu kelompok tuna rungu (Ellis, 2014, h. 103). Selain itu, ada penelitian Chimanga dan Mumba (2020) yang meneliti keuntungan migrasi digital di Zambia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa migrasi siaran digital menguntungkan karena meningkatkan kualitas transmisi dan konten yang memberikan kepuasan bagi konsumen.

Ketiga, penelitian yang menganalisis migrasi digital dari sudut pandang ekonomi politik atau perspektif kritis. Padovani (2012) menggunakan analisis wacana untuk mengkaji berita seputar migrasi digital di tiga kanal terestrial digital *Mediaset* yang dimiliki oleh Perdana Menteri Italia, Silvio

Berlusconi. Hasil menunjukkan bahwa *Mediaset* mengangkat program yang menunjukkan ketertarikan mereka atas migrasi digital (Padovani, 2012, h. 442). Ada juga penelitian yang menggunakan sudut pandang ekonomi politik untuk melihat migrasi digital di Afrika Selatan (Duncan, 2017). Di negara tersebut kebijakan migrasi digital dinilai tidak menguatkan peran televisi publik dan komunitas. Lembaga yang mengurus migrasi juga bukan dari pemerintah sehingga tidak tunduk pada tekanan *elektoral* maupun tekanan publik. Akibatnya, lembaga tersebut dengan mudah tidak menempatkan prioritas publik dalam migrasi digital.

Sementara itu Iosifidis (2011) berargumen bahwa kebijakan nasional terkait migrasi digital sangat dipengaruhi oleh konteks pasar dan supranasional seperti *European Union Audiovisual Policy* yang bertujuan mempercepat proses ASO. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa televisi terestrial berperan penting dalam meyakinkan konsumen untuk tertarik dengan layanan digital dan membuat target ASO *European Commission* tampak bisa dicapai (Iosifidis, 2011, h. 15). Selain itu, penelitian Rahayu (2018) yang menggunakan pendekatan ekonomi politik mengeksplorasi peran agen dalam menentukan kebijakan penyiaran Indonesia, termasuk kebijakan siaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebijakan siaran digital bias kepentingan elite politik dan kelompok kapitalis sehingga tidak memperhatikan kepentingan televisi lokal maupun aspirasi publik (Rahayu, 2018, h. 27).

Sembilan penelitian tersebut belum ada yang menunjukkan fokus pada ekonomi politik sistem sewa *mux*. Selain itu, penelitian-penelitian tersebut tidak secara khusus fokus pada LPP. Penelitian ini mengkaji sistem sewa *mux* di *TVRI Yogyakarta* menggunakan perspektif ekonomi politik untuk menguji komersialisasi yang dijalankan dalam penyewaan *mux*. Secara khusus penelitian ini mengeksplorasi peluang *mux* digunakan pemangku kepentingan di *TVRI Yogyakarta* untuk mendapatkan dan mengelola keuntungan sewa.

Penelitian ini menggunakan perspektif ekonomi politik. Konsep ekonomi politik bisa dilihat dari dua konteks (Mause, 2019). Pertama, ekonomi politik merujuk pada area penelitian multidisipliner di mana para peneliti menginvestigasi hubungan antara ruang politik dengan sistem ekonomi. Kedua, ekonomi politik bisa dipandang sebagai ranah observasi untuk melihat interaksi politik dan bisnis dalam masyarakat.

Sementara itu, Mosco (2009, h. 2) mendefinisikan ekonomi politik sebagai studi tentang relasi sosial, terutama relasi kuasa yang membentuk sistem produksi, distribusi, dan konsumsi atas sumber daya, termasuk sumber daya komunikasi. Studi ekonomi politik digunakan untuk memahami cara penguasa beroperasi dan menunjukkan cara pihak tertentu mendapatkan sesuatu meski hal tersebut tidak dikehendaki oleh pihak lain. Pada penelitian ini, pihak tertentu tersebut adalah *TVRI Yogyakarta* dan hal yang dimaksud adalah *mux* serta proses sewa *mux*.

Lebih lanjut, Mosco (2009) menyatakan bahwa ada tiga elemen utama dalam ekonomi politik komunikasi, yakni komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi. Komodifikasi adalah proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar. Komodifikasi terbagi atas komodifikasi khalayak, konten, dan pekerja. Spasialisasi adalah proses menanggulangi hambatan ruang dan waktu. Strukturasi merujuk pada proses menciptakan hubungan sosial antaragen secara vertikal dan horizontal. Strukturasi menggambarkan proses di mana struktur dibentuk oleh agen manusia yang menyediakan media dari bentuk struktur tersebut.

Komersialisasi dijelaskan Mosco sebagai bagian dari pembahasan komodifikasi. Mosco menegaskan penting untuk membedakan komodifikasi dengan komersialisasi. Komersialisasi adalah proses yang lebih dangkal/sempit, merujuk pada pembentukan hubungan khalayak dengan pengiklan, dibandingkan komodifikasi (Mosco, 2009, h. 132). Meski demikian, komersialisasi tidak hanya tentang hubungan khalayak dengan pengiklan.

Komersialisasi adalah proses menciptakan produk yang dibutuhkan dan dijual dengan harga yang wajar dengan tujuan memuaskan permintaan pasar (Dehghani, 2015). Komersialisasi merupakan aktivitas mentransformasi suatu teknologi agar bisa memberikan keuntungan atau profit (Sutopo, Astuti, & Suryandari, 2019). Komersialisasi juga merupakan kapasitas industri atau perusahaan untuk

membawa inovasi teknologi ke pasar dan menjangkau konsumen yang besar (Datta, Mukherjee, & Jessup, 2014, h. 3).

Terdapat tiga tahapan komersialisasi yang dikenakan terhadap *TVRI Yogyakarta* menurut Gbadegeshin (2017), yakni: (1) prakomersialisasi, tahap yang mencakup pembentukan visi organisasi terhadap siaran digital dan sistem penyewaan *mux*, deteksi kepentingan yang bisa memengaruhi jalannya sistem sewa *mux*, dan analisis peluang *TVRI Yogyakarta* dalam sistem sewa *mux*; (2) komersialisasi, tahap pengidentifikasian model komersialisasi yang dijalankan yaitu bersifat kompetitif atau kooperatif dengan penyedia *mux* lainnya. Tahap ini juga meninjau kebijakan organisasi dalam mengomersialisasikan *mux*; (3) pascakomersialisasi, tahap di mana *TVRI Yogyakarta* mulai mengelola penyewaan *mux* dan mulai memasarkan *mux* tersebut ke televisi swasta, komunitas, dan lokal.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Menurut Starman (2013, h. 32), studi kasus adalah metode eksplorasi mendalam dari perspektif jamak terkait dengan kompleksitas atau keunikan suatu proyek, kebijakan, institusi, program, atau sistem dalam kehidupan nyata. Metode ini bisa mencakup kondisi kontekstual dalam sebuah fenomena dan tepat untuk menguji pertanyaan penelitian yang bersifat bagaimana atau mengapa (Baxter & Jack, 2008, h. 545). Penelitian ini berusaha

mengeksplorasi bagaimana peluang *mux* digunakan pemangku kepentingan di *TVRI Yogyakarta* untuk mendapatkan dan mengelola keuntungan sewa. Kekhususan objek dan pertanyaan penelitian bagaimana dalam penelitian ini telah menunjukkan bahwa penelitian ini layak menggunakan metode studi kasus.

Studi kasus dalam penelitian ini bersifat *single case* karena hanya ingin mempelajari objek tunggal yang memiliki kekhususan. Penelitian ini hanya mengambil objek penelitian *TVRI Yogyakarta* karena melalui penelitian ini sudah bisa mewakili isu-isu khas dalam populasi penelitian (Hennink, Hutter, & Bailey, 2012, h. 278). Penelitian ini juga tidak membandingkan dengan kasus lain, seperti televisi swasta, komunitas, maupun stasiun *TVRI* lainnya, oleh karenanya tidak menggunakan *multiple cases study*.

TVRI Yogyakarta adalah objek yang diteliti dalam penelitian studi kasus ini. *TVRI Yogyakarta* sudah layak menjadi sebuah kasus yang memiliki karakteristik khusus, di antaranya: (1) menjadi penyedia *mux* tanpa melalui proses lelang, (2) *TVRI* merupakan LPP, (3) memiliki wilayah siaran paling kecil, dan (4) bersaing dengan lima penyedia *mux* lain untuk area DIY.

Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam untuk mendapat pemahaman mendalam soal komersialisasi sewa *mux* yang terjadi di *TVRI Yogyakarta*. Informan kunci yang diwawancarai adalah tiga orang pegawai *TVRI Yogyakarta* yang bersinggungan dengan kebijakan *mux* dan juga pelaksana teknis siaran

digital, yakni Binuko Nugroho (Teknisi Bidang *Information and Technology/IT*), Tri Nugroho (Subkoordinator Bidang Transmisi dan *Multipleksing*), serta Yuniarto Estiawan (Koordinator Teknik).

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis studi kasus yang disusun oleh Cresswell (2013), yang terdiri dari tahap 1) pengorganisasian data, 2) deskripsi, klasifikasi, dan interpretasi data ke dalam kode dan tema, 3) interpretasi data, dan 4) representasi dan visualisasi data. Sebagai triangulasi, peneliti melakukan studi dokumen tentang kebijakan siaran digital yang selama ini diberlakukan serta berita-berita yang relevan.

HASIL

Tuntutan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP)

Ditetapkannya LPP *TVRI* sebagai penyelenggara *multipleksing* siaran televisi digital mengisyaratkan bahwa infrastruktur dan wilayah jangkauan yang dimiliki *TVRI* sesuai dengan standar yang ditentukan pemerintah. Menurut Permenkominfo Nomor 22/PER/M.KOMINFO/11.2011, sistem lelang yang diterapkan kepada lembaga penyiaran swasta adalah untuk melihat kesiapan jangkauan siaran dan infrastruktur mereka secara luas yang sesuai standar (Kominfo, 2014). *TVRI* sebagai penyelenggara *multipleksing* menetapkan bahwa tiap daerah berhak menggunakan 50 persen dari slot *mux* untuk siaran *TVRI* dan sisanya disewakan kepada televisi swasta, lokal, maupun komunitas (Bestari, 2021).

Binuko menjelaskan soal keputusan pemerintah membuka kesempatan bagi televisi swasta.

Awalnya saat 2018 itu pemerintah menginginkan penyedia *mux* itu tunggal, yaitu *TVRI* saja. Mengapa *TVRI*, ya karena *TVRI* kan punya pemerintah. Namun, keputusan ini diprotes oleh televisi swasta yang ingin menjadi penyedia *mux* juga. Akhirnya dibukalah kesempatan itu lewat sistem tender. (Binuko Nugroho, Teknisi Bidang IT, wawancara, 20 Mei 2022)

Menurut Binuko, saat ini *TVRI Yogyakarta* sudah menggunakan lima slot untuk kanal khusus *TVRI*, yakni *TVRI Nasional*, *TVRI Yogyakarta*, *TVRI World*, *TVRI Sport*, dan *TVRI Jawa Tengah*. Sementara itu, sisa slot dalam *mux* sudah penuh terisi. Merujuk data yang dibagikan oleh Tri Nugroho, tabel di bawah ini adalah daftar penyewa *mux TVRI Yogyakarta* sampai dengan akhir 2022 beserta kualitas siaran yang disewa.

Data tabel tersebut memperlihatkan bahwa *NET TV* sudah bisa menyewa *mux* dalam kualitas *High Definition* (HD). Slot yang disewa *NET TV* lebih besar daripada penyewa lainnya. Hal ini menunjukkan adanya perubahan dalam peraturan sewa *mux*

dibandingkan dengan kebijakan awalnya. Tri mengatakan bahwa *TVRI Yogyakarta* hanya menyediakan sewa slot untuk kualitas *Standar Definition* (SD), sementara kualitas HD hanya untuk kanal-kanal milik *TVRI*.

Kalau *dulu* ada delapan penyewa. Stasiun yang putus sewa adalah RTV karena mau pindah ke penyedia *mux* yang menyediakan siaran HD. Kebetulan *kan TVRI* hanya menyediakan kualitas SD, sementara yang HD hanya untuk kanal-kanal *TVRI*. (Tri Nugroho, Subkoordinator Bidang Transmisi dan *Multipleksing*, wawancara, 20 Mei 2022)

Temuan ini menarik karena memperlihatkan indikasi kuat bahwa kebijakan penyewaan *mux* mengalami perubahan yang disesuaikan dengan permintaan pasar penyewa. Alokasi khusus kualitas HD yang semula hanya untuk siaran *TVRI* diubah karena adanya pemutusan dari penyewa yang juga menginginkan siaran dengan kualitas yang sama. Perubahan kebijakan ini secara jelas menunjukkan bahwa *TVRI* melakukan koreksi atas asumsi awal dalam keputusannya serta secara aktif mengejar peluang dari penyewa dan pemasukan supaya tidak menjadi keuntungan bagi penyelenggara *mux* lainnya. Adanya perubahan kebijakan sistem sewa *mux* ini

Tabel 1 Penyewa Mux di TVRI Yogyakarta

Penyewa	Kualitas Siaran
TATV	SD
AdiTV	SD
Nusantara TV	SD
TA TV Jogja	SD
Tegar TV	SD
Inspira TV	SD
NET HD	HD

Sumber: Data Penelitian (2022)

pada akhirnya membuat semua slot *mux TVRI Yogyakarta* terisi penuh.

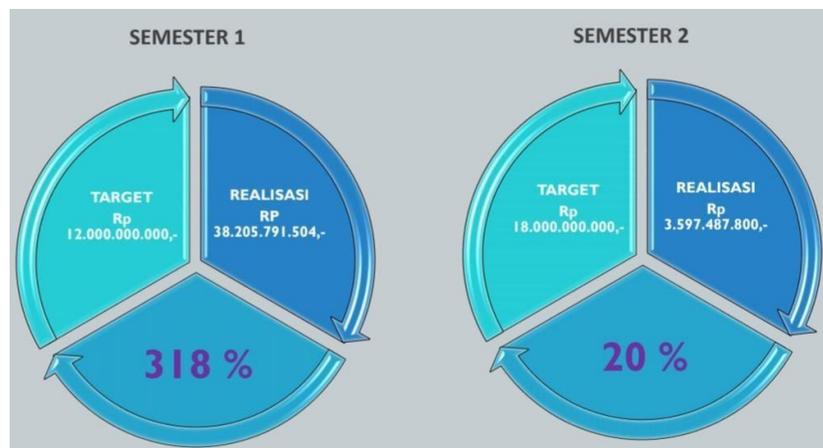
Fakta bahwa *mux* di *TVRI Yogyakarta* sudah penuh terisi sering diapresiasi oleh *TVRI* pusat. Yuniarto mengatakan bahwa dalam pertemuan *TVRI* seluruh Indonesia, *TVRI Yogyakarta* sering dijadikan acuan untuk mendorong *TVRI* daerah lain untuk memenuhi slot di *mux* mereka. Pernyataan Yuniarto ini mengarahkan pada pertanyaan soal alasan *TVRI* yang dituntut untuk memaksimalkan *mux* yang disewakan sementara *TVRI* merupakan LPP yang orientasinya tidak komersial.

Berdasarkan penelusuran data, ditemukan regulasi bahwa *TVRI* sudah menjadi sasaran PNBPN seperti tertuang dalam PP Nomor 33 Tahun 2017. Pasal 1 menyatakan PNBPN diberlakukan untuk penerimaan yang berasal dari jasa tayang, produksi program, media *online*, penggunaan sarana dan prasarana siaran sesuai dengan tugas dan fungsi, pendidikan dan pelatihan, dan layanan digitalisasi penyiaran. Berdasarkan lampiran penerimaan yang dikenakan PNBPN, pendapatan dari digitalisasi siaran yang

masuk PNBPN masuk dalam jenis penggunaan sarana dan prasarana siaran sesuai dengan tugas dan fungsi.

Selain adanya PP Nomor 33 Tahun 2017, *TVRI* pusat juga menetapkan adanya target PNBPN untuk seluruh *TVRI*, baik *TVRI* pusat maupun daerah. *TVRI* pusat menargetkan PNBPN dari digitalisasi yang didapat selama 2022 adalah sebesar Rp 30 miliar rupiah dan capaian ini dipisah menjadi dua semester seperti yang terlihat pada gambar 1.

Berdasarkan gambar 1, tampak bahwa realisasi PNBPN *TVRI* selama semester 1 jauh melebihi target, yakni sebesar 318 persen. *TVRI Yogyakarta* memberi sumbangsih besar pada capaian PNBPN ini karena sejak semester 1, slot di *TVRI Yogyakarta* juga sudah terisi penuh. Sementara, di semester 2, capaian PNBPN baru sebesar 20 persen dari target *TVRI*. Itulah sebabnya *TVRI* pusat gencar mendorong *TVRI* daerah lain untuk aktif menyewakan semua slot yang tersedia. Masalahnya, dari semua slot yang dimiliki *TVRI* di Indonesia, baru sekitar 17,81 persen slot yang terisi penyewa. Angka 17,81 persen



Gambar 1 Target dan Realisasi *TVRI* Tahun 2022

Sumber: Dokumentasi Peneliti

ini sendiri bisa dicapai karena sumbangsih tiga *TVRI* daerah yang sudah memenuhi slotnya, yakni *TVRI Yogyakarta*, *TVRI Joglo* pusat di Jakarta, dan *TVRI Bandar Baru* wilayah layanan Sumatra Utara-1.

Kualitas Pelayanan

Guna memenuhi capaian pemenuhan sewa *mux*, *TVRI Yogyakarta* melakukan setidaknya tiga upaya pelayanan sesuai arahan pusat. Upaya pertama adalah menjaga kualitas *Service Level Agreement* (SLA). SLA adalah perjanjian khusus yang menetapkan berbagai kewajiban dan telah mendapat persetujuan dari satu pihak ke pihak yang lain (Adani, 2021). SLA yang diajukan *TVRI* adalah total *downtime* selama setahun tidak boleh lebih dari 1 persen dari total jam siaran. Jika *TVRI* tidak bisa menyanggupi ini, maka mereka akan mendapat penalti.

Berdasarkan dokumen milik *TVRI* yang dibagikan ke peneliti, target *downtime* yang diterapkan ke *TVRI Yogyakarta* merupakan target *downtime* untuk Zona 1 siaran *TVRI*. Pada dokumen itu, SLA yang ditargetkan terbagi menjadi tiga zona dan masing-masing zona itu memiliki maksimal *downtime* yang berbeda-beda seperti yang tampak dalam gambar 2.

Tri Nugroho mengatakan bahwa *TVRI* menyiapkan *mux 2* sebagai *backup* yang bisa digunakan jika *mux 1* bermasalah. Pemanfaatan *mux* kedua sebagai *mux* cadangan adalah upaya kedua dari *TVRI Yogyakarta*. Tri mengatakan bahwa masing-masing *TVRI* sebagai penyedia *mux* diberikan dua buah *mux*. *TVRI* hanya menggunakan *mux 1* sebagai *mux* utama untuk operasional. Sementara, untuk *mux 2* digunakan untuk cadangan. Jika *mux* pertama mengalami gangguan, *TVRI* bisa memindahkan siaran ke *mux* kedua sehingga tidak mati total dalam waktu yang lama.

TVRI mendapatkan dua *mux*. Satu *mux* bisa digunakan hingga sekitar 12 *channel*. Saat ini di *mux* satu sudah penuh. Sementara *mux* satunya disimpan sebagai cadangan atau *backup mux* ketika *mux* yang terisi sekarang bermasalah. (Tri Nugroho, Subkoordinator Bidang Transmisi dan *Multipleksing*, wawancara, 20 Mei 2022)

Upaya ketiga yang diterapkan oleh *TVRI Yogyakarta* adalah menggunakan peralatan yang berkualitas. Yuniarto menyampaikan bahwa *mux 1 TVRI Yogyakarta* menggunakan peralatan dari *Ericsson*. Menurutnya, teknologi dari merek ini setara dengan teknologi yang



Gambar 2 Klasifikasi SLA di *TVRI* Tahun 2022

Sumber: Dokumentasi Peneliti

digunakan oleh lembaga penyiaran komersial di Jakarta. Adanya penggunaan teknologi ini diharapkan bisa menjaga kualitas siaran yang diterima oleh konsumen.

Tiga upaya ini setidaknya menunjukkan upaya *TVRI Yogyakarta* mewujudkan profesionalitas sebagai penyedia *mux*. Upaya-upaya ini dimaksudkan untuk menumbuhkan kepercayaan dari calon penyewa *mux*. Adanya kepercayaan dapat bermuara pada kesepakatan sewa yang artinya penambahan PNPB dari *TVRI Yogyakarta*. Namun demikian, konsekuensi upaya-upaya ini menciptakan beban tambahan bagi *TVRI Yogyakarta*.

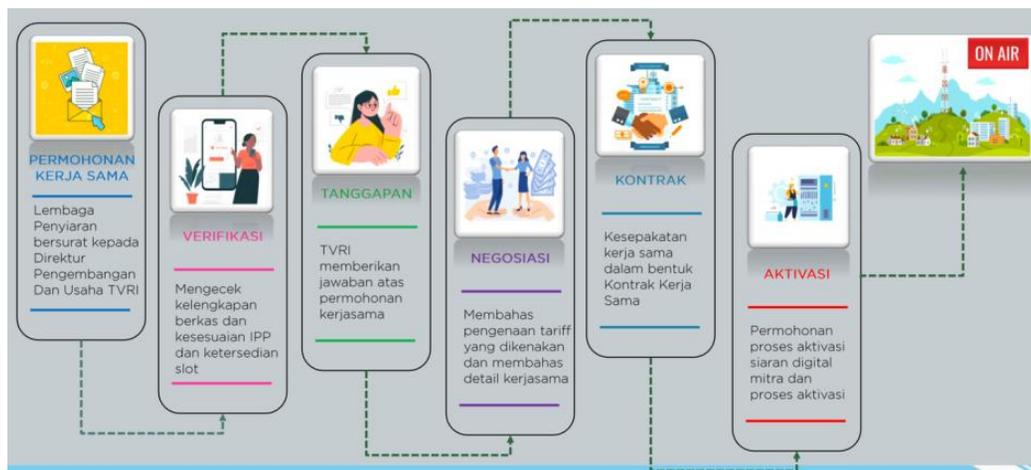
Setidaknya ada empat tanggung jawab baru yang harus diemban *TVRI* yang berhubungan dengan mitra penyewa *mux*. Keempat tanggung jawab itu, yakni: (1) *TVRI* dituntut melakukan pemeriksaan, pencatatan, dan pelaporan siaran mitra secara intens sebagai bentuk *monitoring* siaran digital; (2) pelaksana *TVRI* diminta untuk menyampaikan kondisi siaran mitra apabila terdapat gangguan, seperti tidak ada input siaran atau kualitas siaran yang tidak jelas secara audio atau video. Pelaporan ditujukan ke Direktorat Pekerjaan Umum (PU) *TVRI* pusat; (3) pelaksana *mux* dituntut untuk memastikan peralatan transmisi bekerja dengan optimal sehingga menjaga SLA yang sudah ditargetkan; dan (4) pelaksana *mux* diminta menginformasikan terkait rencana pekerjaan *downtime* siaran. Laporan ini harus dikirim ke Direktorat Pengembangan dan Usaha (PU) *TVRI*, dan Direktorat PU ini harus menyampaikan ke penyewa maksimal H-4 pelaksanaan *downtime*.

Penambahan tanggung jawab ini bagi pelaksana siaran *mux* di *TVRI Yogyakarta* memicu ekspektasi berupa peningkatan kesejahteraan pegawai. Hasil wawancara dengan Binuko menunjukkan para pegawai teknis *TVRI* sudah membayangkan adanya peningkatan kesejahteraan dari hasil sewa *mux*. Namun realisasi hal ini terhalang oleh karena *TVRI Yogyakarta* minus otoritas terhadap akses sistem persewaan dan pemanfaatan hasilnya.

Otoritas *TVRI Yogyakarta* dalam Penyelenggaraan *Mux*

Hasil wawancara dengan Yuniarto menunjukkan bahwa otoritas seputar penyewaan *mux* dipegang sepenuhnya oleh *TVRI* pusat. *TVRI Yogyakarta* sebagai *TVRI* daerah hanya diberi tanggung jawab seputar operasional teknis penyelenggaraan *mux*, sementara seluruh urusan sewa ada di tangan Divisi Pengembangan dan Usaha *TVRI* pusat. Hal ini juga tampak dari *Standard Operating Procedure* (SOP) kerja sama sewa *multipleksing* yang ada di dokumentasi *TVRI* seperti yang tampak dalam gambar 3.

Yuniarto mengatakan bahwa bidang teknis tidak mengetahui perihal pendaftaran hingga penentuan harga karena hal itu merupakan urusan *TVRI* pusat. Ketika ditanya soal adanya diskon sewa terutama untuk televisi komunitas, Yuniarto juga mengatakan bahwa hal itu merupakan urusan *TVRI* pusat. *TVRI Yogyakarta* sebagai *TVRI* daerah hanya menerima notifikasi bahwa slot di *mux* sudah terisi dan akan segera ada teknisi yang akan memasang alat di stasiun pemancar di Pathuk, Gunungkidul, DIY.



Gambar 3 SOP Kerja Sama *Multiplexing* di TVRI

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Yang pernah saya dengar itu *TVRI* diberikan wewenang untuk bernegosiasi dengan TV lokal dan komunitas terkait biaya sewa. Ini bisa dilakukan dengan calon penyewa itu mengajukan surat. Kita kemudian melihat siapa yang mengajukan. Jika yang mengajukan adalah perusahaan swasta yang besar tentu kita tidak mau, tetapi tetap keputusan final ada di *TVRI* pusat. Yang jelas dari Kominfo itu ada batas tarif atas dan batas tarif bawahnya. Untuk yang 25 juta ini tarif atasnya. Saya waktu masih bertugas di *TVRI* pusat itu pernah ikut rapat dengan Kominfo untuk penentuan tarif ini, dan komponennya sangat kompleks, karena unsur-unsurnya juga diambil dari pembelajaran penerapan digital di negara lain. (Yuniarto Istiawan, Koordinator Teknik, wawancara, 20 Mei 2022)

Adanya otoritas yang terpisah antara *TVRI* pusat dengan *TVRI Yogyakarta* ini berdampak setidaknya pada dua hal. Pertama, ada kendala komunikasi yang terjadi dalam mengoordinasikan sewa *mux*. Yuniarto mengatakan bahwa pernah ada teknisi dari media *Berita Satu* datang ke stasiun penyiaran di Pathuk hendak memasang alat. Padahal, *Berita Satu* tidak

terdaftar sebagai penyewa *mux TVRI Yogyakarta* dan slot *mux* sudah penuh. Rencana pemasangan ini sama sekali tidak diketahui oleh *TVRI Yogyakarta*. Setelah Yuniarto menghubungi *TVRI* pusat, diketahui bahwa *TVRI* pusat ternyata telah memfasilitasi komunikasi antara *Berita Satu* dengan *Tegar TV* soal pemindahan sewa *mux*, meski belum ada keputusan terkait hal tersebut. Persoalannya, kejelasan harus ditanyakan lebih dahulu, sementara *TVRI Yogyakarta* ada di posisi subordinasi, menunjukkan buruknya koordinasi dan komunikasi yang seharusnya dijalankan secara aktif dan intens oleh *TVRI* pusat.

Tegar TV ini sepertinya *sharing time* dengan *Berita Satu*. Ada orang *Berita Satu* menghubungi saya untuk pasang alat-alat di Pathuk, saya bilang 'jangan'. Saya mau atas perintah dari pusat, ada surat-surat dari *TVRI* pusat, bukan surat-surat dari *Berita Satu* pusat. Karena saya *nggak* ada hubungan dengan *Berita Satu*. Dari mereka mungkin merasa sudah berkomunikasi dengan *Tegar TV*, mungkin katanya *Tegar TV* sudah komunikasi dengan *TVRI* pusat, tetapi dari *TVRI* pusat tidak ada yang

menghubungi saya. Ketika saya telepon teman-teman di pusat mereka bilang sebetulnya mereka sudah menghubungi kami, tetapi kami belum menyetujui karena surat resminya belum masuk. Saya sempat marah juga ke teman-teman di pusat, ya *mbok* kita dikasih tahu (tentang masalah ini). (Yuniarto Istiawan, Koordinator Teknik, wawancara, 20 Mei 2022)

Dampak kedua adalah *TVRI Yogyakarta* tidak mengetahui pembagian PNBП yang masuk ke *TVRI Yogyakarta*. Yuniarto mengatakan bahwa aliran dana sewa *mux* sama sekali tidak melewati *TVRI Yogyakarta*. Pengurusan sewa dan pembayaran dilakukan langsung antara penyewa dengan *TVRI* pusat. Hal ini membuat *TVRI Yogyakarta* tidak mengetahui besaran harga sewa yang dibebankan ke penyewa dan juga tidak tahu besaran dana yang dialokasikan kembali oleh pusat ke daerah dari biaya sewa tersebut.

Semua pemasukan sewa lari ke pusat karena sistemnya PNBП. Nanti juga bisa balik ke *TVRI*, cuma nominalnya maksimal 80 persen ini *TVRI* pusat ya. Yang turun ke *TVRI Yogyakarta* itu diambil persennya lagi dari 80 persen ini. Kalau saat ini saya kurang tahu persentase pembagiannya bagaimana. Kalau dulu di masa analog, pembagiannya itu 70 persen-30 persen, 70 untuk pusat, dan 30 persen untuk *TVRI Yogyakarta*. Tetapi sekarang yang digital ini pembagiannya tidak tahu. Penghasilan dari PNBП ini tentunya hanya bisa digunakan untuk operasional dan belanja peralatan, sementara untuk kesejahteraan tidak. (Yuniarto Istiawan, Koordinator Teknik, wawancara, 20 Mei 2022)

Karena sistemnya adalah PNBП, semua biaya sewa disetor ke pusat. Untuk wilayah sendiri akan dapat

bagian sekian persennya dari PNBП itu. Namun, dana itu hanya untuk beli alat atau operasional siaran. (Binuko Nugroho, Teknisi Bidang IT, wawancara, 20 Mei 2022)

Pernyataan dari kedua narasumber ini menunjukkan bahwa PNBП hanya akan kembali ke *TVRI Yogyakarta* dalam jumlah yang kecil. Jumlah itu merujuk pada PNBП secara keseluruhan, bukan secara spesifik dari pendapatan sewa *mux*. Pendapatan ini juga hanya dialokasikan untuk pembelian alat dan operasional siaran. Dana dari PNBП tidak dialokasikan untuk peningkatan kesejahteraan pegawai pelaksana siaran *mux* di daerah. Bagi para pegawai hal ini dirasakan sebagai hal yang tidak *fair* sebagai eksekusi dari diberlakukannya siaran digital karena mendapat tambahan beban tanggung jawab, tetapi tidak ada peningkatan dalam kesejahteraannya.

PEMBAHASAN

Mux adalah objek sekaligus alat. Sebagai objek, *mux* diperlakukan sebagai target pendapatan di luar pajak (PNBП). Sebagai alat, *mux* dioperasionalkan untuk mendatangkan keuntungan. *Mux* memiliki nilai strategis, yakni: 1) nilai guna *mux* sebagai perangkat penentu terwujudnya siaran digital, dan 2) nilai tukar untuk memberi keuntungan bagi penyediannya. Sebagai perangkat penentu, *mux* adalah syarat sehingga suatu produk dapat disiarkan dan sampai kepada khalayak. *Mux* merupakan komoditas karena disediakan terbatas sehingga penyelenggara siaran harus berkompetisi untuk memanfaatkannya.

TVRI sebagai pihak utama untuk diberi privilese sebagai penyedia *mux* boleh jadi berangkat dari kebijakan yang berasumsi pada posisinya sebagai bagian dari negara yang notabene bertanggung jawab dalam mewujudkan amanat undang-undang untuk memfasilitasi kebutuhan komunikasi publik. Infrastruktur *TVRI* memiliki legitimasi melalui kepemilikan jaringan 361 pemancar, 30 stasiun penyiaran, dan 69,17 persen luasan cakupan siaran di seluruh wilayah Indonesia. Hal ini tampaknya menjadi andalan sehingga pada awalnya *TVRI* diskenariokan menjadi aktor tunggal penyedia *mux*. Asumsi infrastruktur tersebut bukan satu-satunya narasi yang berlaku ketika peluang bisnis besar mudah diperkirakan oleh karena diberlakukannya sistem penyewaan *mux*.

Penolakan dari penyelenggara televisi komersial atas skenario tersebut menunjukkan bahwa penyelenggaraan siaran digital bukan hanya tentang alih teknologi melainkan menjadi arena kontestasi yang kuat antara perspektif idealis dengan perspektif pragmatis. Televisi komersial yang telah diberi ruang sejak deregulasi tahun 1990 memiliki hak yang sama untuk diperlakukan sebagai aktor penting dalam penyelenggaraan siaran komunikasi publik. Negosiasi peran dan peluang antara pemerintah dan pelaku siaran komersial nyatanya membuat proses migrasi digital membutuhkan waktu yang panjang, bahkan memaksa terjadinya penundaan beberapa kali. Proses panjang ini mengindikasikan terjadinya kompromi-kompromi yang bukan lagi berkenaan

dengan pilihan teknologi yang digunakan, melainkan lebih pada pembagian kue bisnis. *TVRI* kemudian tidak lagi menjadi aktor tunggal, meski tetap mendapat privilese untuk menjadi aktor dominan. Saat penelitian ini dilakukan, *TVRI* telah memiliki 139 transmisi digital yang beroperasi di seluruh wilayah Indonesia.

Kebijakan mengutamakan *TVRI* dalam pengadaan *mux* ini serupa pengalaman Rumania (Şuţu, 2013), di mana peta aspek teknis dan ekonomi tidak secara komprehensif menjadi gambaran situasi untuk menjadi dasar pasti keputusan pemerintah sejak awal. Salah satunya adalahantisipasi perubahan teknologi dari *Digital Video Broadcasting-Terrestrial (DVB-T)* ke *DVB-T2*, ketika *TVRI* telah melangkah untuk pengadaannya. Akibatnya, teknologi *DVB-T* yang telah diadakan menjadi tidak berguna. Kontraksi kepentingan dengan pihak swasta juga memperlihatkan besarnya asumsi superioritas infrastruktur *TVRI* untuk diperlakukan sebagai penopang utama penerapan adopsi teknologi siaran digital, meninggalkan eksistensi penyelenggara TV non-*TVRI* yang telah diakui sejak deregulasi 1990 dan UU Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran. Keyakinan prospek migrasi digital untuk mengembangkan ekonomi nasional, sebagaimana pengalaman Nigeria (Odumu, Mazhinyi, & Nnegha, 2017), terkesan dikerucutkan untuk aktualitas *TVRI*. Prospek yang seharusnya diikuti desain yang tepat dalam perbaikan kualitas konten siaran nasional tampak lebih ditempatkan sebagai *business as usual*. Kompromi-

kompromi pada sektor isu ini berperan besar hingga mewujudkan ketidaktepatan waktu penerapan ASO akibat terjadinya beberapa kali penundaan.

Faktor lain kegigihan menempatkan *TVRI* sebagai aktor dominan penyediaan *mux* agaknya datang dari tuntutan PNBP. Keterbatasan sumber daya *TVRI* menjawab beban tersebut secara logis membuat komersialisasi *mux* oleh *TVRI* merupakan fakta yang tak bisa diragukan. Keputusan tentang penyelenggara *mux* memperlihatkan bahwa *TVRI* menjadi salah satu dari 13 lembaga penyedia *mux* di Indonesia. Sebanyak 12 lembaga penyedia *mux* selebihnya adalah dari televisi komersial. Meskipun narasi utama *mux TVRI* adalah untuk memfasilitasi siaran oleh *TVRI* sendiri, namun kebijakan pemerintah yang mengizinkan 50 persen dari kapasitas *mux*-nya untuk disewakan kepada pihak lain segera memperlihatkan bahwa *TVRI* secara eksplisit merupakan pelaku aktif dalam bisnis memperebutkan penyewa. *TVRI Yogyakarta* sendiri harus bersaing dengan lima penyedia *mux* lain dari swasta, yakni Surya Citra Media (*Indosiar*), Media Group News (*Metro TV*), Visi Media Asia (*TVOne*), MNC Media (*GTV*), dan Trans Media (*Trans TV*).

Kendati begitu, komersialisasi *mux TVRI* bersifat terpusat, dikelola oleh kantor pusat di Jakarta dan menempatkan *TVRI* daerah sebagai agen pasif ter subordinasi. Manajemen *TVRI* pusat secara normatif menggunakan konsep kerja sama dalam pemasaran *mux* dan menempatkan penyewa sebagai mitra. Strategi ini dieksekusi oleh

TVRI pusat melalui otoritas mutlak untuk negosiasi langsung dengan para calon penyewa. Sementara itu, *TVRI* daerah hanya ditugaskan sebatas sebagai penyampai informasi perihal prosedur pengajuan penyewaan *mux*, di mana selebihnya calon penyewa harus melakukan komunikasi langsung dengan *TVRI* pusat untuk tindak lanjutnya. Tidak ada desentralisasi dalam pengurusan sewa *mux* ini kepada *TVRI* daerah.

Harga sewa *mux TVRI Yogyakarta* ditetapkan sebesar Rp 25 juta per bulan dan seluruh slotnya telah dinyatakan *sold out*. Hingga Desember 2022 terdapat 12 pengguna slot *mux TVRI Yogyakarta* di mana lima slot digunakan oleh siaran *TVRI*, dan tujuh slot disewa oleh TV swasta dan lokal. Estimasi penerimaan sewa *mux TVRI Yogyakarta* dengan demikian berada di kisaran Rp 175 juta per bulan. Angka ini menjadi bagian dari realisasi penerimaan PNBP *TVRI* tahun 2022 yang secara total telah melampaui target hingga sebesar hampir 40 persen. Bagian keuangan *TVRI Yogyakarta* bahkan tidak memiliki kejelasan dan kepastian perihal dampak keberhasilan tersebut terhadap *reward* yang diterima untuk mendukung peningkatan kualitas program dan sumber daya di daerah.

Pencapaian jumlah penyewa *mux TVRI Yogyakarta* hingga *sold out* dapat dibaca senada dengan temuan Padovani (2012) yang mengindikasikan besarnya ketertarikan pelaku penyiaran di lokasi-lokasi tersebut untuk migrasi digital, dan segera memanfaatkan *mux* yang disediakan *TVRI*. Sebagai hasil dari proses pemasaran

yang aktif, pencapaian tersebut tentu memuaskan target-target realisasi yang telah dicanangkan. Namun, hal tersebut menyisakan pertanyaan terkait status *TVRI* sebagai LPP yang mempunyai tugas utama lebih di area produksi konten untuk mencerdaskan warga negara. Berdasarkan penelitian Duncan (2017) di Afrika Selatan, patut dikawatirkan bahwa pencapaian *TVRI Yogyakarta* tersebut tidak cukup nyata mendukung penguatan sebagai media publik. Ketika hal ini dikaitkan pada keberadaan televisi komunitas, slot *mux TVRI Yogyakarta* yang seluruhnya digunakan oleh siaran TV swasta/lokal menjadi pembukti nyata bahwa yang terjadi di Afrika Selatan sangat mungkin juga terjadi di Indonesia, yakni migrasi digital tidak lebih menguatkan peran dan peluang televisi publik dan komunitas dalam kancah pertelevisian nasional. Kebijakan terhadap TV komunitas sendiri terkesan lebih sebagai formalitas untuk menjawab tuntutan *diversity of ownership/content* siaran televisi di Indonesia.

Data dokumentasi di tahun 2022, *TVRI Yogyakarta* berhasil memenuhi 100 persen kuota sewa *mux*, dan *TVRI Yogyakarta* ini menjadi satu dari tiga stasiun *TVRI* daerah yang mencapai target 100 persen sewa *mux* ini. Hal ini berarti strategi komersialisasi *mux* oleh *TVRI* terpenuhi hanya di segelintir area. Namun, *TVRI* tampak menganggap cukup bahwa pelayanan atas tuntutan kualitas teknis dapat disediakan oleh seluruh jaringan *TVRI* daerah kepada para penyewa. *TVRI Yogyakarta* diwajibkan mengawal kepentingan teknis siaran berupa

pengendalian SLA, memonitor *downtime*, dan perawatan alat dengan menggunakan skema dan panduan pelayanan umum kepada penyewa bagi seluruh *TVRI* daerah.

Kewajiban tersebut dijalankan *TVRI Yogyakarta* sebagai bagian dari rutinitas. Namun gaya birokratis manajemen *TVRI* yang sentralistis menjadi penghalang bagi *TVRI Yogyakarta* untuk secara lancar dan gesit melakukan penanganan masalah di lapangan. Komunikasi dan negosiasi *TVRI* pusat dengan para penyewa *mux* sering kali tidak dijadikan hal krusial untuk secara intens dikoordinasikan dengan *TVRI* daerah (Yogyakarta) sebagai manifestasi mutu pelayanan sewa *mux*.

Cukup menarik melihat komersialisasi yang diwujudkan oleh *TVRI* melalui penyewaan *mux*. *Profit taking* yang direalisasikan dari persewaan *mux* terkesan lebih menonjol dalam rangka memenuhi target PNBPN daripada pendayagunaan teknologi digital untuk meningkatkan kualitas konten siaran *TVRI* sebagai LPP. Peralihan jumlah khalayak melalui kanal siaran digital yang digunakan penyewa secara jelas menjawab kebutuhan pasar dengan penentuan harga yang *negosiatif* sebagaimana pandangan Dehghani (2015). Ini barangkali menjadi upaya *TVRI* untuk menjaga dominasi luasan cakupan dalam orientasi untuk menyediakan varian konten dan stasiun penyelenggara siaran kepada publik. Meski *mux TVRI Yogyakarta* cepat dan sukses mendapatkan penyewanya dari tujuh stasiun TV swasta dan lokal, namun ini memperlihatkan adanya ambivalensi. Ambivalensi ini bisa terjadi

karena upaya memperoleh pendapatan dari sewa *mux* dipicu dari beban PNB, lebih mengutamakan teknis sebagai upaya fasilitatifnya, transparansi yang rendah, bahkan bagi kantor *TVRI* sendiri yang ada di daerah. Praktik komersialisasi persewaan *mux* yang ditemukan dalam penelitian ini tampak menjadi afirmasi dari temuan Rahayu (2018), yakni bahwa migrasi digital bias kepentingan elite dan bersifat kapitalistik. Praksis penyewaan *mux* terkesan kuat menjauhkan *TVRI* dari karakteristik yang semestinya sebagai LPP.

SIMPULAN

Komersialisasi sewa *mux* oleh *TVRI* tampak tidak dilakukan secara terbuka dan gencar layaknya perusahaan komersial yang melakukan dengan periklanan, promosi, dan pemasaran terbuka. Hal ini disebabkan karena *mux* sebagai komoditas bersifat spesifik hanya untuk lembaga yang bergerak di dunia penyiaran dan lebih spesifiknya hanya bagi mereka yang berkepentingan melangsungkan siaran. Komersialisasi yang tidak secara utuh dan gamblang sebagaimana dijelaskan oleh Mosco (2009) ini barangkali bisa disebut sebagai kuasi komersialisasi.

Namun demikian komersialisasi sewa *mux* oleh *TVRI* adalah hal yang tak terhindarkan. Pada konteks migrasi siaran digital, posisi penyelenggaran siaran yang hanya sebagai *user* teknologi, termasuk *TVRI*, tidak memberi peluang lebih dalam konsep dan penentuan teknologi yang digunakan. Diwarnai oleh historisitas praksis bisnis penyiaran di Indonesia,

TVRI seperti tidak memiliki pilihan kecuali secara praktis mengambil manfaat atas penggunaan *mux*, yakni dengan skema penyewaan dan pemasaran yang aktif.

Hal ini menjadi problematik karena *TVRI* memiliki pekerjaan rumah yang tak kunjung usai berupa perkara kapasitas dan kemampuannya untuk menyediakan konten siaran yang mengedukasi khalayak bukan sebagai pasar. Kecenderungannya makin kompleks oleh karena karakteristik sebagai LPP mendapat beban PNB di tengah keterbatasan sumber daya yang dimiliki *TVRI*, serta kesulitannya untuk mengadopsi manajemen yang membuka ruang desentralisasi guna mengoptimalkan potensi masing-masing daerah.

Penelitian ini memiliki batasan yang secara khusus hanya mengkaji praktik komersialisasi sewa *mux* melalui *TVRI Yogyakarta*. Pengkajian lebih lanjut atas praktik komersialisasi di hal lain dapat memberi gambaran lebih utuh perihal upaya *TVRI* membangun dan menguatkan diri selaku LPP sebagaimana idealnya. Di sisi lain, mengkaji kontribusi penggunaan teknologi digital pada muatan siaran *TVRI* juga dapat melengkapi gambaran perihal perbaikan substansi (nonteknis) kualitas siaran yang dilakukan untuk selaras dengan narasi-narasi normatif yang didengungkan atas penggunaan teknologi digital itu sendiri.

DAFTAR RUJUKAN

- Adani, M. R. (2021, July 6). Service level agreement (SLA): Definisi, tipe, contoh & manfaat. *Sekawan Media*. <<https://www.sekawanmedia.co.id/blog/pengertian-sla/>>

- Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544-559.
- Bestari, N. P. (2021, Mei 3). Menkominfo jelaskan lagi lelang multipleksing siaran digital. *Cnbcindonesia.com*. <<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210503122843-37-242665/menkominfo-jelaskan-lagi-lelang-multipleksing-siaran-digital>>
- Chimanga, K., & Mumba, P. (2020). An analysis of the challenges and benefits of digital migration in Zambia. *American Journal of Networks and Communications*, 9(2), 17-21.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*, 3rd ed. London, UK: Sage Publication.
- CNN Indonesia, (2022, Nov 3). Daftar stasiun TV masih siaran analog usai ASO, ada sanksi?" *Cnnindonesia.com*. <<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20221103084811-213-868867/daftar-stasiun-tv-masih-siaran-analog-usai-aso-ada-sanksi>>
- Datta, A., Mukherjee, D., & Jessup, L. (2014). Understanding commercialization of technological innovation: taking stock and moving forward. *R&D Management*, 45(3), 1-35.
- Dehghani, T. (2015). Technology commercialization: From generating ideas to creating economic value. *International Journal of Organizational Leadership*, 4(2), 192-199.
- Dewi, R. K. (2021, Agustus 11). Ini alasan pemerintah setop siaran tv analog dan migrasi ke digital. *Kompas.com*. <<https://www.kompas.com/tren/read/2021/08/11/170221865/ini-alasan-pemerintah-setop-siaran-tv-analog-dan-migrasi-ke-digital?page=all>>
- Duncan, J. (2017, Juli). Accumulation by symbolic dispossession: The digital terrestrial television transition in South Africa. *Media, Culture & Society*, 39(5), 611-629.
- Ellis, K. (2014). Digital television flexibility: A survey of Australians with disability. *Media International Australia*, 150(1), 96-105.
- Gbadegehin, S. A. (2017). Commercialization process of high technology: A study of Finnish University Spin-off. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(2), 1-22.
- Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2011). *Qualitative research methods*. London, UK: Sage Publication.
- Iosifidis, P. (2011). Growing pains? The transition to digital television in Europe. *European Journal of Communication*, 26(1), 3-17.
- Kominfo. (2012, Juli 31). Inilah penyelenggara siaran tv digital hasil seleksi Kemenkominfo. *Kominfo.go.id*. <https://kominfo.go.id/content/detail/2230/inilah-penyelenggara-siaran-tv-digital-hasil-seleksi-kemenkominfo/0/sorotan_media>
- Kominfo. (2014, Januari 8). Peraturan menteri mengenai TV digital. *Kominfo.go.id*. <https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3733/Siaran+Pers+No.+3-PIH-KOMINFO-1->2014+tentang+Peraturan+Menteri+Mengenai+TV+Digital/0/siaran_pers>
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2020, Desember 21). Manfaat dan tantangan siaran TV digital. *Kpi.go.id*. <<https://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/36066-manfaat-dan-tantangan-siaran-tv-digital>>
- Kure, E. (2021, April 26). Inilah daftar pemenang multipleksing tv digital. *Investor.id*. <<https://investor.id/it-and-telecommunication/246170/inilah-daftar-pemenang-multipleksing-tv-digital>>
- Mause, K. (2019). Political economy. Dalam Alain Marciano & Giovanni Batista Ramello (Eds.), *Encyclopedia of law and economics* (h. 1599-1606). New York, NY: Springer.
- Mosco, V. (2009). *The political economy of communication* (2eds.). London, UK: Sage Publication.
- Odumu, W. O., Mazhinyi, T., & Nnegha, I. (2017). Digital switchover in Nigeria: A robust engineering model for rapid transformation. *Idosr Journal of Scientific Research*, 2(2), 1-16.

- Oktavian, R. (2021, Juli 24). *Informasi Nasional*. <https://tvri.go.id/newsdtl/Layanan-Kerja-Sama-Multipleksing-LPP-TVRI/SBqheMGdjig_4y3ifETVXk0wR4eQoKLE4oe7nPvlgQ>
- Padovani, C. (2012). Berlusconi on Berlusconi? An analysis of digital terrestrial television coverage on commercial broadcast news in Italy. *Discourse & Communication*, 6(4), 423-447. doi:<https://doi.org/10.1177/1750481312457501>
- Prabowo, A. (2012). Era penyiaran digital: Pengembangan atau pemberangusan TV lokal dan TV komunitas? *Jurnal Komunikasi*, 1(4), 301-314.
- Primasiwi, A. (2021, November 1). Mux salah satu infrastruktur penting dalam migrasi tv digital, ini fungsinya. *Suaramerdeka.com*. <<https://www.suaramerdeka.com/teknologi/pr-041582902/mux-salah-satu-infrastruktur-penting-dalam-migrasi-tv-digital-ini-fungsinya>>
- Rahayu. (2018). Political interconnection in the operation of digital terrestrial free-to-air television broadcasting. *Policy & Governance Review*, 2(1), 14-28.
- Setyowati, D. (2022, Agustus 10). MA batalkan pasal sewa slot, migrasi TV digital tetap digelar Agustus? *Katadata.co.id*. <<https://katadata.co.id/amp/desyetyowati/digital/62f3217b09c19/ma-batalkan-pasal-sewa-slot-migrasi-tv-digital-tetap-digelar-agustus>>
- Starman, A. B. (2013, Maret). The case study as a type of qualitative research. *Journal of Contemporary Educational Studies*, 64(1), 28-43.
- Sutopo, W., Astuti, R. W., & Suryandari, R. T. (2019). Accelerating a technology commercialization; with a discussion on the relation between technology transfer efficiency and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(4), 1-25.
- Șuțu, R. M. (2013). The transition from analogue to digital television in Europe. Challenges and difficulties for Romania. *Communications and Marketing Journal*, 4(6), 45-60.
- TVRI. (2020). Rencana kerja dan anggaran tahunan lembaga penyiaran publik. <<https://ppid.tvri.go.id/storage/pagecollections/August2022/btDHGIZVRs9pG9uFPcRm.pdf>>
- TVRI (n.d.). Tarif sewa saluran siaran digital LPP TVRI. *Staging.tvri.go.id*. <<https://staging.tvri.go.id/assets/ppid/TARIF-SEWA-SALURAN-SIARAN-DIGITAL-LPP-TVRI.pdf>>
- Yoon, H. (2014). Lessons from digital switchover in South Korea. *Television & New Media*, 15(6), 538-550.
- Yuniartha, L. (2021, Mei 3). Kemkominfo tetapkan pemenang penyelenggara multipleksing siaran televisi digital. *Kontan.co.id*. <<https://nasional.kontan.co.id/news/kemkominfo-tetapkan-pemenang-penyelenggara-multipleksing-siaran-televisi-digital-2021?page=all>>

