

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik, untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas yang tersebar di berbagai tempat. Komunikasi ini dikelola oleh lembaga atau individu yang dilembagakan, sehingga pesan yang disampaikan bersifat umum dan impersonal. Khalayak kesulitan berinteraksi dengan pengirim karena pesan disampaikan secara cepat, serempak, dan sekilas. (Winarni, 2003)

Definisi komunikasi massa yang lebih detail diungkapkan oleh ahli yang lain yaitu Gebner. Menurut Gebner dalam Winarni, (2003) yaitu Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak luas melalui media massa yang didukung oleh teknologi dan lembaga. Pesan yang disampaikan bersifat kontinyu dan memiliki jangkauan yang luas di masyarakat Indonesia.

Sementara menurut Rakhmat dalam Winarni, (2003) yaitu Penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak luas melalui media massa, baik cetak maupun elektronik, dikenal sebagai komunikasi massa. Pesan yang disampaikan bersifat umum dan dapat diterima oleh khalayak secara serempak dan sesaat.

2.1.1. Ciri-ciri Komunikasi Massa

Pada dasarnya, komunikasi massa adalah alur dimana komunikator profesional memanfaatkan berbagai media untuk menyampaikan pesan, pengalaman, atau ide kepada khalayak yang luas. Komunikasi massa

memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan efektif yang mempengaruhi banyak orang di berbagai tempat dengan menggunakan teknologi pembagi seperti surat kabar, televisi, radio, internet, dan platform digital lainnya. Komunikasi massa yang efektif tidak hanya memerlukan ketepatan informasi, tetapi juga mempertimbangkan etika dan tanggung jawab agar pesan yang disampaikan dapat berdampak positif pada masyarakat. (Winarni, 2003). Berikut adalah beberapa ciri komunikasi massa yang membuatnya berbeda dari jenis komunikasi lainnya menurut Winarni (2003):

a. Komunikator Terlembagakan

Kepemilikan media massa biasanya merupakan lembaga, yayasan, atau organisasi bisnis. Organisasi ini biasanya memiliki struktur yang memiliki fungsi, tugas, dan tujuan khusus. Dalam kepemilikan media, seringkali ada peran *gatekeeper*, yang biasanya dilakukan editor. Salah satu tanggung jawab editor adalah melakukan penyuntingan naskah agar sejalan dengan tujuan lembaga dan audiens yang dituju.

b. Pesan Bersifat Umum

Dalam komunikasi massa, pesan impersonal dan luas. Pesan tersebut mencakup berbagai peristiwa di masyarakat, baik lokal, nasional, maupun global. Masyarakat umum menganggap penting untuk mengetahui tentang peristiwa ini karena dapat memengaruhi kehidupan mereka. Meskipun kadang-kadang kita temui pesan komunikasi massa yang ditargetkan untuk segmen tertentu, pada

dasarnya pesan tersebut dapat diakses oleh khalayak yang berada di luar segmen tersebut.

c. Anonim dan Heterogen

Khalayak komunikasi massa sangat beragam dari segi demografi, geografis, dan psikologis. Khalayak ini sangat banyak dan anonim. Namun, pesan yang sama dikirim ke mereka dari media pada waktu dan lokasi tertentu.

d. Media Massa menghasilkan kekompakan

Komunikasi massa memiliki keunggulan dibandingkan dengan metode komunikasi lainnya karena jumlah komunikan atau penerima pesan yang dapat mencapai jumlah yang besar dan tak terbatas. Selain itu, khalayak atau penerima pesan yang sangat besar dapat secara bersamaan menerima pesan yang sama.

e. Komunikasi lebih Mengutamakan Isi daripada Hubungan

Setiap jenis komunikasi terdiri dari dua komponen utama: komponen isi dan komponen hubungan. Isi adalah komponen yang paling dominan dalam komunikasi massa. Ini karena pesan harus dibuat dengan mempertimbangkan sistem tertentu dan disesuaikan dengan fitur media massa yang digunakan. Oleh karena itu, isi pesan dalam komunikasi massa adalah komponen yang menentukan seberapa efektif pesan tersebut.

f. Bersifat Satu Arah

Komunikator menyampaikan pesan melalui media massa dan komunikan menerima pesan. Namun, perlu diingat bahwa

komunikasi massa seringkali tidak memungkinkan interaksi langsung atau dialog seperti dalam komunikasi antarpersona. Akibatnya, dapat dikatakan bahwa komunikasi massa cenderung bersifat satu arah.

g. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Salah satu aspek yang membatasi efektivitas komunikasi massa adalah terbatasnya pemanfaatan indra manusia, yang sangat tergantung pada jenis media massa yang digunakan dalam suatu konteks komunikatif. Sebagai ilustrasi, dalam membaca surat kabar dan majalah, individu hanya dapat memanfaatkan indra penglihatan, sementara dalam mendengarkan radio, indera pendengaran menjadi satu-satunya alat yang dapat digunakan. Di sisi lain, ketika menonton film dan televisi, penonton memiliki kesempatan untuk menggabungkan kedua indra, penglihatan dan pendengaran.

h. Umpan Balik Tertunda

Dalam komunikasi, unsur umpan balik atau yang kerap dikenal sebagai feedback memiliki peran yang signifikan dalam dinamika proses komunikasi. Demikian juga, dalam konteks komunikasi, seringkali diperlukan untuk memperoleh tanggapan atau feedback yang diberikan oleh penerima pesan. Sebagai respons terhadap pesan, umpan balik memiliki keluasaan yang tidak terbatas, yang menyiratkan bahwa komunikator dalam komunikasi massa tidak dapat secara langsung mengetahui tanggapan audiens

terhadap pesan yang telah disampaikan. Dalam komunikasi massa, mekanisme penyampaian umpan balik bersifat tidak langsung dan sulit diukur secara pasti..

2.1.2. Bentuk Komunikasi Massa

Menurut Wilson (1989) dalam Winarni (2003) menyatakan bahwa Komunikasi massa adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak luas melalui media massa. Media massa dapat dibagi menjadi dua kategori pokok, yakni media massa yang berbasis cetak, yang melibatkan buku, surat kabar, dan majalah, serta media massa berbasis elektronik yang mencakup bidang film, radio, televisi, dan rekaman musik.

2.1.3. Fungsi Komunikasi Massa

Menurut Wright (1960) dalam Winarni (2003) mengkaji Komunikasi massa memiliki berbagai fungsi yang signifikan dalam kehidupan perorangan, kelompok, dan masyarakat secara keseluruhan. Fungsi-fungsi tersebut mencakup aspek yang terlihat nyata maupun yang bersifat tidak nyata namun mempengaruhi dinamika sosial. Terdapat empat fungsi komunikasi massa menurut Wright (1960) dalam Winarni (2003):

a. Surveillance atau Pengawasan

Dikenal juga sebagai pengamatan terhadap peristiwa di sekitar, komunikasi terus berupaya untuk mengeksplorasi, menyelidiki, menghimpun informasi, dan menyebarkannya kepada khalayak. Fungsi ini, yang disebut sebagai fungsi pemberitaan, berperan sebagai suatu bentuk peringatan.

b. Correlation

Dari sudut pandang individu, fungsi ini menciptakan efisiensi karena konsumsi media memungkinkan orang memperoleh informasi tanpa perlu melakukan perjalanan atau melakukan penelitian lapangan secara langsung. Ini karena fungsi ini bertujuan untuk mendukung mobilisasi, yaitu mengajak masyarakat untuk mencapai tujuan bersama.

c. Trasmisi Kultural

Dalam bidang komunikasi massa, fungsi pewarisan budaya atau pendidikan berfungsi secara strategis untuk meningkatkan integritas sosial dan mengurangi ketidakpastian di masyarakat.

d. Entertainment

Fungsi ini berfungsi sebagai cara untuk mengurangi kelelahan dan kejenuhan, baik secara individu maupun secara kolektif di struktur masyarakat. Namun, fungsi hiburan terhadap masyarakat dapat menyebabkan perilaku pengalihan publik, yang cenderung menghindari interaksi sosial karena hiburan yang disajikan oleh media dapat mendorong masyarakat menuju individualisme yang lebih mendominasi.

2.2. Televisi

Televisi ialah media yang dapat menerima gelombang suara dan gambar yang paling banyak digunakan di seluruh penjuru dunia. Berkat siaran televisi, semua kejadian besar di penjuru dunia dapat diketahui oleh khalayak ramai. (Budiarto, dkk. 2007).

Televisi sebagai salah satu media massa elektronik diawali oleh kehadiran kamera televisi yang diciptakan oleh Vladimir Zworykin pada 1923. Hingga tahun 1948 kemunculan televisi dianggap teknologi yang diciptakan khusus masyarakat kelas atas. Televisi berwarna pertama kali muncul pada tahun 1946 melalui upaya CBS dan NBC. Pada tahun 1948, televisi mulai secara teratur menyiarkan program berita dan hiburan. Seiring dengan itu, perkembangan televisi sebagai media massa mengalami popularitas yang signifikan dan terus berkembang hingga mencapai puncaknya pada tahun 1987. (Winarni, 2003).

Menurut Morissan (2018), pada awal kemunculan televisi, semua program siaran ditayangkan secara *live*. Pada awal perkembangan televisi, pertunjukan opera di New York menjadi program favorit yang ditayangkan secara langsung. Namun, pada saat itu, belum ada teknologi untuk menyimpan gambar dan suara, sehingga acara tersebut hanya dapat ditonton satu kali. Pada tahun 1956, sebuah perusahaan berhasil mengembangkan teknologi videotape, yang memungkinkan gambar dan suara dari siaran televisi untuk disimpan. Perusahaan tersebut bernama Ampex Corporation. Hal ini membuka peluang bagi televisi untuk memproduksi program-program yang dapat diulang atau dinikmati di lain waktu. Pada dekade 1960-an, hampir keseluruhan acara televisi yang awal mula ditayangkan secara *live* telah berubah dan dapat tersimpan dalam videotape. Hal ini menyebabkan perubahan besar dalam industri televisi, karena memungkinkan televisi untuk menawarkan lebih banyak pilihan program dan meningkatkan jangkauan pemirsa.

Pada 24 Agustus 1962, bersamaan dengan pelaksanaan pesta olahraga terbesar se-Asia, juga dikenal sebagai Asian Games, di Jakarta, perkembangan

saluran televisi di Indonesia pertama kali direncanakan. Sejak saat itu, TVRI menjadi penyiaran utama. Setelah periode televisi yang dominan, pada awal tahun 1990-an muncul berbagai stasiun televisi swasta, seperti RCTI, TPI, ANTV, SCTV, dan Indosiar.

Pergerakan reformasi Indonesia di 1998 mendorong pertumbuhan industri media massa, terutama televisi. Hal ini diiringi dengan peningkatan kebutuhan informasi masyarakat. Lima televisi swasta baru, Metro TV, Trans TV, TV7, Lativi, dan Global TV, muncul pada awal tahun 2000-an. Beberapa televisi daerah juga mulai muncul. Jumlah saluran televisi di Indonesia diprediksi bakal terus bertambah setelah Undang-Undang Penyiaran disahkan pada tahun 2002. Jenis televisi baru ini terdiri dari empat kategori: komunitas, swasta, publik, dan berlangganan. (Moorisan, 2018).

2.3.New Media

Media baru adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penggabungan antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi dan terhubung ke jaringan. Salah satu contoh utama dari media baru adalah internet. Menurut definisi yang diajukan oleh McQuail (2005) dalam Putra (2017), media baru merujuk pada beragam perangkat teknologi komunikasi yang memiliki jenis yang serupa, yang hanya dimungkinkan melalui digitalisasi, dan tersedia secara luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. (Putra, 2017). Para peneliti media modern memiliki berbagai pengertian mengenai media baru, yang dilihat dari berbagai sudut, seperti aspek teknologi, ekonomi, dan perilaku (psikologi). Namun, mayoritas definisi ini lebih fokus pada aspek teknologi. Sebagai contoh, Ron Rice dalam Paramita dan Erdiansyah, (2016)

mendefinisikan media baru sebagai teknologi komunikasi yang melibatkan penggunaan komputer (baik mainframe, PC, atau notebook) yang memungkinkan interaksi antara pengguna serta akses informasi yang diinginkan.

Media baru merupakan wadah di mana aliran pesan komunikasi menjadi lebih terdesentralisasi; pesan didistribusikan melalui satelit, pemanfaatan jaringan kabel dan komputer meningkat; audiens semakin terlibat dalam proses komunikasi; komunikasi interaktif (dua arah) semakin umum terjadi; dan fleksibilitas dalam menentukan bentuk dan konten pesan meningkat melalui digitalisasi. Media baru juga berkaitan dengan jaringan atau network, di mana ada kecenderungan dalam masyarakat berjaringan (network society) di mana hubungan itu sendiri menjadi lebih penting daripada unit atau faktor-faktor yang terhubung. Konsep ini dikenal sebagai hubungan artikulasi. Hubungan ini meluas ke permukaan setiap sub-sistem dalam masyarakat dan mulai dikenali berkat gabungan antara aspek sosial dan jaringan media. Dampaknya membentuk perubahan dalam bidang ekonomi, politik, pemerintahan, budaya, dan gaya hidup sehari-hari. (Paramita dan Erdiansyah, 2016).

Media cetak dan elektronik saat ini mengalami konvergensi, di mana proses editorial dan teknologi digabungkan. Dalam hal ini, produk jurnalisme yang biasanya ditemukan di media konvensional, seperti surat kabar dan siaran televisi, juga mengalami transformasi menjadi bentuk baru, seperti surat kabar digital dan siaran online. Berbagai platform media yang terhubung ke internet memungkinkan masyarakat untuk mengakses produk jurnalisme ini. (Fadli, 2017).

Siaran televisi di Indonesia juga mengalami konvergensi media dengan memanfaatkan berbagai platform digital dalam upaya menyampaikan informasi. Beberapa stasiun berita nasional di Indonesia secara aktif menggunakan teknologi media digital dan jejaring sosial yang sedang tren saat ini, seperti situs web, YouTube, Instagram, Facebook, dan Twitter untuk menjangkau pemirsa mereka. Selain itu, beberapa stasiun berita lokal juga telah secara aktif menggunakan teknologi streaming untuk menghadirkan program-program mereka melalui situs web dan kanal resmi di YouTube. (Andanni, 2021)

2.4. Media Streaming

Perkembangan teknologi media streaming mengalami kemajuan yang mencolok sejak dekade 1990-an, ketika distribusi kontennya belum merata. Meskipun demikian, mutu dari konten yang di-streaming masih sangat terkait erat dengan kecepatan koneksi yang dimiliki oleh pengguna. (Imran, 2016)

Media streaming, atau yang dikenal juga sebagai streaming, adalah metode pengiriman data yang memungkinkan data untuk diproses secara terus-menerus melalui aliran yang konsisten. Signifikansi teknologi streaming semakin meningkat seiring pertumbuhan internet, terutama bagi pengguna yang memiliki keterbatasan akses kecepatan untuk mengunduh file multimedia yang berukuran besar. Melalui streaming, mesin pencari atau perangkat tambahan dapat memulai tampilan data sebelum seluruh konten benar-benar dikirimkan. (Imran, 2016). Menurut Apostolopoulos et.al (2002) dalam Diwi, A, dkk (2014) streaming adalah suatu teknologi yang mampu mereduksi atau mengompresi ukuran berkas audio dan video agar dapat dengan mudah

dipindahkan melalui jaringan internet. Proses transfer data audio dan video ini dilakukan secara berkesinambungan. Dalam konteksnya, streaming mengacu pada teknologi pengiriman berkas dari server ke klien melalui jaringan berbasis paket. Metode streaming digunakan untuk menyajikan audio, video, dan berbagai media lainnya secara waktu nyata melalui berbagai jenis jaringan. Data dalam berkas streaming dipecah menjadi sejumlah paket kecil yang terus-menerus dikirimkan melalui aliran ke perangkat pengguna. Menurut Yusuf dan Indrawati (2019) Platform streaming adalah suatu sistem interaktif yang memungkinkan kita untuk memilih konten video yang ingin kita saksikan. Berbeda dengan televisi konvensional yang mengharuskan kita menunggu sesuai jadwal siaran, platform streaming memungkinkan kita menikmati dan mengunduh konten pilihan kita kapan pun dan melalui berbagai perangkat. Menurut Imran (2016) ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan menggunakan teknologi media streaming., diantaranya:

1. Aplikasi Interaktif

Media streaming memberikan kemampuan kepada pengguna untuk menikmati aplikasi interaktif, termasuk fitur pencarian video dan kemampuan untuk membuat daftar putar pribadi yang sesuai dengan preferensi individu mereka.

2. Pemantauan Penonton

Media streaming memungkinkan pengunggah konten untuk melihat apa yang sedang ditonton oleh pengunjung dan seberapa lama mereka mengakses konten tersebut.

3. Efisiensi Bandwidth

Karena pengguna hanya dapat mengakses segmen tertentu dari file yang ditransfer, media streaming membantu menghemat bandwidth. Ini mengurangi tekanan pada kapasitas jaringan.

4. Kontrol Kekayaan Intelektual

Karena video tidak disimpan secara lokal di komputer pengguna, pembuat konten memiliki lebih banyak kontrol atas hak kekayaan intelektual setelah penonton memutar video dan konten tersebut dihapus dari perangkat pemutar media.

Berikut adalah beberapa media TV streaming yang populer di Indonesia:

1. YouTube

Sebuah platform yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling membagikan video dan menikmati video merupakan definisi dari Youtube. Pengguna dapat mengunggah video yang mereka miliki atau sekadar menonton berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Platform ini mengakomodasi beragam jenis video, termasuk acara televisi, music video dari berbagai musisi, film pendek, cuplikan film, materi edukatif, video blog dari para vlogger, tutorial berbagai keseharian, dan lain - lain.

Didirikan pada bulan Februari 2005 dan berpusat di San Bruno, California, Amerika Serikat. Tiga pendirinya adalah Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed Karim. Sejak awal pendiriannya, platform ini telah mengalami perkembangan pesat. Pada November 2006, Google membeli YouTube dengan harga US\$1,65 miliar, sebuah nilai transaksi yang sangat besar pada saat itu. Saat ini, YouTube menjadi tempat

berbagi dan menikmati miliaran video yang terus bertumbuh sejak pertama kali didirikan. (Riyadi. 2022. Nesabamedia.com, 25 Agustus 2023).

2. Vidio.com

Didirikan di Indonesia pada tahun 2014, Vidio adalah platform streaming yang menawarkan beragam konten dalam maupun luar negeri melalui layanan Video On Demand, jaringan TV berbayar, dan konten eksklusif. Konten eksklusif Vidio diantaranya yaitu series, film layar lebar, dokumenter, pertandingan olahraga dari berbagai industri. (vidio.com, 2021)

3. RCTI+

RCTI+ ialah layanan over-the-top gratis yang didirikan dan dimiliki oleh MNC Media Group. RCTI+ memberikan pelanggan akses ke tayangan program televisi non-berbayar (free-to-air atau FTA), baik secara live maupun on-demand (ditunda), yang dapat distreaming melalui internet pada perangkat komputer dan/atau ponsel. RCTI+ juga menyajikan konten televisi dari berbagai kategori, seperti yang telah ditayangkan, sedang ditayangkan, akan ditayangkan, dan yang masih akan ditayangkan. (rctiplus.com)

4. Vision+

Vision+ adalah platform media streaming yang menawarkan berbagai macam konten, termasuk saluran TV nasional dan internasional, konten premium, dan video on demand dari berbagai genre lokal dan internasional. Namun, pengguna harus berlangganan

untuk dapat mengakses semua konten tersebut. Kemampuan untuk menonton kembali acara TV langsung favorit seseorang hingga tujuh hari ke belakang adalah salah satu fitur menarik Vision+. (Ranti. 2022. Kompas.com, 13 September 2023)

5. Netverse

PT Net Visi Media Tbk (NET TV) mengoperasikan Netverse, sebuah platform layanan media streaming yang menawarkan berbagai macam video dari acara siaran NET. Ini termasuk komedi, sitkom, kuliner, drama, music, dan gaya hidup, serial asli, film, olahraga, dan konten eksklusif yang hanya dapat diakses melalui Netverse. (Atmoko. 2022. Antaranews.com, 13 September 2023)

2.5. Frekuensi Menonton

Kata frekuensi berasal dari bahasa Inggris *frequency* yang memiliki makna kekerapan atau keseringan. (Malik, 2018). Frekuensi atau intensitas merujuk pada seberapa sering seseorang melakukan suatu aktivitas tertentu yang dipicu oleh kepuasan yang diperoleh dari aktivitas tersebut. Kepuasan terhadap aktivitas yang akan dilakukan dapat menjadi motivasi bagi individu untuk melakukan aktivitas tersebut berulang kali. (Rinjani dan Firmanto, 2013). Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan, definisi frekuensi menonton adalah sejauh mana seseorang atau sekelompok orang terlibat dalam aktivitas menonton media atau konten dalam suatu periode waktu tertentu. Ini melibatkan berapa kali aktivitas menonton dilakukan dan berapa durasi waktu yang digunakan untuk menonton.

2.5.1. Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Media

Menurut Widiyanti (2017), ada lima faktor yang mempengaruhi konsumsi media. Hal pertama adalah tentang ketersediaan informasi atau isi yang benar, sahih, dan dapat dipertanggungjawabkan secara logis dan faktual. Hal kedua adalah tentang ketersediaan beragam media atau opsi media yang memungkinkan individu untuk membandingkan, mengamati, dan memilih. Hal ketiga berkaitan dengan aksesibilitas dan biaya media tersebut, termasuk apakah individu memiliki akses ke berbagai jenis media, apakah ada biaya yang terkait dengan akses ini, dan apakah ada biaya tambahan untuk mengakses konten berkualitas. Hal keempat adalah bahwa konsumsi media dipengaruhi oleh kebutuhan dan keinginan individu, termasuk sejauh mana mereka memerlukan media dalam kehidupan sehari-hari mereka. Kelima, ada dampak sosial dari proses konsumsi media, di mana individu secara aktif berperan dalam membentuk persepsi pribadi mereka dan peran mereka dalam masyarakat melalui konsumsi media yang mereka lakukan.

2.5.2. Pengaruh TV Streaming dan Kecenderungan Menonton Televisi Konvensional

Konvergensi media saat ini telah mencapai industri pertelevisian di Indonesia, di mana stasiun televisi tidak hanya mendistribusikan kontennya melalui siaran konvensional, tetapi juga melalui jaringan digital. Kemajuan dalam teknologi digital berbasis komputer dan internet juga telah membuka pintu bagi berbagai platform online yang dapat digunakan untuk mendistribusikan program-program televisi.

Saat ini, hampir semua stasiun televisi memiliki platform streaming online mereka sendiri. (Permana, dkk., 2019). Salah satu dampak paling jelas dari munculnya TV streaming adalah penurunan frekuensi menonton TV konvensional. Banyak orang cenderung lebih memilih TV streaming karena fleksibilitasnya yang lebih besar dalam memilih waktu dan tempat menonton konten. Ini mengakibatkan pengurangan waktu yang dihabiskan untuk menonton TV konvensional dengan jadwal siaran yang tetap.

2.6.Hipotesis Penelitian

Untuk mendapatkan besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variable terikat (Y), uji hipotesis dalam penelitian akan dijabarkan sebagai berikut:

H₀ : Tidak adanya pengaruh antara munculnya layanan TV streaming dengan kecenderungan menonton televisi konvensional.

H₁ : Adanya pengaruh antara munculnya layanan TV streaming dengan kecenderungan menonton televisi konvensional

2.7.Definisi Konseptual & Definisi Operasional

Definisi konseptual merupakan unsur yang menjelaskan konsep masalah yang akan diteliti. Definisi konseptual pada penelitian ini adalah:

1. Televisi Streaming

Televisi streaming merupakan platform yang memungkinkan kita untuk memilih konten video yang ingin kita saksikan. Berbeda dengan televisi konvensional yang mengharuskan kita menunggu sesuai jadwal

siaran, platform streaming memungkinkan kita menikmati dan mengunduh konten pilihan kita kapan pun dan melalui berbagai perangkat. (Yusuf dan Indrawati, 2019).

2. Televisi Konvensional

Televisi konvensional merupakan perangkat audio visual yang menangkap siaran yang bersumber dari pemancar dan diterima melalui antenna. (Budiarto, dkk. 2007).

Definisi operasional adalah penjelasan yang berasal dari ciri-ciri yang dapat diamati dari suatu variabel. Dalam penelitian, definisi operasional mencakup elemen-elemen penting yang perlu diterangkan. Definisi operasional bersifat sangat khusus, terperinci, jelas, dan pasti, yang menjelaskan sifat-sifat variabel yang diteliti serta aspek-aspek yang dianggap signifikan. (Machmud, 2018). Terdapat dua operasional variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel X: Frekuensi Layanan TV Streaming
2. Variabel Y: Frekuensi Menonton Televisi Konvensional

Variabel	Indikator	Pengertian	Skala
Frekuensi Layanan TV Streaming (Variabel X)	Frekuensi	Seberapa sering menonton siaran tv streaming	Likert
	Durasi	Seberapa lama menonton siaran tv streaming	
	Atensi	Perhatian terhadap siaran tv streaming	
Frekuensi Menonton Televisi Konvensional (Variabel Y)	Frekuensi	Seberapa sering menonton televisi konvensional	Likert
	Durasi	Seberapa lama menonton siaran televisi konvensional	

	Program Siaran	Program siaran pada televisi konvensional	
--	----------------	---	--

Tabel 2. 1 Operasional Variabel

