

## Nusantara TV : Strategi *First Mover* Menantang Dominasi Kompetitor Di Era Siaran Digital

Studi kasus ini ditulis oleh Ayu Aprilianti dan Muthia Pramesti sebagai bahan diskusi di kelas. Tim Penulis tidak bermaksud menggambarkan apakah penanganan yang dilakukan untuk situasi manajerial tersebut sudah efektif atau tidak. Tim Penulis mungkin menyamarkan nama-nama dan informasi lainnya untuk alasan kerahasiaan. Informasi yang diberikan dalam kasus ini berasal dari wawancara langsung dengan perwakilan perusahaan dilengkapi dengan informasi yang diambil dari sumber-sumber publik.

Penggandaan naskah ini harus seizin Center for Education and Learning in Economics and Business (CELEB) FEB UI. Kampus UI Depok 16424

### A. Disrupsi Digital dan Perubahan Regulasi Industri Penyiaran Indonesia : Dari Analog Menuju Digital

Sore itu, di ruang pimpinan Nusantara TV (NTV) di kawasan Pulomas Jakarta Timur, Don Bosco Selamun (Presiden Direktur & Direktur Pemberitaan), bersama tim manajemen puncaknya yang terdiri dari Randy Tampubolon (Direktur Nusantara TV), Adi Prasetya (Pemimpin Redaksi Nusantara TV), Ismoko Widjaya (Pemimpin Redaksi/ Penanggung Jawab nusantaratv.com), dan Tasya Paramitha (Penanggung Jawab Media Sosial nusantaratv.com), berdiskusi panjang untuk merumuskan rencana strategis yang akan dijalankan oleh NTV di masa yang akan datang.

Dengan seksama mereka melakukan *flashback* serta mengevaluasi perjalanan yang telah dilalui oleh NTV sejak awal berdirinya hingga sampai di pertengahan tahun 2025 ini. Tiga tahun telah berlalu sejak *Analog Switch Off* (ASO) betul-betul diimplementasikan, dan semua stasiun penyiaran di Indonesia beralih dari analog ke digital. Sejak awal perjalanan NTV, berbagai peluang sekaligus tantangan dan ancaman telah datang silih berganti, tidak hanya dari stasiun televisi *mainstream* yang telah mapan (seperti RCTI, SCTV, Metro TV, tvOne, dan lain sebagainya) namun juga dari banyak pemain baru di industri ini — baik televisi digital lokal, OTT (*Over The Top*) streaming global, hingga konten kreator

independen yang tak henti berusaha merebut perhatian dan hati para pemirsa yang kian hari kian berkuasa.

Industri media khususnya industri penyiaran dan televisi mengalami disrupsi digital yang mengubah cara masyarakat dalam mengonsumsi hiburan dan informasi. Laporan dari Nielsen (2025) mengungkapkan bahwa pemirsa kini semakin beralih dari televisi tradisional ke platform digital seperti YouTube, Netflix, dan media sosial. Pergeseran ini didorong oleh perubahan preferensi konsumen yang lebih memilih konten *on-demand*, personalisasi, dan aksesibilitas tinggi, dibandingkan model siaran konvensional yang terikat jadwal tetap (Kompas Tekno, 2025; haluan.co, 2025). Sementara itu, sumber lainnya yaitu GoodStats (2023) juga mencatat bahwa peralihan model bisnis industri media cetak, audio, dan audio-visual dari konvensional ke digital di Indonesia semakin pesat, mencerminkan pergeseran fundamental dalam ekosistem media yang semakin bergantung pada teknologi digital sebagai medium utama distribusi informasi dan hiburan.

Dinamika yang terjadi akibat revolusi digital ini juga ditangkap oleh Pemerintah Indonesia dengan ditetapkannya UU No 11/2020 tentang Cipta Kerja khususnya Pasal 60A yang mengubah beberapa ketentuan dalam UU Penyiaran No. 32/2002, di mana penyelenggaraan penyiaran di Indonesia harus mengikuti perkembangan teknologi, termasuk di dalamnya migrasi dari analog ke digital, dan pelaksanaan *Analog Switch Off* (ASO) yang kemudian diatur lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2021 tentang Pos, Telekomunikasi, dan Penyiaran (Postelsiar).

Sebagai Kementerian terkait yang bertugas mengimplementasikan regulasi ini, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) juga mengeluarkan berbagai peraturan pelaksana dan menekankan pentingnya pemerataan infrastruktur TV digital guna memastikan akses informasi yang lebih luas dan merata di seluruh Indonesia (Kominfo, 2024). Langkah ini juga diharapkan tidak hanya meningkatkan kualitas penyiaran, tetapi juga membuka peluang baru bagi industri media untuk mengadopsi model bisnis berbasis digital.

## **B. Kondisi Umum dan Struktur Industri Penyiaran Sebelum dan Saat Penetapan Regulasi ASO**

Sebelum ASO resmi diberlakukan (2020–2022), ekosistem penyiaran televisi Indonesia masih didominasi oleh sistem analog yang telah digunakan sejak awal era televisi (TVRI tahun 1962). Meskipun teknologi digital DVB-T2 (standar siaran televisi digital terestrial generasi kedua yang memungkinkan kualitas gambar dan suara lebih jernih serta efisiensi saluran lebih tinggi dibandingkan siaran analog atau DVB-T) sudah diperkenalkan sejak 2011–2012, proses transisi berjalan lambat akibat tarik-menarik kepentingan industri dan kebijakan (DJPPi Kominfo, 2024; Liputan6.com, 2022; Indonesia.go.id, 2022).

Pada saat regulasi ASO ditetapkan oleh pemerintah, pemain industri dapat dikelompokkan menjadi tiga lapisan utama, (1) penyiar swasta nasional, (2) penyelenggara multipleksing, (3) stasiun TV lokal dan komunitas. Berikut ini penjelasan singkat mengenai masing-masing kelompok pemain industri tersebut.

### **(1) Penyiar Nasional Swasta (*Free-to-Air Analog Dominant*)**

Kelompok penyiar swasta nasional adalah kelompok pemain terbesar dan paling berpengaruh dalam industri pertelevisian di Indonesia. Mereka memiliki jaringan pemancar analog sendiri hampir di seluruh wilayah Indonesia. Pemain utama pada kelompok ini diantaranya MNC group, Emtek Group, Trans Media dan beberapa kelompok lainnya. Tabel 1 yang terdapat pada lampiran studi kasus ini merangkumkan grup media, stasiun TV utama dan status migrasi pada saat ASO resmi diberlakukan.

Pada saat ASO ditetapkan, mayoritas dari grup-grup seperti MNC, Emtek dan Trans Media, belum sepenuhnya beralih ke digital. Mereka masih menyiarkan siaran utama melalui analog dan melakukan *simultaneous broadcast (simulcast)*, yaitu siaran yang dilakukan secara bersamaan di lebih dari satu saluran atau platform digital terbatas yang umumnya dilakukan di Jakarta dan kota-kota besar. Sebagian karena infrastruktur digital di daerah belum siap, sebagian lagi karena kekhawatiran kehilangan jangkauan dan iklan jika analog dimatikan cepat.

### **(2) Penyelenggara Multipleksing (MUX Operator)**

Regulasi ASO juga memperkenalkan skema “penyelenggara multipleksing” (MUX operator), yaitu perusahaan/ lembaga yang memiliki dan mengelola kanal digital untuk menampung beberapa stasiun TV. Tidak semua stasiun televisi diberikan izin sebagai MUX operator. Gambaran ringkas pemain utama MUX operator pada masa itu dapat dilihat pada Tabel 2 yang terdapat pada lampiran.

### **(3) Stasiun TV Lokal dan Komunitas**

Kelompok stasiun TV Lokal dan TV Komunitas memiliki jumlahnya yang cukup banyak pada saat itu. Pemerintah telah menerbitkan ratusan izin bagi Lembaga Penyiaran Swasta (LPS) lokal. Meskipun demikian, mayoritas LPS lokal masih menggunakan pemancar analog dengan jangkauan terbatas. Mereka tidak memiliki kapasitas untuk melakukan investasi dalam rangka mengembangkan infrastruktur digital sendiri sehingga keberadaannya sangat tergantung pada MUX TVRI atau MUX swasta. Kekhawatiran besar muncul pada kelompok ini jika ASO dilakukan cepat dan tidak ada kuota kanal MUX bagi TV lokal. Mereka takut akan kehilangan slot siaran yang dapat berakibat fatal bagi kelangsungan hidupnya.

### C. Tingkat Kesiapan Digitalisasi Pemain Industri (2020–2022)

Tingkat kesiapan digitalisasi pemain industri pada saat diberlakukannya ASO cukup bervariasi tergantung pada sumber daya yang dimiliki oleh masing-masing pemain. Berikut ini adalah rangkuman tingkat kesiapan teknologi digital dan tantangan yang dihadapi oleh pemain di industri penyiaran dan pertelevisian nasional, yang dapat dilihat pada tabel 3 dalam lampiran.

Pada saat UU Cipta Kerja dan PP 46/2021 ditetapkan, pemerintah mendorong percepatan ASO untuk efisiensi spektrum (700 MHz), di mana spektrum tersebut akan digunakan untuk *broadband* 5G. Sebagian besar grup media swasta menolak atau meminta penundaan ASO dengan alasan berbagai alasan di antaranya; infrastruktur digital belum merata, STB untuk masyarakat kurang mampu belum terdistribusi luas, serta terdapat kekhawatiran kehilangan *audience share* dan pendapatan iklan jika analog dipadamkan terlalu cepat. Terjadi beberapa gugatan hukum dan lobi politik, terutama dari MNC Group, yang sempat menggugat aturan ASO ke Mahkamah Agung. Meskipun demikian pemerintah tetap melanjutkan ASO dengan jadwal tiga tahap (April–Nov 2022), meskipun dalam implementasinya tidak dilakukan secara serentak di semua wilayah.

### D. Nusantara TV di Tengah Disrupsi Digital dan Perubahan Regulasi dari Analog ke Digital

Nusantara TV (NTV) adalah stasiun televisi swasta nasional yang dikelola oleh PT Nusantara Media Mandiri. NTV berdiri pada tahun 2015, dan telah memperoleh Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) tetap sebagai lembaga penyiaran digital terrestrial *free-to-air* nasional pada tahun 2016. Hal ini menjadikan NTV sebagai stasiun TV pertama di Indonesia yang mendapatkan izin siaran digital murni (*first mover*), bukan *simulcast* analog dan sekaligus membedakannya dengan stasiun TV milik grup-grup media besar seperti RCTI atau SCTV yang berawal dari analog lalu bertransisi ke digital. NTV justru muncul langsung dalam konteks digitalisasi penyiaran. Stasiun televisi ini memiliki kantor pusat di Jakarta, dan sejak awal, telah memposisikan diri sebagai “TV Nasional Berbasis Digital” dengan program unggulan berupa berita, hiburan, dan berbagai konten lokal.

Pada saat UU Cipta Kerja dan PP 46/2021 ditetapkan, NTV belum menjadi pemain besar secara pangsa pasar atau jaringan. Pemirsanya masih relatif kecil dimana *awareness* publik terhadap NTV masih rendah dibandingkan stasiun TV nasional lainnya. Kapasitas investasi NTV juga terbatas, meskipun secara teknis NTV sudah “siap digital” lebih awal dibandingkan dengan stasiun TV nasional lainnya. NTV termasuk 7 LPS digital nasional yang mendapatkan izin siaran digital secara nasional pada gelombang awal (bersama RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, Trans TV, Metro TV). Diberlakukannya ASO oleh Pemerintah

justeru memberikan keuntungan tersendiri kepada NTV yang siarannya telah menggunakan teknologi DVB-T2. Sebagai TV “lahir digital”, NTV bisa lebih fleksibel beradaptasi dengan inovasi teknologi (menggunakan model penyiaran *over the top*, *hybrid broadcasting*, maupun *interactive broadcasting*). Tantangan terbesar NTV tidak terletak pada digitalisasi teknologi, tetapi lebih kepada penetrasi pasar dan akses. NTV juga menghadapi tantangan kompetisi yang sangat ketat dalam aspek konten dan distribusinya dari pemain besar yang beralih ke digital dengan sumber daya besar. Secara komersial, NTV masih berada di tier kedua dalam industri penyiaran nasional. Hal inilah yang membuat jajaran pimpinan NTV harus berpikir keras untuk menemukan strategi yang tepat agar secara bertahap NTV dapat mengasah dan menunjukkan tajinya serta maju menjadi salah satu pemain yang diperhitungkan oleh kompetitor dan juga oleh pemirsa.

NTV masuk industri pada saat peta media penyiaran sudah sangat terkonsolidasi oleh pemain besar (MNC, Emtek, Trans, VIVA, Metro). Para pemain besar ini telah menguasai jaringan distribusi nasional analog yang sangat luas, memiliki basis penonton setia, dan pangsa pasar iklan yang mapan. Selain itu, para pemain besar ini juga memiliki kapasitas finansial besar untuk melakukan ekspansi digital, serta memiliki relasi yang kuat dengan politisi/regulator, pengiklan dan pemerintah. Sebaliknya, NTV masih memiliki jangkauan siaran terbatas, basis pemirsa yang masih kecil dan belum menjadi “*top of mind*” publik. NTV juga memiliki kapasitas produksi konten dan sumber daya finansial jauh lebih kecil, serta tidak memiliki kekuatan lobi industri seperti grup-grup besar yang menjadi pesaingnya.

Hal-hal itulah yang membuat jajaran pimpinan di NTV menghadapi permasalahan strategis eksistensial yang sangat pelik. Sebagai stasiun TV digital pertama, seharusnya NTV punya peluang untuk tampil sebagai pelopor konten digital interaktif, atau sebagai platform alternatif untuk segmen tertentu. Namun, industri penyiaran membutuhkan lebih dari pada itu. Konten yang ditayangkan NTV pada periode itu masih mirip dengan konten TV konvensional (berita umum, hiburan, *variety show*) tanpa *positioning* khusus yang kuat. Belum ada program unggulan yang benar-benar menjadi “*signature*” atau menarik perhatian publik dan pemerintah secara luas. Padahal, NTV juga memiliki peluang untuk lebih fokus pada segmen *niche* (misalnya melalui konten edukasi, daerah, budaya, *startup*, atau segmen muda *digital-savvy*, dan lain sebagainya). NTV juga dapat meningkatkan kolaborasi dengan pemerintah dalam penyiaran publik/edukatif yang sesuai prioritas nasional, serta membangun kemitraan B2B dan B2G (misalnya dengan lembaga pemerintah untuk konten sosialisasi digital, edukasi masyarakat, kampanye kesehatan, dan lain sebagainya). NTV juga dapat mengembangkan ekosistem *multiplatform* yang menggabungkan antara TV digital, *Over The Top streaming* dan media sosial interaktif.

## E. Nusantara TV dan Perjalanannya dari Masa Ke Masa

NTV dapat diakses melalui *Free To Air (FTA)*, Satelit Telkomsat (3720 MHz), serta *live streaming* di [nusantaratv.com/live](https://nusantaratv.com/live). Siarab NTV dapat diakses melalui televisi, PC, *laptop*, dan *smartphone*. Dengan *tagline* "Sahabat Kita", Nusantara TV lahir di era globalisasi dan kemajuan teknologi yang sangat dinamis, membawa inovasi bahwa televisi adalah sahabat pemirsa, sahabat keluarga Indonesia, sahabat negara, dan sahabat warga dunia.

Nilai Budaya NTV:

1. *Trust* – Saling menghargai dan bekerja sama dengan jujur, tulus, dan terbuka.
2. *Integrity* – Berpikir, berkata, dan bertindak secara disiplin dan konsisten.
3. *Professionalism* – Kompeten, bertanggung jawab, serta memberikan solusi dan hasil terbaik.
4. *Content & Customer Focus* – Inovatif, proaktif, dan cepat tanggap dalam menyediakan konten berkualitas.
5. *Excellence* – Berorientasi pada nilai tambah dan perbaikan terus-menerus dengan kepedulian terhadap lingkungan.

Nilai-nilai budaya ini dibangun dan dikembangkan secara sadar oleh jajaran pimpinan NTV untuk mengintegrasikan elemen-elemen internal perusahaannya dan menjadi acuan bagi seluruh karyawan untuk berperilaku dan bekerja. Berbagai inisiatif telah dilakukan oleh NTV untuk menginternalisasikan budaya perusahaan dan menyelaraskan antara nilai-nilai budaya tersebut dengan sistem-sistem lainnya yang berlaku di NTV.

NTV didirikan dengan visi menjadi sumber informasi terpercaya bagi masyarakat Indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi, NTV berupaya mengintegrasikan platform digital untuk menjangkau pemirsa yang lebih luas. Salah satu langkah strategis yang diambil oleh adalah konvergensi media, yaitu penggabungan berbagai jenis media—seperti cetak, penyiaran, dan digital—ke dalam satu platform atau perangkat melalui digitalisasi dan pemanfaatan teknologi informasi pada proses produksi dan komunikasi pesan kepada pemirsa. Lini masa perkembangan NTV dapat dilihat pada tabel nomor 4 pada lampiran.

## F. Perkembangan Terkini, Peluang, Tantangan dan Ancaman

Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya dalam lini masa perkembangan NTV, pada tahun 2023, NTV meluncurkan aplikasi seluler untuk siaran langsung video dalam jaringan (*online video live streaming*). Namun, adopsi pengguna sejak saat

itu masih belum sesuai harapan karena kurangnya fitur interaktif dan konten yang bersifat eksklusif dan dapat mengikat hati pemirsa. Selain itu, NTV juga menghadapi persaingan yang sangat ketat dari platform penayangan daring global (*global streaming platform*) seperti Netflix, Disney<sup>+</sup>, Youtube, Spotify, HBO Max, dan lain sebagainya, maupun lokal seperti Vidio, Mola TV dan BIGO Live yang sama-sama menawarkan berbagai konten sangat beragam dan menarik, mulai dari musik, berbagai jenis film, *talk show*, *reality show*, berita, pertandingan olah raga, maupun konten dari berbagai kreator independen, disertai dengan algoritma personalisasi sangat canggih. Hal ini terus berkembang menjadi ancaman serius bagi perkembangan NTV dan berbagai media televisi *mainstream* lainnya. Para pemirsa sangat dimanjakan dan memiliki kontrol yang besar untuk memilih tayangkan yang ingin dinikmati dan sesuai dengan kebutuhan dan seleranya. Keberadaan konten unggulan yang menarik menjadi salah satu kunci sekaligus tantangan terbesar bagi NTV.

Menghadapi berbagai ancaman sekaligus tantangan tersebut, NTV terus berusaha untuk melakukan inovasi dengan menghadirkan program-program terbaru yang informatif dan menghibur bagi pemirsa Indonesia. Upaya ini terwujud dalam sejumlah program andalan yang menjawab beragam selera. Di pagi hari, pemirsa diajak memulai hari dengan “Jelajah Rasa” pada pukul 08.00 WIB, ini adalah sebuah program kuliner yang tidak hanya menyajikan hidangan lezat tetapi juga menyoroti kekayaan budaya kuliner Nusantara. Menjelang siang, “Kok Bisa Viral” hadir pada pukul 13.00 WIB sebagai respon langsung terhadap budaya digital, mengupas tuntas fenomena viral dengan pendekatan jurnalistik yang mendalam. Program ini menjadi jembatan NTV dengan generasi muda yang aktif di media sosial. Kemudian, “Soundcore Podcast” (15.00 WIB) menawarkan obrolan santai tentang musik dan budaya pop, menciptakan suasana rileks di sore hari.

Sebagai puncak tayangan *primetime*, “Doncast” setiap Kamis malam pukul 20.00 WIB menampilkan pembahasan isu strategis yang kritis dan tajam bersama tokoh-tokoh nasional, memperkuat positioning NTV di bidang jurnalisme berkualitas. Bagi penggemar informasi kriminal, “NTV Crime” ditayangkan pada pukul 00.00 WIB dan menyajikan ulasan mendalam tentang berbagai kasus hukum. Sementara untuk memastikan pemirsa tetap update, “NTV Top Lines” yang ditayangkan pada 01.00 WIB menyajikan ringkasan berita teratas dari seluruh penjuru negeri. Pada momen spesial seperti Ramadhan, NTV menghadirkan “Soundcore Senandung Ramadhan” pada pukul 04.00 WIB yang menemani waktu sahur selama bulan ramadhan dengan alunan lagu-lagu religi, menunjukkan kemampuan stasiun untuk merespons nuansa dan kebutuhan pemirsa pada waktu-waktu tertentu. Portofolio program yang berlapis ini merupakan upaya strategis NTV untuk tidak hanya sekedar hadir tetapi juga berarti di tengah hiruk-pikuk konten digital.

## G. Tokoh Kunci Di Balik NTV

Di balik layar NTV, stasiun televisi yang relatif baru namun penuh ambisi, berdiri para profesional media berpengalaman yang menjadi penggerak utama. Di puncak pimpinan, terdapat sosok Don Bosco Selamun, sebuah nama yang sudah tak asing di dunia penyiaran Indonesia. Jejak karirnya yang panjang dan impresif – mulai dari memegang peran redaksi penting di SCTV, Metro TV, BeritaSatu TV, hingga menjadi anggota Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) – menjadi fondasi kokoh bagi NTV. Pengalamannya membesarkan BeritaSatu TV dan kembali memimpin Metro TV membawanya pada tantangan terbaru: memimpin NTV sebagai Presiden Direktur & Direktur Pemberitaan, sekaligus menahkodai televisi digital swasta pertama di Indonesia di tengah arus disrupsi digital.

Don Bosco bukan hanya pemimpin, tapi juga seorang visioner. Di pundaknya terbeban tanggung jawab besar untuk merancang arah strategis NTV, memastikan stasiun ini tidak hanya sekadar bertahan, tetapi juga tetap relevan di tengah gempuran platform streaming dan media sosial. Dengan komitmennya pada jurnalisme yang bebas hoaks dan kemampuannya berkomunikasi yang diakui – seperti tercermin dari IPSA Award yang baru saja ia terima – Don Bosco memimpin transformasi digital NTV, mulai dari investasi teknologi, strategi distribusi konten, hingga kebijakan bisnis yang berorientasi masa depan. Don Bosco juga selalu berupaya mengoptimalisasi jaringannya untuk memperkuat posisi NTV di tengah-tengah industri.

Namun, keberhasilan perjalanan NTV tentu bukanlah tanggung jawab seorang Don Bosco semata. Ia harus didukung oleh tim direksi dan redaksi yang mumpuni di bidangnya. Randy Tampubolon, sebagai Direktur berperan memastikan visi strategis itu terimplementasi dalam operasional sehari-hari dengan efisien. Bukan tugas yang mudah, menyelaraskan peran antar fungsi, mengembangkan kapabilitas organisasi, di tengah-tengah tantangan keterbatasan sumber daya.

Sementara itu, di garis depan pemberitaan, Abraham Silaban sebagai Pemimpin Redaksi berperan menjaga relevansi dan kredibilitas setiap konten berita yang disiarkan oleh NTV. Dalam era digital ini, ia harus memastikan bahwa konten yang diproduksi tidak hanya relevan tetapi juga dapat diakses dengan mudah oleh pemirsa digital. Kreatifitas membaca sentimen publik dan ketaatan pada asas pemberitaan merupakan dua hal yang harus selalu dipegang teguh oleh Abraham dalam melaksanakan tugasnya. Dalam menjalankan tugasnya Abraham dibantu oleh Ismoko Widjaya sebagai pemimpin redaksi portal nusantaratv.com. Ia berfokus pada integrasi berita televisi dengan portal berita digital NTV. Dalam dunia media yang semakin digital, konvergensi antara siaran televisi dan media online menjadi hal yang sangat krusial. Hal ini menjadi salah satu strategi penting yang dikembangkan oleh NTV untuk menarik pemirsanya.

Sedangkan penanggung jawab *Search Engine Optimatization* dan Media Sosial, adalah Abdallah Ardayasa. Ia berperan penting terhadap bagaimana konten digital NTV dioptimalkan agar dapat menjangkau pemirsa yang lebih luas. Dalam era digital, strategi pemasaran konten sangat bergantung pada algoritma pencarian dan distribusi media sosial. Abdallah harus memastikan agar konten video NTV mudah ditemukan oleh pengguna pemirsa. Selain itu, ia juga bertanggung jawab dalam merumuskan bagaimana strategi media sosial NTV dapat dikembangkan untuk meningkatkan interaksi dengan pemirsa, serta bagaimana tren digital terbaru dapat dimanfaatkan untuk memperkuat branding dan keterlibatan pemirsa.

Meski diisi oleh orang-orang yang berpengalaman di bidangnya, tantangan yang menghadang NTV ke depan tetaplah pelik. Dinamika pasar pemirsa, persaingan ketat, dan perkembangan teknologi yang begitu cepat menuntut kecermatan, kreativitas, dan keberanian untuk terus berinovasi. Di bawah kepemimpinan Don Bosco dan timnya, termasuk seluruh insan media yang menjadi ujung tombak di lapangan, NTV selalu berusaha untuk tidak hanya hanya mengejar, tetapi juga menciptakan masa depan penyiaran di Indonesia.

## H. Penutup

Saat hari semakin sore, Don Bosco dan jajaran manajemen puncaknya masih belum nampak keluar dari ruang direksi yang tertutup pintu tebal. Di luar gedung matahari masih bersinar cerah, walaupun secara perlahan mulai nampak bergerak menuju peraduannya. Di dalam ruangan Don Bosco Selamun dan Randy Tampubolon sama-sama menyeruput sisa kopi yang ada ditangan mereka, sambil menatap pemandangan di luar melalui jendela besar gedung NTV. Membangun bisnis bukan tentang siapa yang paling cepat, tapi siapa yang paling teguh berdiri saat angin kencang menerpa.

NTV menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensi dan terus mengembangkan bisnisnya di era digital yang terus melaju tanpa pernah menunggu. Persaingan dengan stasiun televisi *mainstream*, meningkat pesatnya dominasi platform streaming video/konten online baik global maupun lokal, serta perubahan preferensi pemirsa terhadap konsumsi konten digital menghadirkan konteks baru yang harus dihadapi oleh NTV. Di sisi lain NTV juga menghadapi tantangan besar dalam membangun model pendapatan yang berkelanjutan karena pasar iklan televisi nasional masih terkonsentrasi ke stasiun TV besar, *brand awareness* masih rendah sehingga *advertiser* belum melihat nilai komersialnya. Saat ini NTV masih memiliki pekerjaan rumah yang besar dalam menciptakan keunggulan konten yang bisa dijual atau menarik sponsor besar. Potensi pada pengelolaan model monetasi digital (mis. melalui *streaming*, *adsense*, *bundling OTT*) juga masih menanti untuk dikembangkan secara lebih agresif. Akankah berbagai peluang dan tantangan tersebut dapat terkonversi menjadi strategi yang tepat untuk memenangkan persaingan?

**Pertanyaan Diskusi**

1. Bagaimana Anda menggambarkan kondisi industri penyiaran Indonesia pasca-ASO?
2. Bagaimana posisi strategis NTV dibandingkan para kompetitornya?
3. Analisis keunggulan dan kelemahan utama NTV dengan menggunakan berbagai kerangka analisis yang telah dipelajari.
4. Strategi apa yang dapat diambil NTV untuk bertahan dan tumbuh?
5. Bagaimana peran kepemimpinan strategis yang harus ditunjukkan oleh jajaran pimpinan NTV dalam situasi ini?

## Daftar Pustaka

- Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika (DJPPPI) Kominfo. (2024, Oktober 16). Capaian digitalisasi TV melalui Analog Switch Off (ASO). Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. <https://djppi.komdigi.go.id/news/capaian-digitalisasi-tv-melalui-analog-switch-off-aso>
- GoodStats. (2023). *Pesatnya pergeseran media cetak ke media digital di Indonesia*. GoodStats. Diakses pada 2024, dari <https://goodstats.id/infographic/pesatnya-pergeseran-media-cetak-ke-media-digital-di-indonesia-rIGx0>
- Haluan.co. (2024, Agustus 10). TV kalah saing! Ini alasan orang beralih ke YouTube dan Netflix. <https://haluan.co/tv-kalah-saing-ini-alasan-orang-beralih-ke-youtube-dan-netflix/>
- Indonesia.go.id. (2022, November 1). Menyongsong era TV digital. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/6318/menyongsong-era-tv-digital?lang=1>
- Nielsen. (2025, Juni 6). TV atau digital: Apa yang memenangkan pemirsa global? Nielsen. <https://www.nielsen.com/id/insights/2025/tv-digital-whats-winning-global-audience/>
- Kompas Tekno. (2025, Juni 20). Bukti TV sudah ditinggalkan, YouTube kini jadi primadona. <https://tekno.kompas.com/read/2025/06/20/07010047/bukti-tv-sudah-ditinggalkan-youtube-kini-jadi-primadona>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2024, Oktober 16). *DJPPPI Kominfo menjelaskan pentingnya pemerataan infrastruktur TV digital pada seminar Universitas Budi Luhur*. <https://djppi.komdigi.go.id/news/djppi-kominfo-menjelaskan-pentingnya-pemerataan-infrastruktur-tv-digital-pada-seminar-universitas-budi-luhur>
- Liputan6.com. (2022, November 2). ASO: Analog Switch Off. <https://www.liputan6.com/pages/aso-analog-switch-off>
- Nusantara TV. (2024). *Profil perusahaan Nusantara TV*. Nusantara TV. Diakses pada 2024, dari <https://nusantaratv.com>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 46 Tahun 2021. (2021). Tentang Pos, Telekomunikasi, dan Penyiaran. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 91. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/166573/pp-no-46-tahun-2021>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002. (2002). Tentang Penyiaran. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2002 Nomor 139. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/43013/uu-no-32-tahun-2002>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020. (2020). *Tentang Cipta Kerja*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 245.
- Universitas Airlangga. (2023). *Dari TV ke YouTube: Evolusi konsumsi hiburan dalam era teknologi dan digitalisasi*. Universitas Airlangga. Diakses pada 2024, dari <https://unair.ac.id/dari-tv-ke-youtube-evolusi-konsumsi-hiburan-dalam-era-teknologi-dan-digitalisasi/>
- Universitas Airlangga. (2023). *Televisi vs YouTube: Manakah hiburan masyarakat di masa depan?*. Universitas Airlangga. Diakses pada 2024, dari <https://unair.ac.id/televisi-vs-youtube-manakah-hiburan-masyarakat-di-masa-depan/>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: 5 billion social media users*. We Are Social. Diakses pada 2024, dari <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- YouTube. (2024). *Digital trends & media consumption patterns 2024* [Video]. YouTube. Diakses pada 2024, dari [https://www.youtube.com/watch?v=UiczU\\_i\\_hbg](https://www.youtube.com/watch?v=UiczU_i_hbg)

LAMPIRAN

Tabel 1. Stasiun TV Utama dan Status Migrasi

| Grup Media       | Stasiun TV Utama                          | Status Migrasi saat 2020-2022                                                                              |
|------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| MNC Group        | RCTI, MNCTV, GTV, iNews                   | Masih dominan analog, mulai simulcast digital di kota besar; MNC juga menjadi salah satu penyelenggara MUX |
| Emtek Group      | SCTV, Indosiar, O Channel (sekarang Moji) | Mulai simulcast digital, terutama Jabodetabek; memiliki infrastruktur MUX sendiri                          |
| Trans Media      | Trans TV, Trans7                          | Fokus siaran analog, mulai uji coba digital                                                                |
| VIVA Group       | ANTV, tvOne                               | Fokus analog, digital terbatas                                                                             |
| Media Group      | Metro TV                                  | Termasuk pelopor <i>digital early adopter</i> , Metro TV ikut dalam uji coba DVB-T sejak 2011              |
| Rajawali Corpora | RTV                                       | Fokus analog, simulcast digital di kota besar                                                              |
| Kompas Gramedia  | Kompas TV                                 | Fokus analog, digital bertahap                                                                             |

Sumber : Di olah penulis dari berbagai sumber diantaranya DJPPI Kominfo, 2024, Liputan6.com 2022 dan Indonesia.go.id.

Tabel 2. Pemain Utama MUX 2020-2022 (pindah ke lampiran)

| MUX Operator                    | Keterangan                                                                                             |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TVRI (Lembaga Penyiaran Publik) | Penyelenggara MUX utama secara nasional. Wajib menyediakan kapasitas bagi LPS (swasta) secara terbuka. |
| MNC Group                       | Penyelenggara MUX di sejumlah wilayah layanan                                                          |
| Emtek Group                     | Penyelenggara MUX melalui SCTV/Indosiar di beberapa wilayah                                            |
| Media Group                     | Metro TV sebagai salah satu penyelenggara MUX                                                          |
| VIVA Group                      | ANTV/tvOne di beberapa wilayah                                                                         |
| Trans Media                     | Terlibat terbatas, belum dominan sebagai MUX                                                           |
| Kompas TV & RTV                 | Lebih sebagai penyewa MUX daripada penyelenggara besar                                                 |

Sumber : diolah oleh penulis dari DJPPI Kominfo, 2024, Liputan6.com 2022 dan Indonesia.go.id .

Tabel 3. Tingkat Kesiapan Teknologi Digital Pemain Industri Pertelevisian Nasional

| Jenis Pemain                                  | Kesiapan Teknologi Digital                           | Tantangan                                                                  |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Stasiun TV Nasional Besar (MNC, Emtek, Trans) | Sedang → tinggi (uji coba & simulcast di kota besar) | Adaptasi infrastruktur daerah, <i>STB penetration</i> , model bisnis iklan |
| TV publik (TVRI)                              | Tinggi (penyelenggara MUX nasional)                  | Keterbatasan dana untuk percepatan jaringan digital                        |
| TV lokal/komunitas                            | Rendah                                               | Keterbatasan modal, tergantung MUX pihak lain, khawatir kehilangan akses   |
| MUX operator swasta                           | Sedang                                               | Perlu investasi jaringan MUX di banyak wilayah                             |

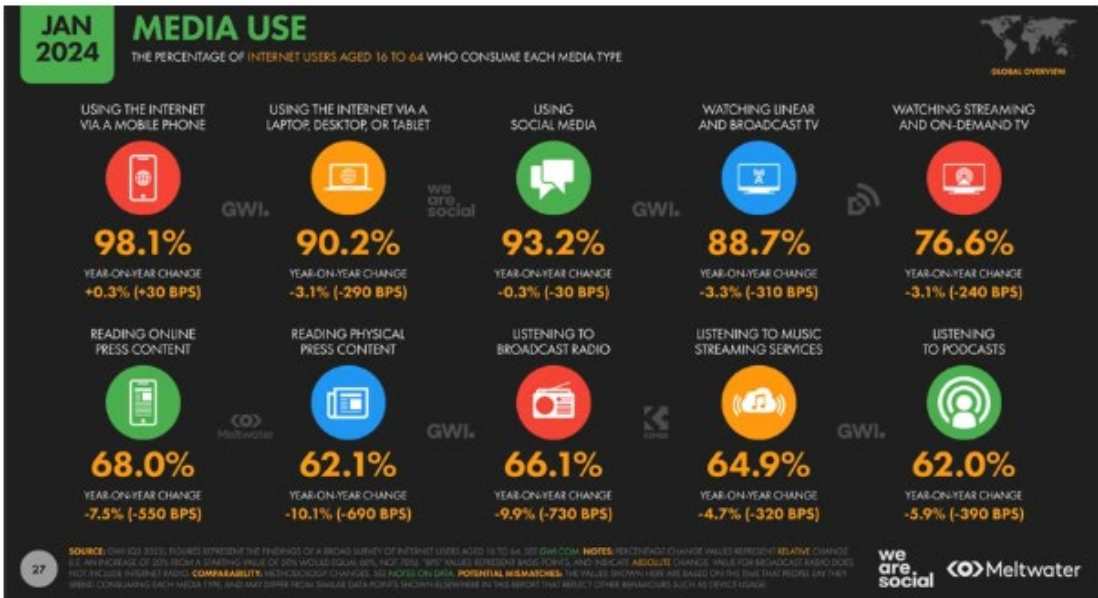
Sumber : Diolah oleh Penulis dari DJPPI Kominfo (2024), Liputan6.com 2022 dan Indonesia.go.id.

Tabel 4. Lini Masa Perkembangan NTV

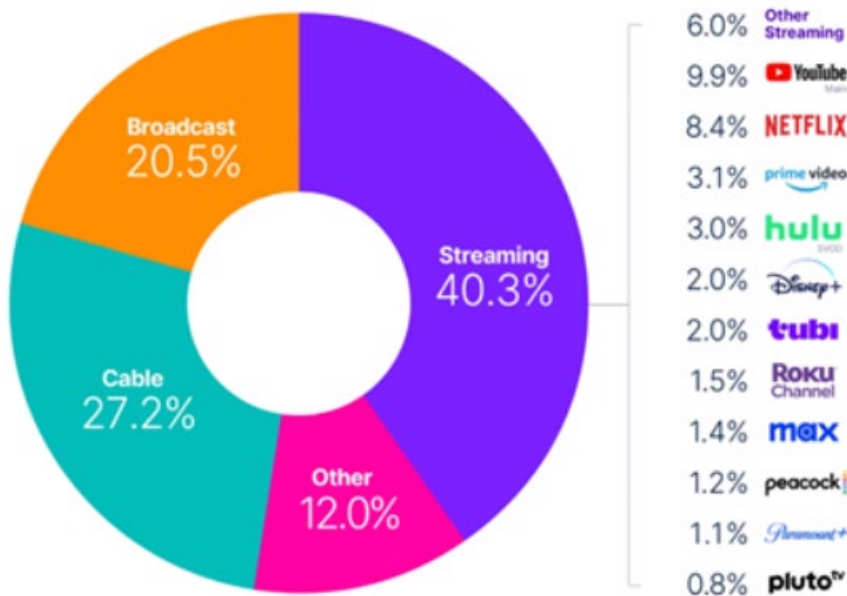
| No. | Tahun | Milestone                                      | Keterangan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----|-------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | 2014  | Perolehan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) | <ul style="list-style-type: none"><li>PT Nusantara Media Mandiri, yang didirikan oleh Nurdin Tampubolon, memperoleh Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) dari pemerintah Indonesia.</li><li>Izin ini memungkinkan perusahaan untuk menyiarkan konten televisi digital secara resmi di Indonesia.</li></ul>                                                                                                      |
| 2.  | 2015  | Peluncuran Resmi Nusantara TV                  | <ul style="list-style-type: none"><li>Pada 10 November 2015, Nusantara TV (NTV) resmi mulai mengudara sebagai stasiun televisi digital di Indonesia.</li><li>Berbeda dengan stasiun televisi konvensional lainnya, NTV langsung hadir sebagai televisi digital pertama di Indonesia, yang berfokus pada penyiaran berbasis teknologi digital.</li></ul>                                                         |
| 3.  | 2016  | Penguatan Identitas dan Ekspansi Siaran        | <ul style="list-style-type: none"><li>NTV memperkenalkan <i>tagline</i> "<b>Sahabat Kita</b>", menegaskan posisinya sebagai televisi yang dekat dengan masyarakat.</li><li>Memperluas jangkauan siaran melalui satelit TelkomSAT (3720 MHz), memungkinkan pemirsa di berbagai wilayah untuk mengakses tayangan NTV secara gratis (<i>Free To Air</i> – FTA).</li></ul>                                          |
| 4.  | 2018  | Peluncuran Portal Berita Digital               | <ul style="list-style-type: none"><li>Menyadari tren digitalisasi media, NTV meluncurkan situs berita <b>nusantaratv.com</b>, yang menyajikan berita terkini dari berbagai kategori, termasuk politik, ekonomi, hukum, sosial budaya dan hiburan.</li><li>Portal ini menjadi langkah awal NTV dalam bermigrasi ke platform digital dengan menyediakan konten berbasis teks dan video tayang langsung.</li></ul> |
| 5.  | 2020  | Awal Strategi Digitalisasi dan Platform Online | <ul style="list-style-type: none"><li>NTV mulai mengembangkan strategi digitalisasi, termasuk membangun platform video tayang langsung agar kontennya dapat diakses lebih luas melalui internet.</li><li>Dibentuk tim khusus untuk pengembangan platform digital, dengan fokus pada inovasi dalam distribusi konten dan optimalisasi jangkauan pemirsa.</li></ul>                                               |

|    |      |                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----|------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6. | 2021 | Peluncuran Website dengan Streaming Terbatas | <ul style="list-style-type: none"><li>Situs <i>web</i> resmi NTV diperbarui dengan fitur <i>live streaming</i>, memungkinkan pemirsa untuk menonton siaran secara langsung melalui internet.</li><li>Meskipun fitur ini meningkatkan aksesibilitas, tantangan dalam akuisisi pengguna dan monetisasi konten digital masih menjadi perhatian utama.</li></ul>                                                                                                                                                                  |
| 7. | 2023 | Peluncuran Aplikasi Mobile NTV               | <ul style="list-style-type: none"><li>NTV meluncurkan aplikasi berbasis seluler (<i>mobile</i>) untuk Android dan iOS, memungkinkan pengguna untuk menonton siaran langsung serta mengakses konten eksklusif dari perangkat seluler mereka.</li><li>Aplikasi ini menghadapi tantangan dalam menarik basis pengguna yang besar, terutama karena persaingan dengan platform streaming global maupun lokal seperti YouTube, Netflix, Disney+, Spotify, Video dan lain sebagainya.</li></ul>                                      |
| 8. | 2024 | Evaluasi Ulang Strategi Digitalisasi         | <ul style="list-style-type: none"><li>Menyadari tren penurunan jumlah penonton televisi tradisional dan meningkatnya konsumsi media digital, NTV melakukan revisi strategi digitalnya.</li><li>Mulai mengoptimalkan Search Engine Optimization (SEO), meningkatkan kehadiran di media sosial, dan menjajaki kemitraan dengan platform digital untuk memperluas distribusi kontennya.</li><li>Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa NTV tetap relevan dan kompetitif di era digital yang semakin berkembang.</li></ul> |

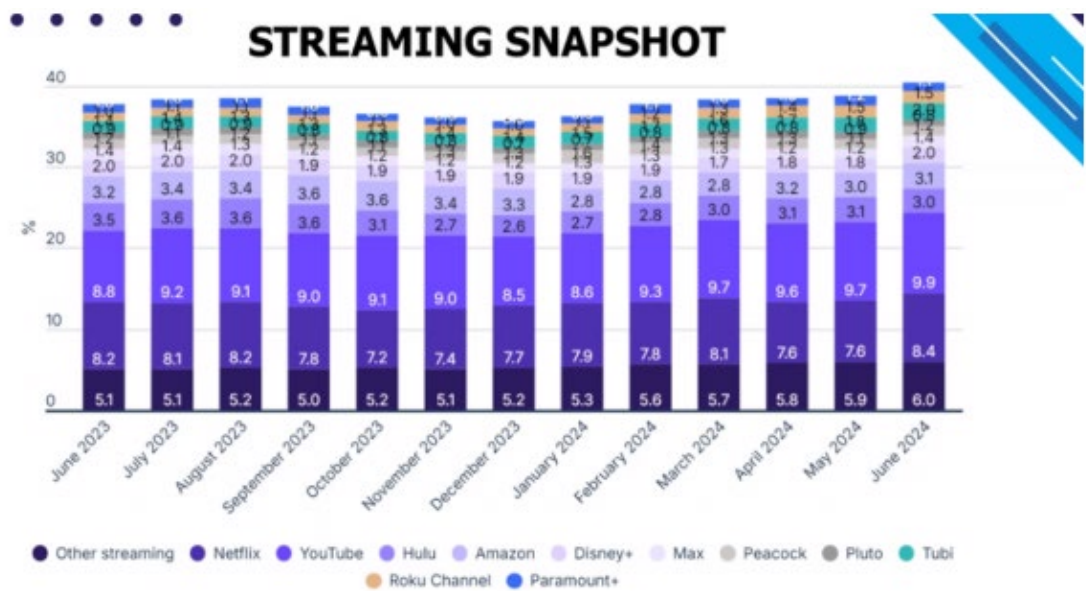
Sumber : Diolah oleh Penulis Berdasarkan Hasil Wawancara



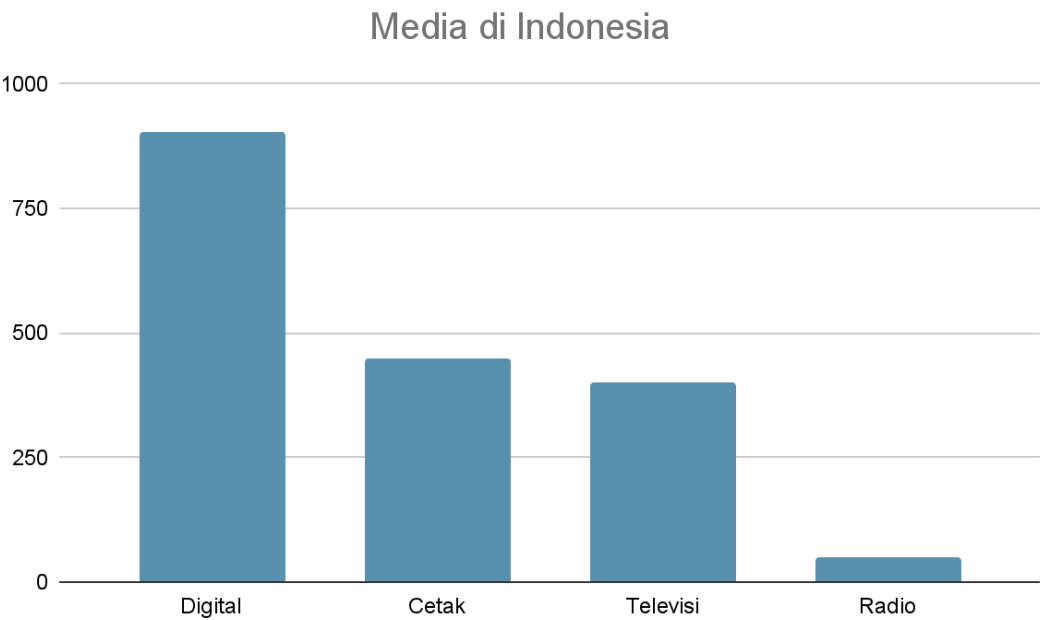
Gambar 1. Persentase penggunaan media  
Sumber: wearesocial.com



Gambar 2. Persentase penonton aplikasi streaming 2024  
Sumber: Nielsen (2024)



Gambar 3 Persentase Pengguna Aplikasi Streaming 2023-2024  
Sumber: Nielsen (2024)



Grafik 1 Pengguna Media di Indonesia 2023  
Sumber: Goodstats.id

Contoh Global Streaming Platform

Berikut ini adalah beberapa contoh **platform streaming global** yang dikenal luas dan digunakan di berbagai negara yang disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 5 Platform Streaming Global

| Nama Platform      | Jenis Konten                              | Cakupan Global            | Catatan Khusus                                           |
|--------------------|-------------------------------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------|
| Netflix            | Film, serial, dokumenter                  | >190 negara               | Produksi konten orisinal dan lokal di berbagai negara.   |
| YouTube            | Video umum, musik, vlog                   | Global                    | Platform terbuka untuk kreator individu dan media besar. |
| Spotify            | Musik, <i>podcast</i>                     | >180 negara               | Fokus pada audio streaming dan personalisasi konten.     |
| Amazon Prime Video | Film, serial, dokumenter                  | >200 negara (terbatas)    | Terintegrasi dengan layanan Amazon lainnya.              |
| Disney+            | Film dan serial Disney, Marvel, Star Wars | >100 negara               | Konten eksklusif dari studio besar.                      |
| Apple TV+          | Film dan serial orisinal                  | >100 negara               | Fokus pada produksi konten premium.                      |
| Tencent Video      | Film, serial, <i>variety show</i>         | Tiongkok dan Asia         | Salah satu platform terbesar di Asia.                    |
| HBO Max            | Film, serial premium                      | Amerika & beberapa negara | Konten eksklusif HBO dan Warner Bros.                    |

Sumber : Diolah oleh Penulis

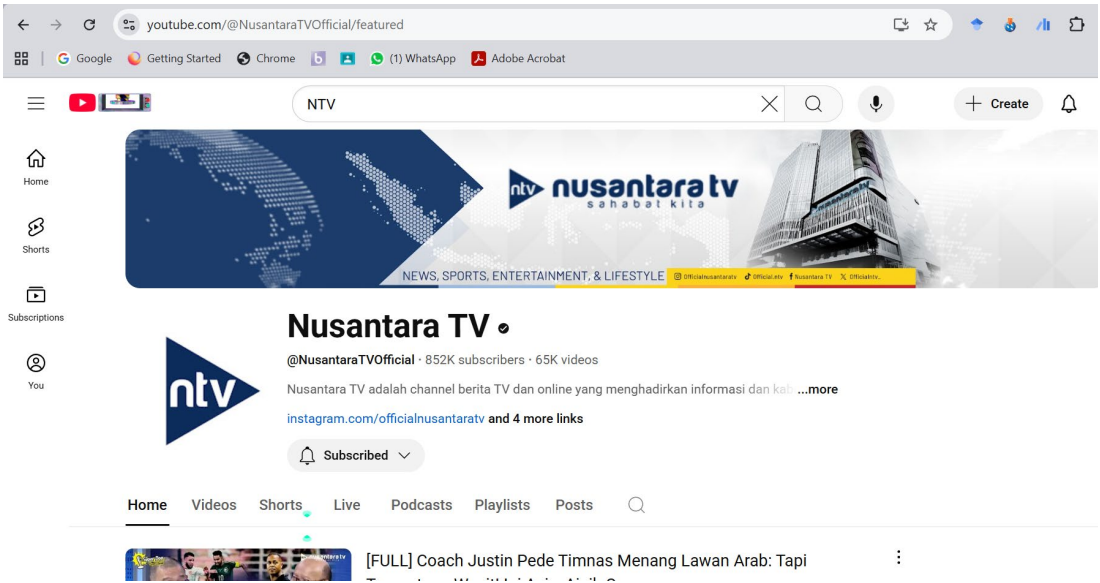
Penjelasan *OTT Platform, Hybrid Broadcasting* dan *Interactive Boardcasting*

Tabel 6 OTT Platform, Hybrid Boradcasting & Interactive Broadcasting

| Platform                                    | Pengertian                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Sumber                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>OTT Platform (Over-The-Top Platform)</b> | OTT adalah layanan distribusi konten audio-visual yang disampaikan melalui internet publik tanpa melalui operator jaringan tradisional seperti stasiun TV atau operator kabel. Konten OTT dapat diakses kapan saja dan di mana saja, biasanya melalui perangkat seperti <i>smartphone, smart TV, tablet</i> , atau komputer. OTT merepresentasikan pergeseran dari model <i>linear broadcasting</i> menuju <i>on-demand</i> , yang memperkuat personalisasi dan interaktivitas pengguna. OTT juga mendisrupsi struktur industri media konvensional karena menghilangkan peran perantara (TV operator), mendorong model bisnis berbasis langganan (SVOD), iklan (AVOD), atau gabungan keduanya, serta menimbulkan tantangan regulasi karena berada di luar kerangka penyiaran tradisional.                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Iosifidis, P. (2021). OTT Television Services: Regulation and Policy in Europe. <i>Journal of Digital Media &amp; Policy</i> .                                                        |
| <b>Hybrid Broadcasting</b>                  | <p><i>Hybrid broadcasting</i> adalah integrasi antara penyiaran tradisional (terrestrial/satelit) dengan layanan <i>broadband</i> (internet). Sistem ini memungkinkan pengguna menerima siaran TV konvensional dan layanan tambahan berbasis internet dalam satu perangkat/platform. Model hybrid menciptakan pengalaman “<b>converged media</b>” yang memperluas jangkauan konten dan meningkatkan engagement audiens tanpa sepenuhnya meninggalkan infrastruktur penyiaran tradisional. Strategi hybrid juga membantu stasiun TV mempertahankan basis audiens sambil merespons perubahan perilaku konsumsi digital.</p> <p><b>Contoh:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● <i>Hybrid Broadcast Broadband TV</i> (HbbTV) yang banyak digunakan di Eropa, menggabungkan siaran digital terrestrial dengan layanan interaktif berbasis internet.</li><li>● Di Indonesia, konsep ini mulai berkembang bersamaan dengan migrasi TV analog ke digital (DVB-T2), di mana TV digital dapat mengakses konten siaran sekaligus layanan OTT melalui satu <i>interface</i>.</li></ul> | Chorianopoulos, K. & Lekakos, G. (2008). Introduction to social TV: Enhancing the shared experience with interactive TV. <i>International Journal of Human-Computer Interaction</i> . |

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                  |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Interactive Broadcasting</b> | <p><i>Interactive broadcasting</i> merujuk pada sistem penyiaran yang memungkinkan <b>interaksi dua arah antara penyiar dan pemirsa/audiens</b>. Tidak hanya penonton menerima konten, tetapi mereka juga dapat memberikan umpan balik, memilih konten, ikut voting, atau berpartisipasi dalam tayangan secara <i>real-time</i>. Jensen (2005) menjelaskan bahwa <b>interactivity</b> dalam penyiaran meningkatkan <i>sense of agency</i> dan <i>engagement</i> pengguna, mendorong loyalitas pemirsa/audiens serta membuka peluang monetisasi baru. Namun, keberhasilan model ini sangat tergantung pada kesiapan infrastruktur, desain user <i>interface</i> yang intuitif, dan integrasi dengan strategi konten.</p> <p><b>Contoh:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Program TV dengan fitur <i>voting real-time</i> melalui aplikasi atau remote (misal voting kontestan ajang pencarian bakat).</li><li>• Layanan HbbTV yang memungkinkan penonton mengakses informasi tambahan, survei, atau belanja saat menonton.</li></ul> | <p><i>Jensen, J. F. (2005). Interactive television: New genres, new format, new content. In Interactive Television: A Shared Experience.</i></p> |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

NTV dan Program-Programnya



←

→

↺

youtube.com/@NusantaraTVOfficial/videos

🔍

☆

🔗

📱

📺

📺

GoogleGetting StartedChrome(1) WhatsAppAdobe Acrobat

☰NTV🔍🗣️+ Create🔔

🏠Home

📺Videos

📺Shorts

📺Live

📺Podcasts

📺Playlists

📺Posts

🔍

🏠Home

📺Shorts

📺Subscriptions

👤You

LatestPopularOldest



Ole Romeny Bisa Dibawa Main 15 Menit Di Akhir  
15:46



Ramai Gugatan Uang Pensiun DPR, Penggugat: Kami Tidak Rela Pajak...  
1.1K views • 9 hours ago



Pesan Coach Justin Buat Pemain Timnas: Anggap Gak Ada Putaran 5, Mentalnya Harus Gitu!  
19:01



Ceria & Semangat! Perayaan Hari Cerebral Palsy Sedunia Di CFD  
181 views • 9 hours ago



PERINGATAN HUT KE-80 TNI, NTV APRESIASI KINERJA dan Mendukung TNI  
4:46



Ole Gak Akan Main 90 Menit? Yang Kita Perlukan, Dia Main 10-15 Menit Gitu!  
12:12



PRABOWO TEGAK KE TNI Minta Bantu Jaga Kekayaan Negara  
5:51



MOMEN MANIS PRESIDEN PRABOWO Gium Boga di Atas Maung  
5:15

←

→

↺

youtube.com/@NusantaraTVOfficial/shorts

🔍

☆

🔗

📱

📺

📺

GoogleGetting StartedChrome(1) WhatsAppAdobe Acrobat

☰NTV🔍🗣️+ Create🔔

🏠Home

📺Videos

📺Shorts

📺Live

📺Podcasts

📺Playlists

📺Posts

🔍

🏠Home

📺Shorts

📺Subscriptions

👤You

LatestPopularOldest



DPR Rih Tepuk Tangan, Dukong Langkah Presiden Prabowo Sikat Orang Serakahnomic  
1.5K views



Timnas Garuda Bakal 'Dikerjain' Geng Arab di Ronda 4: yang Penting Jangan Terprovokasi!  
3.9K views



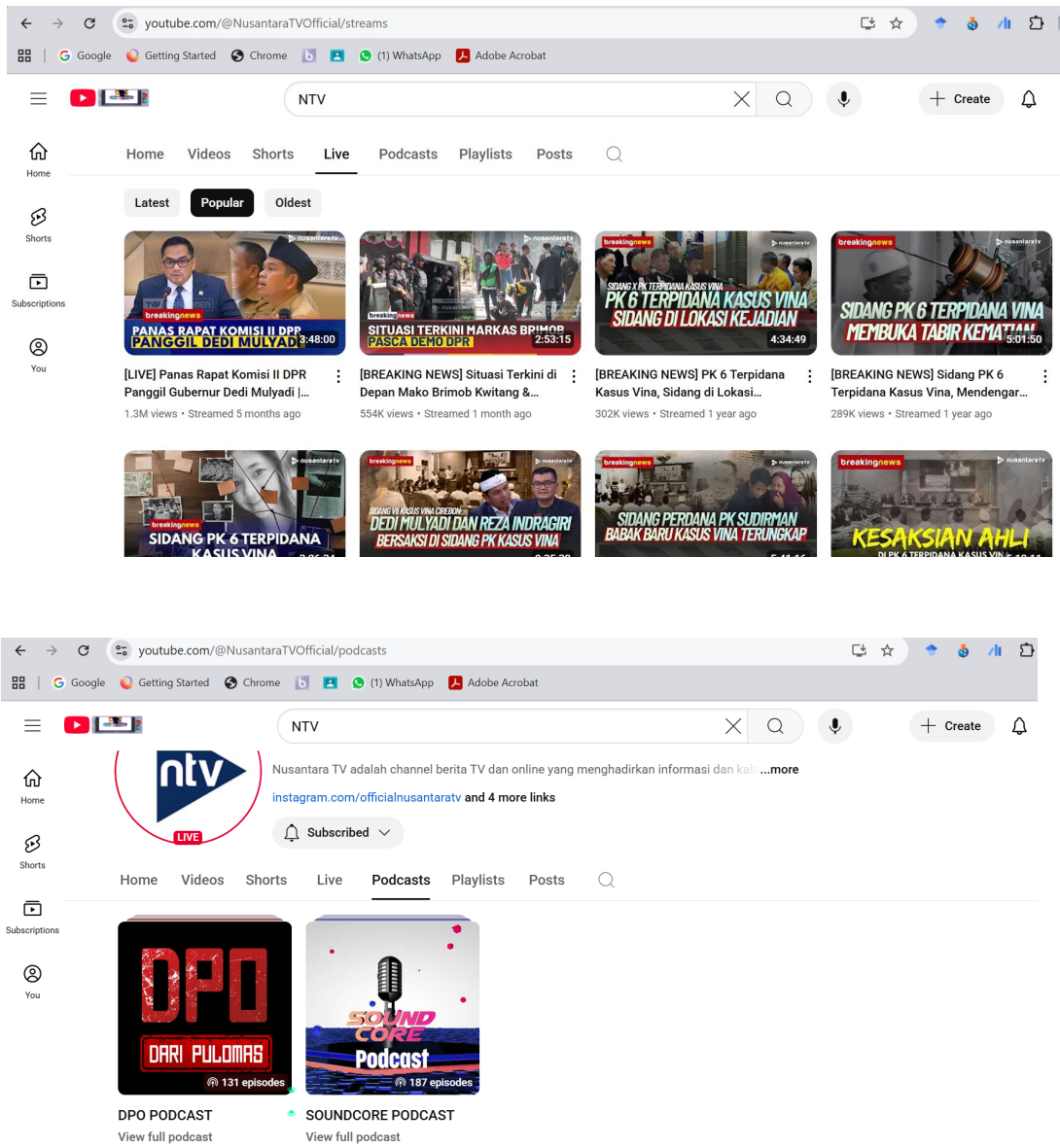
Fakta Unik Ronda 4, Coach Justin: AFC Itu Gak Bisa Diatur Oleh FIFA, Aneh!  
2.9K views

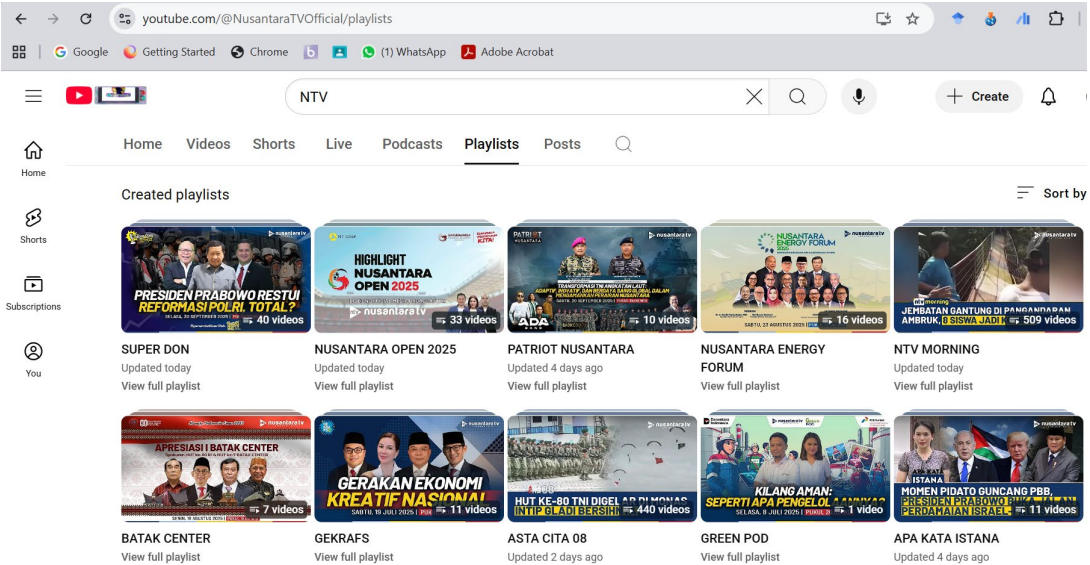


Pesan Coach Justin, Timnas Hadapi Putaran 5, Harus Menang!  
4.5K views



Momen Menkeu Purbaya Bertemu Spiderman Usai Hadiri HUT TNI Ke-80  
5.6K views





Tabel 1. Perbandingan Stasiun TV Utama dan Status Migrasi

| Grup Media       | Stasiun TV Utama                          | Status Migrasi saat 2020-2022                                                                              |
|------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| MNC Group        | RCTI, MNCTV, GTV, iNews                   | Masih dominan analog, mulai simulcast digital di kota besar; MNC juga menjadi salah satu penyelenggara MUX |
| Emtek Group      | SCTV, Indosiar, O Channel (sekarang Moji) | Mulai simulcast digital, terutama Jabodetabek; memiliki infrastruktur MUX sendiri                          |
| Trans Media      | Trans TV, Trans7                          | Fokus siaran analog, mulai uji coba digital                                                                |
| VIVA Group       | ANTV, tvOne                               | Fokus analog, digital terbatas                                                                             |
| Media Group      | Metro TV                                  | Termasuk pelopor <i>digital early adopter</i> , Metro TV ikut dalam uji coba DVB-T sejak 2011              |
| Rajawali Corpora | RTV                                       | Fokus analog, simulcast digital di kota besar                                                              |
| Kompas Gramedia  | Kompas TV                                 | Fokus analog, digital bertahap                                                                             |

Sumber : Diolah oleh penulis dari DJPPI Kominfo (2024), Liputan6.com (2022) dan indonesia.go.id. (2024)

Tabel 2. Pemain Utama MUX 2020-2022

| MUX Operator                    | Keterangan                                                                                             |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TVRI (Lembaga Penyiaran Publik) | Penyelenggara MUX utama secara nasional. Wajib menyediakan kapasitas bagi LPS (swasta) secara terbuka. |
| MNC Group                       | Penyelenggara MUX di sejumlah wilayah layanan                                                          |
| Emtek Group                     | Penyelenggara MUX melalui SCTV/Indosiar di beberapa wilayah                                            |
| Media Group                     | Metro TV sebagai salah satu penyelenggara MUX                                                          |
| VIVA Group                      | ANTV/tvOne di beberapa wilayah                                                                         |
| Trans Media                     | Terlibat terbatas, belum dominan sebagai MUX                                                           |
| Kompas TV & RTV                 | Lebih sebagai penyewa MUX daripada penyelenggara besar                                                 |

Sumber : Diolah oleh penulis dari DJPPI Kominfo (2024), Liputan6.com (2022) dan indonesia.go.id. (2024)

Tabel 3. Tingkat Kesiapan Teknologi Digital Pemain Industri Pertelevisian Nasional

| Jenis Pemain                                  | Kesiapan Teknologi Digital                           | Tantangan                                                                  |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Stasiun TV Nasional Besar (MNC, Emtek, Trans) | Sedang → tinggi (uji coba & simulcast di kota besar) | Adaptasi infrastruktur daerah, <i>STB penetration</i> , model bisnis iklan |
| TV publik (TVRI)                              | Tinggi (penyelenggara MUX nasional)                  | Keterbatasan dana untuk percepatan jaringan digital                        |
| TV lokal/komunitas                            | Rendah                                               | Keterbatasan modal, tergantung MUX pihak lain, khawatir kehilangan akses   |
| MUX operator swasta                           | Sedang                                               | Perlu investasi jaringan MUX di banyak wilayah                             |

Sumber : Diolah oleh Penulis dari DJPPI Kominfo (2024), Liputan6.com 2022 dan Indonesia.go.id .

Tabel 4. Lini Masa Perkembangan NTV

| No. | Tahun | Milestone                                      | Keterangan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----|-------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | 2014  | Perolehan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) | <ul style="list-style-type: none"><li>PT Nusantara Media Mandiri, yang didirikan oleh Nurdin Tampubolon, memperoleh Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) dari pemerintah Indonesia.</li><li>Izin ini memungkinkan perusahaan untuk menyiarkan konten televisi digital secara resmi di Indonesia.</li></ul>                                              |
| 2.  | 2015  | Peluncuran Resmi Nusantara TV                  | <ul style="list-style-type: none"><li>Pada 10 November 2015, Nusantara TV (NTV) resmi mulai mengudara sebagai stasiun televisi digital di Indonesia.</li><li>Berbeda dengan stasiun televisi konvensional lainnya, NTV langsung hadir sebagai televisi digital pertama di Indonesia, yang berfokus pada penyiaran berbasis teknologi digital.</li></ul> |

|    |      |                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----|------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. | 2016 | Penguatan Identitas dan Ekspansi Siaran        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• NTV memperkenalkan <i>tagline</i> "<b>Sahabat Kita</b>", menegaskan posisinya sebagai televisi yang dekat dengan masyarakat.</li> <li>• Memperluas jangkauan siaran melalui satelit Telkomstar (3720 MHz), memungkinkan pemirsa di berbagai wilayah untuk mengakses tayangan NTV secara gratis (<i>Free To Air – FTA</i>).</li> </ul>                                                                                                                                                          |
| 4. | 2018 | Peluncuran Portal Berita Digital               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyadari tren digitalisasi media, NTV meluncurkan situs berita <b>nusantaratv.com</b>, yang menyajikan berita terkini dari berbagai kategori, termasuk politik, ekonomi, hukum, sosial budaya dan hiburan.</li> <li>• Portal ini menjadi langkah awal NTV dalam bermigrasi ke platform digital dengan menyediakan konten berbasis teks dan video tayang langsung.</li> </ul>                                                                                                                  |
| 5. | 2020 | Awal Strategi Digitalisasi dan Platform Online | <ul style="list-style-type: none"> <li>• NTV mulai mengembangkan strategi digitalisasi, termasuk membangun platform video tayang langsung agar kontennya dapat diakses lebih luas melalui internet.</li> <li>• Dibentuk tim khusus untuk pengembangan platform digital, dengan fokus pada inovasi dalam distribusi konten dan optimalisasi jangkauan pemirsa.</li> </ul>                                                                                                                                                                |
| 6. | 2021 | Peluncuran Website dengan Streaming Terbatas   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situs <i>web</i> resmi NTV diperbarui dengan fitur <i>live streaming</i>, memungkinkan pemirsa untuk menonton siaran secara langsung melalui internet.</li> <li>• Meskipun fitur ini meningkatkan aksesibilitas, tantangan dalam akuisisi pengguna dan monetisasi konten digital masih menjadi perhatian utama.</li> </ul>                                                                                                                                                                     |
| 7. | 2023 | Peluncuran Aplikasi Mobile NTV                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• NTV meluncurkan aplikasi berbasis seluler (<i>mobile</i>) untuk Android dan iOS, memungkinkan pengguna untuk menonton siaran langsung serta mengakses konten eksklusif dari perangkat seluler mereka.</li> <li>• Aplikasi ini menghadapi tantangan dalam menarik basis pengguna yang besar, terutama karena persaingan dengan platform streaming global maupun lokal seperti YouTube, Netflix, Disney+, Spotify, Video dan lain sebagainya.</li> </ul>                                         |
| 8. | 2024 | Evaluasi Ulang Strategi Digitalisasi           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menyadari tren penurunan jumlah penonton televisi tradisional dan meningkatnya konsumsi media digital, NTV melakukan revisi strategi digitalnya.</li> <li>• Mulai mengoptimalkan Search Engine Optimization (SEO), meningkatkan kehadiran di media sosial, dan menjajaki kemitraan dengan platform digital untuk memperluas distribusi kontennya.</li> <li>• Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa NTV tetap relevan dan kompetitif di era digital yang semakin berkembang.</li> </ul> |

Sumber : Diolah oleh Penulis Berdasarkan Hasil Wawancara

