

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan komunikasi semakin berkembang pesat di seluruh dunia, tidak terkecuali Indonesia. Era globalisasi saat ini menuntut masyarakat bergerak cepat dan dinamis serta harus bertindak cepat, efektif dan efisien dalam menghadapi era yang sudah serba canggih. Hal tersebut membuat beberapa segmentasi kehidupan masyarakat perlahan berubah mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Diantaranya sektor perdagangan, sektor barang dan jasa, pendidikan, keamanan, sosial, politik, serta dalam bidang pemerintah.

Adanya penemuan teknologi dan sosial budaya, media lain telah dikembangkan dan kemudian diklasifikasikan menjadi media massa, seperti internet. Internet saat ini menjadi media yang sangat vital dalam mendukung kemajuan zaman dan menjadi media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas serta menjadi alat komunikasi yang paling cepat, tepat, efektif dan efisien. Kebutuhan informasi yang dipenuhi internet tidak lagi secara tatap muka, melainkan dapat dilakukan melalui media elektronik. Internet memiliki beberapa fungsi dalam proses perkembangannya, seperti dapat berkomunikasi dan mencari informasi. Seperti majalah, koran, iklan, televisi, film, dan video, hal tersebut membuat internet sebagai wadah dan penyebaran informasi.

Dalam proses penyebaran informasi yang semakin mudah justru berbanding terbalik dengan pengetahuan masyarakat terkait dengan kebijakan daerah. Padahal, pemerintah daerah ingin memberikan informasi dan menampilkan citra diri yang baik kepada masyarakat setempat agar program kebijakan yang sudah disusun dapat berjalan dengan lancar. Peran media komunikasi saat ini menjadi kunci yang utama adanya penyebaran informasi yang luas bagi masyarakat daerah. Berbagai macam media komunikasi, media elektronik dan internet merupakan bentuk media *online*.

Media *online* yang disebut juga dengan *cybermedia*, media internet, media baru atau *new media*, memiliki karakteristik yang tidak dimiliki oleh media konvensional. Media online bisa dikatakan sebagai media generasi yang ketiga, setelah media cetak (*printed media*) dan media elektronik (*electronic media*). Media *online* juga mampu menciptakan kondisi di mana pengguna tidak dibatasi oleh ruang dan waktu, dan juga memungkinkan penggunaannya melakukan berbagai hal dalam waktu yang bersamaan. Karakteristik yang dimiliki media *online* di antaranya dapat menyajikan informasi berupa teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan. Media *online* merupakan media yang aktual, cepat, *up to date*, memiliki kapasitas yang luas, fleksibel, akses internet ke seluruh dunia, interaktif, terdokumentasi, dan mampu terhubung dengan sumber lain atau *hyperlink*.

Dengan adanya media online, Masyarakat pun lebih mudah dalam mendapatkan informasi. Dalam pengembangan media sosial manusia diarahkan untuk membuat komunitas secara virtual. Perkembangan internet pada saat ini berkembang pesat, salah satunya adalah situs Youtube. Pada dasarnya Youtube adalah sebuah website yang pemakaiannya untuk berbagi berbagai macam video yang dimiliki, atau hanya sebatas menikmati video klip yang diunggah oleh berbagai *channel*.

Youtube memiliki lebih dari dua miliar di seluruh dunia, dalam hal ini platform Youtube merupakan platform paling populer di dunia saat ini. Popularitasnya akan bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Popularitas tersebut dilatarbelakangi oleh meningkatnya nilai guna platform berbagi video dengan penggunaan internet. Penggunaan internet terutama Youtube tidak hanya mencari hiburan, namun untuk belajar serta mencari informasi.

Media sosial telah menjadi sumber utama bagi manusia. Berbagai jenis berita diseluruh dunia dapat di dapatkan di Youtube. Youtube merupakan situs utama untuk berbagai video. Snelson mengemukakan walaupun Youtube merupakan platform berbagi video paling produktif, Youtube juga merupakan

platform media sosial yang paling sering diteliti. Tidak hanya itu, setiap menit dalam sehari 50 jam video diunggah ke Youtube. (Cheng, 2023)

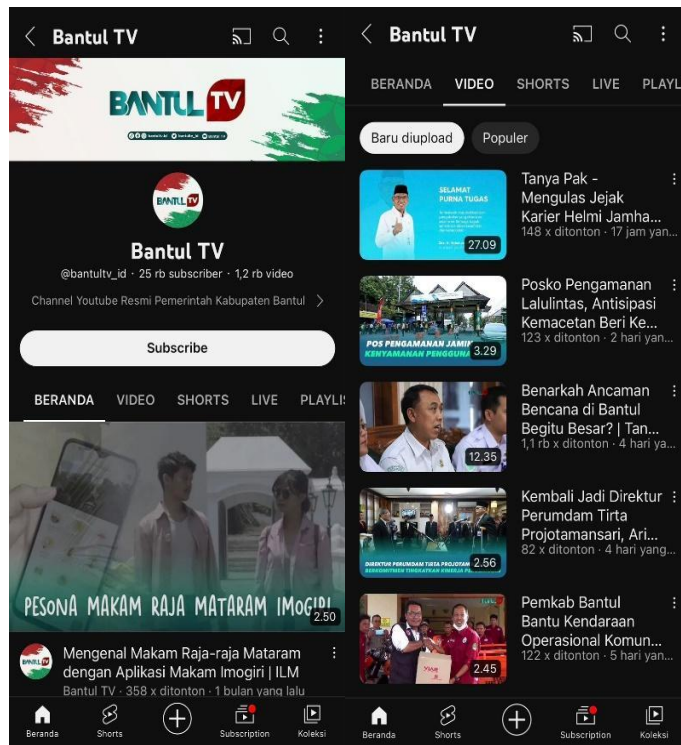
Youtube merupakan inovasi media baru yang dapat membantu menyebarluaskan visual dan juga memberikan hiburan bagi penontonnya. Youtube sebagai media untuk mengunggah konten melalui media visual, tidak hanya itu Youtube juga memberikan informasi yang kreatif serta memiliki durasi yang Panjang bagi pengguna nnya. Dengan adanya Youtube sangat membantu terutama untuk masyarakat dari semua aspek. (Pachiyappan et al., 2023)

Seiring dengan berjalannya waktu, perkembangan teknologi informasi dan teknologi komunikasi yang semakin pesat pada hari ini sangatlah memungkinkan masyarakat dengan mudah mengakses informasi apa saja yang mereka cari atau mereka butuhkan dalam kegiatan sehari-hari. Dengan integrasinya sistem teknologi dan informasi juga berdampak pada lembaga publik seperti pemerintah daerah. Sistem pemerintah daerah sudah mulai diintegrasikan dalam suatu teknologi yang dikendalikan oleh satu pusat pemerintahan.

Saat ini setiap orang dituntut untuk peka terhadap perkembangan media yang terjadi, terutama perkembangan media komunikasi dan informasi. Pemanfaatan media sosial seperti Youtube dimanfaatkan oleh Pemerintah Kabupaten Bantul sebagai media untuk memberi tahu atau penyebarluasan informasi kepada sekitaran Kabupaten Bantul. Penyebarluasan media komunikasi dan informasi oleh Pemkab Bantul kepada masyarakat yang memiliki aplikasi Youtube serta memiliki akun Youtube dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya penggunaan media adalah proses penyampaian pesan atau membagikan informasi antara pemerintah dan masyarakat. Media berfungsi sebagai sarana alat untuk menghubungkan dan menyampaikan informasi. Melalui Youtube dapat memperkenalkan setiap agenda yang dilakukan jajaran Pemerintah Bantul yang disampaikan kepada masyarakat luas, agar masyarakat mengetahui mengenai program kerja pemerintah.

Memiliki sosial media untuk menyebarkan informasi kepada publik adalah salah satu bentuk taat Pemerintah Kabupaten Bantul dalam UU No. 14 Tahun 2008 mengenai Keterbukaan Informasi Publik yang mengatur bahwa organisasi publik untuk melaksanakan Keterbukaan Informasi Publik (KIP). Selain itu terdapat dukungan terhadap pengukuran indeks kepuasan masyarakat telah diatur dengan peraturan baru yaitu Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2017 tentang Pedoman Penilaian Kinerja Unit Penyelenggara Pelayanan Publik. Pemerintah Kabupaten Bantul telah melaksanakan Keterbukaan Pelayanan Publik. Pemerintah Kabupaten Bantul merupakan salah satu kabupaten yang telah memiliki Peraturan Daerah yang mengatur tentang transparansi informasi sebelum adanya UU KIP, yaitu Perda No. 7 Tahun 2005 tentang Transparansi dan Partisipasi Publik serta didukung dengan Peraturan Bupati Bantul No. 23 tahun 2018 tentang pedoman dalam pelaksanaan evaluasi kinerja perangkat daerah memberi gambaran seberapa pentingnya perangkat daerah harus melaksanakan evaluasi terhadap kinerjanya (Kusumaningrum & Widiarti, 2021)

Pada titik inilah teknologi yang diciptakan dapat mempermudah dalam bentuk memperbaiki kualitas kehidupan manusia. Pada dasarnya mayoritas bentuk pelayanan pemerintah kepada masyarakatnya adalah hal-hal yang berkaitan dengan pengumpulan, pengolahan dan penyediaan berbagai data, informasi, pengetahuan maupun kebijakan beserta penyebarannya ke seluruh masyarakat. Hal tersebut membuat Pemerintah Kabupaten Bantul terutama Dinas Komunikasi dan Informatika membuat Channel Youtube yang di beri nama “Bantul TV” sebagai media sosial pendukung siaran ulang program acara maupun informasi dengan durasi waktu dan tempat menonton tidak terbatas serta adanya kemudahan akses (Kusumaningrum & Widiarti, 2021).



Gambar 1.1 Channel Youtube Bantul TV

(Sumber: https://www.youtube.com/@bantultv_id/ diakses pada: Selasa, 3 Januari 2023)

Penelitian oleh Novia Agri Kusumaningrum dan Dra Pratiwi Wahyu Widiarti yang berjudul *Strategi Komunikasi Pemerintah Daerah Kabupaten Bantul Dalam Pengelolaan Informasi Bagi Publik Melalui Program Acara “Taman Bantul”* (2021) penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengambilan data wawancara dan studi dokumen. Hasil dari penelitian ini yaitu penerapan strategi komunikasi berjalan dengan baik, penggunaan media komunikasi publik yaitu media sosial. (Kusumaningrum & Widiarti, 2021)

Penelitian oleh Debi Nurhanifah yang berjudul *Pemanfaatan Youtube Tuna Java Sebagai Media Penyebaran Informasi Digital* (2022) penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah motif dalam menggunakan Youtube sebagai media penyebaran informasi digital meliputi motif informasi dan lain sebagainya. Kedua, Youtube Tunajava media sangat memenuhi kebutuhan informasi khalayak. (Nurhanifah et al., 2022)

Penelitian oleh Anan Septia Machidhar, Maya Sekar Wangi dan Siswanta yang berjudul *Efektifitas Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Penyebaran Informasi Pada Channel Youtube Diskominfo Boyolali* penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan objek penelitian Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Boyolali. Hasil penelitian ini adalah Diskominfo Boyolali menyebarkan informasi dengan mengedepankan konten yang bersifat penting seperti kesehatan, ekonomi, dan pariwisata. (Septia Machidhar et al., n.d.)

Penelitian oleh Yan Haryadie dan Muhammad Nur Kholis yang berjudul *Efektifitas Dan Efisiensi Youtube Sebagai Media Publikasi* (2022). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis, yaitu mendeskripsikan semua data yang didapat baik wawancara dan hasil pengamatan peneliti. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa penyebaran informasi melalui Youtube sangat efektif karena media portal berbagi video ini terbesar dan banyak digunakan masyarakat untuk mencari informasi. (Haryadie et al., 2022)

Penelitian oleh Intan Leliana dan Vanessa Agusta yang berjudul *Strategi Humas Kementerian Perindustrian Dalam Menginformasikan Layanan Publik Melalui Youtube* (2019). Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan Teknik pengumpulan data yakni observasi, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi. Penelitian ini memiliki kesimpulan yaitu media sosial Youtube berperan sangat penting dalam penyebaran informasi, dimana media sosial Youtube yang dapat diakses dengan mudah oleh jutaan orang menjadi media yang sangat tepat bagi penyebaran informasi kepada publik internal dan publik eksternal. (Leliana & Agusta, 2019)

Penelitian oleh Zata Amani dan Amalia Djuwita dengan judul *Strategi Humas Pemerintah Kota Bandung Dalam Mengelola Akun Youtube "Halo Bandung"*. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Humas Pemerintah Kota Bandung dalam mengelola akun Youtube "Halo

Bandung” yaitu dengan melakukan *Fact Finding, Planning, Communicating, Evaluating*. (Amani & Djuwita, n.d.)

Penelitian Adelia Masrifah Cahyani dengan judul *Strategi Komunikasi Humas Pemerintah Kota Surabaya Dalam Melayani dan Menggali Potensi Masyarakat Melalui Media Sosial* (2020). Penelitian ini memiliki empat temuan hasil pertama, dalam menyampaikan pesan melalui sosial media Humas Pemkot Surabaya terlebih melakukan diskusi dengan tim media sosial sebelum menyampaikan pesan kepada khalayak. Kedua, konten media sosial yang begitu variatif sesuai dengan apa yang sedang marak di lingkungan masyarakat khususnya di Kota Surabaya. Ketiga, Humas Pemkot Surabaya mengadakan lomba foto di media sosial setiap bulannya. Hal itu juga sebagai tempat untuk memfasilitasi aspirasi dan karya dari warga kota Surabaya. Keempat, dalam penggunaan media sosial, Pemkot Surabaya memiliki segmentasi tersendiri yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam memilah informasi yang dibutuhkan melalui media sosial. (Cahyani A, 2020)

Penelitian oleh Mardhiyah Azzahrani yang berjudul *Strategi Komunikasi Pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dalam Pesona Indonesia melalui Youtube* (2018). Evaluasi dan hasil penelitian ini adalah strategi Kementerian Pariwisata ini ditemukan bahwa tujuan mereka telah tercapai dengan bentuk keberhasilan meningkatnya jumlah *views, like, subscribe* dan *share* serta telah tercapainya target jumlah wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan. Alasan pemilihan media Youtube yang digunakan sebagai salah satu media komunikasi pemasaran Kementerian Pariwisata Indonesia dikarenakan Youtube dianggap menjadi media yang paling efektif saat ini yang didasarkan pada kecepatan, kemudahan, kebebasan biaya, serta keluasan dalam penyampaian pesan yang berbentuk video dengan konten audio dan visual, serta didukung oleh banyak nya anak muda yang Jurnal Manajemen Komunikasi, Volume 2, No. 2, April 2018, hlm 144-161 160 menggunakan Youtube saat ini. Dimana ke efektifan Youtube Indonesia.Travel ini sesuai dengan karakter media sosial Youtube yang didasarkan oleh Cheng, Dale, dan Liu (2007) (*video category,*

video length, file size and bit rate, data added, views and ratings). Video kategori, terdapat lima kategori video di dalam Youtube Indonesia. Travel, yaitu *nature, culture, sensory, modern* dan *adventure*. Video length, durasi pada video-video di Youtube Indonesia. Travel tidak memiliki durasi yang tetap, tetapi biasanya berdurasi 30 detik hingga 5 menit. *File size and bit rate*, sehubungan dengan tidak tetapnya durasi yang ada, maka ukuran file video yang diunggah ke Youtube tidak tentu selama masih sesuai dengan yang ditetapkan Youtube dengan menyediakan kualitas video mulai dari 144p hingga 1080p. Video yang diunggah ke Youtube milik Kementerian Pariwisata Indonesia biasanya berbentuk format MOV dan tidak ada waktu tetap untuk mengunggah video ke Youtube. *Views and ratings*, pencatatan *views, like, subscribe* dan *share* dilakukan menggunakan mesin pencatat yang dimiliki Tim media online nusantara dan terlihat peningkatannya dari hari ke hari. (Azzahrani, 2018)

Penelitian oleh Ali Akbar yang berjudul *Efektivitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)* 2018. Penelitian ini menghasilkan Pertama, Efek yang didapat penonton dengan mencari informasi di Youtube terdiri dari efek kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial, dan efek berkhayal. Kedua, Youtube sangat efektif bagi Serambi on TV dalam menyebarkan informasi karena keefektifan yang didapat dalam menyebarkan informasi melalui Youtube adalah penggunaan yang praktis, jumlah subscriber yang semakin bertambah, mendapatkan penonton yang luas (global), dan mengikuti perkembangan zaman. Yang Ketiga, hambatan yang dialami Serambi on TV dalam menyebarkan informasi melalui Youtube yaitu terganggunya kinerja karena koneksi jaringan internet yang lambat, server Youtube yang sewaktu-waktu bermasalah, dan tidak dapat menjangkau daerah-daerah yang koneksi internetnya belum ada. Namun, hambatan tersebut bisa diatasi dengan memanggil tim *Information Technology* (IT) untuk menormalkan kembali koneksi internet, jika server Youtube mengalami masalah solusinya dengan menyebarkan berita ke Facebook, dan yang terakhir tim Serambi on TV selalu melakukan promosi baik media cetak maupun online agar penontonnya semakin bertambah. Serambi on

TV sangat efektif menggunakan Youtube sebagai media penyebaran informasinya. (Akbar, 2018)

Penelitian oleh Zikra Mutia Fitri dan Ria Edline yang berjudul *Strategi Komunikasi KOMINFO Pada Program Podcast Di Media Youtube Dalam Menyampaikan Informasi Pada Masyarakat Kota Padang Panjang* (2021). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Kominfo pada Program Podcast di Media Youtube dalam menyampaikan informasi dan hambatannya. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif, peneliti menggunakan metode ini karena peneliti mendalami suatu kasus tertentu secara lebih mendalam mengenai strategi komunikasi Kominfo pada media Youtube dalam menyampaikan informasi. Metode penelitian yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. (Fitri & Edlina, 2021)

Peneliti tertarik untuk meneliti Channel Youtube Bantul TV karena terdapat keunggulan dalam segi *subscriber* dibandingkan dengan kompetitor di daerahnya. Penelitian ini terdapat pembaharuan atau perbedaan dari penelitian sebelumnya. Bantul TV merupakan Channel Youtube yang masih jarang diteliti, sehingga peneliti ingin melihat bagaimana respon dari masyarakat terhadap Channel Youtube yang dikelola oleh pemerintah. Serta, data dan sumber dari masyarakat membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

Pada saat ini jumlah *Subscriber channel* Youtube Bantul TV sebanyak 25 ribu *subscriber*, dan total *viewer* 1.584.157 kali ditonton dengan jumlah 1,2 ribu video (diakses pada 6 Januari 2023). Melihat dari hal tersebut, antara jumlah pengikut dan seberapa banyak yang telah ditonton oleh Masyarakat melalui media social, salah satunya yakni Youtube. Karena Youtube sendiri memiliki tingkat *followers* yang begitu tinggi melalui beberapa konten yang dibuat. Sehingga peneliti disini mengambil judul **“Pemanfaatan Youtube Channel Bantul TV Sebagai Media Penyebaran Informasi Pemkab Bantul”** karena ingin melihat bagaimana respon Masyarakat dalam menyikapi konten yang disebar oleh

Pemerintah Kabupaten Bantul, melalui platform media sosial Youtube dalam penyebaran informasi yang diinginkan hingga bisa sampai ke Masyarakat luas.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini yaitu Bagaimana Pemerintah Kabupaten Bantul dalam memanfaatkan media sosial Youtube sebagai media dalam penyebaran informasi publik?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang dikaji lebih lanjut untuk mengetahui arah penelitian yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui bagaimana Pemerintah Kabupaten Bantul dalam memanfaatkan media sosial Youtube sebagai media dalam penyebaran informasi publik.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Agar dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai kajian ilmu komunikasi, sosial media, serta lebih mendalam tentang media informasi dan sebagai referensi.

2. Manfaat Praktisi

Hasil dari penelitian ini agar dapat bermanfaat bagi Pemerintah Kabupaten Bantul selaku pihak pelaksana dalam menggunakan media sosial Youtube sebagai media penyebaran informasi di Kabupaten Bantul.

E. Kajian Teori

1. Unsur - Unsur Komunikasi

Kata atau istilah komunikasi (*communication*), secara etimologi atau menurut asal kata berasal dari Bahasa latin *communicatus*, dan kata itu berasal dari *communis*. Dalam satu kata komunisme ini mempunyai arti “berbagi” atau “saling memiliki”. Komunikasi terjadi Ketika ada kesamaan makna dalam sebuah pesan, disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan.

Komunikasi merupakan suatu proses dari penyampaian pesan, ide atau, gagasan dari suatu pihak pada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Melalui komunikasi sikap dan perasaan seseorang dengan mudah dipahami oleh pihak lain. Dalam Muhammad tahun 2011 berpendapat bahwa prinsip dasar komunikasi yaitu, *Pertama* komunikasi adalah proses, maksud dari proses tersebut adalah suatu dari kegiatan yang dilakukan terus menerus atau berkesinambungan. Komunikasi juga menuntut hasil dari proses tersebut yaitu perubahan. Kedua, komunikasi adalah sistem, proses komunikasi yang terjadi karena adanya elemen-elemen yang membangunnya, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan feel. Elemen-elemen ini saling berkaitan. *Ketiga*, komunikasi bersifat transaksi dan interaksi, proses komunikasi pada intinya transmisi pesan antara komunikator dan komunikan, hal ini berlangsung secara kontinu. Proses ini mendukung terjadinya interaksi mereka yang berkomunikasi. *Keempat*, komunikasi dapat terjadi secara disengaja maupun tidak disengaja, komunikasi yang disengaja terjadi karena adanya pesan yang ingin dikirimkan dan memiliki tujuan khusus terhadap komunikan. (Hendra & Musliadi, 2019)

Dari berbagai sudut pandang atau definisi komunikasi yang diberikan oleh para ahli, terlihat jelas bahwa komunikasi sangatlah

penting dalam kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat menyampaikan informasi, pikiran pendapat, perasaan, pengalaman, pengetahuan, dan harapan. Komunikasi tidak hanya sekedar memberikan informasi kepada orang lain, tetapi juga tentang mencapai kesepakatan, saling memahami, dan mengubah sikap, pendapat, dan perilaku orang lain. (Syahputra, A, 2021)

Menurut Lasswell dalam buku Effendy komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa? mengatakan apa? dengan saluran apa? kepada siapa ? dengan akibat atau hasil apa? *who? Says what? in which channel? To whom? With what effect?* (Effendy,2003).

Analisis 5 Unsur menurut Lasswell :

1. *Who?* (siapa/sumber)

Sumber/komunikator adalah pelaku utama/pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi atau yang memulai suatu komunikasi, bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu negara sebagai komunikator.

2. *Says What?* (pesan)

Apa yang akan disampaikan/dikomunikasikan kepada penerima (komunikan), dari sumber (komunikator) atau isi informasi. Merupakan seperangkat simbol verbal/non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan/maksud sumber tadi. Ada tiga komponen pesan yaitu makna, simbol untuk menyampaikan makna dan bentuk/organisasi pesan

3. *In Which Channel?* (Saluran Media)

Alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (Sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka), maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik dll)

4. *To Whom?* (Untuk siapa/penerima)

Orang atau kelompok organisasi/suatu negara yang menerima pesan dari sumber. Disebut tujuan (*destination*)/ pendengar (*listener*)/ Khalayak (*audience*)/ Komunikan.

5. *With What Effect?* (dampak/efek)

Dampak/efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber, seperti perubahan sikap, bertambahnya pengetahuan. Dari semua unsur komunikasi di atas, menjelaskan bahwa dalam sebuah proses komunikasi itu ada beberapa unsur yang membuat komunikasi itu akan berjalan dengan baik dan jelas, apabila terdapat pemahaman dari seorang komunikator akan unsur-unsur komunikasi tersebut. (Kurniawan, n.d.)

2. Proses Komunikasi

Berangkat dari paradigma Lasswell, membedakan proses komunikasi menjadi dua tahap, yaitu proses komunikasi secara primer. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses berkomunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal (*kial/gesture*, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya) yang secara langsung dapat/mampu menerjemahkan pikiran dan atau perasaan komunikator kepada komunikan. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam menyampaikan komunikasi ke komunikan sebagai sasaran yang berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan

lainnya adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada perkembangannya, proses komunikasi sekunder menjadi bagian yang sangat vital saat ini. Hampir seluruh proses komunikasi dilakukan melalui pola komunikasi sekunder karena kemudahannya. Kekurangan dari komunikasi sekunder adalah penafsiran yang mungkin saja berbeda atas isi pesan yang disampaikan. Karena komunikasi sekunder tidak hanya melibatkan interaksi antar individu, melainkan menjadi satuan yang lebih besar yaitu suatu komunikasi organisasi ke organisasi lain ataupun suatu organisasi ke sekumpulan masyarakat dan sebaliknya. Bahkan pada suatu ketika komunikasi ini sangat penting dan tidak memerlukan efek dalam perubahan tingkah laku, karena itu diambil media massa. Media mana yang diharapkan bergantung dari situasi dan kondisi serta efek yang diharapkan, apakah itu surat kabar, majalah, radio, tv, poster, pamflet, surat, telepon dan jenis lainnya bergantung dari berbagai faktor, yakni sasaran serta efek yang diharapkan dari komunikasi tersebut. (Vicky, Muhammad, 2020.)

3. Media Baru dan Media *Online*

Denis McQuail menjelaskan bahwa media baru sebagai media telematik yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda-beda saat penggunaannya. Perangkat media elektronik mencakup beberapa sistem teknologi, sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, serta sistem penyimpanan dan pencarian informasi. Media baru memiliki beberapa ciri utama yaitu :

1. Desentralisasi – pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada ditangan pemasok komunikasi

2. Kemampuan yang tinggi – pengantaran melalui kabel atau satelit. Pengantaran tersebut dapat mengatasi hambatan komunikasi dikarenakan pemancaran lainnya.
3. Komunikasi timbal balik (interaktivitas) – penerima dapat memilih, menukar informasi, menjawab kembali, dan dihubungkan dengan penerima lainnya yang secara langsung.
4. Adanya kelenturan bentuk, isi, serta penggunaan

Era media baru menjadikan proses penyampaian pesan melalui media mengalami pergeseran penting. Jika media saat ini merupakan pusat informasi, dan informasi tersebut diberikan atau dipublikasikan dengan satu arah, kini media menjadi lebih interaktif. Khalayak tidak lagi sekedar objek yang terpapar oleh informasi, namun khalayak lebih aktif dilibatkan karena teknologi menyebabkan interaksi di media bisa terjadi. Tentu saja kenyataan ini membawa perubahan pada sisi khalayak, terutama dalam hal kepuasan terhadap informasi yang sudah didapat.

Penanda dari ciri media baru itu bisa dilihat dari munculnya media siber atau dalam jaringan. Terdapat koneksi antar jaringan melalui komputer atau lebih populer disebut dengan internet memberikan pilihan bagi khalayak tidak hanya dalam mencari serta mengonsumsi informasi semata, namun khalayak dapat memproduksi informasi tersebut. Internet juga dapat mentransformasikan dirinya sebagai tempat penyimpanan (*archive*) virtual, sehingga khalayak dapat mengakses informasi yang dibutuhkan kapanpun dengan mudah dan menggunakan perangkat. Nasrullah pada tahun 2014 menjelaskan perbedaan antara media lama dan media baru, yaitu:

Tabel 1.1 Perbedaan Media Lama dan Media Baru

Era	Media	Pertama	Era	Media	Kedua
-----	-------	---------	-----	-------	-------

(lama/broadcast)	(baru/interactivity)
Tersentral (dari satu sumber ke banyak khalayak)	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak)
Komunikasi yang terjadi satu arah	Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah
Terbuka peluang sumber dan media yang untuk dikuasai	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya control terhadap sumber
Media merupakan instrumen yang melanggengkan strata dan ketidaksetaraan antara kelas sosial	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara)
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing
Media dianggap dapat atau sebagai alat mempengaruhi kesadaran	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang maupun waktu

Sumber : Nasrullah 2014

Berdasarkan tabel diatas media baru khalayak tidak hanya sekedar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Khalayak dan perubahan teknologi media serta pemaknaan terhadap medium telah memperbarui peran khalayak untuk menjadi lebih interaktif terhadap pesan itu (Nasrullah, 2014). Salah satu media cyber yang digunakan dalam media baru yaitu media sosial.

Jan Van Dijk pada tahun 2006 menjelaskan bahwa media baru merupakan media yang dikarakteristikan oleh integrasi, interaktivitas, dan menggunakan kode digital. Istilah media baru sering dipertukarkan dengan istilah multimedia, media interaktif dan media digital. Dengan definisi ini sangat mudah untuk diidentifikasi media lama maupun media baru. Misalnya dengan televisi analog mengintegrasikan gambar, suara, dan teks, tetapi tidak interaktif atau

berdasarkan kode digital. Berbeda dengan televisi, internet selalu memberikan komponen yang ada pada televisi konvensional, juga mampu mewadahi interaktivitas dan operasional dengan kode digital. Jan Van Dijk mencirikan media baru dalam beberapa karakteristik, yaitu :

a. Integrasi (*Integration*)

Karakteristik utama media baru secara str adalah integrasi antara telekomunikasi, data komunikasi, dan komunikasi massa dalam satu media tunggal. Ini yang disebut proses konvergensi. Karena itu, media baru sering disebut multimedia. Integrasi dapat terjadi pada salah satu ranah, seperti:

1. Infrastruktur, missal menggabungkan sambungan transmisi dengan peralatan yang berbeda untuk telepon dan komunikasi data komputer.
2. Transportasi, misalnya telepon internet dan web TV menumpang pada televisi satelit atau televisi kabel.
3. Manajemen, misalnya terdapat sebuah perusahaan kabel yang terjun mengeksplorasi layanan telepon dan sebuah perusahaan telepon yang terjun mengurus televisi kabel.
4. Layanan, misalnya kombinasi layanan komunikasi dan informasi di dalam internet.
5. Jenis data, menyatukan suara, data, teks, serta gambar.

Integrasi ini mengarah pada penggabungan bertahap telekomunikasi, komunikasi data, serta komunikasi massa. Terdapat juga kemungkinan perbedaan makna ketiga istilah ini akan hilang.

b. Interaktivitas (*Interactivity*)

Karakter struktural media baru yang kedua dalam komunikasi adalah kemunculan kedua interaktif. Secara umum,

interaktivitas adalah urutan aksi dan reaksi. Van Dijk dan de Vos, 2001 menawarkan definisi operasional interaktivitas yang seharusnya berlaku untuk komunikasi tatap muka. Kedua peneliti ini mendefinisikan interaktivitas pada empat tingkat akumulatif.

Pada level pertama, interaktivitas merupakan kemungkinan untuk membangun komunikasi dua sisi atau multilateral komunikasi. Ini merupakan dimensi ruang. semua media digital menawarkan kemungkinan ini sampai dengan batas tertentu. Level kedua interaktivitas yaitu derajat sinkronisitas. Ini adalah dimensi waktu. Hal ini juga diketahui bahwa urutan aksi dan reaksi (yang tidak terganggu) biasanya meningkatkan kualitas interaksi.

Level ketiga interaktivitas merupakan cakupan kontrol yang dilakukan oleh para pihak yang berinteraksi. Ini merupakan dimensi perilaku, yang mendefinisikan sebagai kemampuan dari pengirim serta penerima untuk berganti peran setiap saat. Dengan kata lain, ini tentang kontrol atas peristiwa dalam proses interaksi. Interaktivitas dalam hal kontrol adalah dimensi yang paling penting dalam semua definisi interaktivitas dalam kajian media dan komunikasi.

Level keempat dan tertinggi interaktivitas merupakan bertindak dan bereaksi dengan memahami makna dan konteks. Ini merupakan dimensi mental yang kondisinya diperlukan untuk interaktivitas penuh, misalnya, dalam percakapan fisik dan komunikasi melalui komputer.

c. Kode Digital (*digital code*)

Kode digital yaitu karakteristik media secara teknis yang hanya digunakan untuk mendefinisikan bentuk baru dari operasi media. Namun, kode digital memiliki konsekuensi yang besar untuk komunikasi. Kode digital berarti bahwa dalam

menggunakan teknologi komputer, setiap sistem informasi dan komunikasi dapat diubah dan ditransmisikan dalam bentuk berbagai rangkaian satu dan nol yang disebut bit. Kode buatan ini akan menggantikan kode alami perbuatan serta transmisi informasi dan komunikasi analog. Efek besar pertama dari transformasi semua isi media dalam kode digital yang sama yaitu keseragaman dan standarisasi isi. Bentuk dan substansi tidak dapat dipisahkan dengan mudah seperti yang dikira oleh banyak orang.

Hasil penelitian Novi Kurnia, 2005 menjelaskan mengenai implikasi terhadap Teori Komunikasi mengutip pendapat Pavlik tentang fungsi teknis media baru, yaitu:

1. Produksi, yaitu merujuk pada pengumpulan dan pemrosesan informasi yang meliputi komputer, fotografi, elektronik, scanners optikal, remotes yang tidak lagi mengumpulkan dan memproses informasi melainkan juga menyelesaikan masalah dengan cepat serta efisien.
2. Distribusi, yaitu merujuk pada pengiriman atau pemindahan informasi kepada pengguna terakhir, audiens yang menjadi konsumen informasi.
3. Storage, yaitu merujuk pada media yang menggunakan penyimpanan informasi dalam format elektronik.

(Rahmat, Firman F 2018)

Media online merupakan media massa yang disajikan secara online dalam bentuk website, yang merupakan media massa generasi ketiga setelah media cetak dan media elektronik. Menurut Ashadi Siregar tahun 2003 media online adalah sebutan umum untuk media telekomunikasi yang berbasis komputer dan internet, bentuk dari media online tersebut dapat berupa portal, website,

jurnalistik online, radio online, televisi online, surat online dan sebagainya.(Azzahrani, 2018)

Kehadiran situs jejaring sosial (*social networking site*) atau sering disebut dengan media sosial adalah sarana media *online* yang digunakan agar mudah berpartisipasi, berbagi, menciptakan sesuatu, jejaring sosial dan dunia virtual. Andreas Kaplan dan Michael Haenalein mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun teknologi eb 2.0 dan dasar ideologi serta yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Dengan adanya kehadiran jejaring sosial atau yang sering kita sebut media sosial seperti facebook, Youtube, instagram dan yang lainnya merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan menyampaikan pendapat sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi di jejaring sosial di ruang siber.

Media sosial ialah medium di internet yang memungkinkan penggunaannya berinteraksi, berkerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain serta dapat membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial ialah salah satu jenis media *cyber* yang banyak digunakan baik lembaga maupun perorangan. Di era media baru yang seperti ini masyarakat menggunakannya dalam berbagai kegiatan baik itu untuk hiburan, promosi maupun mencari nafkah. Di era media baru pemerintah pun ikut andil dalam memanfaatkan media sosial sebagai media publikasi terkait kebijakan maupun program yang sedang dilaksanakan. Menyampaikan informasi melalui berbagai saluran komunikasi merupakan salah satu cara pemerintah untuk dapat terus mengembangkan dan menggunakan setiap saluran komunikasi. Salah satunya adalah media sosial, program maupun

kebijakan sehingga publik dapat menerima informasi secara mudah dan cepat. (Tribhuwana Tunggadewi Volume et al., 2019.)

4. Penyebaran Informasi

Media baru sebagai media interaktif sesuai penjelasan tabel tentang perbedaan dengan media lama adalah tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak). Proses penyebaran informasi bisa sangat cepat serta langsung. Khalayak dimungkinkan untuk melakukan umpan balik langsung bahkan adanya transformasi dari batasan antara khalayak dan produsen informasi, bahwa khalayak di era media interaktif bisa menjadi konsumen dan saat itu juga menjadi produsen dari sebuah informasi (Nasrullah, 2014)

Menurut Pertiwi dan Dewi 2016 menguraikan tentang proses dalam kegiatan penyebaran informasi, pada proses ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Source* (Sumber), bahwa penyedia informasi memiliki sumber yang jelas yang dapat dipercaya kredibilitasnya. Masyarakat umum percaya komunikator yang menyampaikan pesan itu memiliki kompetensi dan kredibilitas yang amat penting. Unsur sumber yang harus dipertimbangkan kredibilitas dan kompensasinya dalam bidang yang disampaikan, kedekatan dengan penerima, motivasi dan perhatian, kesamaan dengan penerima, cara penyampaian, serta memiliki daya tarik.
- b. *Content* (pesan), pesan dalam hal ini memberi pemecahan masalah pada masalah yang dihadapi oleh masyarakat umum. Pesan memiliki beberapa pertimbangan yaitu: tipe dan model pesan, karakteristik dan model pesan, struktur pengolahan pesan, kebaruan (aktualisasi) pesan. Sastropetro menjelaskan bahwa dalam penyebaran

informasi atau pesan harus dilakukan secara efektif, oleh karena itu memerlukan syarat-syarat yang harus dipenuhi, yaitu:

1. Pesan yang disebarkan haruslah tersusun secara jelas, mudah dipahami serta singkat. Perlu dipahami setiap orang mempunyai daya tangkap berbeda, dengan demikian komunikator haruslah menyusun pesan menurut perhitungan dapat ditangkap oleh sebanyak orang dan atau Sebagian besar orang-orang yang sangat berkepentingan.
 2. Lambang-lambang yang dipergunakan harus dapat dipahami serta dapat dimengerti oleh masyarakat yang menjadi sasaran, artinya kalau akan menggunakan bahasa, pergunakan Bahasa yang mudah dimengerti.
 3. Pesan-pesan yang disampaikan hendaknya dapat menimbulkan minat attentive yaitu perhatian dan keinginan pada penerima pesan untuk melakukan sesuatu.
 4. Pesan yang disampaikan hendaknya menimbulkan keinginan untuk memecahkan masalah sekitarnya.
 5. Pesan hendaknya menimbulkan stimulasi untuk menerima dengan positif.
- c. *Medium* (media), media yang digunakan haruslah mudah dan terjangkau oleh masyarakat umum. Yang perlu diperhatikan dalam memilih media yaitu: tersedianya media, kehandalan (daya input) media, kebiasaan menggunakan media, tempat dan situasi. Media yang dapat digunakan dapat berupa brosur, jurnal, majalah, buku, media elektronik yang memanfaatkan internet seperti *website*, media sosial dan sebagainya.

- d. *Context* (konteks), tema atau konteks mengenai apa isi informasinya. Sehingga jika seseorang membuka sumber informasi tersebut, maka orang tersebut tahu secara otomatis informasi tersebut mengenai hal apa yang dijelaskan.
- e. *User* (penerima), adanya kepentingan ganda yang dapat diperoleh kedua belah pihak, yakni antara sumber dan penerima. Seperti keterampilan berkomunikasi, kebutuhan, tujuan yang diinginkan, sikap, nilai, kepercayaan dan kebiasaan-kebiasaan, serta kemampuan untuk berkomunikasi kegunaan pesan.

Dalam mendukung kegiatan penyebaran informasi dibutuhkan peran media di dalam. M Luhan 2009 menjelaskan bahwa media berfungsi sebagai perluasan dari berbagai kemampuan manusia, seperti roda sebagai perluasan dari kaki, buku serta sebagai perluasan dari ide, pemikiran dari mata, pakaian perluasan dari kulit, sirkuit listrik perluasan dari sistem syaraf. Sehingga media dapat menciptakan pengaruh besar dalam komunikasi massa. Menurut Yusuf, 2009 informasi yang terkandung dalam suatu media apapun dapat bermanfaat bagi masyarakat banyak. Media bersifat universal yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh semua kalangan masyarakat. Media antar pribadi, media menyampaikan suatu informasi. Dengan bantuan teknologi informasi, komunikasi antar pribadi banyak dilakukan dengan media telepon genggam. Kemudahan serta kecepatan dalam pengiriman pesan serta biaya yang relatif murah dipilih banyak orang untuk mengirimkan suatu pesan antar pribadi. Tidak mengenal kalangan, banyak orang yang sudah memiliki telepon genggam. Bahkan kemudahan dengan media ini banyak dimanfaatkan oleh pengusaha

transportasi, kuliner bahkan untuk keperluan bisnis. (Pertiwi & Dewi, 2016.)

Terdapat Undang-Undang yang mengatur Keterbukaan Informasi Publik yaitu Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 mengenai Keterbukaan Publik, pengertian informasi publik adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim dan diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggara badan publik lainnya yang sesuai dengan Undang-Undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan informasi publik.

Keterbukaan informasi publik juga merupakan salah satu syarat untuk menciptakan pemerintah yang transparan guna membangun kepercayaan publik. Indonesia saat ini memiliki Undang-Undang khusus yang mengatur mengenai keterbukaan informasi publik yaitu Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 yang telah disahkan pada tahun 2010. Undang-undang ini membuat berbagai hal yang mengenai informasi dari badan publik. Mulai dari informasi yang wajib untuk disebarluaskan, informasi yang tidak dapat disebarluaskan, periode penyebaran informasi, hak dan kewajiban pemberi serta penerima informasi, hingga mengenai sengketa informasi.

Menurut Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) pasal 2 ayat (1) menyatakan bahwa setiap informasi publik yang memiliki sifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap Pengguna Informasi Publik. Hal ini berarti bahwa setiap masyarakat berhak untuk mengetahui berbagai macam informasi yang berkaitan dengan badan publik dan badan publik harus menyediakan berbagai macam informasi tersebut ataupun dengan segera membuka informasi tersebut apabila

ada pemohon informasi. Pada pasal 2 ayat 3 menyatakan bahwa setiap informasi publik harus dapat diperoleh setiap pemohon informasi publik dengan cepat serta tepat waktu dan sederhana. Dari pasal tersebut maka dapat dikatakan bahwa setiap badan publik wajib untuk menyediakan media maupun sarana guna menyebarluaskan informasi supaya dapat diakses oleh masyarakat luas.

Menurut pasal 3, Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) bertujuan untuk:

- a. Menjamin hak warga negara untuk mengetahui rencana pembuatan kebijakan publik, program kebijakan publik, dan proses pengambilan keputusan publik, serta pengambilan keputusan publik.
- b. Mendorong partisipasi masyarakat dalam pengambilan kebijakan publik.
- c. Meningkatkan peran aktif masyarakat dalam pengambilan kebijakan publik dan pengelolaan Badan Publik yang baik.
- d. Mewujudkan penyelenggaraan negara yang baik, yaitu yang transparan, efektif dan efisien, akuntabel serta dapat dipertanggungjawabkan.
- e. Mengetahui alasan kebijakan publik yang mempengaruhi hidup masyarakat.
- f. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan mencerdaskan kehidupan bangsa.
- g. Meningkatkan pengelolaan dan pelayanan informasi di lingkungan Badan Publik untuk menghasilkan layanan informasi yang cepat dan berkualitas.

Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa negara mendukung dan mengharapkan partisipasi

masyarakat dalam aktivitas pemerintahan agar hubungan diantaranya bisa berjalan selaras. Dalam hal ini melalui undang-undang ini masyarakat dapat pula turut melakukan praktik demokrasi dengan turut serta mengawasi kinerja badan publik dan menyampaikan pendapat terkait kinerja tersebut.

Tidak semua informasi dapat diberikan kepada masyarakat. Menurut pasal 6 ayat (3), terdapat informasi yang tidak bisa diberikan kepada masyarakat, yaitu:

- a. Informasi yang membahayakan negara;
- b. Informasi yang berkaitan dengan kepentingan perlindungan usaha;
- c. Informasi yang berkaitan dengan hak-hak pribadi;
- d. Informasi yang berkaitan dengan rahasia jabatan;
- e. Informasi Publik yang diminta belum dikuasai atau belum didokumentasikan.

Terkait dengan tujuan pembuatan undang-undang KIP, badan publik memiliki berbagai kewajiban yang dilakukan guna mencapai tujuan tersebut. Kewajiban badan publik dituangkan dalam pasal 7 undang-undang KIP:

- a. Badan publik wajib menyediakan, memberikan, dan menerbitkan informasi publik yang berada di bawah kewenangan kepada pemohon informasi publik, selain informasi yang dikecualikan sesuai dengan ketentuan yang sedang berlaku,
- b. Badan publik wajib untuk menyediakan informasi publik yang akurat, benar, serta tidak menyesatkan.
- c. Untuk melaksanakan kewajiban sebagaimana dengan yang dimaksud pada ayat (2), badan publik

harus membangun dan mengembangkan sistem informasi dan dokumentasi untuk mengelola bagian informasi publik secara baik dan efisien sehingga dapat diakses dengan mudah,

- d. Badan publik wajib membuat pertimbangan secara tertulis setiap kebijakan yang diambil memiliki hak setiap orang atas informasi publik,
- e. Pertimbangan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) antara lain untuk memuat pertimbangan politik, ekonomi, sosial, budaya, dan pertahanan dan keamanan negara,
- f. Dalam rangka memenuhi kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) sampai dengan ayat (4) badan publik dapat memanfaatkan sarana atau media elektronik dan non elektronik.

Dari uraian kewajiban badan publik tersebut, dapat dikatakan bahwa setiap badan publik bekerja dibawah pengawasan masyarakat mengingat badan publik wajib untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Dalam tugasnya menyiapkan informasi yang benar serta akurat, maka badan publik harus mempunyai petugas pengelola informasi maupun jurnalis yang transparan serta mampu mengelola informasi dengan baik agar dapat dipahami oleh masyarakat dengan mudah dan cepat.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap badan publik bekerja dibawah pengawasan masyarakat mengingat badan publik wajib untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Untuk menyediakan informasi yang benar dan akurat, maka badan publik harus memiliki petugas pengelola informasi maupun jurnalis

yang transparan dan mampu mengelola informasi dengan baik agar masyarakat mudah memahami dan mengerti.

Menurut pasal 9 ayat (2), setiap Badan Publik wajib menyediakan informasi secara berkala, dalam hal itu, informasi-informasi tersebut sebagai berikut:

1. Informasi yang dengan publik;
2. Informasi mengenai kegiatan dan kinerja badan publik terkait;
3. Informasi mengenai laporan keuangan; dan/atau
4. Informasi lain yang diatur dalam peraturan perundang-undangan.

Selain informasi yang disediakan berkala, Badan Publik wajib menyediakan informasi yang harus diumumkan secara serta merta yang tercantum dalam pasal 10 Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 yaitu informasi yang dapat mengancam hajat hidup orang banyak dan ketertiban umum. Informasi harus disediakan oleh Badan Publik dengan media yang mudah dalam masalah menjangkau oleh masyarakat dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami.

Jenis informasi yang wajib tersedia setiap saat. Menurut pasal 10 ayat (1), informasi-informasi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Daftar seluruh informasi publik yang berada di bawah penguasaan, tidak termasuk informasi yang dikecualikan;
2. Hasil keputusan Badan Publik dan pertimbangannya;

3. Seluruh kebijakan yang ada berikut dengan dokumen pendukungnya;
4. Rencana kerja proyek termasuk didalamnya perkiraan pengeluaran tahunan Badan Publik;
5. Perjanjian Badan Publik dengan pihak ketiga;
6. Informasi dan kebijakan yang akan disampaikan Pejabat Publik dalam pertemuan yang terbuka untuk umum;
7. Prosedur kerja pegawai Badan Publik yang berkaitan dengan pelayanan masyarakat;
8. Serta laporan mengenai pelayanan akses Informasi Publik sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2008.

Guna mewujudkan pelayanan informasi yang cepat, tepat, serta mudah maka menurut pasal 13 setiap badan publik harus menunjuk pejabat untuk pengelolaan informasi dan dokumentasi berguna untuk membuat dan mengembangkan sistem penyediaan layanan informasi secara cepat, mudah, dan wajar sesuai dengan petunjuk teknis standar layanan informasi publik yang berlaku secara nasional. Untuk melaksanakan tugas secara baik serta optimal, menurut pasal 13 ayat (2) pejabat pengelolaan informasi dan dokumentasi tersebut bekerja dengan bantuan oleh pejabat fungsional. (Clarinsa Meirika 2017)

5. Youtube sebagai Media Penyebaran Informasi

Youtube adalah situs portal video yang sering diakses para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagi video (video sharing) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang mengklik video tersebut. Terdapat berbagai macam video 23 seperti tutorial, video musik, berita

dan lainnya. Walaupun penonton tidak mendaftarkan akun, mereka tetap juga bisa melihat postingan video pada situs yang sangat sering diakses oleh masyarakat sekarang ini. Situs berbagi video yang sering diakses masyarakat ini didirikan tiga mantan karyawan PayPal pada tahun 2005, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley pernah belajar desain di Indiana University of Pennsylvania, sementara Chen dan Karim belajar ilmu komputer di University of Illinois at Urbana Champaign. Lalu pada 13 November 2006, Google membeli situs tersebut dengan biaya sebesar 1,65 Triliun Dollar. Kantor pusat saat ini berada di San Bruno, California.

Pada umumnya media sosial seperti Youtube memiliki beberapa fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Abraham menguraikan dalam bukunya adalah sebagai berikut:

1. Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan bersama.
2. Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana informasi, diskusi, dan komentar.
3. Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan kemauan untuk update teknologi informasi.
4. Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.
5. Dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelijen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media pertolongan dan sarana Citizen Journalism

6. Selanjutnya mungkin adalah sebagai media rekreatif atau cuci mata setelah ditempa beratnya beban pemikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan game dan lain sebagainya.

Media online saat ini dirasa sangat efektif dalam penyebaran informasi bagi penggunanya karena kecepatan, kedekatan dan kemudahan dalam mengaksesnya. Efek Youtube dalam menyebarkan informasi dikaitkan dengan teori uses and gratification menyimpulkan bahwa khalayak dianggap aktif memilih media yang ia gunakan sesuai kebutuhan yang ingin dipenuhi dari keinginannya. Jika dilihat dari berbagai aspek, kebutuhan dalam teori uses and gratification dalam pencarian informasi di Youtube adalah sebagai berikut:

1. Efek Kognitif

Efek kebutuhan ini berkaitan dengan kebutuhan memperoleh pengetahuan dan pemahaman orang terhadap lingkungannya. Dasar kebutuhan ini pada hasrat individu untuk memahami dan menguasai lingkungannya. Contohnya dalam kehidupan sehari-hari kita pasti mencari segala sesuatu yang sedang terjadi di lingkungan kita. Kebutuhan dalam hal ini adalah penonton ingin mencari informasi, pengetahuan, dan untuk memuaskan kebutuhan yang diinginkannya. Pada penelitian ini kebutuhan kognitif berkaitan dengan kebutuhan akan kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang seperti mengakses Youtube untuk memperoleh informasi yang ingin diakses. Youtube menyediakan berbagai informasi yang dapat dicari sesuai kebutuhan penonton. Penonton hanya tinggal mengetikkan kata pencarian di kolom pencarian yang telah disediakan. Penggunaannya mendapatkan

berbagai pengetahuan dan informasi dari situs portal video terbesar ini.

2. Efek Afektif

Kebutuhan ini berkaitan dengan kebutuhan estetis, hal yang dapat menyenangkan dan pengalaman-pengalaman emosional. Berbagai media komunikasi dalam hal ini dapat dijadikan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan afektif. Misalnya, televisi, radio, komputer, dan tentu saja berkomunikasi melalui internet. Mengakses Youtube memberikan rasa senang dan puas terhadap tayangan-tayangan yang bervariasi. Pengguna memilih untuk menonton video tersebut sebagai penguatan akan rasa emosional yang dimilikinya.

3. Efek Integrasi Pribadi

Efek ini dikaitkan dengan kebutuhan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan tersebut berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri. Misalnya saja penonton yang ingin meningkatkan pemahaman tentang pelajaran, maka akan mencari informasi terupdate untuk memudahkannya dalam belajar.

4. Efek Integrasi Sosial

Efek ini merupakan kebutuhan Integrasi Sosial yang dikaitkan dengan keluarga, teman, dan orang lain dalam masyarakat. Kebutuhan ini didasari oleh keinginan individu untuk berkomunikasi dengan seseorang atau dengan kelompok lain. Contohnya, kita memakai media sosial untuk mencari pertemanan melalui dunia maya. Manusia tentu perlu berinteraksi dengan sesamanya tanpa bertemu langsung hanya melalui media.

5. Efek Berkhayal

Efek kebutuhan ini dikaitkan dengan kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan. Seseorang yang tidak puas dengan kehidupan sosial di lingkungannya dapat melarikan diri ke “dunia maya”, ke dalam dunia yang sesuai dengan harapan dan keinginannya. Penonton memiliki hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan tentang situasi tertentu, seperti menonton hiburan di Youtube untuk menghibur dirinya. Hiburan yang ada di Youtube menjadi tempat persinggahan penggunanya untuk memenuhi kebutuhan berkhayal ini. (Nurhanifah et al., 2022)

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang tujuannya untuk menyiapkan gambaran lengkap mengenai kehidupan sosial maupun hubungan antara fenomena yang diuji.

2. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada pemanfaatan Youtube Channel Bantul TV sebagai media penyebaran informasi Pemkab Bantul. Fokus penelitian ialah suatu indikator isu yang menjadi rujukan peneliti dalam menemukan hasil dari suatu fenomena kasus penelitian.

Seperti dalam judul, rumusan masalah, serta tujuan penelitian yang ada dalam penelitian kali ini, yaitu “Pemanfaatan Youtube *Channel* Bantul TV Sebagai Media Penyebaran Informasi Pemkab Bantul”, maka fokus penelitian akan berpusat dan berfokus pada bagaimana Pemkab Bantul memanfaatkan Youtube dalam penyebaran informasi. Selanjutnya melakukan wawancara secara mendalam terkait penyebaran informasi yang dilakukan oleh Pemkab Bantul.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian dilakukan yang dimasukan sesuai dengan pokok permasalahan akan diteliti, guna untuk melangsungkan kegiatan penelitian untuk mendapatkan informasi. Adapun lokasi penelitian yang dituju oleh peneliti yaitu Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Bantul, JL. Robert Wolter Monginsidi, Kalurahan Bantul, Kec. Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dimaksud yaitu untuk memperoleh bahan-bahan, keterangan, kenyataan dan informasi yang dapat dipercaya. Pada penelitian kualitatif terdapat beberapa metode dalam pengumpulan data, yaitu wawancara, analisis dokumen, serta observasi.

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang memberi pertanyaan terstruktur kepada sampel dari populasi dan dirancang untuk memperoleh informasi seperti data dari responden. Denzin dan Lincoln (2009) berpendapat bahwa wawancara adalah sebuah bentuk perbincangan seni bertanya dan mendengar. Dalam metode wawancara, peneliti dapat memperoleh banyak data yang sangat berguna bagi penelitiannya.

Dalam melakukan wawancara, peneliti memiliki kriteria dalam memilih informan, yang menjadi informan dalam penelitian. Seorang informan dipilih berdasarkan kejujuran, menepati janji, menaati peraturan, mempunyai minat bicara.

Berdasarkan hal tersebut, maka kriteria informan penelitian ini yaitu:

- 1) Pihak yang mengetahui dan bertanggung jawab, langsung terhadap pengelolaan penyebaran informasi konten dari *Channel Youtube Bantul TV*.
- 2) Pihak yang menjalankan langsung pengelolaan penyebaran informasi dari konten *Channel Youtube Bantul TV*

Sesuai dengan kriteria di atas, terdapat informan terpilih menjadi narasumber yang benar-benar paham mengenai objek penelitian ini yaitu:

- 1) Peneliti memilih Kepala Bidang Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik Dinas Komunikasi dan Informatika Kab. Bantul sebagai penanggung jawab pengelolaan penyebaran informasi Channel Youtube Bantul TV.
- 2) Peneliti memilih Tim Produksi Channel Youtube Bantul TV sebagai Tim yang menjalankan langsung penyebaran informasi Channel Youtube Bantul TV.

b. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk pengumpulan data berupa datang langsung ke lapangan kemudian dicatat secara sistematis terkait subjek dan objek yang sedang diteliti. Observasi kegiatan dari pencatatan pola perilaku orang, objek dan kejadian – kejadian dalam suatu cara yang sistematis untuk mendapatkan informasi tentang fenomena – fenomena yang diminati.

Observasi yang peneliti lakukan yaitu dengan melakukan pemantauan kepada Channel Youtube yang dijadikan sebagai rujukan media, observasi secara langsung dengan mengamati setiap video yang diunggah Channel Youtube Bantul TV.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu data dan informasi mengenai perusahaan yang bisa didapat secara langsung dari perusahaan itu sendiri. Dalam studi kasus, fungsi yang paling penting dari dokumentasi adalah untuk mendukung dan menambah bukti – bukti serta sumber lain.

Dokumentasi adalah mengambil data mengenai hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, dan lain -lain. Dokumen berupa material tertulis dan tersimpan. Peneliti akan mengumpulkan gambar dokumentasi dari Channel Youtube Bantul TV.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum peneliti memasuki lapangan, selama berada di lapangan, dan setelah berada di lapangan. Analisis kualitatif digunakan bila data yang terkumpul dalam suatu riset adalah data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat ataupun narasi-narasi, baik diperoleh dari wawancara maupun observasi. Menurut Miles dan Huberman analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif serta berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktivitas dalam analisis data, yaitu melalui beberapa proses yaitu data reduksi, data display, dan *verification*, yakni sebagai berikut:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Adalah proses bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang hal yang tidak perlu, serta mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi data memberikan gambaran yang jelas, dan peneliti dengan mudah dalam melakukan pengumpulan data, setelah itu melanjutkan ke tahap yang berikutnya. Dalam tahap ini, dilakukan pemisahan antara data yang langsung berkaitan erat dengan pemanfaatan Channel Youtube

Bantul TV dengan data yang tidak terkait dengan pemanfaatan Bantul TV sebagai penyebaran informasi. (Nurhanifah et al., 2022).

b. Penyajian Data (Data Display)

Setelah data direduksi, kegiatan selanjutnya adalah dengan penyajian data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dibuat dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, ataupun sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman berpendapat bahwa yang sangat sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dalam menyajikan data peneliti akan menyertakan deskripsi, bagan, gambar, dan tabel, dengan pihak terkait *Channel Youtube Bantul TV*. (Nurhanifah et al., 2022)

c. Verification (Penarikan Kesimpulan)

Metode ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan dapat berubah bila tidak terdapat bukti-bukti yang kuat dan kontribusi pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Dengan seperti itu kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal oleh peneliti. Kesimpulan dalam penelitian merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas. Menjadi transparan dan lebih terarah untuk mengetahui Pemanfaatan media sosial Youtube dan penyebaran informasi. (Nurhanifah et al., 2022)