

ANALISIS KONTEN *YOUTUBE* BATARBANGAN SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT

Sherlyani¹, Citra Rani Angga Riswari²
Universitas dr. Soetomo^{1,2}
sherlyani40@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten *youtube* batarbangan sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat Kabupaten Balangan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dan metode analisis menggunakan analisis konten. Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih sumber data berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Satu informan dari tim produksi Batarbangan dan dua informan dari masyarakat Kabupaten Balangan yang menonton konten Batarbangan. Konten Batarbangan diproduksi sesuai dengan prosedur operasional standar yang telah ditetapkan. Simpulan, saluran *Youtube* Media Center Pemkab Balangan berhasil menjadi media yang penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat Kabupaten Balangan. Saluran *YouTube* Media Center Pemkab Balangan memainkan peran penting dalam menyediakan informasi kepada masyarakat Kabupaten Balangan.

Kata Kunci: Batarbangan, Kabupaten Balangan, Media Center Pemkab Balangan, Penyebaran Informasi, *Youtube*

ABSTRACT

This study aims to analyze the content of YouTube Batarbangan as a medium for disseminating information to the people of Balangan Regency. The research method used in this study is descriptive qualitative research, and the analysis method uses content analysis. Researchers collect data through interviews, observations, and documentation. Researchers use purposive sampling techniques to select data sources based on predetermined criteria. One informant from the Batarbangan production team and two informants from the Balangan Regency community who watch Batarbangan content. Batarbangan content is produced using established standard operating procedures. In conclusion, the YouTube channel Media Center Pemkab Balangan has become essential in disseminating information to the people of Balangan Regency. The YouTube channel Media Center Pemkab Balangan is crucial in providing information to the people of Balangan Regency.

Keywords: Batarbangan, Balangan Regency, Media Center Pemkab Balangan, Information Dissemination, Youtube

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial di era digital saat ini sangat terkait dengan aktivitas masyarakat dalam mencari informasi, terutama karena kemudahan teknologi dalam mengikuti perkembangan zaman. Berbagai kemajuan teknologi informasi membuat

pencarian informasi menjadi lebih mudah bagi masyarakat dengan kecepatan yang tinggi. Hubungan antara teknologi dan komunikasi membuat media sosial menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat. Setiap masyarakat memerlukan informasi untuk mendukung kegiatan sehari-harinya. Media sosial memfasilitasi interaksi, sosialisasi, dan komunikasi antar individu tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Media sosial mengundang siapa saja yang berminat untuk aktif berpartisipasi dengan memberikan kontribusi, pendapat, komentar, serta berbagi informasi secara instan dan tanpa batas waktu (Solihin et al., 2021; Muslim, 2022).

Meningkatnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia, muncul peluang untuk memaksimalkan peran media sosial sebagai alat komunikasi. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana media sosial menyebarkan informasi kepada masyarakat. Terdapat berbagai platform media sosial yang mendukung penyebaran informasi kepada masyarakat, salah satunya adalah *Youtube*. *Youtube* merupakan salah satu platform media sosial yang populer di Indonesia (Utami & Zannah, 2021; Jayani, 2020). Menurut laporan terbaru We Are Social, jumlah pengguna *Youtube* di Indonesia mencapai 139 juta per Oktober 2023. Ini membuat Indonesia menjadi negara keempat dengan pengguna *Youtube* terbanyak di dunia. Hal ini membuktikan bahwa *Youtube* menjadi media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Youtube adalah platform yang dirancang untuk menyediakan video kepada pengguna secara daring. Melalui *Youtube*, pengguna dapat menemukan berbagai jenis video yang dibagikan oleh individu lain, termasuk vlog, konten pendidikan, berita, gaya hidup, memasak, dan masih banyak lagi. Selain menonton konten dari pengguna lain, kita juga memiliki kesempatan untuk mengunggah karya video kita sendiri, yaitu dengan membuat akun saluran (*channel*) milik kita sendiri.

Tidak hanya dimanfaatkan oleh individu *Youtube* juga dimanfaatkan lembaga pemerintahan untuk meningkatkan penyebaran informasi kepada seluruh masyarakatnya. Penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengeksplorasi efektivitas *Youtube* sebagai media penyebaran informasi di kalangan mahasiswa melalui saluran *Youtube* Ar-Raniry TV. Studi ini menggunakan teori Uses and Gratifications yang sudah dikenal, tetapi menambahkan elemen baru berupa variabel "pengalaman pengguna" untuk mengukur efektivitas, memberikan perspektif baru yang belum banyak dibahas dalam studi terkait media digital di lingkungan akademik.

Kebaruan lain dari penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap populasi spesifik, yaitu mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penelitian ini tidak hanya menilai efektivitas dari sisi teknis dan konten, tetapi juga menghubungkannya dengan aspek personalisasi dan interaksi pengguna. Hasilnya menawarkan wawasan lebih mendalam mengenai bagaimana pengalaman dan kebutuhan pengguna memengaruhi efektivitas media digital sebagai alat penyebaran informasi.

Selain itu, penelitian ini juga menyoroti kendala teknis yang dihadapi dalam menyebarkan informasi melalui *Youtube*, yang sering kali tidak dibahas dalam penelitian sejenis. Dengan mengidentifikasi masalah seperti gangguan jaringan dan menawarkan solusi praktis untuk mengatasinya, penelitian ini menambahkan dimensi pragmatis yang jarang ditemukan dalam literatur sebelumnya, terutama dalam konteks penggunaan *Youtube* oleh lembaga pendidikan.

Oleh karena itu, dimanfaatkan Media Center Pemkab Balangan yang berada dibawah naungan Dinas Komunikasi Informatika Statistik dan Persandian Kabupaten Balangan dengan membuat akun *Youtube* untuk menyebarkan informasi.

Media Center Pemkab Balangan menggunakan *Youtube* dalam menyebarkan informasi di lingkungan Kabupaten Balangan. Bergabung dengan nama channel *Youtube* Media Center Pemkab Balangan pada tahun 2019. Saat ini Media Center Pemkab Balangan telah memiliki 1.399 video, dengan jumlah 472.610 kali ditonton, unggahan terakhirnya pada tanggal 31 Mei 2024 yaitu konten Batarbangan Edisi 361 dengan 246 kali ditonton. Pada bulan Mei 2024 channel youtub Media Center Pemkab Balangan telah mengunggah 11 video, jika diambil rata-rata dari segi jumlah penonton bisa mencapai 300 penonton setiap kontennya. Dalam hal ini, Media Center Pemkab Balangan meambil langkah yang tepat dengan mengunggah video pada channel *Youtube*.

Youtube Media Center Pemkab Balangan memiliki konten yang beragam, seperti edisi Batarbangan, advertorial Batarbangan, 60 detik Batarbangan, dan konten kegiatan pemerintah lainnya. Namun yang menjadi unggulan adalah Batarbangan Edisi. Batarbangan edisi adalah konten yang menayangkan beberapa berita yang digabungkan menjadi satu konten. Berita yang dimaksud adalah berita yang ada di Kabupaten Balangan, seperti kegiatan bupati balangan, kegiatan SKPD (Satuan Kerja Perangkat Daerah), perayaan hari besar nasional dan daerah, tempat wisata, makanan khas, tempat perbelanjaan atau pasar murah, kesehatan, hiburan, dan kegiatan besar lainnya.

Penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengeksplorasi efektivitas penggunaan YouTube sebagai alat penyebaran informasi kepada masyarakat Kabupaten Balangan melalui saluran YouTube Media Center Pemkab Balangan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang biasanya berfokus pada audiens yang lebih luas atau lingkungan pendidikan, penelitian ini menawarkan sudut pandang baru dengan meneliti peran YouTube dalam konteks pemerintahan daerah dan dampaknya pada penyebaran informasi di tingkat lokal.

Penelitian ini juga menambah kebaruan dengan menganalisis efektivitas konten "Batarbangan" sebagai konten utama yang menyajikan rangkuman berbagai berita dan informasi lokal yang penting. Penelitian ini unik karena menitikberatkan pada pengaruh konten tersebut terhadap partisipasi masyarakat, serta analisis yang mendalam tentang kualitas dan relevansi konten. Selain itu, penelitian ini mengangkat isu-isu teknis dalam penyebaran informasi melalui YouTube yang jarang dibahas dalam studi sebelumnya, terutama dalam konteks pemerintahan daerah.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam literatur mengenai pemanfaatan media digital oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan transparansi dan partisipasi publik di lingkungan lokal.

Pemilihan tema penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi *Youtube* sebagai sarana penyebaran informasi yang dimanfaatkan oleh Media Center Pemkab Balangan. Alasan pemilihan Media Center Pemkab Balangan sebagai subjek penelitian adalah karena media tersebut merupakan salah satu media utama di Kabupaten Balangan, dengan video berita yang selalu terkini.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis untuk menganalisis konten Batarbangan dalam *Youtube* Media Center Pemkab Balangan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis konten (analcysis content).

Peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini mengumpulkan data dengan data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari wawancara langsung dengan tim produksi

Batarbangan dan penonton konten Batarbangan, dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Data sekunder didapat dari jumlah penonton, like dan komentar pada video yang telah diunggah.

Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni tahun 2024 agar peneliti dapat mengumpulkan sampel yang tepat sesuai dengan periode yang telah ditetapkan oleh peneliti. Objek yang diteliti dalam penelitian ini mengenai konten Batarbangan pada saluran *Youtube* Media Center Pemkab Balangan. Sedangkan saluran *Youtube* Media Center Pemkab Balangan sebagai media yang menyebarkan informasi kepada masyarakat Kabupaten Balangan.

Narasumber telah dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti melalui teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang melalui pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini terdapat tiga informan, yaitu satu informan dari tim produksi Batarbangan dan dua informan adalah masyarakat Kabupaten Balangan penonton konten Batarbangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa konten "Batarbangan" yang disiarkan melalui saluran *YouTube* Media Center Pemkab Balangan efektif dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat Kabupaten Balangan. Efektivitas ini dicapai melalui beberapa faktor, seperti kemudahan akses, kualitas konten yang baik, dan konsistensi penayangan yang mengikuti standar operasional produksi (SOP). Konten yang disajikan mencakup berita lokal, kebijakan pemerintah, promosi pariwisata dan kuliner, serta kegiatan sosial, yang semuanya disesuaikan dengan kebutuhan dan minat masyarakat setempat.

Proses Produksi Konten

Konten "Batarbangan" diproduksi melalui tahapan yang terstruktur, mulai dari perencanaan hingga publikasi. Proses ini mencakup penulisan naskah, pengambilan gambar, pengisian suara, pengeditan, dan tinjauan oleh redaktur sebelum konten dipublikasikan. Kualitas dan keakuratan informasi dijaga dengan baik melalui validasi naskah dan tinjauan akhir oleh redaktur, memastikan bahwa konten yang disajikan tidak hanya informatif tetapi juga relevan dan memenuhi standar kualitas yang diharapkan.

Tahap perencanaan dilakukan oleh pimpinan redaksi dan kameramen, kameramen turun ke lapangan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Lalu peliputan dilapangan dilakukan oleh tim kameraman. Selain mengambil gambar tim yang turun juga mencari informasi terkait dengan kegiatan di lapangan. Tim kameramen biasanya terdiri dari 3 orang, 1 orang pengambilan video, 1 orang pengambilan gambar, dan 1 orang pewawancara.

Setelah proses peliputan dan tim membawa informasi. Tim produksi akan menuliskan naskah berita dari informasi yang didapat. Selanjutnya naskah diserahkan kepada redaktur untuk di validasi, jika naskah tidak valid maka naskah akan ditulis ulang, tetapi jika naskah telah menghasilkan tulisan yang baik maka akan lanjut pada proses *voice over* dan pengambilan gambar presenter. Proses *voice over* dan pengambilan gambar presenter dilakukan per konten, artinya pada tahap ini beberapa berita dijadikan menjadi 1 konten. Tetapi ini bukan menjadi tahap akhir dari produksi karena masih ada proses editing, peninjauan, dan publikasi.

Selanjutnya, hasil dari *voice over* dan pengambilan gambar presenter akan diserahkan kepada editor. Pada proses editing, editor akan mengumpulkan hasil *voice over* dan gambar presenter, dan melakukan editing sesuai dengan ketentuan.

Hasil editing telah menjadi 1 konten, namun sebelum dipublikasikan konten ditinjau oleh redaktur terlebih dahulu, jika sudah memenuhi ketentuan maka tim produksi Batarbangan siap mempublikasikan konten Batarbangan pada saluran *Youtube* Media Center Pemkab Balangan.

Efektivitas Penggunaan *YouTube*

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti, konten Batarbangan pada saluran *Youtube* Media Center Pemkab Balangan efektif dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat Kabupaten Balangan.

Penggunaan media *Youtube* efektif dalam menyebarkan informasi. Hal ini disebabkan mudahnya penggunaan *Youtube*, gratis, dapat digunakan dimana saja dan siapa saja. Dalam wawancara dengan penonton konten Batarbangan Yulisa Mella dan Rachel Aulia Hazma menyatakan bahwa konten Batarbangan sangat mudah diakses.

Selain itu, dalam wawancara yang dilakukan peneliti dengan tim produksi Batarbangan memberikan kesimpulan bahwa konten Batarbangan efektif dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat Kabupaten Balangan dilihat dari meningkatkannya jumlah *subscriber* setiap konten yang ditayangkan. Muhammad Rifky selaku informan dari tim produksi Batarbangan menyatakan bahwa ada 54 *subscriber* baru dalam 28 hari terakhir, hal ini disebabkan karena masyarakat Kabupaten Balangan antusias dan menerima dengan baik adanya konten Batarbangan. Konten Batarbangan tayang konsisten setiap hari Selasa dan hari Jumat sehingga informasi yang disajikan adalah informasi terbaru.

Dari segi kualitas berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan informan Yulisa Mella sebagai penonton, kualitas konten Batarbangan sudah cukup memuaskan dari visual, audio, dan presenter. Berita-berita yang ditayangkan relevan dan memenuhi kebutuhan informasi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Konten Batarbangan pada saluran *Youtube* Media Center Pemkab Balangan berhasil menggunakan media *Youtube* sebagai media penyebaran informasi kepada masyarakat Kabupaten Balangan. Penggunaan *Youtube* sebagai media penyebaran informasi menciptakan perkembangan tren, kemudahan akses, dan mendapatkan informasi terbaru dengan cepat..

Hubungan dengan Penelitian Relevan

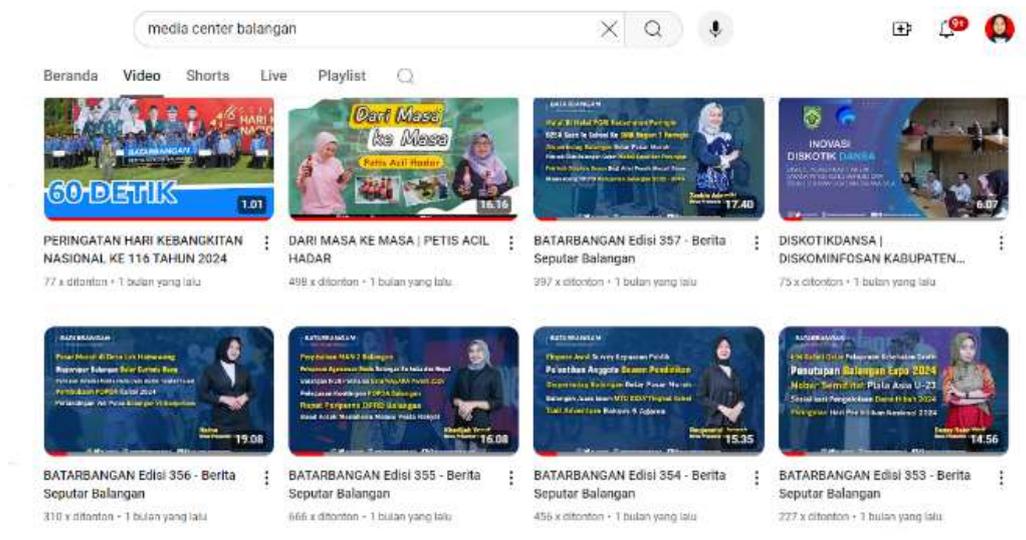
Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan-temuan sebelumnya mengenai efektivitas *YouTube* sebagai media penyebaran informasi. Studi-studi terdahulu telah menunjukkan bahwa *YouTube* merupakan platform yang kuat untuk menjangkau audiens yang luas dan menyediakan informasi secara cepat dan mudah diakses. Penelitian ini memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bagaimana konten lokal seperti "Batarbangan" dapat memanfaatkan *YouTube* untuk meningkatkan transparansi dan partisipasi publik di tingkat daerah (Jumadir, 2023; Puspita, 2022).

Penelitian ini juga mendukung teori "Uses and Gratifications" yang digunakan dalam berbagai studi media digital, di mana penonton tidak hanya mendapatkan informasi tetapi juga merasakan kepuasan kognitif dan afektif dari konten yang mereka konsumsi. Peningkatan jumlah *subscriber* dan tanggapan positif dari penonton menunjukkan bahwa *YouTube* tidak hanya efektif sebagai alat penyebaran informasi tetapi juga sebagai platform yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna (Machidar, 2022).

Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti empiris tambahan bahwa YouTube adalah media yang efektif untuk komunikasi publik, terutama di daerah-daerah yang memerlukan media yang cepat, mudah diakses, dan mampu menyajikan informasi yang relevan dan berkualitas.



Gambar 1
Konten Batarbangan Produksi



Gambar 2
Efektivitas konten Batarbangan

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, saluran Youtube Media Center Pemkab Balangan berhasil menjadi media yang penting dalam penyebaran informasi kepada masyarakat Kabupaten Balangan. Hal ini merujuk pada terus meningkatnya jumlah penonton dan *subscriber* setiap tayangan konten Batarbangan, dan diperkuat dengan bertahannya konten Batarbangan dari tahun 2019 sampai 2024. Dari penonton konten Batarbangan dalam wawancara, menyatakan bahwa konten Batarbangan memiliki konten yang menarik dan memenuhi informasi yang

dicari seputar Kabupaten Balangan.

Meskipun tayangannya telah memiliki banyak *feedback* akan tetapi perlu adanya tindakan yang lebih mengingatkan perkembangan konten yang semakin banyak macam bentuknya. Perlu adanya evaluasi dari tim produksi Batarbangan untuk mempertahankan keefektifan dan relevan informasi yang disebarkan kepada masyarakat Kabupaten Balangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Jayani, D. H. (2020). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*. databoks.katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- Jumadir M. A. (2023). *Efektivitas Youtube Ar-Raniry TV sebagai Media Penyebaran Informasi di Kalangan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh UIN Ar-Raniry*. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/32204/>
- Machidhar, A. S. (2022). Efektivitas penggunaan media sosial YouTube sebagai media penyebaran informasi pada Channel YouTube Diskominfo Boyolali . *Solidaritas: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(1). <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/6840>
- Muslim, M. (2022). Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik (Studi pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Balangan). *JPP: Jurnal Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 4(1), 31–40. <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jpp>
- Puspita, N. A. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 112-117. <https://doi.org/10.24076/pikma.v4i2.588>
- Solihin, F., Awaliyah, S., & Shofa, A. M. A. (2021). Pemanfaatan Twitter Sebagai Media Penyebaran Informasi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*, 1(13), 52–58. <http://e-journal.upr.ac.id/index.php/JP-IPS>
- Utami, F. T., & Zanah, M. (2021). Youtube Sebagai Sumber Informasi Bagi Peserta Didik di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sinestesia*, 11(1), 78–84. <https://doi.org/10.53696/27219283.64>