

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI PADA CHANNEL YOUTUBE DISKOMINFO BOYOLALI

Oleh :

Anan Septia Machidhar, Maya Sekar Wangi, Siswanta

Abstrak

Media sosial *YouTube* adalah situs website yang dibuat untuk mengupload video yang dapat kita bagikan dengan penonton di Internet. Dengan adanya yang sudah mengupload (upload) video, kita bisa melihatnya tanpa harus menunggu lama untuk mendownload. Menarik, karena *YouTube* juga disediakan fitur siaran langsung. Penonton bisa langsung mengomentari dikolom yang disediakan, inilah yang membedakan TV dengan *YouTube*. Keberadaan *YouTube* juga menjadi media sosial yang paling dibutuhkan masyarakat, karena memuat segala jenis video mulai dari hiburan, tips dan trik hingga berita terbaru.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana efektivitas penggunaan media sosial *YouTube* sebagai media penyebaran informasi pada *Channel* Diskominfo Boyolali, dengan melihat kebutuhan informasi dari masyarakat dan proses pembuatan video sampai pada penguploadan. Penelitian ini menggunakan teori new media dari Denis McQuail, dimana media sosial *YouTube* digunakan sebagai media penyebaran informasi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan obyek penelitian Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Boyolali. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data menggunakan model interaktif secara kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Dinas Kominfo Kabupaten Boyolali menyebarkan informasi dengan mengedepankan konten yang bersifat penting seperti kesehatan, ekonomi dan pariwisata. *Channel YouTube* Diskominfo Boyolali merupakan inovasi terbaru dari Pemkab Boyolali yang dibuat tahun 2017. Efektivitas penggunaan media sosial *YouTube* sebagai media penyebaran informasi sudah baik dilihat dari tingkat kephahaman masyarakat mengenai isi berita yang lengkap dan akurat, kemudian respon masyarakat yang positif dengan terus bertambahnya jumlah *subscriber Channel YouTube* Diskominfo Boyolali.

Kata Kunci : Efektivitas, Penyebaran Informasi, Channel YouTube Diskominfo Boyolali.

Abstract

The social media YouTube is a website created for uploading videos that we can share with viewers on the Internet. With those who have uploaded (uploaded) videos, we can see them without having to wait long to download. Interesting, because YouTube also provides a live broadcast feature. Viewers can directly comment in the column provided, this is what distinguishes TV from YouTube. The existence of YouTube is also the social media most needed by the community, because it contains all kinds of videos ranging from entertainment, tips and tricks to the latest news.

This study aims to describe how the effectiveness of the use of YouTube social media as a medium for disseminating information on the Boyolali Diskominfo Channel, by

looking at the information needs of the community and the process of making videos up to uploading. This study uses the new media theory from Denis McQuail, where social media YouTube is used as a medium for disseminating information. This type of research is descriptive qualitative with research object Boyolali District Communications and Information Technology. Data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation. Then the data analysis technique uses an interactive model by condensing data, presenting data and drawing conclusions.

The results of this study can be concluded that the Department of Communication and Information of Boyolali Regency disseminates information by prioritizing important content such as health, economy and tourism. The Boyolali Diskominfo YouTube channel is the latest innovation from the Boyolali Regency Government which was created in 2017. The effectiveness of the use of YouTube social media as a medium for disseminating information is good, seen from the level of public understanding regarding complete and accurate news content, then positive public response with the continued increase in the number of Channel subscribers. Boyolali Diskominfo YouTube.

Keywords : Effectiveness, Information Dissemination, Boyolali Diskominfo YouTube Channel

PENDAHULUAN

Perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sejalan dengan perkembangan pemikiran manusia. Di masa lalu, manusia hanya dianggap memenuhi kebutuhannya sendiri tanpa mempertimbangkan cara yang cepat, mudah, dan efektif. Menurut pemikiran semacam ini, manusia secara bertahap mulai menemukan cara untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan cepat, mudah dan efektif. Pemikiran itulah yang menginspirasi manusia untuk menciptakan penemuan-penemuan baru.

Sesuai dengan penemuan teknologi dan sosial budaya, media lain telah dikembangkan dan kemudian diklasifikasikan sebagai media massa, seperti Internet. Kebutuhan informasi yang dipenuhi internet tidak lagi secara tatap muka, tetapi dapat dilakukan melalui media elektronik. Internet memiliki berbagai fungsi dalam proses perkembangannya, seperti berkomunikasi dan mencari informasi. Internet seolah merangkum berbagai media yang sudah ada sebelumnya, seperti surat kabar, majalah, iklan, televisi, film, dan video, hal ini membuat Internet sebagai wadah dan

gudang informasi, akibat dari pengaruh era globalisasi saat ini.

Setiap orang membutuhkan informasi untuk mendukung aktivitasnya, jadi sesegera mungkin akses informasi melalui media pendukung. Teknologi informasi telah berkembang dengan munculnya Internet dan media sosial berikutnya. Media sosial merupakan media yang memungkinkan setiap orang untuk berinteraksi, bersosialisasi dan berkomunikasi tanpa terhalang oleh ruang dan waktu. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberikan kontribusi dan pendapat kepada publik, memberikan komentar dan berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas.

YouTube sebagai salah satu media sosial berbasis video ataupun situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer 5 tahun terakhir ini. Di Indonesia pengguna *YouTube* mencapai 93,8% dari pengguna internet sumber Hootsuite Wearesocial Simon, (2021). Berbagai macam konten video bisa diakses dalam *YouTube*, mulai dari musik, film, berita dan informasi, olahraga, live style, gaming, masakan, dan vlog. Inilah yang membuat *YouTube* digunakan oleh

pengguna setiap harinya, bahkan mereka dapat berjam – jam dalam melihat siaran *YouTube* tersebut. *YouTube* saat ini sudah menjangkau lebih banyak penonton yang berusia 18 - 34 tahun. Masyarakat lebih sering mengakses *YouTube* daripada Televisi guna mendapatkan informasi, karena *YouTube* dapat diakses kapan saja dan dimanapun. Oleh karena itu saat ini media sosial *YouTube* lebih diminati daripada televisi.

Penggunaan media internet (khususnya *YouTube*) semakin meningkat. Perusahaan media akan memanfaatkan fenomena ini dengan membuat akun *YouTube* untuk menyebarkan berita tentang videonya. Media arus utama (seperti Kompas TV, Net TV dan stasiun TV tradisional lainnya) tidak boleh sia-siakan kesempatan ini. Diskominfo Boyolali (media informasi yang berada di bawah naungan Pemerintah Kabupaten Boyolali) juga menggunakan langkah ini tanpa harus memiliki izin penyiaran dan stasiun TV tradisional sejenis lainnya. *Channel YouTube* Diskominfo Boyolali itu sendiri berisikan tentang berita ataupun peristiwa yang terjadi di Kabupaten Boyolali, baik itu kegiatan dinas ataupun nondinas.

Melalui media sosial *YouTube* instansi pemerintahan dapat menyebarkan informasi seperti Peristiwa Boyolali, Event Boyolali, Acara Boyolali dan lain-lain. Tujuan dari penyebaran informasi ini agar masyarakat Boyolali mengetahui mengenai apa saja yang terjadi di Boyolali hari ini. Dengan adanya *Channel YouTube* Diskominfo Boyolali masyarakat dapat mempunyai sumber informasi yang dapat dipercaya dan up to date. Untuk melihat seberapa besar minat masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan informasi dapat dilihat berdasarkan *Subscriber* dan *Viewer Channel* tersebut. *Subscriber* adalah pelanggan dari *YouTube Channel* yang dimiliki setiap penggunanya, sedangkan *viewer* disini adalah mereka yang melihat video yang di unggah dalam *Channel*

YouTube. Pada saat ini jumlah *Subscriber Channel YouTube* Diskominfo Boyolali sebanyak 14,3 rb subscribers, untuk video yang sudah di upload mencapai 812 video dan total total viewer 2 jt views (diakses pada tanggal 11 Maret 2021).

Tujuan dari penelitian ini mengetahui dan mendeskripsikan Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Youtube* Sebagai Media Penyebaran Informasi.

Manfaat penelitian ini yaitu manfaat teoritis hasil penelitian ini semoga dapat bermanfaat untuk keperluan penelitian selanjutnya tentang kajian ilmu media komunikasi, media sosial, internet, juga lebih mendalam tentang media informasi dan sebagai referensi. Manfaat Praktisi hasil penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi Diskominfo Boyolali selaku pihak pelaksana dalam menggunakan media *YouTube* sebagai media penyebaran informasi di Kabupaten Boyolali, khususnya kepada bidang Informasi Komunikasi Publik (IKP).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan objek penelitian sub. Bagian Informasi dan Komunikasi Publik, Diskominfo Boyolali. Sumber data primer yaitu dengan mengamati interkasi dan melakukan wawancara sedangkan sumber data sekunder melalui buku referensi, media, sumber data lain (internet) dan jurnal penelitian. Teknik penentuan informan yaitu *purposive sampling*. Teknik validitas dan reliabilitas data menggunakan triangulasi sumber. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman dan Saldana (2014: 14) yaitu kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian mengenai efektivitas penggunaan media sosial *YouTube* sebagai media penyebaran informasi pada *channel YouTube* Diskominfo Boyolali, yang pertama informasi seputar Kabupaten Boyolali, kemudian sejarah berdirinya *Channel Youtube* Diskominfo Boyolali, dan efektivitas penyebaran informasi melalui media sosial *YouTube*.

Informasi yang ada di Kabupaten Boyolali.

Informasi yang dibutuhkan masyarakat Boyolali sangatlah beragam mulai dari informasi bantuan, informasi pembangunan infrastruktur sampai pada informasi peizinan usaha.

Informasi bantuan berasal dari sektor ekonomi dengan berikan bantuan alat dan mesin pertanian atau sering disebut dengan (Alsinta). Kemudian informasi infrastruktur yang ada di Kabupaten Boyolali ialah informasi pembangunan jalan baru dari exit tol Boyolali menuju Alun-Alun Lor Kabupaten Boyolali. Dan informasi seputar perizinan usaha semua proses dilakukan online dan bersifat Nasional, akantetapi ada yang perlu dilakukan offline seperti uji lab dan lain-lain.

Sejarah terbentuknya *Channel Youtube* Diskominfo Boyolali.

Channel YouTube Diskominfo Boyolali adalah official berita yang ada di Kabupaten Boyolali yang berisikan tentang Event Boyolali, Kejadian Boyolali, dan Acara yang ada di Kabupaten Boyolali. Isi konten yang ada pada *Channel YouTube* Diskominfo Boyolali kegiatan seputar Boyolali. Sejak tahun 2017 Diskominfo Boyolali bergabung pada *Channel YouTube*, namun baru mulai aktif atau konsisten dalam membuat video untuk diinformasikan kepada masyarakat pada tahun 2018. Penggunaan media sosial *YouTube* merupakan inovasi baru dari

pemerintah Boyolali, untuk menyampaikan informasi dalam bentuk audio visual. Media sosial *YouTube* dapat diakses melalui komputer atau smartphone seperti android dan iphone.

Media sosial *YouTube* adalah tempat berbagi, mencari informasi dan tempat referensi atau hiburan bagi para penggunanya. *Channel YouTube* Diskominfo Boyolali ini dikembangkan dengan maksud utama untuk membantu masyarakat dalam mengakses berbagai informasi layanan publik yang ada di Pemerintah Kabupaten Boyolali secara lebih cepat, mudah dan murah. Meski media sosial *YouTube* ini masih belum bisa setiap hari membuat konten berita namun tim *YouTube* berusaha untuk konsisten dan berusaha setiap hari mencari berita dari Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait yang ada di Boyolali. Dengan begitu diharapkan media sosial *YouTube* bisa menjadi penghubung yang baik antara Pemkab Boyolali dengan masyarakat mengenai kegiatan atau informasi terbaru yang ada di Kabupaten Boyolali.

Efektivitas penyebaran informasi melalui media sosial *YouTube*.

Penggunaan media sosial *YouTube* dalam menyebarkan informasi dianggap cukup efektif karena media penyimpan video ini secara penggunaan di masyarakat luas memang sudah sangat dekat, khususnya pengguna smartphone.

Pada intinya *Channel YouTube* Diskominfo Boyolali memiliki waktu penguploadan yang sudah ditentukan atau prime time, seperti pagi hari pukul 10.00 Wib sore hari pukul 15.00 dan juga malam hari pukul 18.30 dari strategi yang sudah ditentukan diharapkan penonton atau masyarakat Boyolali tetap tertarik untuk melihat video berita terbaru dari *Channel YouTube* tersebut.

Tema atau isi konten pada *Channel YouTube* Diskominfo Boyolali yang

pertama masih mengikuti kegiatan Bupati dan Wakil Bupati, kemudian dari Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait, tidak ketinggalan ada juga dari masyarakat seperti pengrajin kostum topeng ireng dan UMKM.

Kemudian respon yang diberikan masyarakat cukup positif dengan adanya *Channel YouTube* Diskominfo Boyolali yang ditandai dengan terus bertambahnya jumlah *subscribe* pada *Channel YouTube* tersebut. Sedangkan untuk viewers masih tergantung sama berita yang disampaikan, misalnya sepak bola dan acara seremonial pasti memiliki viewers yang tinggi daripada berita yang lain. Selain itu *comment* yang ada cukup positif dan membangun baik ada yang memberikan informasi kembali kepada dinas atau juga memberikan masukan untuk video berita.

KESIMPULAN

Penulis mengambil kesimpulan dari efektivitas penggunaan media sosial *YouTube* sebagai media penyebaran informasi pada *channel YouTube* Diskominfo Boyolali.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Boyolali sangat berperan dalam menyampaikan informasi dengan membuat konten-konten yang nantinya diupload pada media sosial *YouTube*, seperti informasi kesehatan, informasi ekonomi, informasi infrastruktur yang ada di Kabupaten Boyolali. *Channel YouTube* Diskominfo Boyolali menjadi inovasi terbaru yang ada di Kabupaten Boyolali yang berguna untuk menyampaikan informasi dari pemerintah kepada masyarakat atau dari masyarakat kembali kepada masyarakat. Serta didukung penggunaan media sosial *YouTube* sudah dekat dengan masyarakat luas.

Berdasarkan hasil analisis Efektivitas penggunaan media sosial *YouTube* sebagai penyebaran informasi, dilihat dari jam tayang pada *Channel YouTube* tersebut

memiliki prime time atau jam upload setiap berita atau informasi terbaru yang ada di Kabupaten Boyolali, konten atau tema pada *Channel YouTube* Diskominfo Boyolali berasal dari kegiatan Bupati dan Wakil Bupati, Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait dan dari masyarakat seperti pengrajin kostum topeng ireng dan UMKM. Respon masyarakat dapat dikatakan cukup positif ditandai dengan bertambah jumlah *subscriber*. Sedangkan *viewers* yang masih menjadi kendala karena masyarakat hanya menyukai konten tertentu saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2018). *EFEKTIFITAS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN*. 1–112. <https://repository.ar-raniry.ac.id/eprint/5845/4/AliAkbar.pdf>
- Andriawan. (2016). *EFEKTIVITAS KOMUNIKASI KEPALA DESA BATU BERDAUN KECAMATAN SINGKEP KABUPATEN LINGGA*. 1–25. http://jurnal.umrah.ac.id/wp-content/uploads/gravity_forms/1-ec61c9cb232a03a96d0947c6478e525e/2016/08/JURNAL-ANDRIAWAN-110563201197.pdf
- Akbar, A. (2018). *EFEKTIFITAS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN*. 1–112. <https://repository.ar-raniry.ac.id/eprint/5845/4/AliAkbar.pdf>
- Andriawan. (2016). *EFEKTIVITAS KOMUNIKASI KEPALA DESA BATU BERDAUN KECAMATAN SINGKEP KABUPATEN LINGGA*. 1–25. http://jurnal.umrah.ac.id/wp-content/uploads/gravity_forms/1-ec61c9cb232a03a96d0947c6478e525e/2016/08/JURNAL-ANDRIAWAN-110563201197.pdf

- Anggraeni, E. Y. & R. I. (2017). *Pengantar Sistem Informasi (Terjemahan)*. ANDI ANGGOTA IKAPI.
- Azhar, S. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Lingga Jaya.
- Choiri, E. O. (2020). *Ide Konten Youtube Untuk Tambah Subscriber*. Qwords.Com.
<https://qwords.com/blog/ide-konten-youtube/>
- Corbuzier, D. (2018). *Youtuber for dummies*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Denis McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (6th ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Diskominfo Boyolali. (2021). *Halaman utama Diskominfo Boyolali*. www.YouTube.com.
<https://youtube.com/channel/UCKGBzlZWkFYzb6nlN7MfvJA>
- Fitriansyah, F. (2018). *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja)*. 18(2), 171–178.
- Krishna Anggara. (2012). *Kelebihan dan Kekurangan Youtube*. Blog.
<http://blognyakrishna.blogspot.com/2011/02/kelebihan-dan-kekurangan-youtube.html>.
- Moleong Lexy J. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nasionalita, K. (2014). Relevansi Teori Agenda Setting Dalam Dunia Tanpa Batas. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 5(2), 156.
<https://doi.org/10.30659/jikm.5.2.156-164>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Simbiosis Rekatamam Media.
- Puspita, Y. (2015). *Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay The Usage of New Media to Simplify Communication and Transaction of Gay Prostitute*. 18(3), 203–212.
- Rohim, N. (2019). *EFEKTIVITAS TV YOUTUBE IAIN SALATIGA SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI & DAKWAH*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). Situs Youtube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 171–180.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23037>
- Romli, A. S. M. (2018). *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online, Kiat Blogger, Teknik SEO, Metode Kerja Citizen Journalism* (Vol. 4, Issue 3). Bandung: Nuansa Candekia.
https://books.google.co.id/books/about/Jurnalistik_Online.html?id=Df7_DwAAQBAJ&redir_esc=y
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kuantitatif. In *Deepublish* (1st ed.). Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
[https://books.google.co.id/books?id=1pWEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=penelitian+deskriptif+adalah&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjH3rScwY7wAhUEA3IKHRmUBBy0QuwUwAHoECAIQBw#v=onepage&q=penelitian deskriptif adalah&f=true](https://books.google.co.id/books?id=1pWEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=penelitian+deskriptif+adalah&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjH3rScwY7wAhUEA3IKHRmUBBy0QuwUwAHoECAIQBw#v=onepage&q=penelitian%20deskriptif%20adalah&f=true)

- Saldana., M. & H. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Humaniora*, 16(2), 1–7.
- Simon, K. (2021). *We Are Social*. DATAREPORTAL.
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Social Blade. (2021). *Diskominfo Boyolali*. Social Blade.
<https://socialblade.com/youtube/channel/UCKGBzlZWkFYzb6nLN7MfvJA>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Syabrina, R. A. N. (2017). Efektivitas dan Efisiensi Komunikasi pada Penyelenggaraan Festival Damar Kurung Gresik Tahun 2017. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Airlangga*.
<http://repository.unair.ac.id/id/eprint/70857>
- YouTube. Wikipedia. *Ensiklopedia Gratis*. Wikipedia. *Ensiklopedia Gratis*. (2021).
<https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>