YOUTUBE DAN PELESTARIAN BUDAYA TRADISIONAL DESA
(Proses Produksi Kreatif Sendangsari Channel di Kalurahan Sendangsari Kapanewon Pengasih Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Oleh

ISNAINA FARHA RAMADHANI

19321292

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

YOUTUBE DAN PELESTARIAN BUDAYA TRADISIONAL DESA
(Proses Produksi Kreatif Sendangsari Channel di Kalurahan Sendangsari Kapanewon Pengasih Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta)

Disusun oleh
ISNAINA FARHA RAMADHANI
19321292

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi

Telah disetujui:

Tanggal: 18 Juni 2024

Dosen Pembimbing

Iwan Awaluddin Yusuf, SIP, M.Si, PhD.

NIDN 0506038201

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

YOUTUBE DAN PELESTARIAN BUDAYA TRADISIONAL DESA
(Proses Produksi Kreatif Sendangsari Channel di Kalurahan Sendangsari Kapanewon Pengasih Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta)

Disusun oleh

ISNAINA FARHA RAMADHANI

19321292

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia Tanggal: 18 Juni 2024

Dewan Penguji:

1. Iwan Awaluddin Yusuf S.IP, M.Si, Ph. D (……..)
   NIDN 0506038201

2. Ida Nuraini Dewi Kodrat Ningsih, S.I.Kom., M.A. (……...)
   NIDN 0523098701

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Iwan Awaluddin Yusuf, SIP, M.Si, PhD.
NIDN 0506038201

LAMPIRAN KETERANGAN SURAT KETERANGAN INTEGRITAS

Surat Pernyataan Integritas Akademik

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Isnaina Farha Ramadhani
Tempat dan Tanggal Lahir	: Sleman, 09 Desember 2024
Alamat	: Candran RT09 RW05 Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta
NIM	: 19321292
Program Studi	: Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa seluruh karya akademik yang saya hasilkan selama melaksanakan perkuliahan di Program Studi Hubungan Internasional adalah karya saya sendiri yang dikerjakan secara jujur dan independen dengan:

1. Tidak menggunakan jasa pihak ketiga (joki) dalam pengerjaan karya akademik atau menjadi pihak ketiga dalam pengerjaan karya akademik mahasiswa lain. Semua kontribusi yang telah diberikan oleh pihak lain dalam penulisan karya akademik saya telah sesuai dengan aturan dan tercantum dengan benar.
2. Tidak melakukan plagiasi yang berupa pengakuan atas hasil karya akademik orang lain. Segala gagasan atau data yang didapatkan dari karya atau pemikiran orang lain telah melalui proses parafrase dan dicantumkan pada sitasi.
3. Tidak melakukan manipulasi menggunakan kecerdasan buatan atau perangkat lunak otomatis lainnya untuk pengerjaan hal substansial dalam penulisan karya akademik.

Apabila di masa mendatang setelah kelulusan saya, ditemukan informasi yang membuktikan bahwa salah satu atau sebagian karya akademik saya tidak merupakan hasil kerja saya sendiri dan/atau merupakan pelanggaran atas pernyataan saya di atas, saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai dengan regulasi yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 10 Juni 2024



Isnaina Farha Ramadhani

LAMPIRAN KETERANGAN TELAH SELESAI PENELITIAN

KABUPATEN KULON PROGO
KAPANEWON PENGASIH
PEMERINTAH KALURAHAN SENDANGSARI

Jln. Clereng-Wates, Sendangsari, Pengasih, Kulon Progo, Kode Pos 55652 Telp. (0274)775144, Email : sendangsarikp@gmail.com, Website : sendangsari-kulonprogo.desa.id

Nomor : 070/146
Hal : Keterangan Telah Melakukan Penelitian/Projek Tugas Akhir

Sendangsari, 10 Juni 2024

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)
Universitas Islam Indonesia
di tempat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:
Nama : SUHARDI
Instansi : Kalurahan Sendangsari
Jabatan : Lurah

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian/projek tugas akhir di instansi kami.

Nama	: Isnaina Farha Ramadhani
Nomor Mahasiswa	: 19321292
Prodi./Fak./Univ.	: Ilmu Komunikasi./Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya./Universitas Islam Indonesia
Judul Penelitian	: **YouTube dan Pelestarian Budaya Tradisional Desa (Proses Produksi Kreatif Sendangsari Channel di Kalurahan Sendangsari Kapanewon Pengasih Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Sendangsari, 10 Juni 2024
Lurah Sendangsari,

SUHARDI

MOTTO

“Tujuan terbaik yang harus dicapai dalam kehidupan dunia ini adalah mendekatkan dirikepada Allah, mengenal Allah, mencintai dan dicintai Allah, serta diridhai Allah.’’

Habib Umar Bin Hafidz

PERSEMBAHAN

Karya ini peneliti persembahkan kepada

Keluarga tercinta serta sahabat-sahabat yang terlibat selama peneliti berproses.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Taala dan Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam atas segala berkah dan karunia yang telah diberikan sehingga dengan izin-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi guna memenuhi salah satu syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Indonesia dengan judul "YOUTUBE DAN PELESTARIAN BUDAYA TRADISIONAL DESA (Proses Produksi Kreatif Sendangsari Channel di Kalurahan Sendangsari Kapanewon Pengasih Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta)" Dalam menyusun skripsi ini, peneliti sadar bahwa peneliti mendapatkan banyak dorongan, bantuan dan pelajaran dalam prosesnya. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Ibu tercinta, Bapak Wasis Surono serta Ibu Siti Nur Khasanah yang telah membiayai peneliti selama ini dan selalu serta senantiasa memberikan semangat dan motivasi agar peneliti dapat menyelesaikan masa studi selama di perkuliahan ini sekaligus menjadi tempat berbagi keluh kesah hidup dan rintangan dalam menghadapi segala sesuatu.
2. Dekan Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya (FPSB) Universitas Islam Indonesia Qurotul Uyun, S.Psi., M.Si., Psikolog.
3. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf S.IP, M.Si, Ph. D. selaku dosen pembimbing dan kepala program studi yang selalu memberikan semangat untuk peneliti menyelesaikan skripsi dengan suntikan motivasi dan semangat selama melakukan bimbingan pada setiap pertemuan.
4. Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A. selaku dosen pembimbing akademik dari peneliti.
5. Sahabat-sahabat dari Pondok Pesantren Al Munawwir, Majelis Muhayyijul Asywaq, Majelis Sahabat Cinta, dan Sahabat Cinta Youth, Persatuan Muda Mudi Candran yang selalu memberikan dukungan dan hiburan selama masa studi selama di perkuliahan.

Peneliti sadar bahwa terdapat banyak kekurangan pada penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti berharap dapat menerima kritik dan saran yang dapat membantu peneliti untuk berkembang secara akademis maupun non-akademis. Semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak dan juga berguna sebagai pembanding untuk studi lebih lanjut. Peneliti secara pribadi berharap semoga semua pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi ini dapat dibalas kebaikannya oleh Allah Subhanahu wa Taala dengan balasan yang sama baik dan luar biasanya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, Juni 2024

Isnaina Farha Ramadhani

DAFTAR ISI

LAMPIRAN KETERANGAN SURAT KETERANGAN INTEGRITAS 3
LAMPIRAN KETERANGAN TELAH SELESAI PENELITIAN 4
MOTTO 5
DAFTAR TABEL 9
DAFTAR GAMBAR 10
DAFTAR LAMPIRAN 11
ABSTRAK 12
ABSTRACT 13
A. Latar Belakang 14
B. Rumusan Masalah 19
C. Tujuan Penelitian 19
D. Manfaat Penelitian 19
2. Manfaat Teoritis 20
3. Manfaat Praktis 20
E. Tinjauan Pustaka 20
F. Kerangka Teori 23
1. Proses Produksi Kreatif 23
a. Pra Produksi (sebelum proses produksi) 24
b. Proses Produksi (proses liputan) 24
c. Pasca Produksi (proses setelah liputan) 24
2. Pemanfaatan Media Sosial YouTube 25
3. Kesenian Tradisional 26
G. Metode Penelitian 26
1. Paradigma Penelitian 26
2. Jenis Penelitian 27
3. Waktu dan Lokasi Penelitian 27
4. Teknik Pengumpulan Data 27
a. Observasi 27
b. Wawancara 27
d. Analisis Data Penelitian 28
1) Reduksi Data 28

2) Penyajian data 29
3) Penarikan kesimpulan 29
BAB II 30
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 30
A. Sejarah dan perkembangan Sendangsari channel 30
B. Struktur Organisasi Dan Tata Kerja Aparatur Kalurahan Sendangsari 34
C. Visi dan Misi 36
E. Daftar Prestasi yang diraih oleh Kalurahan Sendangsari 36
F. Media Internet 37
2. Instagram 38
3. YouTube 38
BAB III 40
B. Program-Program PPID Kalurahan Sendangsari 44
1. Podcast 44
2. Desa Budaya 44
C. Program “Podcast Desa” di Sendangsari Channel 46
D. Proses Produksi Kreatif Program 48
1. Proses Pra Produksi Program 48
1. Daftar Alat yang dimiliki PPID Kalurahan Sendangsari 48
2. Proses Produksi 52
3. Proses Pasca Produksi 54
E. Program “Desa Budaya” di Sendangsari Channel 59
F. Proses Kreatif Program 60
1. Proses Pra Produksi Program 60
2. Proses Produksi 62
3. Proses Pasca Produksi 76
BAB IV PENUTUP 82
B. Keterbatasan Penelitian 84
C. Saran 84
1. Saran Praktis 84
2. Saran Akademis 85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Identitas Narasumber Kalurahan Sendangsari 28
Tabel 2.1 Struktur Organisasi dan Tata Kerja Aparatur Kalurahan Sendangsari 36
Tabel 3.1 Daftar Alat yang dimiliki PPID Kalurahan Sendangsari 48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1: Piagam Penghargaan Keterbukaan Informasi Publik 15
Gambar 1.2: Piagam Penghargaan PPID Award 2021 16
Gambar 1.3: Kanal YouTube Sendangsari Channel 16
Gambar 2.1: Peta Wilayah Sendangsari 29
Gambar 2.2: Jumlah tayangan program YouTube Sendangsari Channel 31
Gambar 2.3: Struktur Organisasi Dan Tata Kerja Aparatur Kalurahan Sendangsari 34
Gambar 2.4: Media internet *website* Kalurahan Sendangsari 36
Gambar 2.5: Media internet Instagram Sendangsari Kulon Progo 37
Gambar 3.1: Segmen Podcast Sendangsari Channel bersama Kapolsek Pengasih 46
Gambar 3.2: Lokasi Proses Produksi Podcast Sendangsari Channel 49
Gambar 3.3: Opening Podcast dengan *Quotes Of The Day* 53
Gambar 3.4: Segmen Podcast Sendangsari Channel bersama Widi Nuryanto 54
Gambar 3.5: Kolom Komentar Segmen *Podcast* Sendangsari Channel 55
Gambar 3.6: Daftar Podcast Sendangsari Channel 56
Gambar 3.7: Gambar Warta Desa Web Sendangsari 66
Gambar 3.8: Wisata *Live in* SMP Mutiara Persada Bantul Yogyakarta 66
Gambar 3.9: *Since 1 opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 68
Gambar 3.10: *Since 2 opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 69
Gambar 3.11: *Since 3 rangkaian acara "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 69
Gambar 3.12: *Since 4 rangkaian acara "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 70
Gambar 3.13: *Since 5 Rangkaian"Desa Budaya"* Sendangsari Channel 71
Gambar 3.14: *Since 6 Opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 71
Gambar 3.15: *Since 1 Opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 72
Gambar 3.16: *Since 2 Opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 72
Gambar 3.17: *Since 3 "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 73
Gambar 3.18: *Since 4 "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 73
Gambar 3.19: *Since 5 "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 74
Gambar 3.20: *Since 6 "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 75
Gambar 3.21: *Since 7 Opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 75
Gambar 3.22: *Since 8 Opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 76
Gambar 3.23: *Since 9 Closing "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 77
Gambar 3.24: *Since 10 Closing "Desa Budaya"* Sendangsari Channel 77
Gambar 3.25: Kolom Komentar Sendangsari Channel 78

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN KETERANGAN SURAT KETERANGAN INTEGRITAS 3

LAMPIRAN KETERANGAN TELAH SELESAI PENELITIAN..... 4

SURAT IZIN PENELITIAN.....…….89

DAFTAR PERTANYAAN UNTUK CARIK KALURAHAN SENDANGSARI……90

DAFTAR PERTANYAAN UNTUK TIM SISTEM INFORMASI DESA KALURAHAN…….. SENDANGSARI……...……..…...90

DAFTAR PERTANYAAN UNTUK SEKRETARIS KALURAHAN SENDANGSARI……..……..91

DAFTAR PERTANYAAN UNTUK EDITTOR TIM SISTEM INFORMASI DESA KALURAHAN SENDANGSARI……...…….92

TRANSKRIP WAWANCARA CARIK KALURAHAN SENDANGSARI…….93

TRANSKRIP WAWANCARA TIM INFORMASI DESA KALURAHAN SENDANGSARI……...96

TRANSKRIP WAWANCARA SEKRETARIS KALURAHAN SENDANGSARI……90

TRANSKRIP WAWANCARA EDITTOR TIM SISTEM INFORMASI DESA KALURAHAN SENDANGSARI……...……101

ABSTRAK

Isnaina Farha Ramadhani. 19321292. YouTube dan Pelestarian Budaya Tradisional Desa (Proses Produksi Kreatif Sendangsari Channel di Kalurahan Sendangsari Kapanewon Pengasih Kabupaten Kulon Progo Derah Istimewa Yogyakarta). Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia. 2024.

Skripsi ini meneliti peran YouTube Sendangsari Channel, yang menjadi media inisiatif dari Pemerintah Kalurahan Sendangsari, Kabupaten Kulon Progo, dalam membangun dan memperkuat identitas daerah. Melalui pendekatan kualitatif, skripsi ini menganalisis konten yang diproduksi oleh channel tersebut dan dampaknya terhadap masyarakat lokal. Dengan menggali proses produksi konten dan respons dari pemirsa, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana media sosial, khususnya YouTube, dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan budaya lokal, membangun identitas daerah, dan melibatkan masyarakat dalam proses tersebut.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa YouTube Sendangsari Channel berhasil menjadi platform yang efektif dalam memperkenalkan dan mempromosikan berbagai aspek kehidupan dan budaya Kalurahan Sendangsari melalui konten-konten yang bervariasi. Termasuk hiburan dan informasi, channel ini mampu menarik perhatian dan partisipasi aktif dari pemirsa, baik dari dalam maupun luar daerah. Dengan demikian, inisiatif ini tidak hanya membantu membangun identitas daerah, tetapi juga meningkatkan kesadaran dan apresiasi masyarakat terhadap budaya lokal.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang peran media sosial dalam konteks pembangunan identitas daerah dan memperkuat argumen untuk lebih memanfaatkan platform-platform digital untuk mempromosikan dan melindungi warisan budaya lokal. Selain itu, temuan ini juga memberikan wawasan yang berharga bagi pemerintah daerah dan lembaga terkait dalam merancang kebijakan dan program yang berorientasi pada pengembangan budaya dan pariwisata lokal.

Dengan demikian, proses produksi YouTube Sendangsari Channel merupakan upaya untuk membangun ketertiban masyarakat yang berkelanjutan, dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya melestarikan budaya lokal dalam menghadapi arus globalisasi, melalui sinergi antara pemerintahan dan masyarakat.

Kata Kunci: Budaya Tradisional, YouTube, Kalurahan Sendangsari.

ABSTRACT

Isnaina Farha Ramadhani. 19321292. YouTube and Preserving Traditional Village Culture (Creative Production Process of Sendangsari Channel in Sendangsari Village, Pengasih Subdistrict, Kulon Progo Regency, Special Region of Yogyakarta). Communication Science. Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences. Universitas Islam Indonesia. 2024.

This thesis examines the role of YouTube Sendangsari Channel, an initiative media of the Sendangsari Village Government, Kulon Progo Regency, in building and strengthening regional identity. Through a qualitative approach, this thesis analyzes the content produced by the channel and its impact on the local community. By exploring the content production process and audience responses, this research investigates how social media, particularly YouTube, can be used as a tool to promote local culture, build regional identity, and involve the community in the process.

Findings from this research indicate that YouTube Sendangsari Channel has successfully become an effective platform in introducing and promotingvarious aspects of life and culture in Sendangsari Village through diverse content.Including entertainment and information, this channel is able to attract the attentionand active participation of viewers, both locally and internationally. Thus, this initiative not only helps build regional identity but also increases awareness and appreciation of the local culture among the community.

This research contributes to understanding the role of social media in the context of regional identity development and strengthens arguments for further utilizing digital platforms to promote and protect local cultural heritage. Additionally, these findings provide valuable insights for local governments and related institutions in designing policies and programs oriented towards the development of local culture and tourism.

Therefore, the YouTube Sendangsari Channel production process is an effort to build sustainable social order, and increase awareness of the importance of preserving local culture in the face of globalization, through synergy between government and society.

Keywords: Traditional Culture, YouTube, Sendangsari Village

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehadiran media baru atau *new media* menciptakan media sosial dalam proses komunikasi. Media sosial digunakan sebagai saluran penyampaian pesan terutama dalam kegiatan komunikasi massa yang dapat berpengaruh pada kegiatan interaksi antar individu maupun komunitas (Puntoadi, 2011). Media sosial kini menjadi kebutuhan masyarakat di seluruh dunia pada zaman teknologi informasi saat ini. Dalam kehidupan sosial, teknologi memperkenalkan budaya dan gaya hidup luar yang kemudian diadaptasi dalam kehidupan terkini.

Dalam kehidupan sosial, selain berbagai dampak positif yang hadir setelah adanya media baru namun ternyata juga menghadirkan dampak negatif. Hadirnya teknologi informasi dan komunikasi mempercepat akselerasi proses globalisasi. Suneki (2012) menyebutkan dampak Globalisasi menggeser nilai-nilai nasionalisme dan kebudayaan yang telah ada di Indonesia. Globalisasi menimbulkan berbagai masalah dalam bidang kebudayaan, misalnya: hilangnya budaya asli suatu daerah atau suatu negara, terjadinya erosi nilai-nilai budaya, menurunnya rasa nasionalisme dan patriotisme, hilangnya sifat kekeluargaan dan gotong royong, kehilangan kepercayaan diri, hingga gaya hidup yang tidak sesuai dengan adat kita. Oleh sebab itu perlu untuk membatasi lingkup globalisasi yang harus diterapkan dan yang mana harus ditolak.

Hal ini membuat generasi muda kini kurang memiliki perhatian dan ketertarikan untuk mendalami budaya tradisional Indonesia. Dengan memanfaatkan media massa, muncul berbagai lembaga yang bertujuan sebagai wadah bagi masyarakat yang masih peduli dan ingin bersama menjaga warisan sejarah dan budaya Indonesia. L.Baker dalam Putra (2006) mengungkapkan bahwa peranan media massa sangat esensial dalam proses sosialisasi dan pemindahan warisan.

Kesenian tradisional memang sudah jarang memiliki peminat, produk kesenian tradisional hanya dapat disaksikan hampir dalam perayaan acara tertentu.

Namun kesenian tradisional juga tidak terlalu sulit untuk dinikmati oleh masyarakat. Seperti sekarang sudah banyak lembaga yang mulai menginginkan kesenian tradisional hidup kembali. Salah satu hal signifikan yang menjadi pembeda antara kesenian modern dengan kesenian populer adalah para pelaku dari kesenian tersebut.

Dalam kesenian populer kebanyakan dilakukan oleh beberapa golongan yang tidak *concern* kepada satu jenis kesenian itu saja namun bisa menjadi pelaku di bidang kesenian yang lainnya. Sedangkan kesenian modern tidak hanya dilakukan oleh para pelaku kesenian saja namun juga terkadang mengikutsertakan orang-orang di sekitar kesenian tersebut. Sebagai contoh pemerhati kesenian dan orang yang peduli atas kesenian baik kesenian tradisional dan kesenian modern. Pemerintah sendiri memiliki peranan dalam meningkatkan potensi dan membuat kebijakan terhadap pengembangan kepariwisataan, agar nantinya masyarakat lokal dapat tersadar untuk menggali potensi mereka masing-masing dalam membangun desa maupun daerah.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menjadi salah satu daerah di Indonesia yang memiliki banyak potensi wisata, mulai dari wisata alam, seni budaya, dan kuliner daerah. Hal ini menjadikan DIY menjadi tempat wisata andalan setelah Provinsi Bali yang terkenal di tingkat nasional dan internasional. Arus kedatangan wisatawan lokal dan luar negeri menjadi tenaga pendongkrak bagi masyarakat Jawa dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakatnya sendiri. Hal ini juga dapat menjadi pendongkrak perekonomian desa, dengan melimpahnya pesona alam dan budaya masyarakat Jawa yang masih mempertahankan budaya yang adadi pulau Jawa, khususnya DIY. Melalui penciptaan wisata desa ini maka dapat membantu masyarakatnya sendiri dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong hasil-hasil ekspor industri kerajinan, dan juga sebagai sumber devisa daerah disampaikan oleh Rizki (2019).

Pemerintah daerah DIY pada saat ini juga sedang melakukan percepatan dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata di kabupaten atau kota yang ada di DIY. Dengan adanya proyek pembangunan bandara baru di Kulonprogo, hal ini menjadi faktor pendukung dalam menarik wisatawan untuk datang ke DIY, mengutip Tribun Jogja (http://jogja.tribunnews.com akses pada 9 Januari 2019).

Salah satu pemerintahan Kabupaten Kulon Progo yang eksis menjaga budaya tradisional yakni Pemerintah Kalurahan Sendangsari, Kabupaten Kulon Progo. Web resmi Kalurahan Sendangsari, Instagram, Twitter, hingga YouTube Sendangsari Channel menjadi media yang digunakan oleh Kalurahan Sendangsari sebagai upaya dalam memenuhi keterbukaan informasi pemerintahan. Pemenuhan transparasi informasi yang dilakukan oleh Kalurahan Sendangsari juga sudah dibuktikan dengan apresiasi yang diberikan oleh Komisi Informasi pusat Republik Indonesia.



(Gambar 1.1: Piagam Penghargaan Keterbukaan Informasi Publik)

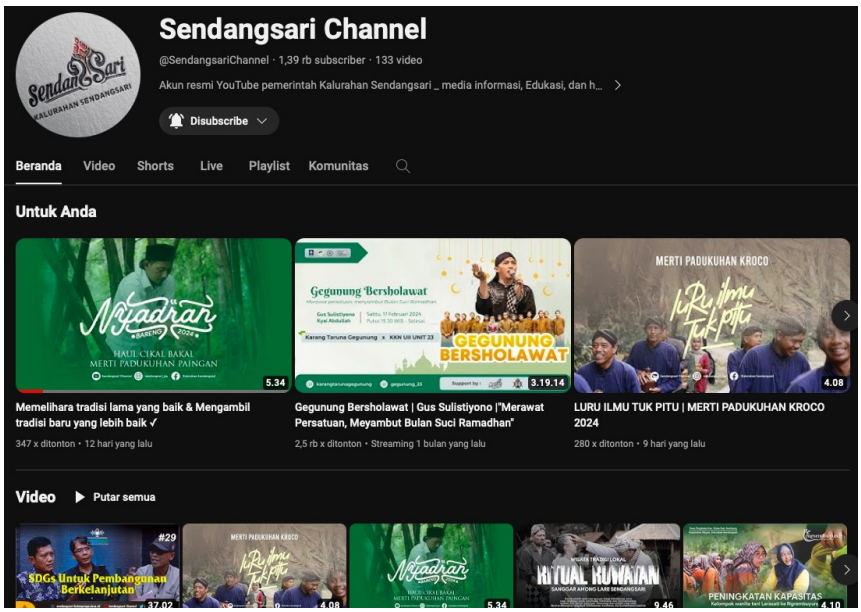
Untuk menjaga dan membangun identitas daerah, Pemerintah Kalurahan Sendangsari, Kabupaten Kulon Progo membentuk program dengan karakteristiknya masing-masing. Salah satu program yang ditargetkan dalam membangun identitas daerah adalah program desa budaya dalam kanal YouTube Sendangsari Channel. Program dikemas dalam konten hiburan, hiburan disini tidak hanya tayangan yang membuat tertawa, tapi program hiburan juga dapat dikemas dalam bentuk informasi dan dikonstruksi dalam kreatif dan tetap membuatnya menyenangkan untuk ditonton.

Dalam membangun identitas tersebut, beragam media sosial diproduksi oleh PPID (Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi) Kalurahan Sendangsari, sesuai dengan amanat UU 14/2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. PPID berfungsi sebagai pengelola dan penyampai dokumen yang dimiliki oleh badan publik.



(Gambar 1.2: Piagam Penghargaan PPID Award 2021)

Beragam informasi yang di unggah dalam media sosial diproduksi oleh PPID Kalurahan Sendangsari, dibantu oleh staff yang bertugas menjadi suatu Tim SID (Sistem Informasi Desa), salah satu diantaranya adalah kanal YouTube Sendangsari Channel, dalam kanal YouTube ini Sendangsari Channel menayangkan beragam konten yang berkaitan dengan dinamika kehidupan yang ada dalam Kalurahan Sendangsari, dalam penelitian ini akan fokus pada media sosial YouTube Sendangsari Channel.



(Gambar 1.3 :Kanal YouTube Sendangsari Channel)

Khusus tayangan budaya tradisional Indonesia, Sendangsari Channel membuat kanal YouTube yang diberi tajuk Desa Budaya. Bukan hanya sebagai

media hiburan, YouTube juga dapat digunakan sebagai media edukasi secara efektif kepada masyarakat, dengan cara mengemas konten yang menarik dan modern sehingga secara tidak langsung dapat menarik perhatian serta minat *audiens*.

Kreativitas diperlukan untuk mengemas acara program hiburan, baik dari segi materi maupun narasumber, terutama acara tersebut merupakan acara yang bertemakan lokalitas, maka kreativitas merupakan suatu orientasi pemasaran yang diberikan kepada tim kreatif sebagai pedoman dalam membuat suatu produk program tayangan. Melalui kreativitas, program hiburan dapat dikemas dengan nuansa yang berbeda-beda sebagai upaya menyuguhkan program tayangan yang tidak membosankan untuk ditonton.

Proses produksi adalah proses pembuatan program acara yang dimulai dari pra-produksi, produksi dan pasca produksi. Hal ini dimulai dari timbulnya ide yang menjadi arahan program itu akan menjurus kepada satu tujuan tertentu. Kegiatan industri kreatif meliputi menciptakan, mengubah, mengembangkan, dan meniru yang menjadi bagian dalam program proses kreatif.

Program tayangan yang bagus merupakan program yang memiliki fokus genre, sehingga dapat membuat penontonnya nyaman dalam menikmati program yang ditayangkan, Putri (2018). Fokus itu akan menjadi menentukan kreatifitas lain dengan mengacu pada fokus yang disepakati. Untuk itu, tim kreatif yang merupakan otak dari sebuah program harus mampu mengembangkan, mengeksploitasi, membuat ribuan bahkan jutaan ide menjadi satu dan disajikan dalam bentuk program yang berkualitas untuk membaca pasar atau belajar kebutuhan *audiens* harus dapat bekerja sama dengan baik dengan seluruh tim terlibat dalam produksi program.

Dengan adanya fenomena tersebut maka akan dilakukan kajian lebih dalam mengenai cara pengelolaan media sosial serta mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat program YouTube Sendangsari Channel Sehingga penelitian ini dimaksud untuk meneliti pemanfaatan media sosial YouTube oleh Kalurahan Sendangsari dalam mewujudkan Sendangsari Kulon Progo sebagai desa budaya.

B. Rumusan Masalah

Kemudahan media sosial dalam menyebarluaskan informasi menjadikan media sosial tidak bisa terlepas dalam kehidupan sehari-hari, hal tersebut juga memudahkan budaya asing masuk ke Indonesia, yang menyebabkan kurangnya perhatian terhadap budaya Indonesia sendiri. Kehadiran YouTube Sendangsari Channel menjadi salah satu media Pemerintahan yang bisa mengenalkan kembali budaya tradisional yang dimiliki oleh Indonesia, khususnya yang ada di Kalurahan Sendangsari. Dengan demikian pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses kreatif kanal YouTube yang diproduksi oleh Kalurahan Sendangsari dalam upaya melestarikan kebudayaan di Kalurahan Sendangsari?
2. Apa saja program tayangan yang menjadi andalan dalam melestarikan kebudayaan di Kalurahan Sendangsari?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dari "YouTube dan pelestarian budaya tradisional desa", yang dilakukan oleh Kalurahan Sendangsari, Kabupaten Kulon Progo. diharap dapat menjawab rumusan masalah di atas, yaitu:

1. Mengkaji pemanfaatan media sosial YouTube dalam aktivitas edukasi budaya yang dimiliki Kalurahan Sendangsari.
2. Mengetahui isi dari informasi, cara pengelolaan, dan aktivitas media sosial Kalurahan Sendangsari sebagai upaya mewujudkan Sendangsari Kulon Progo sebagai Desa yang turut melestarikan budaya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan pengetahuan dan memperluas penelitian komunikasi khususnya dibidang pelestarian budaya daerah, serta pengalaman mendokumentasikan dan mengevaluasi bagi

mahasiswa khususnya Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB) Universitas Islam Indonesia.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi ilmiah pada kajian komunikasi budaya. Penelitian yang mengkaji proses kreatif suatu program memang sudah cukup beragam. Namun, baru sedikit riset yang secara spesifik fokus pada nilai-nilai budaya tradisional Indonesia. Oleh karena itu, adanya riset ini diharapkan mampu menjadi referensi baru bagi para peneliti selanjutnya.

3. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini diharapkan memberi manfaat melalui analisis proses kreatif yang dilakukan oleh Kalurahan Sendangsari, melalui kajian ini diharapkan bisa menjadi bahan bacaan dan diskusi baik bagi Kalurahan Sendangsari maupun masyarakat umum, sehingga dapat menambah wawasan dalam mempertahankan warisan budaya tradisional Indonesia khususnya yang ada di Kalurahan Sendangsari.

b. Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran khalayak untuk lebih mengetahui kesenian tradisional disajikan serta bagaimana cara media mengemasnya.

c. Dapat digunakan oleh media yang *concern* terhadap kesenian tradisional secara khusus dan budaya populer secara luas dalam membingkai isu-isu yang spesifik.

E. Tinjauan Pustaka

Setelah melakukan kajian terhadap beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pendahulu, penelitian ini juga memiliki kemiripan topik seperti yang diambil dalam penelitian terdahulu, yakni proses produksi kreatif dan beberapa media yang *concern* terhadap kesenian tradisional.

Penelitian oleh Hafizh Eskaputra Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret (Skripsi, 2012), tentang "Televisi Lokal dan Budaya Daerah (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Serta TATV dalam Pelestarian dan Pengembangan Seni Keroncong di Surakarta)", membuktikan bahwa TATV telah mengembangkan dan melestarikan seni keroncong di Surakarta berdasarkan visi dan misi TATV itu sendiri. Salah satu peran TATV sebagai televisi lokal adalah mengembalikan popularitas seni keroncong di Surakarta sebagai salah satu budaya lokal yang ada di surakarta. Cara TATV dalam mengembalikan popularitas seni keroncong adalah dengan membuat program tayangan yang memberikan kesempatan bagi seniman keroncong untuk tampil di televisi. Untuk merangsang berbagai kegiatan keroncong di Surakarta, TATV memberikan motivasi kepada elemen masyarakat seperti grup keroncong untuk dapat kembali aktif sehingga juga mampu menggerakkan masyarakat untuk membuat grup keroncong baru. Penelitian tersebut dilakukan melalui analisis deskriptif kualitatif dengan tujuan agar mampu menggambarkan, memaparkan dan juga menganalisa data secara lebih dalam. Teknik pengambilan data yang dilakukan adalah dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian tersebut melakukan penarikan sampel dengan cara *purposive sampling* dan menganalisa data dengan analisis data kualitatif, kemudian menggunakan triangulasi sumber data untuk menguji validitas data.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Dyah Pratita Anindita Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia (Skripsi, 2012) "Strategi Kreatif Program *Feature* Pada Televisi Lokal" (Studi Deskriptif Strategi Kreatif Program "Nruthus" di Madiun TV dan Program "Sehari Di" di Arek TV Surabaya). Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan dan membandingkan strategi kreatif program yang digunakan oleh televisi lokal. Objek dari penelitian ini adalah Madiun TV dan Arek TV Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan paradigma konstruktivisme. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan bagi akademis maupun masyarakat dalam hal kajian Strategi Kreatif Program Siaran pada Televisi Lokal. Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan, antara lain: a) Konsep *programming* kedua stasiun televisi lokal tersebut menggunakan format dominan. Yaitu ide cerita atau

konsep dari sebuah pertunjukan merupakan kunci utama keberhasilan program, sedangkan pemain dipilih untuk memenuhi persyaratan ide cerita. b) Penerapan tahapan produksi kedua stasiun televisi lokal ini sudah sesuai dengan tahapan proses produksi, dimulai dari merencanakan ide kreatif, proses pengambilan gambar atau *shooting,* kemudian proses pasca produksi yaitu *editing*. c) Pembiayaan kedua stasiun televisi lokal ini berbeda, "Nruthus" di Madiun TV dibiayai oleh perusahaan sepenuhnya sedangkan "Sehari Di" di Arek TV berasal dari iklan yang masuk pada program tersebut. d) Strategi kreatif programming kedua stasiun televisi lokal ini juga berbeda, "Nruthus" selalu melibatkan penonton dalam penentuan ide cerita serta mempromosikan tayangan yang akan datang lewat akun Facebook "Nruthus", sedangkan "Sehari Di" selalu mengajak masyarakat sekitar ketika produksi berlangsung, mengemas tayangan menjadi menarik dengan melakukan pengadeganan ringan dan diselingi humor.

Penelitian selanjutnya dari Muhammad Rizki Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia (Skripsi, 2019) "Analisis Komunikasi Partisipatif Pada Pembentukan Wisata Desa Kampoeng Mataraman Desa Panggungharjo", Pemerintah Desa Panggungharjo membuat sebuah Konsep wisata desa bersama BUMDes Panggung Lestari menjadi konsep wisata edukasi budaya agraris yang diberi nama Kampoeng Mataraman. Berbeda dengan desa wisata, Wisata desa lebih menonjolkan potensi unik desa baik dari SDM hingga lingkungan desa. Sehingga bertujuan dalam memberdayakan desa dengan melibatkan masyarakat desa Panggungharjo dalam pembentukannya.

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana komunikasi partisipatif dalam kelompok masyarakat wisata desa Kampoeng Mataraman desa Panggungharjo, dan sejauh mana tingkat komunikasi partisipatif dalam pembentukan wisata desa Kampoeng Mataraman. Manfaat penelitian ini menginformasikan manfaat dari komunikasi partisipatif yang tepat pada masyarakat desa sebagai objek dalam pemberdayaan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Peneliti memakai paradigma fenomenologi dimana metode ini dipilih karena peneliti ingin mengetahui bagaimana cara pandang, perilaku dan tindakan dari masyarakat wisata desa Kampoeng Mataraman, dalam upaya pembentukan wisata desa Kampoeng Mataraman.

Penelitian-penelitian di atas memiliki kesamaan dan perbedaan, hal yang menjadi kesamaan dari setiap penelitian adalah mencoba mengkaji beberapa proses kreatif dalam mengemas produk budaya dan budaya yang telah akrab pada setiap orang yang disibukkan dengan aktivitas dari produk budaya tersebut. Penelitian ini juga memiliki kesamaan yaitu dalam penentuan objek penelitian yang berkonsentrasi pada upacara tradisional yang bisa dibilang tidak semua orang bisa mengerti dan melakukan bentuk dari kesenian tradisional itu sendiri.

Dari beberapa penelitian terdahulu yang terdapat pada tinjauan pustaka, penelitian ini lebih berkonsentrasi pada kajian tentang kesenian dan kebudayaan lokal. Pada beberapa contoh penelitian pada tinjauan pustaka memang terdapat penelitian yang berkonsentrasi pada kebudayaan dan kesenian namun cakupan pembahasan dalam penelitian tersebut lebih pada kebudayaan populer. Kajian pada penelitian ini lebih mengerucut pada bentuk kebudayaan tradisional daerah khususnya yang ada di Kalurahan Sendangsari.

F. Kerangka Teori

1. Proses Produksi Kreatif

Tahapan yang selalu dilakukan dalam produksi kreatif mulai dari ide awal hingga transmisi akhir program yang telah disiarkan, pasti melibatkan pembuatan, interpretasi, fleksibilitas, hingga negosiasi yang dilakukan terus menerus. Setiap program kreatif diawali dengan pembentukan ide. Ide dapat muncul dari mana saja, baik dari luar maupun dalam organisasi (Sardar, 2008).

Menurut Liliweri (2010), tujuan dari dilaksanakannya strategi komunikasi yaitu untuk mengumumkan (*announcing*), memotivasi (*motivating*), mendidik (*educating*), menyebarkan informasi (*informing*), mendukung pengambilan keputusan (*supporting decision making*).

Setelah merumuskan strategi kreatif, suatu program harus menindaklanjuti strategi yang telah dirumuskan melalui proses produksi. Wibowo (2007), membagi proses produksi menjadi tiga tahapan utama :

a. Pra Produksi (sebelum proses produksi)

Tahap merancang persiapan sebelum proses produksi dilakukan, merinci setiap ide dan gagasan dengan baik, dalam proses pra produksi ini juga terbagi menjadi beberapa bagian:

1.) Merumuskan Ide

Tahap ini merupakan proses penggalian ide atau *brainstorming,* serta menentukan alur jalannya produksi.

2.) Perencanaan

Tahap ini meliputi penentuan Tim yang bertugas, lokasi produksi, narasumber, hingga penyediaan biaya jika dibutuhkan dan rencana alokasi yang diperlukan.

3.) Persiapan

Pada tahapan ini merupakan proses perizinan, kontrak, surat-menyurat lainnya yang harus dikirimkan, selain itu juga perlu mempersiapkan hal-hal teknis seperti *setting* alat yang akan digunakan, serta alat penunjang dalam proses produksi.

b. Proses Produksi (proses liputan)

Pada proses produksi ini dilakukan seluruh rangkaian liputan (shooting), dari liputan yang dilakukan di dalam studio, maupun dilapangan, pada tahapan ini akan mewujudkan setiap strategi alur yang telah dirancang, dari tulisan menjadi rangkaian gambar yang bercerita.

c. Pasca Produksi (proses setelah liputan)

Tahapan pasca produksi menjadi proses akhir pada proses produksi, setelah seluruh tahapan produksi selesai proses ini biasanya keseluruhan dilakukan oleh editor, yaitu proses menyatukan alur gambar yang sudah diambil dari berbagai kamera dan berbagai arah pengambilan gambar, setelah menjadi satu bagian kemudian dipilah sesuai dengan konsep yang telah

disusun. Setelah semua tersusun sesuai alur kemudian mulai diberi effect dan transisi di setiap potongan hal ini dibebaskan editor untuk berfikir kreatif

2. Pemanfaatan Media Sosial YouTube

Van Dijk dalam (Nasrullah, 2016) menyatakan, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) secara online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.

YouTube adalah video online berbagi situs web yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah publikasi dan melihat video tanpa kebutuhan akan pengetahuan teknis tingkat lanjut dan menghilangkan hambatan teknis oleh menyediakan antarmuka yang sederhana untuk memudahkan akses situs sejak berkembang dari jaringan komunitas.

YouTube memiliki karakteristik yang disukai penggunanya yaitu tidak adanya batasan waktu dalam mengunggah video, adanya layanan pemblokiran konten yang mengandung SARA, adanya YouTube *adsense* pada konten atau video yang telah ditonton dengan minimal seribu kali pemutaran, adanya layanan *offline* yang digunakan untuk mengunduh video, dan fitur editing video. YouTube dapat dikatakan sebagai pengganti platform media massa hal ini dapat dikatakan demikian karena terdapat penurunan penonton pada media massa televisi (Indhi, 2017).

Pesan kampanye ini dapat dilihat dan didengarkan berulang-ulang. Selain itu, penonton YouTube juga dapat memberikan pendapat serta menilai video yang mereka tonton. Sedangkan dari pihak pemilik kanal YouTube, mereka dapat melakukan evaluasi serta memantau jumlah penonton yang memberi pendapat dan melihat reaksi yang terjadi di masyarakat (Wirga, 2016) Interaksi yang terjadi di YouTube, dan adanya analisis terhadap konten YouTube, harapannya pemilik kanal YouTube dapat mengetahui seberapa besar pengaruh video, dan penilaian baik maupun buruk dari video yang mereka unggah di masyarakat.

Selain itu, dari kanal media sosial YouTube, khalayak juga bisa mengetahui tingkat kepopuleran video (Wirga, 2016). Adanya youtube memiliki dampak yang besar kepada creator yang berfokus pada karya video, hal ini dikarenakan YouTube menjadi *platform* untuk mempublikasikan karya-karya video. YouTube juga mudah digunakan dengan biaya minim, bisa di akses secara mudah dengan menggunakan gawai yang memadai.

3. Kesenian Tradisional

Seni tradisional adalah unsur kesenian yang menjadi bagian hidup masyarakat dalam suatu kaum/puak/suku/bangsa tertentu. Tradisional adalah aksi dan tingkah laku yang keluar alamiah karena kebutuhan dari nenek moyang yang terdahulu. Tradisi adalah bagian dari tradisional namun bisa musnah karena masyarakat tidak minat untuk mengikuti tradisi tersebut. Seni tradisional sudah banyak dimodifikasi para seniman modern, hal tersebut dikarenakan kurang ikut campur tangannya para seniman tradisional dalam pelestarian kesenian tradisional. Studi komunikasi dan budaya telah menjadi bagian yang penting dari teori masyarakat kontemporer, dimana budaya dan komunikasi tengah memainkanperan yang lebih penting.

Dengan demikian diharapkan seni tradisi dapat kembali pada perannya semula, yakni sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat yang tidak terpisahkan (Marianto, 2006). Revitalisasi itu sendiri sepertinya sulit dilaksanakan karena masyarakat sudah memiliki pemikiran pribadi atas makna dari kesenian tradisional itu masing-masing.

G. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan serangkaian keyakinan dasar dalam proses pembimbingan tindakan, paradigma terdiri dari prinsip-prinsip pertama atau prinsip dasar, Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk melakukan pengukuran secara cermat terhadap fenomena-fenomena yang berkembang di dalam lingkungan masyarakat desa, dengan terdiri dari beberapa tahapan dalam

pendekatan ini, peneliti hanya mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tidak melakukan pengujian hipotesis (Hasan, 2002: 12).

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi, Taylor dan Bogdan menjelaskan bahwa penelitian tentang kata-kata lisan dan tertulis menghasilkan data deskriptif dari tingkah laku yang diamati dari orang yang diteliti. Penelitian kualitatif objek yang diteliti berada dalam keadaan yang sewajarnya (Indranata, 2008: 3).

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Proses pengambilan data penelitian ini dilakukan di Kalurahan Sendangsari, Kapanewon Pengasih, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta, penelitian ini dilakukan selama 14 bulan dari bulan April tahun 2023 hingga Mei dengan melewati beberapa proses mulai dari pembuatan proposal, penelitian kegiatan, menganalisis hingga penulisan laporan dari penelitian ini nantinya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini dilakukan beberapa teknik pengumpulan data oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang didapatkan, berikut merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan:

a. Observasi

Metode ini merupakan data primer yang dilakukan sesuai dengan waktu yang direncanakan oleh peneliti untuk mengamati situasi lingkungan objek penelitian, baik lingkungan kerja maupun kegiatannya dilakukan sehari-hari oleh narasumber yang menjadi sasaran penelitian.

b. Wawancara

Metode ini dilakukan kepada narasumber yang terkait dengan penelitian yang sesuai dengan waktu yang direncanakan oleh peneliti dan melihat kondisinya

narasumber yang siap untuk diwawancarai guna memperoleh informasi yang berfokus pada masalah yang dimaksud dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan secara langsung kepada Staf Kalurahan Sendangsari dan Tim PPID Kalurahan Sendangsari Kabupaten Kulon Progo berikut ini:

No.	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Suhardi	Lurah Kalurahan Sendangsari	Pendukung
2.	Sigit Rahmanto, S. Pd	Carik Kalurahan Sendangsari	Informan
3.	Partinem	Pranata Laksana sarta Pangripta	Informan
4.	Wahyu Budiyana	Staf Carik Kalurahan Sendangsari	Informan
5.	Yoke Aiveldo Utus Candara Anggara	Editor Kalurahan Sendangsari	Informan

(Tabel 1.1 Identitas Narasumber Kalurahan Sendangsari)

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik dalam pengumpulan data secara tidak langsung ditunjukkan kepada subjek penelitian. Metode ini untuk mendapatkan data-data yang bersifat tertulis contohnya seperti struktur komunitas, tugas kepengurusan, sejarah terbentuknya, jalinan mitra kerja, dasar hukum dibentuk, serta visi dan misi di Kalurahan Sendangsari.

d. Analisis Data Penelitian

Setelah pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung melalui observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen yang berhubungan dengan penelitian. Kemudian masuk pada tahapan teknik analisis data, dalam penelitian ini menggunakan metode analisis interaktif. Adapun kegiatan yang dilakukan dalam metode ini adalah reduksi data-data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1) Reduksi Data

Hal inti dalam pikiran yang merupakan hasilnya wawancara dan observasi. Reduksi data mengurangi atau membuang hasil wawancara yang tidak diperlukan, dengan menyortir dan mengkodekan data yang relevan. Adapun reduksi data pada penelitian ini adalah memilahbagian yang menjadi pusat perhatian dalam topik pembahasan, yakni proses kreatif dan strategi apa saja yang digunakan PPID Kalurahan Sendangsari.

2) Penyajian data

Tahapan ini adalah sekumpulan informasi terstruktur yang memberikan kemungkinan menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Dalam penelitian ini data disusun sedemikian rupa sehingga mudah untuk dianalisis, data disajikan menggunakan deskripsi, gambar, dan tabel, sehingga dapat mendapatkan informasi yang detail terkait program tayangan yang ada disajikan kanal YouTube Sendangsari Channel.

3) Penarikan kesimpulan

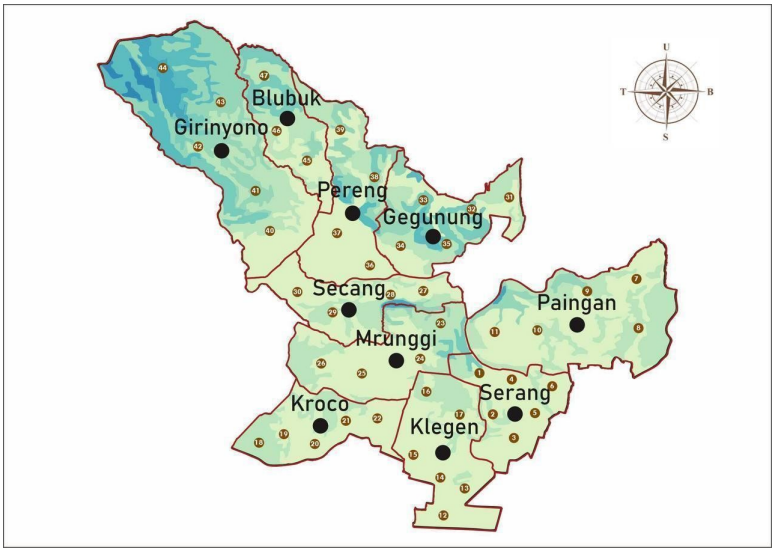
Setelah data didapatkan tahapan selanjutnya yaitu menarik kesimpulan dari reduksi dan penyajian data, melalui tahapan ini peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian, sehingga diketahui bagaimana pemanfaatan media sosial YouTube dalam aktivitas edukasi budaya yang dimiliki Kalurahan Sendangsari, serta mengetahui isi dari informasi, cara pengelolaan, dan aktivitas media sosial Kalurahan Sendangsari sebagai upaya mewujudkan Sendangsari Kulon Progo sebagai Desa Budaya.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bagian ini akan memaparkan beberapa hal yang berkaitan dengan objek yang diteliti yaitu Kalurahan Sendangsari. Penelitian dengan judul "Proses Produksi Kreatif Sendangsari Channel Mewujudkan Sendangsari Kulon Progo Sebagai Desa Mandiri Budaya" ini akan fokus untuk memaparkan secara detail segala informasi yang berkaitan dengan proses produksi kreatif yang dilakukan oleh Tim PPID Kalurahan Sendangsari, segala bentuk informasi dapat diperoleh saat melakukan penelitian melalui wawancara secara langsung kepada Staf Pemerintah Kalurahan Sendangsari, *website* resmi Kalurahan Sendangsari, media sosial resmi Kalurahan Sendangsari, observasi secara langsung dilapangan, dan dokumen resmi Kelurahan Sendangsari.

A. Sejarah dan perkembangan Sendangsari channel



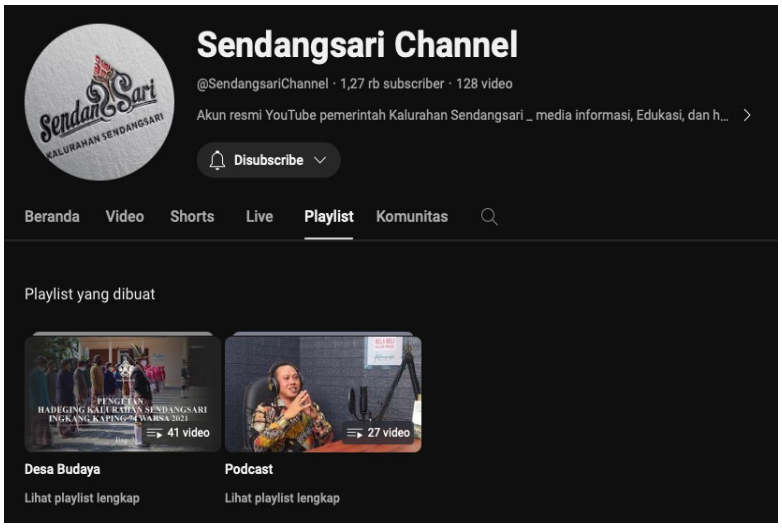
(Gambar 2.1 : Peta Wilayah Sendangsari)

Kalurahan Sendangsari merupakan salah satu Kalurahan di wilayah Kapanewon Pengasih Kabupaten Kulon Progo dengan luas wilayah 1.080,2550 Ha. Kalurahan Sendangsari memiliki topografi yang berbukit-bukit dengan ketinggian rata-rata 25 m di atas permukaan laut dengan suhu udara berkisar 27–32°C serta kontur tanah berupa dataran dan pegunungan.

Sendangsari merupakan kalurahan yang terbentuk melalui proses penggabungan atau dikenal dengan istilah *blengketan* yaitu penggabungan kalurahan-kalurahan di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta sesuai hadirnya Maklumat No.18 Tahun 1946. Proses penggabungan tersebut kemudian dikukuhkan oleh Sultan Hamengkubuwono IX melalui Maklumat No. 5/1948 pada tanggal 19 April 1948. Dalam proses sejarahnya, Kalurahan Sendangsari yang baru sebelum tahun 1947 merupakan gabungan (*blèngkétan*) dari Kalurahan Pereng dan Serang. Pembentukan awal pemerintahan baru di Kalurahan Sendangsari dan penggabungan wilayah pedukuhan pedukuhan tersebut kemudian oleh pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta diakui dalam Maklumat No. 5/1948 pada tanggal 19 April 1948. Dalam maklumat tersebut di atas dicantumkan nama kalurahan baru gabungan yaitu Kalurahan Sendangsari dengan nomor urut baru kalurahan di Kabupaten Kulon Progo yaitu No. 17.

Selain Kalurahan Sendangsari terdapat dua belas Kalurahan lain yang turut andil melestarikan kebudayaan tradisional yang dimiliki daerah tersebut melalui media sosial YouTube, melalui laman berita detik menyampaikan terdapat lima belas desa budaya yang mendapatkan pendampingan oleh Dinas Kebudayaan antara lain, Kalurahan Brosot, Kalurahan Tuksono, Kalurahan Glagah, Kalurahan Tayuban, Kalurahan Sidorejo, Kalurahan Bugel, Kalurahan Sendangsari, Kalurahana Jatimulyo, Kalurahan Sukoreno, Kalurahan Banjarharjo, Kalurahan Sogan, Kalurahan Hargomulyo, Kalurahan Kalirejo, Kalurahan Tanjungharjo, dan Kalurahan Pagerharjo, Kulon Progo memiliki potensi seni dan budaya yang cukup beragam, budaya beberapa Kalurahan yang telah disebutkan di atas dipilih menjadi desa budaya karena memang sudah terverifikasi dan layak menyandang desa budaya dari Dinas Kebudayaan Daerah Istimewa Yogyakarta. Potensi tidak hanya di bidang kesenian tapi potensi budaya seperti upacara adat, kuliner, kerajinan, sastra, dan bangunan cagar budaya (diakses pada 02 Nov 2020 https://travel.detik.com).

Dari sekian banyak Kalurahan tersebut Kalurahan Sendangsari terlihat konsisten dalam meneruskan program pendampingan desa budaya ini dapat dilihat dari tayangan yang telah diunggah melalui kanal YouTube Sendangsari Channel berikut ini:



(Gambar 2.2 : Jumlah tayangan program YouTube Sendangsari Channel)

Dalam gambar di atas terdapat keterangan bahwa ada 128 video yang telah diunggah oleh Tim SID Kalurahan Sendangsari melalui YouTube Sendangsari Channel, dari 128 vidio tersebut diantaranya terdiri dari 41 video rangkaian budaya mulai dari profil desa, program-program desa, dan rangkaian tradisi adat yang dimiliki oleh Kalurahan Sendangsari, rangkaian vidio tersebut diberi tajuk "Desa Budaya", selain itu juga terdapat 27 video *podcast* bincang desa yang dilakukan oleh Staf Pemerintahan Kalurahan Sendangsari, narasumber yang kompeten dalam topik bicara desa, hingga kolaborasi dengan dinas-dinas terkait yang menjalin kerjasama dengan Kalurahan Sendangsari video bincang desa ini diberi tajuk "Podcast".

Proses penyaluran informasi ini dapat melalui berbagai hal, banyak cara dan banyak media. Awal pembentukan YouTube Sendangsari pada 16 April 2018 Sendangsari Chanel dimulai dengan mengunggah video profil Desa dan kegiatan merti dusun, namun setelah pembentukan *channel* tersebut kemudian vakum beberapa saat karena ada beberapa kesibukan dan adaptasi baru karena adanya pandemi. Kemudian Sendangsari *chanel* seperti lahir kembali dari kecintaan sekaligus keresahan yang dirasakan oleh Sigit Rahmanto selaku Sekretaris Sendangsari. Bangsa memang sudah seharusnya mengikuti *trend* dan *lifestyle,* namun sayangnya dampak dari kemajuan industri kreatif tersebut seakan meninggalkan budaya Indonesia, terutama oleh mayoritas dari masyarakat generasi muda.

Sendangsari Channel kemudian lahir kembali dari hobi serta kecintaannya terhadap seni budaya tradisional yang ada di Sendangsari. Dari unsur kecintaan ini membuat Sigit Rahmanto merasa resah karena memperhatikan keadaan budaya Indonesia semakin tergerus dengan munculnya budaya populer yang datang dari mancanegara. Channel YouTube Sendangsari menjadi media baru untuk menyampaikan terkait program-program yang ada di kalurahan kepada masyarakat, sehingga Sendangsari Channel mulai dioptimalkan kembali, Sigit Rahmanto mulai serius akan mengelola kembali Channel YouTube Sendangsari, Ia bersama teman-teman staf membuat sistem Informasi Desa itu salah satunya fokus untuk pengelolaan YouTube Sendangsari Channel.

Pada tahun 2019 mulai menyampaikan kepada masyarakat terkait program-program yang ada di kalurahan melalui media digital, sehingga mulai dioptimalkan kembali, Sigit Rahmanto serius akan mengelola kembali Channel YouTube Sendangsari, Bersama teman-teman staf dengan membuat konsep YouTube Sendangsari Channel, ini merupakan salah satu upaya untuk mengelola Sistem Informasi Desa (SID), karena awalnya di SID hanya fokus mengelola *website* yang menyajikan berita sama layanan administrasi surat menyurat saja, lalu untuk pemberdayaan tim SID, diawal pembuatan YouTube dahulu hanya menyajikan profil Desa Sendangsari dan kegiatan yang tetap berlangsung melalui daring saat Covid-19, ada beberapa lomba dan bukti penyaluran, dari situ mulai fokus mulai dirapatkan lagi, kemudian dibagi tim antara tim konten dan tim *podcast,* jadi sampai sekarang mulai berjalan dan ditargetkan tim *podcast* harus tayang sebulan dua kali, dan tim konten YouTube sebulan dua kali, setiap ada kegiatan di tingkat padukuhan maupun tingkat Kalurahan, setiap tim yang bertugas akan melakukan liputan, dimulai dengan konsep seperti itu, lalu mulai menampilkan potensi dari UMKM juga budaya, pada tayangan *podcast* akan dihadirkan perwakilan dari dinas-dinas atau instansi terkait yang sesuai dengan berita yang sedang *update* di desa, ketika akan diadakan pengisian pamong yang kita hadirkan ketua panitianya, jadi sementara tim SID selalu hadirkan narasumber yang berkaitan dengan acara tersebut, ataupun dari dinas-dinas yang ingin melakukan penyuluhan.

Kemudian Sendangsari Channel sebagai alat untuk mengevolusi dan revolusi seni budaya yang ada di Kalurahan Sendangsari agar dapat diterima dan

digemari oleh masyarakat khususnya muda-mudi yang berada di Kalurahan Sendangsari. Berbagai cara terus dikembangkan sehingga berada di level yang dapat berjalan beriringan dengan perkembangan zaman.

Sebagai sebuah Wilayah Kalurahan, Kalurahan Sendangsari memiliki Aparatur Kalurahan sebagaimana yang terlampir dalam tabel berikut:

B. Struktur Organisasi Dan Tata Kerja Aparatur Kalurahan Sendangsari

No.	Jabatan	Nama	Akhir Masa Jabatan	No Keputusan
1.	Lurah	Suhardi	2026	
2.	Carik	Sigit Rahmanto, S.Pd	2 Oktober 2043	28 Tahun 2019
3.	Jagabaya	Jumono	23 September 2039	44 Tahun 2007
4.	Ulu-ulu	Kuntoro Edi	29 Juni 2029	15/I/1991
5.	Kamituwo	Suwarna Utama, S.P.	29 April 2028	37 Tahun 2008
6.	Danarta	Sugiyanto, S.E	27 Maret 2039	6 Tahun 2003
7.	Pranata Laksana sarta Pangripta	Partinem	15 November 2044	39 Tahun 2010
8.	Dukuh Serang	Surono	25 Desember 2038	29 Tahun 2019
9.	Dukuh Paingan	Maryadi	3 Maret 2037	18 Tahun 2009
10.	Dukuh Klegen	Sumardi	13 Desember 2030	2 Tahun 2006
11.	Dukuh Kroco	Slamet Supriyono, S.Si	19 April 2042	29 Tahun 2015
12.	Dukuh Mrunggi	R. Sugiyono	19 Agustus 2026	23 Tahun 2008
13.	Dukuh Secang	Marsono	25 November 2026	18/I/1990
14.	Dukuh Pereng	Wahyudi	14 Juni 2040	13 Tahun 2012
15.	Dukuh Gegunung	-	-	-
16.	Dukuh Blubuk	Agus Sulistyono	4 Agustus 2044	44 Tahun 2018
17.	Dukuh Girinyono	Heru Prasetyo, AMd	12 Oktober 2049	30 Tahun 2019
18.	Staf Danarta	Arif Heryantanto, A.Md	9 Oktober 2044	27 Tahun 2010
19.	Staf Kamituwo	Sutanto, S.Pd.I		
20.	Staf Ulu Ulu	Pudji Lestari		
21.	Staf Carik	Wahyu Budiyana		
22.	Staf Palapa	Erna Puji Astuti		
23.	Staf Jagabaya	Wahyu Ambarwati, S.Pd		

(Tabel 2.1 Struktur Organisasi dan Tata Kerja Aparatur Kalurahan Sendangsari)

Jika digambarkan dalam susunan organisasi susunan aparatur Kalurahan Sendangsari dapat digambarkan sebagai berikut:



(Gambar 2.3 : Struktur Organisasi Dan Tata Kerja Aparatur Kalurahan Sendangsari)

C. Visi dan Misi

Adapun visi dari Kalurahan Sendangsari adalah terwujudnya pelayanan yang baik bagi masyarakat dan Pemerintah untuk Bersama Membangun agar Maju, Mandiri Menuju Masyarakat Adil Makmur dan Sejahtera Lahir dan Batin.

Dalam rangka mewujudkan visi tersebut, Kalurahan Sendangsari menetapkan misi, yaitu:

a. Merubah *mindset* atau pola sikap aparatur pemerintah kalurahan yang berorientasi pada pelayanan masyarakat berdasarkan SOP tanpa membeda-bedakan atau diskriminasi.
b. Meningkatkan kapasitas aparatur kalurahan dalam penyelenggaraan pemerintah kalurahan.
c. Meningkatkan perekonomian masyarakat dengan memanfaatkan semaksimal mungkin potensi kalurahan yang ada.
d. Meningkatkan ketaqwaan dan kerukunan antar umat beragama.

E. Daftar Prestasi yang diraih oleh Kalurahan Sendangsari

Pemerintah Kalurahan Sendangsari memperoleh berbagai prestasi sebagai berikut:

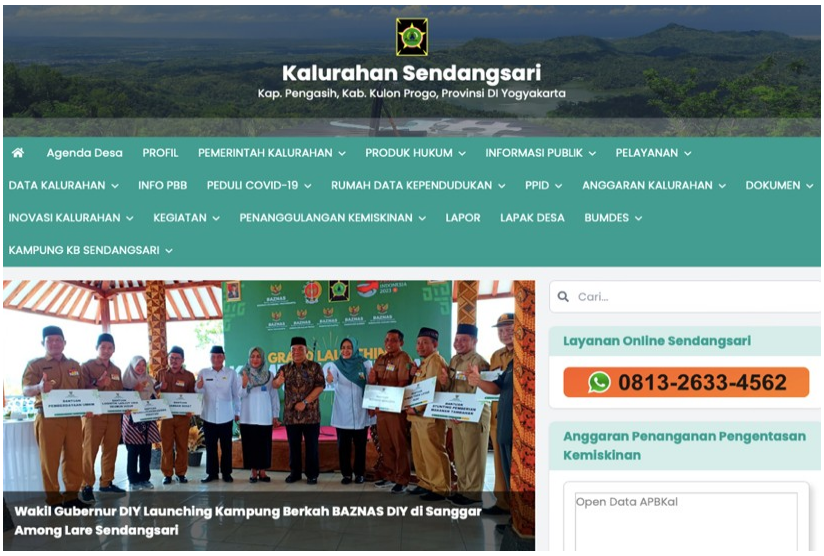
1. Prestasi yang diraih tahun 2014
    a. Penghargaan Pembayaran pajak PBB tahun 2014
    b. Penghargaan peringkat 2 pembayaran pajak tahun 2014 untuk kelompok ketetapan sama dengan atau lebih dari 150 juta
2. Prestasi yang diraih tahun 2015
    a. Penghargaan Pembayaran pajak PBB tahun 2014
    b. Penghargaan peringkat 1 pembayaran pajak tahun 2015 untuk kelompok ketetapan sama dengan atau lebih dari 150 juta
3. Prestasi yang diraih tahun 2017
    a. Juara 1 Lomba Tertib Pertanahan Tingkat Provinsi DIY
    b. Juara 1 Lomba PPID Tingkat Kabupaten Kulon Progo
    c. Juara 1 Lomba Keterbukaan Informasi Publik Tingkat Nasional
4. Prestasi yang diraih tahun 2021
    a. Juara 1 Lomba Desa Tingkat Provinsi DIY
    b. Juara 2 Lomba Desa Tingkat Nasional

c. Juara 3 Lomba LPMD Tingkat Kabupaten
d. Juara 1 Lomba HKG KKBPK Kesehatan

F. Media Internet

1. *Website* Resmi Kalurahan Sendangsari

Website merupakan kumpulan halaman web yang saling berkaitan serta hanya dapat diakses melalui internet. Halaman web tersebut berisi beragam informasi, mulai dari: teks, gambar, video, atau animasi. *Website* dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti bisnis, pendidikan, hiburan, dan lain sebagainya (Bakri, 2023).

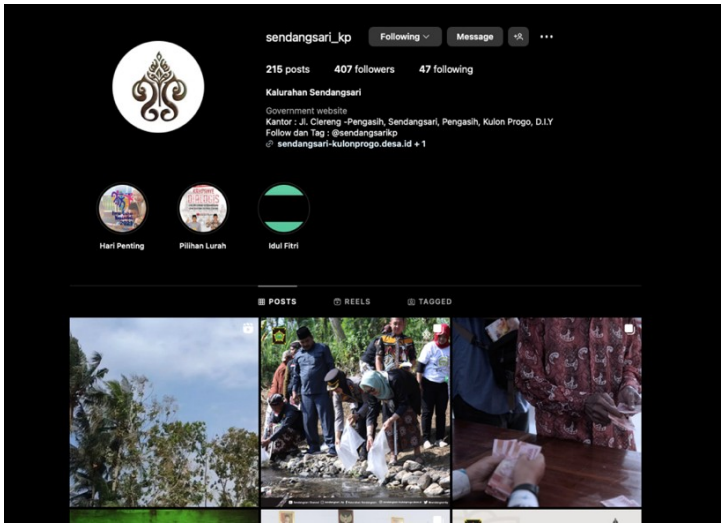


(Gambar 2.4 : Media internet website Kalurahan Sendangsari)

Website ini dimanfaatkan oleh Kalurahan Sendangsari sebagai pemenuhan informasi terkait program yang diselenggarakan oleh Kalurahan Sendangsari, dalam *website* tersebut diantaranya adalah informasi terkait agenda desa, profil, pemerintah kalurahan, produk hukum, informasi publik pelayanan, data kalurahan, info PBB, peduli covid-19, rumah data kependudukan, PPID, anggaran kalurahan, dokumen, inovasi kalurahan, dokumen, inovasi kalurahan, kegiatan-kegiatan kalurahan, penanggulangan kemiskinan, lapor, lapak desa, bumdes, hingga kampung KB Sendangsari.

2. Instagram

Instagram dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, mengedit dan memposting foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi *follower* (Herleni, 2020)

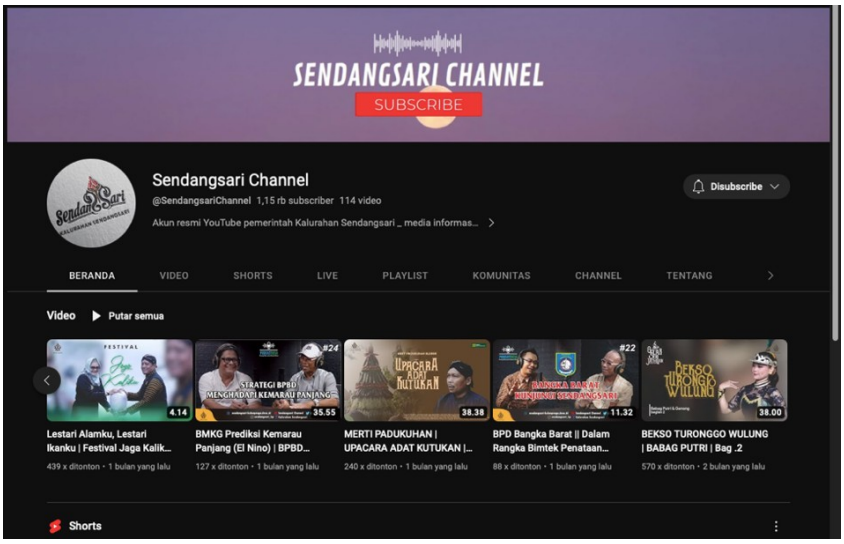


(Gambar 2.5 : Media internet instagram Sendangsari Kulon Progo)

Media internet instagram milik Sendangsari, beralamatkan di https://www.instagram.com/sendangsari_kp/ media ini berfungsi sebagai tempat menyebarkan informasi melalui foto dan video dengan menambahkan keterangan pada *thumbnail* dan *caption* pada bagian bawah foto maupun video yang diunggah. Informasi yang akan didapatkan dari instagram Sendangsari adalah: aktivitas paguyuban Sendangsari, *microblog* mengenai budaya yang ada di Sendangsari, keterangan singkat dari unggahan yang ada pada media lain yang dimiliki Sendangsari, hingga potongan video pendek dari tayangan yang di unggah di YouTube.

3. YouTube

YouTub*e* merupakan salah satu media *online* yang menyediakan informasi-informasi yang berupa video. (Miller, 2009).



(Gambar 2.6 : Media internet YouTube Sendangsari Kulon Progo)

Media internet YouTube milik Sendangsari beralamatkan di https://www.youtube.com/@SendangsariChannel/media ini berfungsi sebagai tempat menyebarkan informasi melalui video dengan menambahkan keterangan pada *thumbnail* dan *caption* pada bagian bawah video yang diunggah. Informasi yang akan didapatkan dari YouTube Sendangsari adalah: aktivitas dan kebudayaan yang ada di Sendangsari Kulon Progo, dalam kanal YouTube Sendangsari memiliki dua segmen yakni: *Podcast* dan Desa Budaya.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Positioning* Sendangsari Channel

Positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan di dalam pikirannya, atau di dalam alam bawah sadar, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu, menurut Morissan (2009), semakin beragam persaingan menjadikan *positioning* sangatlah penting dalam industri media penyiaran. Hal ini dikarenakan *positioning* dapat membantu membangun persepsi penonton. Pernyataan *positioning* dapat berupa konsep program tayangan, genre program tayangan, hingga kata-kata yang diolah dalam bentuk rangkaian kalimat yang menarik, sehingga dapat menarik minat penonton untuk setia menunggu program tersebut.

Dalam proses produksi ini, menggunakan strategi tayangan dokumenter atau minim rekayasa. Sehingga *positioning tayangan* Sendangsari Channel tidak hanya menjadi program hiburan untuk masyarakat, namun dengan adanya Sendangsari Channel ini juga sebagai arsip bukti berjalannya program yang ada di Kalurahan Sendangsari, sesuai dengan amanat Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, Wakil Ketua KID DIY Warsono mengatakan yang dimaksud dengan informasi Publik Desa adalah informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim dan diterima oleh Pemerintah Desa yang berkaitan dengan penyelenggaraan dan penyelenggaraan Negara atau Badan Publik Desa (https://ppid.bantulkab.go.id/, 2019). Transparansi publik tercipta dari manfaat keterbukaan informasi, dan dengan adanya PPID Desa dapat mewujudkan kepercayaan publik terhadap kinerja Pemerintah Desa. Rahmanto juga menanggapi hal tersebut, bahwa proses transparansi informasi desa dapat melalui berbagai hal, banyak cara dan media.

> Pada tahun dua ribu dua puluh ada covid itu mulai melakukan aksi bagaimana cara kita menyampaikan kepada masyarakat terkait program-program yang ada di Kalurahan, sehingga mulai dioptimalkan kembali karena sebelum Saya menjabat YouTube Sendangsari Channel ini sudah ada namun belum dikelola dengan optimal, kemudian Saya ngobrol-ngobrol dengan teman-teman staff bahwa ini penting untuk menyebarkan informasi publik salah satunya melalui media informasi YouTube. Makannya kita membuat sistem Informasi Desa itu salah satunya

> upaya pengelolaan YouTube Channelnya. Tujuan selama ini memang kita bentuk Sendangsari Channel untuk transparansi juga transaksi informasi, yaa intinya itu kita jadikan transparansi informasi dari dinas-dinas.
>
> (Rahmanto, Carik Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Selain bertujuan untuk transparansi informasi desa, dalam menunjang pariwisata juga sangat dibutuhkan pengelolaan strategi komunikasi, karena dengan hal tersebut akan menciptakan sajian informasi yang dapat mempengaruhi khalayak dalam menarik perhatian khalayak, sesuai dengan konsep dari *positioning,* strategi komunikasi yang dikelola dengan baik juga akan mendukung kegiatan dari komunikasi pemasaran yang sedang berlangsung.

> Kalau kemarin saya (Sigit Rahmanto) mengambil konsep Desa Wisata Mataraman karena berbagai komponen ini kan sudah ada, mulai dari Desa Prima, Desa Preneur, Desa Budaya, nanti Payung besarnya adalah wisata, yang menjadi lokomotif utamanya adalah wisata, karena ini akan menarik dari segi kebudayaan, misal dari ibu-ibu pkk mau membuat produk apa nanti kita bina dan kembangkan, jadi prima dan preneurnya juga masuk dalam pengembangan dari desa wisata tersebut. kondisi pertaniannya kita juga ada, ya itu jadi konsepnya menjadi desa wisata jadi tidak hanya menjual alam saja, untuk segi kebudayaan kita bisa bicara sanggar among lare, ini akan menjadi segmentasi khusus, untuk anak-anak yang mau mempelajari kebudayaan tradisional.
>
> (Rahmanto, Carik Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Strategi komunikasi harus dilakukan secara taktis dan dinamis, menurut (Effendy, 2003 dalam Tatang, 2016) dalam melakukan pendekatan (*approach*) dapat dilakukan perubahan sewaktu-waktu karena dalam membentuk strategi komunikasi harus bisa memadukan rencana komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*), agar mendapatkan hasil yang optimal. Strategi pengelolaan media di Kalurahan Sendangsari ini dibentuk dengan tujuan untuk memperkenalkan budaya dan potensi yang ada di Kalurahan Sendangsari, seperti yang dikatakan oleh Rahmanto,

> Dengan adanya Sendangsari Channel ini juga bisa memperkenalkan kepada masyarakat luas keberadaan Desa Sendangsari jadi kami mulai memperkenalkan potensi Desa kepada masyarakat luas, desa wisata harus ada komponen wisatanya, mulai menjual alam, objek-objek wisata, Desa Budaya

> kita sudah termasuk bagian dalam desa tersebut karena banyak kebudayaan yang kami kelola, Desa Prima itu ditentukan dari sisi pemberdayaan perempuan, perempuan" di wilayah ini bisa tidak untuk berdaya dan produktif, kemudian desa preneur itu ya desa UMKM istilahnya, yaitu kelompok-kelompok UMKM, mereka lebih berkembang ketika dijadikan satu, dalam payung desa budaya.
>
> (Rahmanto, Carik Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Memperhatikan tujuan komunikasi dari Kalurahan Sendangsari dalam menerapkan keterbukaan informasi publik adalah hal yang penting untuk diteliti lebih lanjut, untuk peneliti ketahui melihat pentingnya strategi komunikasi diterapkan dalam menunjang kebudayaan dan pariwisata Kalurahan Sendangsari. Strategi komunikasi adalah rancangan dan kombinasi dari beberapa elemen komunikasi, yang digunakan untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal (Middleton, 1978 dalam Cangara, 2013). Strategi komunikasi merupakan susunan rencana dalam menentukan Langkah untuk mencapai hasil yang maksimal.

Sendangsari Channel merupakan salah satu strategi melalui media informasi yang digunakan oleh Sistem Informasi Desa Kalurahan Sendangsari. Seperti yang diungkapkan Carik Kalurahan Sendangsari:

> Tujuan utamanya adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat, apa yang kita lakukan bisa kita sampaikan kepada masyarakat bentuk pertanggungjawaban pemerintah Kalurahan Sendangsari dalam melaksanakan program pemerintahan salah satunya itu, kemudian yang kedua kita ingin Sendangsari ini juga melek teknologi gitu lho mba, selain dari pemerintahan masyarakat juga ikut terlibat, dari sisi menjadi bagian dari pengembangan YouTube Channelnya itu.
>
> (Rahmanto, Carik Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Strategi komunikasi Kalurahan Sendangsari disusun untuk mencapai tujuan, yaitu melestarikan kebudayaan dan pariwisata yang dimiliki Kalurahan Sendangsari serta mempromosikannya kepada masyarakat, dengan melibatkan masyarakat dalam proses produksi Sendangsari Channel, salah satu tayangan yang diproduksi adalah podcast, podcast desa yang digunakan oleh Kalurahan Sendangsari ini memiliki *tagline* "Ruang Bersuara Bicara Desa", tagline tersebut yang menjadi batasan bahwa pada *podcast* ini yang menjadi topik besar adalah membicarakan atau memberikan informasi terkait Desa Sendangsari.

Tujuan dari dilaksanakannya strategi komunikasi yaitu untuk mengumumkan (*announcing*), memotivasi (*motivating*), mendidik (*educating*), menyebarkan informasi (*informing*), mendukung pengambilan keputusan (*supporting decision making*) (Liliweri, 2011).

a) Mengumumkan (*announcing*)

Tim Sistem Informasi Desa Kalurahan Sendangsari memberikan ragam informasi terkait kegiatan yang berlangsung di Kalurahan Sendangsari yang juga berkaitan dengan acara kebudayaan dan pariwisata.

b) Memotivasi (*motivating*)

Seluruh informasi Desa disuguhkan dengan menarik dan memiliki daya tarik yang dapat memotivasi masyarakat dalam mengapresiasi dengan meningkatkan serta melestarikan budaya Kalurahan Sendangsari, yang pada akhirnya dapat menjadi wisatawan tertarik untuk berkunjung ke Kalurahan Sendangsari. Dengan demikian apa yang telah dilakukan oleh masyarakat Kalurahan Sendangsari sesuai dengan tujuan komunikasi sebagaimana konsep menurut Liliweri (2010). Rahmanto menyampaikan *respon* dari masyarakat

> Tentu masyarakat mengapresiasi, karena memang dari beberapa desa itu yang baru intens itu salah satunya desa kami, kalau yang di Kulon Progo njih, melalui ada program-program wartadesa, kemudian ada *podcast*, itu memang masyarakat antusias dan mengapresiasi, karena memang sekarang ini arus informasi cukup pesat njih hampir semua orang konsumsi itu, kemudian hal ini bisa dilihat antusias mereka dalam kegiatan-kegiatan kemudian kita meliput, mereka memberikan ruang, memberikan keleluasaan kita untuk *mengeksplo*r itu salah satu bentuk apresiasi mereka dan mereka juga tidak berkeberatan, informasi apa yang mau kita dapatkan, informasi apa yang mau kita gali dari masyarakat
>
> (Rahmanto, Carik Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

c) Mendidik (*educating*)

Tayangan yang disuguhkan oleh Tim Sistem Informasi Desa mengandung unsur edukasi mengenai kebudayaan dan sejarah Kalurahan Sendangsari, yang dapat menambah wawasan serta pemahaman terhadap Kalurahan Sendangsari.

d) Menyebarkan informasi (*informing*)

Tim Sistem Informasi Desa menyebarkan informasi secara informatif melalui media yang mudah di akses sehingga mudah untuk mencapai target sasaran.

e) Mendukung pengambilan keputusan (*supporting decisionmaking*)
Informasi yang disatukan, diurai, dan dianalisis mendalam sehingga dapat memudahkan untuk mendapat informasi dalam pengambilan keputusan.

B. Program-Program PPID Kalurahan Sendangsari

Program kreatif yang diproduksi oleh Kalurahan Sendangsari terdiri dari dua macam, yaitu liputan warta desa yang akan diunggah melalui *website* resmi Kalurahan Sendangsari, dan program tayangan video yang diunggah melalui YouTube Sendangsari, dalam memproduksi konten video YouTubeSendangsari Channel terbagi menjadi dua kategori, yakni :

1. Podcast

Podcast merupakan sarana informasi yang menjadi inovasi baru dalam penyampaian informasi melalui suara, terutama dalam penyampaian informasi Desa, ini adalah salah satu inovasi yang dilakukan oleh Tim Sistem Informasi Desa (SID) Sendangsari, Tim SID yang bertugas menayangkan *podcast* harus mencapai target dua kali dalam satu bulannya, diluar target tersebut ada juga *project* diluar dari rencana, seperti ketika harus berkolaborasi dengan Kapolsek atau Kedinasan lainnya. Dalam mengambil tema *podcast* juga disesuaikan dengan acara apa yang akan berlangsung, seperti akan datangnya bulan suci ramadhan maka didatangkan narasumber yang relevan dengan topik tersebut, seperti Bapak kapolsek kapanewon Pengasih untuk memberikan himbauan kamtibmas Ramadhan.

2. Desa Budaya

Pengemasan konten dalam “Desa Budaya” adalah vidio dokumenter dari seluruh bagian dari acara kebudayaan, yang kemudian

diberi efek sinematografi sehingga masyarakat tidak jenuh ketika menonton, kemudian juga segera di unggah tidak jauh dari waktu tersebut sehingga masyarakat masih bisa merasakan acara yang baru saja berlangsung.

Dengan tajuk Desa Budaya masyarakat disuguhkan video kebudayaan yang ada di Kalurahan Sendangsari, masyarakat diajak untuk lebih mengenal dan memahami kebudayaan, dalam video juga diberi keterangan dialog yang disampaikan oleh narasumber yang kompeten dalam kebudayaan yang sedang ditayangkan, sehingga harapannya masyarakat dapat memahami permasalahan hingga potensi yang ada di sekitar mereka. Seperti ketika liputan upacara adat wiwitan dalam rangka merti Padukuhan Pereng keseluruhan rangkaian upacara di tampilan, kemudian diselipkan juga wawancara yang dilakukan dengan Wahyudi selaku Dukuh Pereng, Wahyudi menjelaskan isi dalam upacara wiwitan yang diberi tema *"Nyawiji Dadi Siji Gemah Limpah Loh Jinawi"* seluruh rangkaian mulai dari mengambil rumbaian padi sejumlah empat belas, penampilan sendratari dari ibu-ibu petani, kemudian rencana hasil bumi, dan proses lainnya beserta filosofi dari setiap prosesnya.

Dalam setiap penayangan program konten yang dihasilkan dituntut untuk kreatif, harus bisa mengambil poin-poin penting dari rangkaian kebudayaan tersebut, tim SID harus bisa merubah menjadi hal yang menarik serta informatif untuk dikonsumsi masyarakat. Selain sebagai program hiburan video tersebut harus mendetail dalam menyampaikan informasi dari setiap prosesnya, hal tersebut lumrah dilakukan karena tujuan utama Sistem Informasi Desa adalah transparansi informasi terkait program-program yang ada di Pemerintahan, sehingga seluruh masyarakat dapat memahami apa saja program-program pemerintahan dan potensi budaya yang ada di Kalurahan Sendangsari.

.

C. Program "Podcast Desa" di Sendangsari Channel

Tim SID Kalurahan Sendangsari memberikan berbagai informasi terkait kegiatan yang berlangsung di Kalurahan Sendangsari yang juga berkaitan dengan acara kebudayaan dan pariwisata.

Sama seperti radio *podcast* merupakan konten yang disalurkan melalui siaran suara, hanya saja masih banyak inovasi dari *podcast, podcast* merupakan radio yang diubah orientasinya kearah audio beberapa juga memiliki tayangan video yang dapat dikonsumsi oleh khalayak luas, karena *podcast* biasanya didistribusikan melalui internet sehingga tidak memiliki batasan frekuensi (Marcu, 2019). *Podcast* merupakan sarana informasi yang menjadi inovasi baru dalam penyampaian informasi melalui suara, terutama dalam penyampaian informasi Desa, ini adalah salah satu inovasi yang dilakukan oleh Tim Sistem Informasi Desa (SID) Sendangsari, dalam mengambil tema *podcast* juga disesuaikan dengan acara apa yang akan berlangsung, *podcast* terbentuk setelah melalui survei untuk mengoptimalkan dalam penyampaian informasi tanpa bantuan visual kegiatan, biasanya dibantu oleh narasumber yang relevan dengan topik yang dibahas. Seperti yang diungkapkan Rahmanto,

> Kalau Channel YouTube kan ada beberapa konten ya, ada kebudayaan, kemudian ada pemerintahan, kemudian ada *podcast* sendiri, jadi kalau di sistem informasi desa itu kami sudah membagi tim, jadi ini ada tim yang khusus menangani *podcastnya,* kemudian ini ada tim khusus warta desanya, kemudian ada yang liputan, semua itu kita target, jadi satu bulan kalau *podcast* harus dua kali, kemudian untuk warta desa setiap bulannya sebulan kali, kemudian untuk liputan desa itu minimal dua kali setiap bulannya, tapi kalau maksimal juga boleh seperti ada sifatnya insidental yang tidak terencana dari awal, yang masuk bagian dari itu, ada yang sifatnya momentum yang memang sudah ada tanggalnya, atau sudah direncanakan dari awal.
>
> (Rahmanto, Carik Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Untuk *podcast* yang sifatnya momentum yang memang sudah ada tanggalnya, atau sudah direncanakan dari awal. Seperti momen ketika akan berlangsungnya bulan suci Ramadhan, Kalurahan Sendangsari bekerjasama dengan narasumber yang relevan, pada segmen ini Kapolsek Kapanewon Pengasih yang menyampaikan pesan dan himbauan yang berkaitan dengan bulan Ramadhan.



(Gambar 3.1: Segmen Podcast Sendangsari Channel bersama Kapolsek Kapanewon Pengasih)

Untuk program tayangan *podcast* biasanya dilakukan sebelum acara berlangsung seperti yang disampaikan Budiana selaku staf Carik dan tim SID,

> Pengemasannya kita ambil *full* bagian dari kebudayaan kemudian kita beri efek sinematografi sehingga masyarakat tidak jenuh ketika menonton, kemudian biasanya kami juga *upload* pada *moment* tersebut sehingga masyarakat bisa merasakan *moment* yang sedang berlangsung atau akan berlangsung. Semisal ketika mengambil tema *podcast* juga disesuaikan dengan *moment* apa yang akan berlangsung, seperti akan datangnya bulan suci ramadhan maka kita datangkan narasumber bapak kapolsek kapanewon untuk menyampaikan pesan atau himbauan di bulan tersebut.
>
> (Wahyu Budiana, Tim SID *Wawancara* 20 Maret 2023)

Melalui program ini, Sendangsari *channel* ingin menyampaikan informasi dengan efisien dan valid karena langsung di hadirkan narasumber atau pelaku yang sesuai dengan kapasitasnya, harapannya dengan program ini masyarakat khususnya masyarakat Sendangsari mudah untuk menangkap informasi tersebut, terkait informasi Kedinasan atau Kalurahan, Budaya dan informasi terkait Pariwisata yang dekat dengan kehidupan Masyarakat Sendangsari dan sekitarnya.

D. Proses Produksi Kreatif Program

1. Proses Pra Produksi Program

Proses produksi *podcast* dalam kanal YouTube Sendangsari melalui beberapa tahapan sebelumnya, sebelum melakukan pengambilan konten Sigit Rahmanto selaku Carik dan Koordinator Tim Sistem Informasi Desa bersama Staf PPID melakukan *brainstorming* bersama-sama untuk merancang konsep yang akan menjadi topik pembahasan dalam *podcast* kemudian akan dibentuk menjadi sebuah *script* poin-poin apa saja yang akan dibahas, terutama *podcast* ini merupakan konten yang baru sehingga perlu persiapan yang lebih matang, seperti pernyataan Rahmanto,

> Inovasi pertama yang ada dalam YouTube Sendangsari itu *podcast,* karena memang satu perlu ada konsep, kemudian yang kedua juga harus persiapan peralatan penunjang karena ini kan bukan hal yang murah, kemudian juga dalam merumuskan konten kita juga perlu konsisten, perlu lebih dalam apa yang mau dibahas dan bagaimana caranya.
>
> (Rahmanto, Carik Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Untuk mendukung proses produksi *podcast* hal yang perlu disiapkan adalah tempat dan alat penunjang, jika alat dan tempat mewadahi maka akan berpengaruh dengan gambar yang dihasilkan, seluruh piranti yang dapat menunjang proses produksi *podcast* diupayakan tersedia, piranti yang dibutuhkan tersedia menggunakan anggaran Desa dari dana keistimewaan adalah sebagai berikut:

1. Daftar Alat yang dimiliki PPID Kalurahan Sendangsari

No	Jenis Alat	Jumlah
1	Komputer All in One	2
2	Acces Point WIFI	2
3	Speaker Wireless + Stand	1
4	Microphone Wireless Krezt Kru – 4804 Chanel WM	1
5	Stand Mic	4
6	Drone	1
7	Kamera DSLR	1
8	Stabilizer Kamera	1

9	Printer	1
10	Live Streaming L1 Multi Format Switcher 4	1
11	Meja Komputer SID	1
12	Meja Kursi SID	1
13	Kipas angin	1
14	Printer infus	1
15	Lensa Kamera	1
16	Rode videomic microphone	1
17	K29-AKG Close Back Headphone	2
18	Stand broadcaster NB 36 Pro NBIG Pro	2
19	Channels Amp	1
20	Tripod Beike	2
21	MIC External Camera	1
22	Behringer Xenyx mixer	1
23	Power mixer	1
24	Kamera DSLR	1
25	Kursi putar	1
26	Lampu lighting Godox SL 60	1
27	Lighting kamera	1
28	Battery	1
29	Lighting portable	2
30	Battery canon m50	1
31	Battery canon m6	1
32	Battery sony a6400	1
33	Stand light	3
34	Batteray dummy canon m50	1
35	Batteray dummy canon m6	1
36	Battery dummy sony a6400	1
37	Dry box cabinet	1
38	Charger battery sony a 6400	1
39	Battery lighting	1
40	Lensa sigma 30/1.4	1
41	Komputer	1

(Tabel 3.1 Daftar Alat yang dimiliki PPID Kalurahan Sendangsari)





(Gambar 3.2: Lokasi Proses Produksi Podcast Sendangsari Channel)

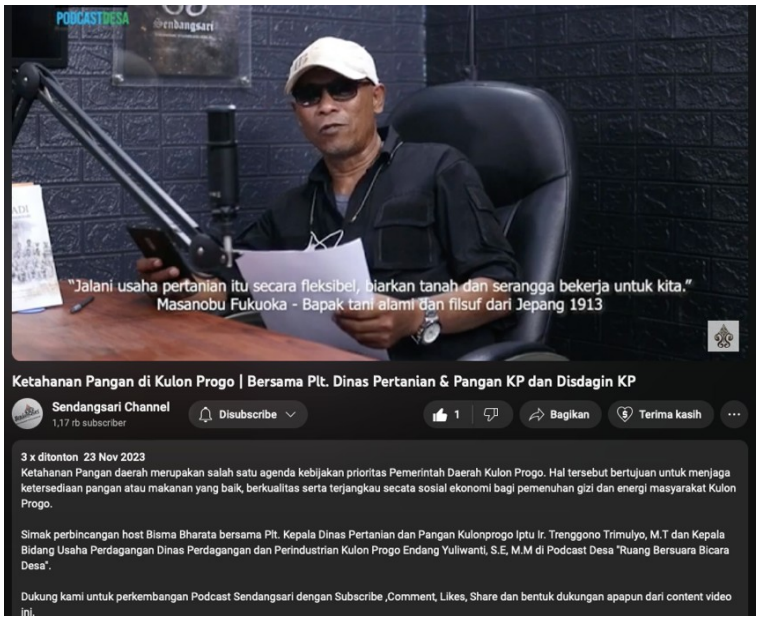
Selain persiapan teknis dan alur yang akan konten pembahasan, tim PPID juga menyiapkan perangkat apa saja yang dapat menunjang jalannya proses produksi tersebut, sehingga harapannya dapat mengurangi kendala-kendala dalam proses produksi. Selain hal-hal teknis dan nonteknis juga ada hal yang sifatnya administratif untuk melakukan perjanjian dengan Dinas-dinas terkait yang akan menjadi narasumber atau yang akan melakukan penyuluhan melalui *podcast* Sendangsari Channel, seperti pernyataan Partinem,

> ……di SID Saya juga ditugaskan menjadi warta desa sehingga saya juga harus meliput berita yang akan diunggah melalui web resmi Kalurahan Sendangsari, selain itu saya dibutuhkan untuk administrasi jika harus menggunakan surat menyurat atau administrasi lainnya.
>
> (Partinem, Pranata Laksana sarta Pangripta Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Podcast merupakan salah satu inovasi yang dilakukan oleh Tim Sistem Informasi Desa (SID) Sendangsari, Tim SID yang bertugas menayangkan *podcast* harus mencapai target dua kali dalam satu bulannya, diluar target tersebut ada juga *project* diluar dari rencana, tetapi hal tersebut bukan berarti setiap bulan diadakan produksi, terkadang Tim SID mengolah ide-ide cerita konten lain, segala literatur, dan prosedur perjanjian dengan pihak-pihak yang menjadi narasumber yang akan melakukan kerjasama.

Dalam strategi produksi Tim SID menggunakan gerak cepat dan lambat, dalam ritme kerja cepat biasanya memproses tayangan yang sifatnya momentum acara khusus untuk segera tayang, seperti hari jadi Desa, pemilihan Lurah, dan kegiatan lainnya yang ada di Desa, hal-hal tersebut harus segera di tayangkan agar masyarakat masih merasakan momentum tersebut. Untuk ritme tersebut tidak perlu banyak melakukan survei dan segala prosedur dan literatur. Hal ini untuk meringkas waktu karena data tersebut akan bisa diperoleh ketika proses produksi berlangsung. Seperti pernyataan Budiana,

> Strategi baru yang kami lakukan adalah menyiarkan *live streaming* ketika pemilihan lurah, kita lakukan live streaming saat visi misi calon lurah, dan lakukan *streaming* saat *quick qount, podcast* juga termasuk inovasi baru yang kami programkan. Selain melakukan siaran *live streaming* Tim SID juga menjadwalkan untuk melakukan *podcast* bersama Lurah terpilih, proses produksi dapat dilakukan setelah momentum penetapan Lurah baru, seluruh literatur dan hal-hal pribadi yang berkaitan dengan Lurah tersebut bisa disurvei terlebih dahulu namun tidak perlu mendetail karena jawaban dari pertanyaan umum dapat terjawab melalui *podcast*, yang perlu ditanyakan justru yang menjadi pertanyaan masyarakat umum, hal ini dilakukan untuk memperkenalkan lebih detail dan mendalam dengan Lurah atau yang akan menjadi pemimpin di Kalurahan Sendangsari.
>
> (Budiana, Tim SID, *Wawancara* 20 Maret 2023)



(Gambar 3.3: Opening Podcast dengan *Quotes Of The Day*)

Strategi unik yang dilakukan oleh *host* atau pembawa acara *podcast* adalah memberikan *quotes of the day* atau kata-kata yang berkaitan dengan topik yang dibicarakan pada episode tersebut. Informasi literasi seperti ini yang membuat suasana lebih hangat dan serat akan makna, karena setiap kata yang diberikan akan menjadi beragam tafsir oleh para pendengar, contoh ketika *host podcast* Bisma Bharata sedang melakukan proses produksi *podcast* bersama Ir. Trenggono Trimulyo, M.T selaku Kepala Dinas Pertanian & Pangan Daerah Kulon Progo dan Endang Yuliwati, S.E, M.M di *Podcast* Desa Sendangsari Channel.

2. Proses Produksi

Keseluruhan produksi dilakukan oleh tim PPID sehingga akan menghasilkan konten yang efektif dan efisien, hal tersebut karena memaksimalkan tenaga yang dimiliki oleh Kalurahan Sendangsari, jika dibutuhkan *volunteer* akan diambil dari potensi masyarakat sekitar, seluruh tim juga merupakan warga asli Kalurahan Sendangsari, hal ini memiliki keunggulan karena tim yang merupakan warga asli Kalurahan Sendangsari pastinya mengenal kebudayaan yang ia ketahui sedari kecil, tidak hanya itu saja keunggulan lainnya tidak memakan waktu lama untuk *bonding* dengan masyarakat yang akan menjadi objek dalam tayangan tersebut.

Meskipun ada beberapa tim PPID yang tidak kompeten dalam proses produksi, namun seluruh tim dan staf Kalurahan Sendangsari siap untuk belajar dan

berproses dalam pembuatan konten baik di web resmi Kalurahan, Liputan, dan Warta Desa. Hal tersebut bisa dilihat dari sejarah pengembangan PPID Kalurahan Sendangsari yang disampaikan oleh Partinem selaku Pranata Laksana Sarta Pangripta,

> Di awal 2019 YouTube ini mulai dikembangkan lagi oleh Pak Carik, karena awalnya di SID hanya fokus mengelola *website* yang menyajikan berita sama layanan administrasi surat menyurat seperti itu, lalu untuk pemberdayaan tim SID juga mungkin Pak Carik itu memiliki dasar dibidang IT seperti itu, jadinya memiliki ide untuk membuat YouTube Sendangsari Channel, nah kalau untuk yang awal-awal pembuatan YouTube dulu itukan belum terkonsep ya mba, jadi dulu cuma ada profil Sendangsari gitu sama waktu Covid-19 itu ada beberapa lomba dan bantuan ya sebatas itu, kemudian dari situ mulai fokus mulai dirapatkan lagi, kemudian dibagi tim antara tim konten dan tim *podcast*, jadi sampai sekarang mulai berjalan dan kita targetkan tim *podcast* harus tayang sebulan dua kali, dan tim *podcast* sebulan dua kali, kalau tim konten juga masih terbatas, kemarin yang kegiatan di desa itu liputan gitu mba, jadi setiap ada kegiatan di tingkat padukuhan maupun tingkat Kalurahan itu diliput, dimulai dengan konsep seperti itu, lalu semakin kesini kita mulai menampilkan potensi dari UMKM juga budayanya, kalau *podcast* kita biasanya mengundang dari dinas-dinas atau instansi mba, kita sesuaikan dengan berita yang sedang *update* di desa, semisal pengisian pamong yang kita hadirkan ketua panitianya, jadi sementara kita selalu hadirkan narasumber yang berkaitan dengan acara tersebut, ataupun dari dinas-dinas yang ingin melakukan penyuluhan.
>
> (Partinem, Pranata Laksana sarta Pangripta Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Selain bertugas pada bagiannya masing-masing, setiap tim SID juga membantu satu sama lain sesama staf Kalurahan Sendangsari, proses dalam mengembangkan Sendangsari ini juga tidaklah mudah, karena *basic* keahlian dari setiap staf yang berbeda-beda. Banyak dari Narasumber yang hadir juga memberikan masukan dan sumbang saran dalam proses produksi, sehingga konten yang dihasilkan berjalan natural, *podcast* dengan kemasan dialog yang natural seperti ini harapannya Kalurahan Sendangsari dan Dinas-dinas terkait memberi kesan lebih dekat dengan masyarakat, Seperti tujuan Wahyu Budiana selaku Tim SID yang bertanggungjawab dalam proses produksi *podcast,*

> Tujuan utama kita memang untuk transparansi informasi terkait program-program yang ada di Pemerintahan, sehingga seluruh masyarakat dapat memahami apa saja program-program

> pemerintahan dan potensi budaya yang ada di Kalurahan Sendangsari.
>
> (Budiana, Tim SID, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Proses produksi selalu berlangsung santai namun tetap serius pada topik yang sudah disusun sehingga tidak meluas atau membicarakan hal-hal diluar topik pembicaraan, suasana seperti ini diciptakan untuk membangun suasana yang akan mengurangi ketegangan antar tim yang menghambat proses produksi.

3. Proses Pasca Produksi

Setelah tahapan produksi selesai akan masuk pada tahapan editing. Tahap ini akan melewati banyak hal, Sebelum melalui tahap editing elemen-elemen yang akan dimasukkan pada video harus disiapkan, hal ini untuk meminimalisir adanya kelalaian dalam mencantumkan elemen-elemen tersebut, seperti yang disampaikan oleh Jenny Horn (2019) pada *We Edit Podcasts* bahwa kunci *podcast* yang kuat menunjukkan elemen-elemen yang harus dicantumkan antaralain, Nama, Nama Host dan Narasumber, Nomer Episode, Judul Episode, Musik dan efek suara, Judul, Logo, dan Iklan.

Setelah seluruh elemen terkumpul kemudian masuk proses editing proses ini dilakukan oleh satu editor saja, tugasnya mengumpulkan gambar-gambar yang akhirnya dijadikan menjadi satu tayangan, kemudian diisi dengan elemen-elemen yang sudah dikumpulkan sebelumnya. Editor juga wajib mengoreksi ulang catatan yang telah dirumuskan sebelum proses produksi, sehingga dapat sesuai dengan apa yang sudah dirancang dan dapat meminimalisir kesalahan sebelum tayang dan dapat dikoordinasikan dengan seluruh tim PPID, dan di akhir tetap melalui pengecekan ulang oleh Koordinator PPID, seperti pernyataan Rahmanto,

> Sebagian kendala ketika dilapangan sudah bisa kita lepas, mungkin dulu awal masih Saya yang *mendirect*, jadi saya mengevaluasi hasil akhirnya saja, mungkin dari sisi sinematografinya, bagian yang layak atau tidak untuk ditampilkan, jadi saya arahkan dari jauh lewat *grub,* sebelum tayang pun saya harus lihat dulu sebelum di *publish*, bahwa ini layak atau tidak. Jadi ada *quality control* atau cek hasil akhirnya.
>
> (Rahmanto, Carik Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Program *podcast* ini merupakan inovasi baru yang digemari masyarakat, obrolan serius yang dikemas santai merupakan hal yang efektif dalam menyebarkan informasi, walau minat untuk mendengarkan *podcast* tidak sebanyak minat ketika menayangkan acara-acara kebudayaan, namun pesan-pesan yang dikemas melalui *podcast* mudah untuk dipahami, karena tidak seperti radio, *podcast* dapat didengarkan secara berulang-ulang, sejatinya masyarakat juga senang untuk berdiskusi membahas program-program apa saja yang dilakukan Kalurahan Sendangsari, terutama ketika momentum tersebut sedang berlangsung, seperti yang dikatakan Budiana,

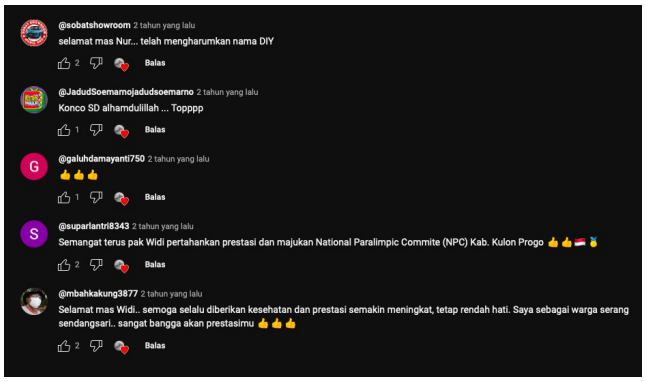
> Pengemasannya kita ambil *full* bagian dari kebudayaan kemudian kita beri efek sinematografi sehingga masyarakat tidak jenuh ketika menonton, kemudian biasanya kami juga *upload* pada *moment* tersebut sehingga masyarakat masih bisa merasakan *moment* yang sedang berlangsung, semisal ketika mengambil tema *podcast* juga disesuaikan dengan *moment* apa yang akan berlangsung.
>
> (Budiana, Tim SID, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Antusias penonton juga dapat dirasakan dari kolom komentar pada konten tayangan *podcast* dengan sukarela, pada umumnya komentar pada tayangan dapat dijadikan *respon* yang relevan dengan konten yang sedang ditayangkan, contohnya pada salah satu segmen *podcast* berikut ini:



(Gambar 3.4: Segmen Podcast Sendangsari Channel bersama Widi Nuryanto)

Pada gambar di atas merupakan segmen *podcast* yang mewawancarai Widi Nuryanto, salah satu warga padukuhan Serang Kalurahan Sendangsari yang berprestasi meraih medali emas dalam cabang olahraga panahan mewakili Provinsi DIY, terdapat beragam *respon* menarik dari penonton khususnya masyarakat Kalurahan Sendangsari.



(Gambar 3.5 Kolom Komentar Segmen *Podcast* Sendangsari Channel)

"Selamat mas Nur…telah mengharumkan nama DIY"
(ulasan penonton @sobatshowroom)

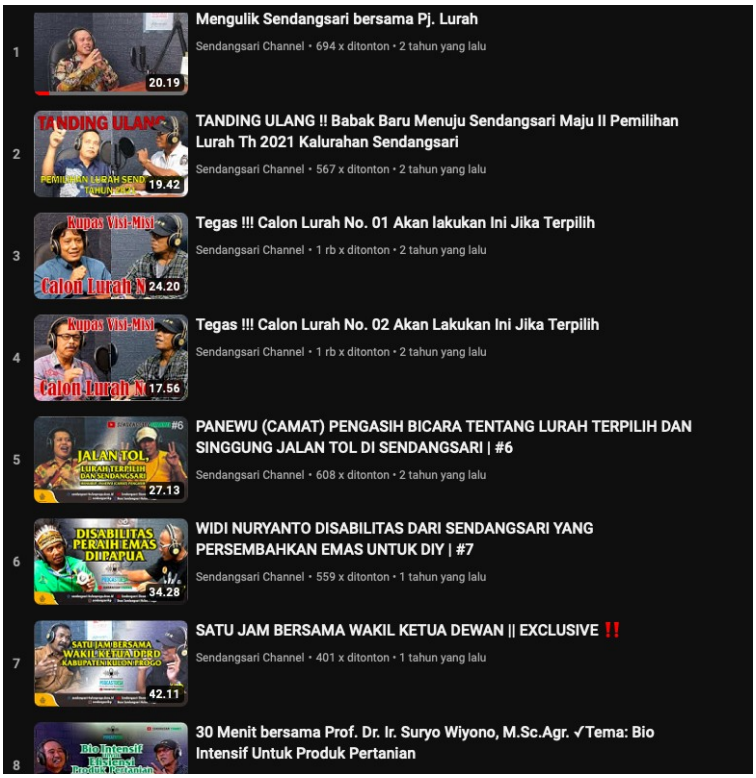
"Konco SD alhamdulillah…Topppp"
(ulasan penonton @Jadudsoemarnojadudsoemarno)

"Semangat terus pak Widi pertahankan prestasi dan majukan Nasional Paralimpic Commite (NPC) Kab. Kulon Progo"
(ulasan penonton @suparlantri8343)

"Selamat mas Widi.. semoga selalu diberikan kesehatan dan prestasi semakin meningkat, tetap rendah hati. Saya sebagai warga serang sendangsari.. sangat bangga akan prestasimu"
(ulasan penonton @mbahkakung3877)

Beberapa kutipan tadi merupakan sebagian komentar yang diulas oleh penonton pada salah satu tayangan *podcast* Sendangsari Channel, terdapat ulasan ucapan, harapan maupun saran yang disampaikan oleh penonton loyal yang diantaranya adalah masyarakat Kalurahan Sendangsari. Tayangan *podcast* dengan mengambil tema personal juga digunakan untuk meningkatkan emosional dan loyalitas penonton.

Podcast tentang kehumasan kini banyak digunakan oleh berbagai lembaga dan organisasi, hal tersebut untuk menuangkan ide dan gagasannya, mengingat seorang *public relation* atau humas biasanya lebih banyak tampil melalui visual untuk menjalin relasi. Dilihat dari persentase banyaknya tayangan yang ada pada *Podcast* di Sendangsari Channel lebih sedikit daripada konten yang menayangkan keseluruhan acara kebudayaan, tayangan yang mencapai ribuan penonton adalah konten yang membahas tentang visi misi calon Lurah dan calon Dukuh, konten lainnya cenderung masih ada di bawah seribu tayangan, namun dapat dilihat bahwa masyarakat antusias untuk memahami tokoh yang akan menjadi pemimpin di Kalurahan Sendangsari nantinya.



(Gambar 3.6: Daftar Podcast Sendangsari Channel)

Di sisi lain sangat disayangkan untuk konten yang di luar dari kegiatan yang ada di Sendangsari memiliki tayangan yang sedikit tidak seperti ketika sedang membahas topik yang dekat dengan masyarakat, untuk *podcast* dengan bahasan topik yang dekat dengan masyarakat secara sukarela Masyarakat membagikan kepada masyarakat lainnya, dan akan menjadi topik bahasan yang hangat diperbincangkan. Selain itu dari karakter *podcast* yang membahas dengan kemasan obrolan santai membuat masyarakat merasa lebih dekat dengan aparatur pemerintahan Kalurahan Sendangsari serta lembaga-lembaga yang menjalin kerjasama dalam pembuatan tayangan Sendangsari Channel.

Namun disisi lain Tim SID Kalurahan Sendangsari sudah berhasil untuk melakukan kolaborasi dan melakukan kerjasama dengan dinas-dinas atau lembaga di luar Kalurahan Sendangsari, konten kolaborasi ini pastinya penuh dengan informasi, dari kedua pihak juga mendapatkan manfaat dengan adanya kolaborasi tersebut, yang perlu ditingkatkan adalah bagaimana masyarakat yang menjadi target komunikasi juga antusias dengan topik bahasan tersebut, sehingga strategi yang perlu dilakukan oleh Kalurahan adalah bagaimana mengemas konten tersebut dengan kemasan yang menarik.

Akses media pemerintahan dengan menggunakan *podcast* dapat disampaikan dengan cara yang lebih informal, strategi ini dilakukan agar bisa menjalin hubungan yang lebih dekat antara pembawa acara dengan pendengar, dengan konten yang informatif tanpa dibuat-buat. Sehingga selain untuk tujuan komersil adanya *podcast* Sendangsari Channel ini bisa menjadi hiburan yang edukatif untuk masyarakat, seperti yang telah disampaikan oleh editor Staf SID Aiveldo

> Kita tidak memungkiri kalau memang sekarang ini kan YouTube sudah bisa menjadi media komersial untuk cari uanglah, sebenarnya kita membuat *podcast* ini juga ada kontribusi yang masuk dalam hal sumber pendapatan gitu, rencana kami mau kita komersilkan, siapa yang mau *podcast* disini, kemudian dia mau mensosialisasikan apa, atau mau *branding* produk kemudian kita ada patokan harga kalau produknya mau ditayangkan kemudian ada royalti yang harus dibayar, kemarin juga ada pikiran mau kesitu namun sementara ini belum karena memang belum intens untuk menjadikan sumber pendapatan, kemudian dari sisi *subscriber* dan *viewer* kan kalau semakin banyak akan semakin bagus ya selain menjadi sumber informasi kan kita juga bisa monetisasi dan kemudian bisa menjadi sumber pendapatan, namun itu bukan hal yang paling pokok, hal utamanya ya itu tadi bagaimana kita menyampaikan informasi kepada masyarakat, baik itu sosial, budaya, ekonomi pendidikan dan lain sebagainnya.
>
> (Aiveldo, Editor, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Selain untuk kebutuhan komersil, kebutuhan masyarakat akan informasi yang non-komersial dapat menjadi strategi yang baik, sehingga konten *podcast* tidak jenuh, masyarakat bisa menganalisa dan loyal terhadap apa yang mereka minati, masyarakat dengan sukarela memberikan masukan, kritik dan saran dalam tayangan *podcast* tersebut, sehingga Pemerintah secara cepat mendapatkan ide dari komentar tersebut. Dari penelitian ini dapat dilihat bahwa ada korelasi perkembangan penggunaan *podcast* di dalam Humas Pemerintahan, Humas Pemerintahan perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi pada era sekarang.

Dalam proses periklanan tayangan untuk mendapatkan *audiens* juga dirasa masih perlu ditingkatkan lagi, seperti yang disampaikan oleh Partinem,

> Alhamdulillah sejauh ini aparatur desa turut mendukung program Sendangsari Channel ini, setiap kita melakukan liputan aparatur desa turut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut, kemudian ketika ada video baru yang diunggah biasanya kami

> share ke grup, dan mereka langsung *share* di *story* dan grup *WhatsApp.*
>
> (Partinem, Pranata Laksana sarta Pangripta Kalurahan Sendangsari,*Wawancara* 20 Maret 2023)

Strategi untuk mendapatkan audiens masih terbatas pada penyebaran informasi melalui grup *WhatsApp* yang dinilai cukup efektif dianggap sebagai bentuk tanggap Pemerintah Kalurahan Sendangsari dalam melihat peluang milenial yang mulai meninggalkan media konvensional sebagai sumber informasi dan menjadikan *podcast* sebagai media alternatif masa kini yang sedang digandrungi oleh anak muda. *Podcast* cukup menarik minat masyarakat yang umumnya lebih suka mendengar daripada membaca. Informasi yang diberikan cukup ringan dan dimengerti karena durasinya tidak terlalu panjang. Penyampaian informasi yang edukatif dapat membuat minat masyarakat untuk beralih menggunakan *podcast* dan juga menjadikan sebagai referensi pembanding yang kredibel dari media arus utama.

E. Program "Desa Budaya" di Sendangsari Channel

Indonesia memiliki keberagaman budaya yang sangat kaya, mulai dari bahasa, tradisi, kesenian, hingga falsafah hidup, hal tersebut juga terjadi di Kalurahan Sendangsari, dalam tayangan Desa Budaya ini Sendangsari Channel ingin melestarikan tradisi yang telah diwariskan oleh leluhur mereka, usaha ini dilakukan untuk menjadi pedoman dalam bermasyarakat. Perubahan sosial memberi dampak terhadap kehidupan di masa kini melalui modernisasi, dapat dilihat melalui kemudahan mendapatkan informasi dari luar, hal ini membuat masyarakat harus selektif dalam memilih informasi yang akan mereka konsumsi, namun minat anak muda zaman sekarang justru mengikuti perkembangan zaman dan meninggalkan budaya yang dianggap jauh dari modernisasi, dampak tersebut yang menyebabkan lunturnya kebudayaan, sehingga penting untuk menanam nilai falsafah hidup untuk menjaga kelangsungan tradisi warisan leluhur.

PPID Kalurahan Sendangsari menggunakan strategi Desa Budaya untuk melestarikan budaya tersebut, dalam Desa Budaya pengemasan konten berbentuk video dokumenter dari seluruh bagian dari acara kebudayaan, media ini dinilai efektif untuk menjadi media informasi yang sesuai dengan menyampaikan pesan

dan informasi mengenai nilai-nilai dan makna yang terkandung dalam tradisi kebudayaan di Kalurahan Sendangsari. Masyarakat cenderung memiliki minat terhadap tayangan video dokumenter seluruh rangkaian acara seperti yang disampaikan oleh Rahmanto,

> Tayangan yang paling banyak peminatnya adalah tayangan tentang budaya yang dikemas *full* seluruh rangkaian acara. Pengemasannya kita ambil *full* bagian dari kebudayaan kemudian kita beri efek sinematografi sehingga masyarakat tidak jenuh ketika menonton, kemudian biasanya kami juga *upload* pada *moment* tersebut sehingga masyarakat masih bisa merasakan *moment* yang sedang berlangsung.
>
> (Rahmanto, Carik Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Dengan tajuk Desa Budaya masyarakat disuguhkan rangkaian video kebudayaan yang ada di Sendangsari, masyarakat diajak untuk lebih mengenal dan memahami kebudayaan, dalam video juga diberi keterangan dialog yang disampaikan oleh narasumber yang kompeten dalam kebudayaan yang sedang ditayangkan, sehingga harapannya masyarakat dapat memahami permasalahan hingga potensi yang ada di sekitar mereka.

F. Proses Kreatif Program

1. Proses Pra Produksi Program

Produksi program Desa Budaya melibatkan beberapa staf SID mulai dari kru penanggung jawab, pengarah acara, dan kameramen, dalam Desa Budaya Sigit Rahmanto selaku carik mengambil video dokumentasi dari rangkaian acara yang sudah ada, seperti yang disampaikan Partinem,

> Untuk menentukan nama atau judul konten memang kita sesuaikan dengan kebudayaan yang sudah ada, namun memang kita deskripsikan lagi supaya penonton makin penasaran dengan video selanjutnya.
>
> (Partinem, Pranata Laksana sarta Pangripta Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Tradisi yang sudah berjalan terus dilestarikan melalui rangkaian acara yang menjadi agenda rutin dilaksanakan, selain mengambil keseluruhan dari rangkaian acara akan diberikan deskripsi singkat oleh tokoh-tokoh yang menjadi

bagian dari acara tersebut, semua berjalan sesuai dengan kebudayaan yang telah diwariskan oleh leluhur dari Kelurahan Sendangsari, pengambilan gambar berusaha diambil senatural mungkin jadi tidak ada arahan gaya atau koordinasi dengan objek saat pengambilan gambar, sehingga yang perlu dipersiapkan sebelum produksi adalah koordinasi antar Tim SID yang akan bertugas, Seperti pernyataan Partinem,

> Untuk siapa saja yang menentukan ide dan gagasan yang akan dilakukan kedepannya biasanya dilakukan oleh tim yang sudah terbagi di tim SID, masing-masing punya penugasan untuk yang konten berpikir ada *event* apa jadi saling memberi usulan ide dan saling mengingatkan untuk diliput bagian-bagian kegiatannya, dari tim yang sudah dibagi itu kemudian kami yang dari dinas membantu terkait surat menyuratnya, pak carik sebagai koordinator biasanya ya memantau dan mengarahkan.
>
> (Partinem, Pranata Laksana sarta Pangripta Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Selain mempersiapkan acara Tim SID juga mempersiapkan hal-hal apa saja yang perlu diambil untuk menjadi *point of view*, sehingga ketika proses produksi tidak luput dalam pengambilan gambar, selain itu sebelum proses produksi Tim SID juga meminta izin dan melakukan koordinasi kepada Tokoh Masyarakat yang nantinya akan diwawancarai dalam acara tersebut, wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan penjelasan terkait acara kebudayaan yang sedang berlangsung, wawancara diarahkan untuk menggali 5W 1H, yaitu: apa saja yang menjadi dilestarikan menjadi tradisi kebudayaan Sendangsari, mengapa dapat terjadi, siapa pelaku-pelakunya, kapan dan dimana tradisi-tradisi tersebut biasa dilakukan, serta bagaimana alternatif solusi yang tepat untuk mengatasi kendala yang terjadi, biasanya seputar kegiatan yang berlangsung, sekaligus apa sajafilosofi atau makna serta nilai-nilai yang terkandung dalam tradisi kebudayaan tersebut, penjelasan ini harapannya bisa memberi informasi yang padat terkait kebudayaan di Kalurahan Sendangsari, Kunci dari sebuah program tayangan yangbagus ada pada kemampuan informasi yang mudah dipahami.

Dalam memproduksi sebuah program Desa Budaya Tim SID terbuka dalam usulan ide dan gagasan dari pegiat budaya, pengemasan ide, maupun gagasan yang diusulkan kemudian diambil sudut pandang yang berbeda dari orang-orang pada umumnya. Sebab proses kreatif memiliki arti sebuah inovasi yang berbeda, atau jarang dilakukan orang pada umumnya. (Munandar,1999) mengemukakan bahwa

kreativitas merupakan kemampuan dalam membentuk kombinasi yang baru, berdasarkan data, informasi, serta unsur-unsur yang sudah ada atau sudah dikenal sebelumnya, yaitu semua pengetahuan serta pengalaman yang diperoleh seseorang selama hidupnya, mulai dari lingkungan keluarga, masyarakat, maupun sekolah. Sebelum diadakan acara Tim SID juga harus survei lokasi, selain memudahkan bagian yang akan diambil gambarnya, survei lokasi ini berguna untuk mengetahui hal-hal apa saja yang bisa menjadi objek untuk diketahui lebih mendalam, cara mengetahui lebih dalam objek tersebut dengan penggalian data kepada narasumber yang kompeten, hal tersebut juga akan menjadi bahan informasi yang bermanfaat bagi penonton atau masyarakat.

Jika lokasi tersebut merupakan tempat wisata yang bersejarah, maka Tim SID melakukan wawancara kepada sesepuh daerah tersebut sebagai narasumber yang dianggap kompeten. Menanyakan sejarah berdirinya objek atau tempat tersebut, tokoh yang berperan dalam pendirian tempat tersebut, tradisi apa yang diwariskan dan rutin dilaksanakan dalam tempat tersebut, hingga potensi yang dapat digali dari tempat tersebut, jawaban yang didapatkan dapat menjadi modal *script writer* mengawali penulisan naskah.

Naskah ini menjadi gambaran kasar atau pegangan dalam adegan yang akan diproduksi, proses ini dirancang sebagai acuan Tim SID terutama yang akan bertugas dalam pengambilan gambar, sehingga dapat memahami alur proses produksi dan tetap fokus terhadap hal yang menjadi *point of view* dalam episode tersebut. Naskah yang telah dirancang juga akan berguna sebagai acuan dalam penyusunan hasil akhir atau proses *editing.*

2. Proses Produksi

Setelah seluruh rangkaian sebelum proses produksi telah disiapkan, masuk pada tahapan proses produksi, dalam proses produksi ini garis besarnya adalah proses pengambilan gambar atau *shooting*. Dalam proses ini seluruh staf dan Tim SID bertugas sesuai dengan pembagian tugas masing-masing, karena kurangnya SDM biasanya banyak bagiannya yang dirangkap. Karena ketika mulai di hari H saat pengambilan gambar akan banyak hal-hal yang terjadi diluar skenario.

Karena liputan Desa Budaya ini termasuk dalam kategori video dokumenter, maka dalam pengambilan gambar sangat minim rekayasa. Ayawaila

(2008) mengungkapkan video dokumenter adalah video nonfiksi karena dalam pembuatannya video dokumenter hanya mendokumentasikan kenyataan dan fakta yang ada, dengan kata lain dokumenter hanya mempresentasikan kenyataan dan menampilkan kembali fakta yang ada dalam kehidupan.

Video dokumenter menjadi media yang efektif dalam mempengaruhi atau mengangkat emosional penonton, karena sifat dari video dokumenter yang dekat dengan realita kehidupan. Halim (2012) mengatakan bahwa dokumenter adalah konstruksi atas realita terkait fenomena yang berfokus pada premis serta menyampaikan pesan moral, melalui proses produksi dengan pendekatan yang kreatif dan subjektif, dengan tujuan memberikan pengaruh atau dampak pada target komunikasi.

Saat proses liputan setiap Tim SID yang bertugas dibebaskan *eksplore* bagian dalam acara yang berlangsung, namun tidak dipungkiri pasti akan ada berbagai kendala yang dihadapi, ketika menghadapi kendala di lapangan akan diselesaikan bersama dan tetap dibawah pantauan dari Pak Carik, seperti yang disampaikan Rahmanto,

> Sebagian kendala ketika dilapangan sudah bisa kita lepas, mungkin dulu awal masih Saya (Pak Sigit) yang *mendirect*, jadi saya mengevaluasi hasil akhirnya saja, mungkin dari sisi sinematografinya, bagian yang layak atau tidak untuk ditampilkan, jadi saya arahkan dari jauh lewat *grub*, sebelum tayang pun saya harus lihat dulu sebelum di *publish*, bahwa ini layak atau tidak. Jadi ada *quality control* atau cek hasil akhirnya.
>
> (Sigit Rahmanto, Carik Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Sinematografi dari video-vidio Liputan Desa juga memiliki karakter atau ciri khasnya sendiri, inti yang harus ada dalam video liputan adalah, gabungan keseluruhan rangkaian acara, penjelasan sejarah, filosofi dan makna tradisi tersebut dari narasumber atau tokoh yang bersangkutan, hingga kendala dan solusi yang terjadi. Untuk warna, *font* atau tipografi yang digunakan juga sudah ditentukan sehingga mengandung nilai estetika yang selaras. Menurut Sarwono (2007) sinematografi adalah bidang ilmu yang mempelajari teknik pengambilan gambar dan menyatukan gambar tersebut sehingga menjadi rangkaian gambar yang dapat menyampaikan ide (dapat menyampaikan cerita) dalam rangkaian gambar yang mudah menyampaikan pesan, diperlukan teknik pengambilan gambar melalui

gerakan kamera, *camera angle*, hingga *shot size*, teknik-teknik tersebut yang memudahkan editor dalam mengolah hasil akhir.

Program "Desa Budaya" merupakan program yang jam tayangnya tidak dapat ditentukan, walau tidak memiliki jam tayang yang tetap namun Tim SID tidak pernah berhenti untuk memproduksi liputan "Desa Budaya", seperti ketika dilakukan evaluasi yang menjadi kendala adalah kepadatan jadwal produksi, seperti yang disampaikan Budiana,

> kalau di YouTubenya ya hasil evaluasi pasti kegiatan yang harus diliput terlalu banyak kemudian tenaganya masih minim nah itu yang pasti menjadi kendala. Kemudian yang kedua kita lebih pada. Untuk evaluasi keseluruhan biasanya kita adakan pada akhir tahun, namun di awal-awal bulan kami juga adakan *briefing* kegiatan jadi didalamnya kami juga sekaligus mengevaluasi, namun juga tidak memungkiri kami juga ada rapat internal juga kalau ada hal yang mendesak atau mendadak nanti bisa via *grup whatsapp* seperti itu, jadi kita mengutamakan koordinasi.
>
> (Wahyu Budiana, Tim SID, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Tradisi yang ada di Kalurahan yang sangat beragam dan sudah terjadwal rutin setiap tahunnya, belum lagi jika ada kegiatan yang sifatnya di luar tradisi yang rutin dilaksanakan, beberapa kegiatan seperti kedatangan tamu wisatawan yang ingin mengenal kebudayaan yang ada di Kalurahan Sendangsari, Sendangsari juga aktif menjalin relasi untuk memperkenalkan kebudayaan yang ada di Sendangsari.



Pertukaran Budaya, Mahasiswa Malaysia Belajar di Sendangsari

ipg - 11 Oktober 2023 - Dibaca 156 Kali

SENDANGSARI -- Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat dan bekerjasama dengan Universiti Kuala Lumpur (UniKL) Malaysia dalam bentuk program pendek "Indonesian Culture & Society" yang diselenggarakan pada tanggal 2 – 15 Oktober 2023. Peserta kegiatan tersebut adalah 12 mahasiswa dari UniKL dan 1 staf, serta mahasiswa UII.

(Gambar 3.7 : Gambar Warta Desa Web Sendangsari)

Salah satu tempat yang menjadi tempat pertemuan budaya adalah Sanggar Among Lare, seperti ketika bekerjasama dengan Universitas Islam Indonesia (UII) untuk mengadakan pertukaran Mahasiswa dengan Universiti Kuala Lumpur (UniKL), Sendangsari dipilih untuk memperkenalkan sebagian budaya yang ada di Indonesia.



(Gambar 3.8 : Wisata *Live in* SMP Mutiara Persada Bantul Yogyakarta)

Ada juga wisata *live in* Sendangsari, program ini merupakan pembelajaran yang diajarkan kepada anak-anak di luar warga Sendangsari yang minat untuk belajar langsung dari penduduk Sendangsari, pelajaran yang diberikan terkait kehidupan Masyarakat pedesaan, mempelajari kebudayaan dan keseniaan yang ada di Sendangsari, kesenian tradisional yang diajarkan dapat menanamkan norma di kehidupan sehari-hari untuk diwariskan kepada generasi selanjutnya. Karena tidak hanya permainan tapi karakter, sopan santun, tata krama, atau dalam bahasa jawa disebut unggah-ungguh juga diajarkan di Sanggar Among Lare Sendangsari.

Strategi dalam produksi tayangan liputan dikemas dengan menetapkan tema yang terus menerus digunakan, biasanya video dokumenter menggunakan *cinematography*, untuk alur acaranya biasanya akan sesuai dengan tradisi yang berlangsung tanpa ada rekayasa. Seperti yang disampaikan Aiveldo

> Strategi kreatif yang dalam pengemasan budaya agar menghasilkan tayangan yang menarik kita berusaha mengambil dokumentasi dengan hasil sinematografi yang baik, kalau alurnya kita ikut tradisi yang sudah berjalan, Jadi misal ada upacara adat wiwitan kutukan dll, kita hanya fokus mengambil kontennya saja, dan untuk pengemasannya itu kita ikut pelaku dari pelaku kegiatan saja ya masyarakat itu, sifatnya tinggal mendokumentasikan cuma nanti bagaimana agar lebih menarik kita buat sinematografi yang lebih baik.
>
> (Yoke Aiveldo, Editor, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Cinematography merupakan serapan ilmu yang berasal dari Yunani, video dengan *cinematography* diartikan dari menulis dengan gambar yang bergerak. Proses produksi video dokumenter menggunakan *cinematography* bukan hanya mengambil gambar dari setiap adegan yang dilakukan, keseluruhan suatu objek. Teknik *cinematography* merupakan cara pengambilan gambar dengan mengontrol estetika atau mengatur jarak, ketinggian, sudut, serta lama pengambilan gambar. Hal tersebut ditujukan untuk memberi fokus kepada suatu ruang objek tertentu, seperti yang disampaikan (Brown, 2012) bahwa *cinematography* lebih dari proses pengambilan gambar, akan tetapi mencerna ide, kata-kata, Tindakan, *substeks* emosional, nada, dan seluruh elemen dari komunikasi nonverbal yang diolah menjadi sebuah bentuk visual.

Pengaturan warna dan cahaya dalam proses produksi atau hasil final video juga berpengaruh pada reaksi emosional penonton, unsur utama dari seni adalah

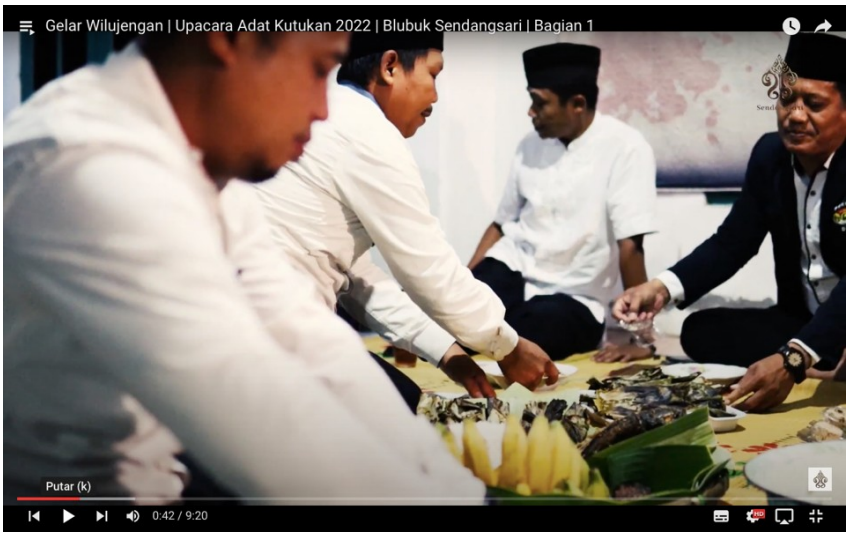
cahaya, karena dengan cahaya seni tersebut dapat terlihat dan dinikmati. Maka unsur cahaya juga penting dalam penyajian video, (Biran, 2006) menyampaikan bahwa pengaturan cahaya pada mulanya disebut *painting with light*, terus berkembangnya jaman tata cahaya memiliki fungsi yang banyak, diantaranya mampu memberi informasi waktu, mengontrol *atmosphere* atau *mood*, juga dapat menunjang *dramatisir* adegan.

Setelah mengetahui konsep dan tema yang telah dirumuskan sebagai strategi proses produksi "Desa Budaya", berikut adalah salah satu alur tayangan dalam "Desa Budaya" yang telah ditentukan untuk kemasan video dokumenter tradisi budaya di Kalurahan Sendangsari:



(Gambar 3.9 : *Since 1 opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel

Gambar 3.9 merupakan *scene opening* yang memperlihatkan Judul dan tema kegiatan tradisi yang dilaksanakan oleh Masyarakat Kalurahan Sendangsari. Jenis *shot* yang digunakan biasanya *long shot* yang diarahkan kearah langit, atau menggunakan *drone* yang mengarah ke tempat dilaksanakannya acara tradisi tersebut, setelah itu diberi tipografi atau teks yang berisi judul dan tema kegiatan tersebut, ada juga logo Sendangsari di sudut yang terus dibubuhkan selama tayangan video.



(Gambar 3.10 : *Since 2 opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.10 masih merupakan *scene opening* yang memperlihatkan suasana kegiatan tradisi yang dilaksanakan oleh Masyarakat Kalurahan Sendangsari. Jenis *shot* yang digunakan biasanya *medium shot* yang diarahkan ke objek untuk memperlihatkan keadaan sebelum kegiatan akan berlangsung.



(Gambar 3.11 : *Since 3 rangkaian acara "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.11 merupakan *scene* yang mulai memperlihatkan rangkaian acara tradisi yang dilaksanakan oleh Masyarakat Kalurahan Sendangsari. Jenis *shot* yang digunakan biasanya *medium shot* yang diarahkan kepada tokoh yang bertugas, pada gambar tersebut acara dibuka oleh Lurah Kalurahan Sendangsari kemudian diisi oleh kasepuhan atau orang yang sudah lahir lebih dulu, kasepuhan mengisi

acara tersebut untuk memperkenalkan atau mengingatkan kembali sejarah dan filosofi diadakannya tradisi tersebut untuk diwariskan kepada generasi selanjutnya, selain teks sesekali juga terdapat pemberian elemen Logo Sendangsari Channel, jempol atau yang memberi isyarat suka*, subscribe,* dan lonceng atau seruan untuk menyalakan notifikasi.



(Gambar 3.12 : *Since 4 rangkaian acara "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.12 memperlihatkan rangkaian acara tradisi yang dilaksanakan oleh Masyarakat Kalurahan Sendangsari, dengan isian suara penjelasan dari tokoh yang bertugas, pada gambar tersebut masih diisi suara dari *scene* sebelumnya yakni sejarah tradisi dan filosofi sejarah upacara adat Kutukan, Jenis *shot* yang digunakan biasanya *medium shot* yang diarahkan ke suasana dalam rangkaian acara.



(Gambar 3.13 : *Since 5 Rangkaian"Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.13 *since* ini mengambil gambar rangkaian acara tradisi yang dilaksanakan oleh masyarakat Kalurahan Sendangsari, dengan isian suara penjelasan dari tokoh yang bertugas, pada gambar tersebut diisi tahlil dan sholawat dengan langgam jawa, jenis *shot* yang digunakan biasanya *medium shot* yang diarahkan ke suasana dalam rangkaian acara.



(Gambar 3.14 : *Since 6 Opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.14 memperlihatkan rangkaian acara terakhir dari tradisi yang dilaksanakan oleh Masyarakat Kalurahan Sendangsari, pada gambar tersebut masih diisi suara dari *scene* sebelumnya dan musik latar, Jenis *shot* yang digunakan biasanya *medium shot* yang diarahkan ke suasana dalam rangkaian acara.



(Gambar 3.15 : *Since 1 Opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.15 merupakan *scene opening* yang memperlihatkan Judul dan tema kegiatan tradisi upacara adat Kutukkan bagian dua ketika "Gelar Kirab Budaya", yang dilaksanakan oleh Masyarakat Kalurahan Sendangsari. Jenis *shot* yang digunakan biasanya *long shot* yang diambil dari atas langit, ataumenggunakan *drone* yang mengarah ke tempat dilaksanakannya acara tradisitersebut, setelah itu diberi tipografi atau teks yang berisi judul dan tema kegiatan tersebut.



(Gambar 3.16 : *Since 2 Opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.16 juga merupakan *scene opening* yang memperlihatkan suasana persiapan sebelum kegiatan tradisi akan dilaksanakan oleh Masyarakat Kalurahan Sendangsari. Jenis *shot* yang digunakan biasanya *medium shot* yang

diarahkan ke objek untuk memperlihatkan keadaan sebelum kegiatan akan berlangsung.



(Gambar 3.17 : *Since 3 "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.17 merupakan *scene* wawancara dengan narasumber yang kompeten di bidang budaya, yang menjadi narasumber pada acara tersebut adalah Dr. Achmad Athoillah sebagai sejarawan sekaligus Ketua KPSKP. Adanya narasumber tersebut untuk menyampaikan sejarah dan filosofi yang terkandung dalam tradisi Kutukan, Jenis *shot* yang digunakan biasanya *medium shot.* juga diberi teks yang berisi nama dan gelar narasumber yang sedang berbicara.



(Gambar 3.18 : *Since 4 "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.18 memperlihatkan rangkaian acara tradisi yang dilaksanakan oleh Masyarakat Kalurahan Sendangsari, dengan isian suara penjelasan dari

narasumber, pada gambar tersebut diisi suara dari *scene* sebelumnya yakni sejarah tradisi dan filosofi upacara adat Kutukan, Jenis *shot* yang digunakan biasanya *medium shot* yang diarahkan ke suasana dalam rangkaian acara.



(Gambar 3.19 : *Since 5 "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.19 merupakan *scene* wawancara dengan narasumber yang kompeten di bidang budaya, yang menjadi narasumber pada acara tersebut adalah Joko Mursito, S,Sn., M.A selaku Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Kulon Progo, adanya narasumber tersebut untuk menyampaikan sejarah dan filosofi yang terkandung dalam tradisi kirab budaya upacara adat Kutukan dan himbauan untuk terus melestarikan acara tradisi kebudayaan seperti itu. Jenis *shot* yang digunakan biasanya *medium shot* dengan latar suasana acara tradisi upacara adat Kutukan dengan *effect* bokeh agar tetap fokus pada narasumber yang berbicara, juga diberi teks yang berisi nama dan gelar narasumber yang sedang berbicara.



(Gambar 3.20 : *Since 6 "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.20 merupakan *scene* yang menayangkan rangkaian kegiatan dengan diisi suara asli dari Tokoh Masyarakat yang bertugas, setiap arti dari isi pembahasan disesuaikan dengan visual yang dimaksud, Jenis *shot* yang digunakan biasanya *long shot* dan *medium shot.*



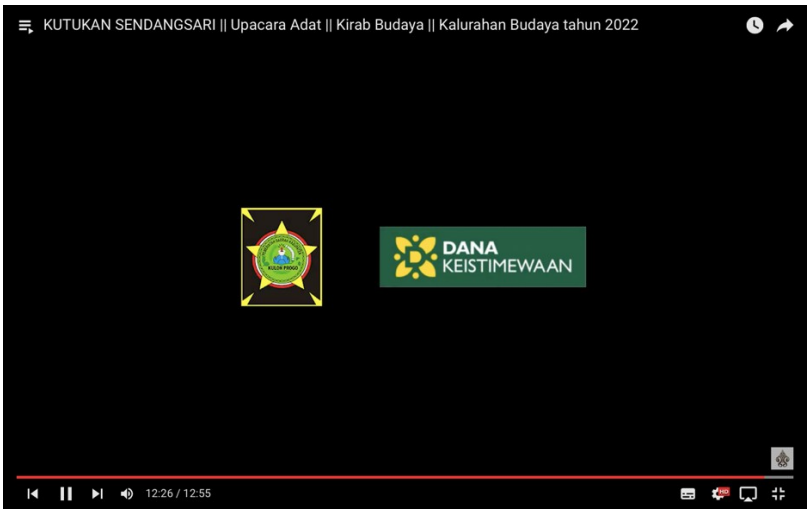
(Gambar 3.21 : *Since 7 Opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.21 memperlihatkan rangkaian acara tradisi yang dilaksanakan oleh Masyarakat Kalurahan Sendangsari, dengan isian suara penjelasan dari *since* sebelumnya, pada gambar tersebut diisi suara dari Tokoh Masyarakat yakni rangkaian acara upacara adat Kutukan, Jenis *shot* yang digunakan biasanya *medium shot* yang diarahkan ke suasana dalam rangkaian acara, selain teks sesekali juga terdapat pemberian elemen Logo Sendangsari Channel, jempol atau yang memberi isyarat suka, *subscribe*, dan lonceng atau seruan untuk menyalakan notifikasi.



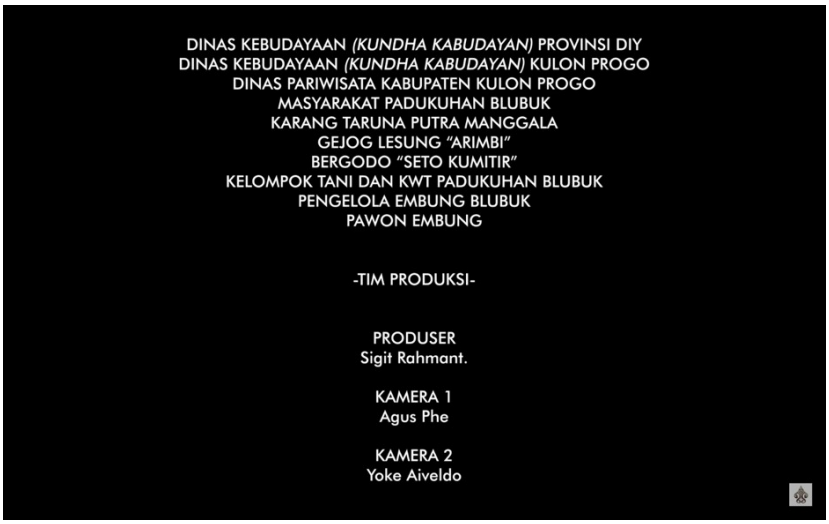
(Gambar 3.22 : *Since 8 Opening "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.22 merupakan *scene* wawancara dengan narasumber Tokoh Masyarakat sebagai penutup, yang menjadi narasumber pada acara tersebut adalah Agus Sulistyono selaku Dukuh Blubuk, adanya narasumber tersebut untuk menyampaikan ucapan terima kasih atas terlaksananya acara tradisi kirab budaya upacara adat Kutukan dan himbauan untuk terus melestarikan acara tradisi kebudayaan tersebut, pada kesempatan itu Agus juga menyampaikan aspirasi untuk kemajuan acara tradisi kirab budaya upacara adat Kutukan selanjutnya. Jenis *shot* yang digunakan biasanya *medium shot* dengan latar suasana acara tradisi upacara adat Kutukan dengan *effect bokeh* agar tetap fokus pada narasumber yang berbicara, juga diberi teks yang berisi nama dan gelar narasumber yang sedang berbicara.



(Gambar 3.23 : *Since 9 Closing "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.23 merupakan *scene closing* yang memperlihatkan Logo Kalurahan Sendangsari dan Dana Keistimewaan dari Daerah Istimewa Yogyakarta, setelah tayangan gambar terakhir kemudian diberi transisi *blank* latar hitam polos yang menjadi dasar Logo.



(Gambar 3.24 : *Since 10 Closing "Desa Budaya"* Sendangsari Channel)

Gambar 3.24 merupakan *scene closing* lanjutan yang memperlihatkan ucapan terima kasih dengan *credit title* latar hitam polos yang menjadi dasar.

3. Proses Pasca Produksi

Setelah seluruh tahapan produksi selesai, masuk dalam proses selanjutnya yakni proses pasca produksi, dalam proses ini biasanya keseluruhan dilakukan oleh editor, yaitu proses menyatukan alur gambar yang sudah diambil dari berbagai kamera dan berbagai arah pengambilan gambar, setelah menjadi satu bagian kemudian dipilah sesuai dengan konsep yang telah disusun. Setelah semua tersusun sesuai alur kemudian mulai diberi *effect* dan transisi di setiap potongan hal ini dibebaskan editor untuk berfikir kreatif. Seperti yang dikatakan oleh Rahmanto,

> Dalam setiap penayangan program konten yang dihasilkan dituntut untuk kreatif, harus bisa mengambil poin-poin penting dari rangkaian kebudayaan secara cepat dan tepat, tim SID harus bisa merubah menjadi hal yang menarik serta informatif untuk dikonsumsi masyarakat. Selain sebagai program hiburan video tersebut harus mendetail dalam menyampaikan informasi dari

> setiap prosesnya, hal tersebut lumrah dilakukan karena tujuan utama Sistem Informasi Desa adalah transparansi informasi terkait program-program yang ada di Pemerintahan, sehingga seluruh masyarakat dapat memahami apa saja program pemerintahan dan potensi budaya yang ada di Kalurahan Sendangsari.
>
> (Rahmanto, Carik Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Proses selanjutnya adalah pemberian narasi dan *voice over* jika diperlukan, lalu akan diberikan *mixing* music pada tahap ini pengaturan audio dan musik latar diatur agar selaras, jika dibutuhkan juga menggunakan *noise reduction* gunanya untuk mengurangi gangguan suara yang masuk saat melakukan wawancara sehingga suara narasumber dapat terdengar lebih jelas, dimasukkan teks danelemen yang sesuai dengan program yang di produksi.

Tahap ini biasanya akan dilakukan oleh satu orang editor yakni Yoke Aiveldo Utus Candara Anggara, tugasnya mengedit, menyatukan gambar dan menyesuaikan konsep yang telah dirancang sebelum proses produksi, tujuan dari proses ini untuk menghasilkan gambar yang dapat diminati oleh masyarakat atau penonton. Jika dilihat terasa mudah namun ternyata beberapa kendala dapat terjadi dalam proses ini, seperti yang disampaikan oleh Aiveldo

> Kendala selama produksi kita dari *menpowernya*, jadi banyaknya acara kegiatan itu dari acara sebelumnya masih proses *editing* sudah acara lagi, sampai acara sebelumnya belum tayang sudah ada acara lagi, karena tenaganya yang bisa editor itu hanya dua jadi harus berbagi mengerjakan satu hal dengan yang lainnya. Jadi ini yang menjadi kendala, tenaganya yang belum optimal, karena masih terbatas.
>
> (Aiveldo, Editor, *Wawancara* 20 Maret 2023)

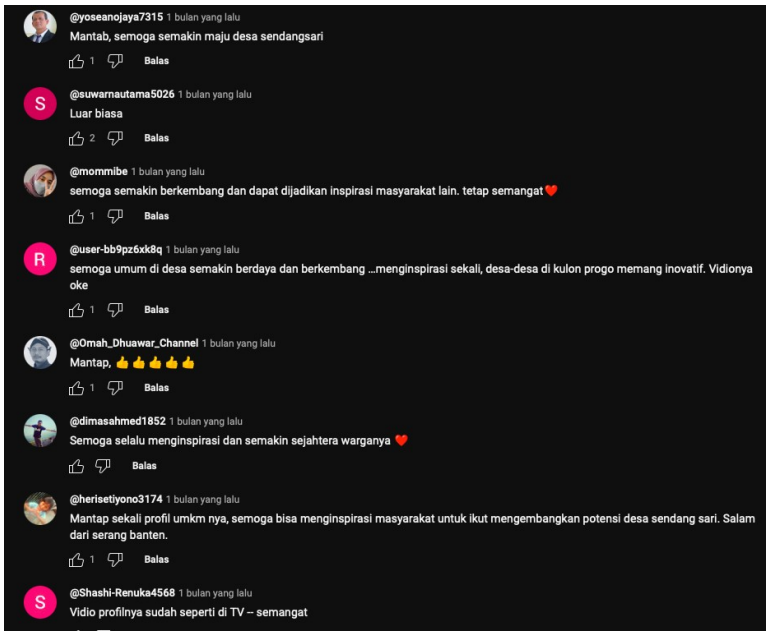
Pada umumnya proses *editing* akan memakan waktu yang cukup lama, belum lagi editor juga harus berpikir kreatif untuk menciptakan tayangan yang terus diminati masyarakat, sehingga kunci dalam proses produksi ini harus terus menggali referensi dan mencoba hal-hal baru, proses yang berjalan juga atas koordinasi bersama, sehingga tidak merasa berat dalam mengerjakannya, karena ini sifatnya Kepemerintahan bukan projek kreatif personal atau individu. Budiana juga menyampaikan hal yang sama dalam proses produksi Sendangsari Channel ini,

> Kendala yang dirasakan adalah ketika turun ke lapangan, dan pada saat melakukan proses *editing* dengan sumber daya manusia yang masih minim. Untuk mengatasi masa lelah, agar program ini konsisten *upload* itu ya kadang dapat *monitoring* dan *controling* dari pak carik, mungkin ya kita lakukan rapat di luar, dan saling *support,* kita saling beri semangat ya semoga ada nilai yang kita dapatkan dari *channel* ini.
>
> (Wahyu Budiana, Tim SID, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Kendala yang terjadi pada umumnya adalah pada pencapaian target waktu, jadi banyaknya video yang harus segera selesai dengan kegiatan yang terus berjalan, solusi yang dilakukan adalah dengan saling membantu dan memberi dukungan, terkadang juga mengajak relawan yang berasal dari masyarakat Sendangsari, kunci utama yang menjadi pegangan Tim SID adalah komitmen dan konsisten, berusaha komitmen terkait transparansi informasi, juga berusaha konsisten agar program ini bisa mencapai target dan tepat waktu.

Antusiasme penonton dalam tayangan "Desa Budaya" ini cukup tinggi, banyak penikmat budaya yang mulai menikmati melalui YouTube Sendangsari Channel karena tayangan yang dikemas keseluruhan dan didatangkannya narasumber-narasumber yang kompeten di bidang tersebut, program budaya yang dikemas seluruh acara dapat dinikmati seperti menikmati siaran tunda. Tim SID juga menggunakan strategi dengan melibatkan masyarakat dan dinas-dinas yang berwenang untuk ikut serta dalam produksi tayangan Desa Budaya, sehingga strategi ini juga bisa menjadi ajang promosi untuk memperkenalkan YouTube Sendangsari Channel dan program Desa Budaya.

Selain tayangan siaran *live streaming* dan siaran tunda terdapat tayangan liputan beragam program kegiatan yang dimiliki oleh Kalurahan Sendangsari contohnya tayangan profil desa, berikut beberapa ulasan pada salah satu tayangan profil desa yang sedang menayangkan profil UMKM yang ada di Kalurahan Sendangsari:



(Gambar 3.25 : Kolom Komentar Sendangsari Channel)

"Mantab, semoga semakin maju desa sendangsari"
(ulasan penonton @yoseanojaya7315)

"Luar biasa"
(ulasan penonton @suwarnautama5026)

"Semoga semakin berkembang dan dapat dijadikan inspirasi masyarakat lain,. tetap semangat"
(ulasan penonton @mommibe)

"Semoga umkm di desa semakin berdaya dan berkembang…menginspirasi sekali, desa-desa di kulon progo memang inovatif. Vidionya oke"
(ulasan penonton @user-bb9pz6xk8q)

"Mantap"
(ulasan penonton @Omah_Dhuawar_Channel)

"Semoga selalu menginspirasi dan semakin sejahtera warganya"
(ulasan penonton @dimasahmed1852)

"Mantab sekali profil umkm nya, semoga bisa menginspirasi masyarakat untuk ikut mengembangkan potensi desa sendangsari. Salam dari serang Banten"
(ulasan penonton @herisetyono3174)

"Vidio profilnya sudah seperti TV - semangat"
(ulasan penonton @Shashi-Renuka4568)

Gambar di atas merupakan ulasan komentar yang disampaikan oleh penonton tayangan Desa Budaya pada kanal YouTube Sendangsari Channel, terdapat kesan pesan dan dukungan yang disampaikan sebagai tanda loyalitas penonton setelah menyaksikan tayangan Desa Budaya tersebut.

Tayangan Desa Budaya menjadi program yang selalu dinantikan oleh masyarakat khususnya Kalurahan Sendangsari, selain memberikan informasi dengan adanya tayangan Desa Budaya ini juga menjadi hiburan bagi penikmat budaya, namun sangat disayangkan Sendangsari Channel belum menetapkan jam tayang program dengan tetap, Seperti yang disampaikan Budiana,

> Jadwal *upload* tayangan sementara belum pasti, tapi kami selalu berusaha *upload* di jam-jam efektif ketika waktu istirahat, untuk harinya maksimal tiga hari dari acara terselenggara, jadi kita ngejar momentum dari acara tersebut, takutnya kalau sudah jauh dari hari terselenggaranya nanti sudah bukan *momentnya* lagi.
>
> (Wahyu Budiana, Tim SID, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Sejauh ini tayangan Sendangsari Channel memang sudah sesuai dengan target sasaran, banyak dari masyarakat asli Sendangsari yang mengetahui program liputan Desa Budaya yang ada di Sendangsari Channel, seperti yang disampaikan Partinem,

> Sepertinya sudah sesuai karena kita membentuk program ini dekat dengan kehidupan masyarakat, namun memang masih ada sedikit kendala yang kami alami, yakni adalah belum seluruh budaya dapat kita ekspose, tapi di tahun ini sudah hampir seluruh potensi yang ada itu berusaha untuk kita, karena kan banyak segmentasinya yang harus digarap, mulai dari budaya, pariwisata, ekonomi UMKM, pertanian.
>
> (Partinem, Pranata Laksana sarta Pangripta Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Beberapa masyarakat memang sudah mengenali keberadaan Sendangsari Channel. Namun, jika Desa Budaya pada Sendangsari Channel hanya memproduksi tayangan video dokumenter saja akan monoton dan tidak bervariasi, seperti yang disampaikan oleh Partinem,

> Pendapat masyarakat sejauh ini kami mendapat respon baik dari masyarakat, tapi mungkin dari segi promosi kita kurang atau konten kita yang masih monoton jadi mungkin banyak masyarakat yang belum paham, makannya kita kepikiran ide

> untuk menambahkan konten semacam film pendek gitu ya mbak, kan akan membuat penasaran, juga bisa menjadi hiburan untuk masyarakat, kalau *podcast* gitu kan seperti monoton apalagi di kalangan pemuda atau anak-anak gitu kan kurang menarik, ruang gerak kita kan juga terbatas karena kan dinas njih kepemerintahan gitu kan kita tidak bisa asal membuat konten, jadi ada batasannya.
>
> (Partinem, Pranata Laksana sarta Pangripta Kalurahan Sendangsari, *Wawancara* 20 Maret 2023)

Untuk menanggapi hal tersebut Tim SID akan membentuk sebuah serial atau film pendek sebagai umpan untuk menarik minat masyarakat luas, termasuk generasi muda dan anak-anak, karena mengingat generasi tersebut yang akan meneruskan tradisi dan kebudayaan yang ada di Kalurahan Sendangsari.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam proses produksi kreatif kanal YouTube Sendangsari Channel menjadi media pelestarian budaya tradisional yang dimiliki oleh Kalurahan Sendangsari, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pertama, Pemerintah Kalurahan Sendangsari telah menayangkan program-program dan kebudayaan yang dimiliki oleh Kalurahan Sendangsari, diantaranya terdapat YouTube Sendangsari Channel yang eksis dalam melestarikan kebudayaan yang ada di Kalurahan Sendangsari, Tim PPID Kalurahan Sendangsari mengakui bahwa kebudayaan dan kelompok-kelompok masyarakat belum seluruhnya terekspos, namun dari vidio yang sudah ditayangkan, telah menjaring penonton yang sesuai dengan target, yakni masyarakat Sendangsari. Melalui jumlah tayangan dan komentar yang diulas dalam kolom komentar vidio, target tayangan sudah mulai akrab dan loyal dalam menonton program tayangan Sendangsari Channel.

Kedua, proses produksi kreatif yang dilakukan Tim PPID Kalurahan Sendangsari telah menghasilkan konten-konten yang informatif, menarik, dan atraktif, namun sejauh ini informasi tersebut hanya dikemas menjadi vidio podcast dan video dokumenter. Selain konsisten menayangkan kedua *genre* tersebut semoga kedepannya juga dapat memberi tayangan yang lebih variatif untuk menarik minat pemirsa, sehingga dapat digemari masyarakat khususnya generasi muda.

Ketiga, melalui beberapa indikator yang disampaikan diatas, dalam proses produksi kreatif Sendangsari Channel ini menjadi mediator penengah di antara pemerintah desa dengan kelompok masyarakat Kalurahan Sendangsari, dengan ini dapat mendorong partisipasi aktif serta membantu dalam membangun dan memperkuat identitas daerah. Dengan demikian, proses ini tidak hanya membantu memperkuat budaya daerah, tetapi juga mendukung proses terwujudnya Desa Mandiri Budaya di Kalurahan Sendangsari.

Keempat, Pemerintah Kalurahan Sendangsari memanfaatkan media sosial, khususnya melalui YouTube Sendangsari Channel sebagai media yang menayangkan program-program budaya, program-program yang ditayangkan melalui platform tersebut dapat menyajikan video dengan durasi panjang, dan terfokus hanya pada video, karena deskripsi yang disuguhkan bukan melalui teks melainkan narasi, teks dibutuhkan hanya untuk memperkuat keterangan atau penjelasan, sehingga YouTube dapat dijadikan sebagai media penyebaran informasi yang penuh dengan visual. Namun untuk mempromosikan tayangan YouTube tersebut diharapkan Tim PPID Kalurahan Sendangsari dapat membagikan potongan-potongan segmen atau video melalui *platform* media sosial lainnya, baik itu Instagram, Facebook, Twetter, dan TikTok.

Kelima, dengan adanya liputan kepada kelompok-kelompok masyarakat, serta program-program kebudayaan di Kalurahan Sendangsari, yang dilakukan oleh Tim PPID Kalurahan Sendangsari, kini dapat menjalin kolaborasi dari pihak-pihak eksternal dalam proses produksi. Seperti dalam *podcast,* selain menghadirkan narasumber dari pemerintah Kalurahan Sendangsari, Sendangsari Channel juga berkolaborasi dengan Wakil Ketua DPRD Kabupaten Kulon Progo, Dekan Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor, DPUKP Kabupaten Kulon Progo, Wakil Ketua Komisi Informasi Pusat, Kompol Kapolsek Pengasih, YAKKUM, BPD Bangka Barat, hingga BPBD Kulon Progo. Hal ini tidak luput dari hasil informasi yang disampaikan secara meluas melalui YouTube Sendangsari Channel.

Peran PPID Kalurahan Sendangsari sangat vital dalam mengembangkan produksi konten yang menarik, hingga mendapatkan respon yang positif dari masyarakat, melalui liputan yang meluas dan apresiasi terhadap kelompok-kelompok masyarakat khususnya pegiat kesenian tradisional yang semakin tersebar, sehingga mengundang lebih banyak partisipasi dan kolaborasi baik dari dalam maupun luar daerah. Namun demikian, penelitian ini juga menggaris bawahi perlunya mengembangkan tayangan yang beragam dan inklusif, serta melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat setempat, dalam proses produksi.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini masih banyak keterbatasan, beberapa keterbatasan akan dideskripsikan pada poin berikut:

1. Dari berbagai media sosial yang dimiliki Kalurahan Sendangsari, penelitian ini hanya fokus kepada situs YouTube Sendangsari Channel. Hal tersebut dikarenakan konsistensi unggahan tayangan kebudayaan yang lebih aktif dilakukan oleh Tim PPID Kalurahan Sendangsari melalui *platform* YouTube dibanding dengan *platform* media sosial lainnya. Hal ini dapat membatasi generalisasi temuan terhadap kanal YouTube lain atau proses produksi kreatif pada media sosial di daerah lain.
2. Penelitian hanya melibatkan analisis terhadap konten yang diproduksi oleh Sendangsari Channel dalam periode waktu tertentu. Hal ini dapat membatasi representasi dari proses produksi kreatif yang lebih luas di desa tersebut.
3. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam akses terhadap data historis produksi konten, serta data statistik YouTube Sendangsari Channel.
4. Selain itu peneliti juga tidak dapat terlibat dalam kurun waktu yang lama dengan kelompok masyarakat Kalurahan Sendangsari, serta terkendala dengan keterbatasan waktu dari kelompok masyarakat Kalurahan Sendangsari yang memiliki jam kerja berbeda beda dan cukup sibuknya kegiatan yang sedang berlangsung di dalam Kalurahan Sendangsari. Peneliti juga berharap dalam penelitian yang akan datang dapat meneliti secara lebih luas dari penelitian yang telah peneliti lakukan.

C. Saran

1. Saran Praktis

a. Sebagaimana temuan pada penelitian ini yang menunjukkan bahwa strategi yang digunakan masih terbatas pada media sosial YouTube, sehingga saran yang diberikan kepada Tim PPID Kalurahan Sendangsari dapat meningkatkan publikasi dan promosi di media sosial lain seperti TikTok, Instagram, Facebook, dan lain sebagainya, agar dapat

membantu menarik konsumen dalam berkunjung ke Kalurahan Sendangsari.

b. Pemerintah Kalurahan Sendangsari dapat melakukan peningkatan partisipasi kelompok masyarakat dalam konteks pemberdayaan masyarakat, kualitas, serta kuantitas SDM dalam proses produksi kreatif kanal YouTube Sendangsari Channel dan media sosial resmi lainnya yang dimiliki oleh Kalurahan Sendangsari, dengan itu dapat meningkatkan pengalaman serta menciptakan ide-ide yang menarik untuk kemanfaatan bersama.
c. Untuk lembaga Kalurahan Sendangsari agar dapat mengenalkan program-program kebudayaan di Kalurahan Sendangsari secara bervariasi dan inovatif, selain itu juga terus mengenalkan sosial media dan tayangan yang baru diunggah dalam program yang tengah dilaksanakan, supaya dapat terlihat potensi-potensi dari masyarakat Kalurahan Sendangsari.

2. Saran Akademis

a. Dari berbagai media sosial yang dimiliki Kalurahan Sendangsari, pada penelitian ini hanya fokus kepada YouTube Sendangsari Channel, sehingga harapannya penelitian selanjutnya dapat meneliti pada media sosial lain yang dimiliki oleh pemerintahan, baik di Kalurahan Sendangsari maupun pemerintahan lain.
b. Penelitian tentang produksi kreatif selanjutnya diharapkan dapat lebih luas dalam ruang lingkup produksi program di media sosial maupun program-program komunikasi lainnya.
c. Pemilihan narasumber lebih luas lagi dengan melibatkan penonton atau masyarakat yang sesuai dengan objek penelitian.
d. Perlu adanya telaah lebih lanjut pada penelitian berikutnya tentang teori-teori yang berkenaan dengan proses produksi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Ayawaila, G.R. (2008). *Dokumenter* dari Ide Sampai Produksi. Jakarta: FFTV-IKJ PRESS.

Cangara, H. H. (2013). *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi.* PT. Raja Grafindo Persada.

Fiske, J. (1994). *Introduction Communication Studies Cultural and Communication : Sebuah Pengantar Paling Komprehensif.* Jakarta: Jalasutra.

Green, A. (2001) *Creativity in Public Relations, terj.* Andrianti,. Salim, Emil. Vol.2. London: Kogan Page Limited.

Halim, S. (2012). *Semiotika Dokumenter: Membongkar Dekonstruksi Mitos dalam Media Dokumenter,* Jakarta: CV Budi Utama.

Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Ghalia Jakarta, Bogor.

Indhi, A. (2017). *Fenomena Youtube sebagai Media Penyiaran di Zaman Modern.*

Indranata, I. (2008). *Pendekatan Kualitatif untuk Pengendalian Kualitas*. Jakarta: Universitas Jakarta.

Jefkins, F. (1995). *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.

Junaedi, F. (2011). *Membuat Film Dokumenter,* Yogyakarta: Lingkar Media.

Kasali, R. (1992). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia.* Cetakan ke-4. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.

Liliweri, A. (2010). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna.* Prenada Media Group.

Marianto, D. M. (2006). *Quantum Seni,* Semarang: Dahara Prize.

Miller, M. (2009). *Sams Teach Yourself YouTube in 10 Minutes*. United State of America: SAMS.

Morissan. (2009). *Manajemen Media Penyiaran: strategi mengelola radio & televisi*. Jakarta: Kencana.

Munandar, U. (1999). *Strategi & Keberbakatan (Strategi Mewujudkan Potensi Kreativitas & bakat)*, Jakarta, Gramedia.

Munandar, U. (2014). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.

Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Rakhmat, J. (2002). *Metode Penelitian Komunikasi.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rohidi, T. R. (2000). *Kesenian Dalam Pendekatan Kebudayaan,* Bandung : STSI Press.

Sardar, Z. (2008). *Membongkar Kuasa Media.* Yogyakarta: Resist Book.

Sarwono, J. (2007). *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual,* Yogyakarta: Andi.

Wibowo, F. (2007) *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.

Jurnal:

Marcu, M. (2019). *The Podcast as a Form for the Distribution of the Radio Product. International Journal of Communication Research*., Vol 9, Issue 1, p80.

Suneki, S. (2012). *Dampak Globalisasi Terhadap Eksistensi Budaya Daerah. Jurnal Ilmiah CIVIS,* Volume II, No 1.

Wirga, E. W. (2016). *Analisis Konten Pada Media Sosial Video Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik. Jurnal Ilmiah Informatika Komputer,* Vol. 21, No. 1.

Skripsi:

Eskaputra, H. (2012). *"Televisi Lokal dan Budaya Daerah (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Serta TATV dalam Pelestarian dan Pengembangan Seni Keroncong di Surakarta)."* Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Pradita, D. A. (2012). *"Strategi Kreatif Program Feature Pada Televisi Lokal" (Studi Deskriptif Strategi Kreatif Program "Nruthus" di Madiun TV dan Program "Sehari Di" di Arek TV Surabaya)."* Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Putra, R. H. (2006). *"Strategi Program Berita Bali TV dan Dewata TV dalam Pengembangan Budaya Lokal dan Pariwisata Bali (Studi Deskriptif terhadap Program Berita Orti Bali di Bali TV dan Gatra Dewata di Dewata TV)."* Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Putri, D. H. (2018). *"Analisis Kreatif Program Hiburan Televisi Lokal Dalam Konstruksi Identitas Daerah (Studi Komparatif Pada Riau Televisi dan Riau Channel Televisi Pekanbaru)."* Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

Herleni. (2020). *"Analisa Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata Di Kota Batam."* Skripsi Sarjana, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Humaniora, Universitas Putera Batam. Batam.

Rizki, M. (2019). *"Analisis Komunikasi Partisipatif Pada Pembentukan Wisata Desa Kampoeng Mataraman Desa Panggungharjo."* Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta. .

Wikayanto, A. (2018). *"Representasi Budaya dan Identitas Nasional pada Animasi Indonesia."* Skripsi Sarjana. Institut Teknologi Bandung. Bandung.

Artikel Internet :

Administrator. (2021). *Data Aparatur*. Diakses pada 08 Juli 2021 dari https://sendangsari-kulonprogo.desa.id

Administrator. (2021).*Live In SMP Mutiara Persada Bantul di Sanggar Among Lare*. Diakses pada 18 November 2023 dari https://sendangsari-kulonprogo.desa.id

Administrator. (2023). *Pertukaran Budaya, Mahasiswa Malaysia Belajar di Sendangsari*. Diakses pada 11 Oktober 2023 dari https://sendangsari-kulonprogo.desa.id

Bakri. (2023) *Website: Pengertian, Fungsi, Jenis, Dan Cara Membuatnya.* Diakses pada 21 Agustus 2023 dari https://bakri.uma.ac.id/

Horn, J. (2019). *Ten Key Elements Of A Strong Podcast Intro.* Diakses pada 3 Desember 2019 dari https://weeditpodcasts-com.translate.goog/1

PPID Utama Bantul. (2019). Informasi yang Dikecualikan Harus Melalui Uji Konsekuensi. Diakses pada 22 Agustus 2019 dari

Umayyah, S. (2018) *DIY Akan Percepat Pengembangan Pariwisata Di Lima Kabupaten Dan Kota Yogyakarta.* Diakses pada 26 Septeber 2018 dari https://jogja.tribunnews.com/2018/09/26/diy-akan-percepat-pengembangan pariwisata-di- 5-kabupaten-dan-kota-yogyakarta

Widharta, E. (2020) *Kulonprogo Gelar Pertunjukan Seni Lewat Youtube.* Diakses pada 2 November 2020 dari https://travel.detik.com/domestic-destination/d-5237691/kulonprogo-gelar-pertunjukan-seni-lewat-youtube

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
SURAT IZIN PENELITIAN

FAKULTAS
PSIKOLOGI &
ILMU SOSIAL BUDAYA

Gedung Dr. Soekiman Wirjosandjojo
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 2106, 2114
F. (0274) 898444 ext. 2106
E. fpsibs@uii.ac.id
W. fpsbuii.ac.id

Tanggal : 10 Februari 2023
Nomor : 394/Dek/70/DURT/III/2023
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data Skripsi

Yth. Lurah Kalurahan Sendangsari, Pengasih, Kulon Progo

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah maupun Swasta. Selanjutnya kami mohon izin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama Mahasiswa	: Isnaina Farha Ramadhani
Nomor Induk Mahasiswa	: 19321292
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Pembimbing	: Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D
Judul Skripsi	:

"Proses Kreatif Sendangsari Channel Mewujudkan Sendangsari Kulon Progo sebagai Desa Budaya"

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Dr. Phil. Qurotul Uyun, S.Psi., M.Si., Psikolog
NIP: 963200102

LAMPIRAN 2
DAFTAR PERTANYAAN UNTUK CARIK KALURAHAN SENDANGSARI

1. Siapa yang bertanggung jawab dalam pembentukan Sendangsari Channel?
2. Bagaimana sejarah pembentukan Sendangsari Channel?
3. Dimana dan kapan pembentukan Sendangsari Channel?
4. Apa hal yang menjadi latar belakang berdirinya Sendangsari Channel?
5. Apa yang menjadi visi dan misi Sendangsari Channel?
6. Bagaimana tanggapan awal masyarakat dengan berdirinya Sendangsari Channel?
7. Bagaimana merumuskan program tayangan Sendangsari Channel?
8. Apakah dilakukan riset khalayak?
9. Apakah ada inovasi baru dalam menyajikan konten dari sejak awal berdirinya Sendangsari Channel hingga saat ini?
10. Apa saja yang menjadi kendala dalam memproduksi program?
11. Solusi apa yang dilakukan dalam menghadapi kendala tersebut?

LAMPIRAN 3
DAFTAR PERTANYAAN UNTUK TIM SISTEM INFORMASI DESA

1. Tayangan YouTube memiliki berbagai macam kategori, yaitu film pendek, vlog, podcast, musik, program hiburan dan masih banyak lagi termasuk dalam kategori apakah YouTube Sendangsari Channel?
2. Bagaimana merumuskan program tayangan Sendangsari Channel?
3. Apakah dilakukan riset khalayak?
4. Apa kunci utama yang harus ada dalam program tayangan Sendangsari Channel?
5. Mengapa memilih memberi nama Program Sendangsari Channel?
6. Apa filosofi nama segmen yang ada pada kanal YouTube Sendangsari Channel?
7. Bagaimana proses pelaksanaan produksi program Sendangsari Channel? Apakah selalu berjalan sesuai perencanaan?
8. Darimana saja bahan yang akan diproses dalam program Sendangsari Channel? apakah ada kolaborasi dengan narasumber?
9. Selain tujuan komersial apa saja yang menjadi dasar pembuatan program Sendangsari Channel?
10. Siapa yang menjadi target pasar Sendangsari Channel?
11. Strategi kreatif apa saja yang dilakukan oleh Sendangsari Channel dalam memancing target pasar?

12. Sejauh ini program apa yang menjadi unggulan dalam mengemas budaya adat?
13. Bagaimana cara mempertahankan program tayangan Sendangsari Channel dalam menjaga loyalitas pemirsa?
14. Apakah ada program serupa yang menjadi referensi atau kolaborasi Sendangsari Channel?
15. Apakah tayangan Sendangsari Channel memberlakukan program prime time? Dan apakah sudah disiplin dalam memposting tayangan pada waktu tersebut?
16. Apa saja yang menjadi kendala dalam memproduksi program baik teknis maupun non teknis? solusi apa yang dilakukan dalam menghadapi kendala tersebut?
17. Apakah ada waktu untuk evaluasi program kerja yang telah dilaksanakan?

LAMPIRAN 4
DAFTAR PERTANYAAN UNTUK SEKRETARIS SISTEM INFORMASI DESA

1. Apakah ada ketentuan dalam program tayangan Sendangsari Channel?
2. Bagaimana respon aparatur desa sejauh ini yang sudah berkolaborasi dengan Sendangsari Channel?
3. Apakah ada riset khalayak dalam menawarkan suatu program? atau bagian sekretaris bertugas untuk memilah tayangan yang sesuai dengan program Sendangsari Channel?
4. Apakah ada iklan yang terdapat dalam program Sendangsari Channel?
5. Apakah bagian sekretaris juga turut andil dalam memproduksi program tayangan Sendangsari Channel?
6. Apakah bagian sekretaris juga turut andil dalam perencanaan program tayangan Sendangsari Channel?
7. Pada bagian apa saja keterlibatan sekretaris SID dalam pembentukan program Sendangsari Channel?
8. Sejauh ini program apa yang paling banyak diminati dalam kanal YouTube Sendangsari Channel?
9. Apakah tayangan dalam kanal YouTube Sendangsari Channel sesuai dengan target sasaran?
10. Bagaimana cara mengevaluasi program yang telah berjalan?

LAMPIRAN 5
DAFTAR PERTANYAAN UNTUK EDITTOR SISTEM INFORMASI DESA

1. Tayangan YouTube memiliki berbagai macam kategori, yaitu film pendek, vlog, podcast, musik, program hiburan dan masih banyak lagi termasuk dalam kategori apakah YouTube Sendangsari Channel?
2. Bagaimana menentukan karakteristik program tayangan Sendangsari Channel?
3. Apakah dilakukan riset khalayak?
4. Apa kunci utama yang harus ada dalam program tayangan Sendangsari Channel?
5. Apakah ada nilai estetika yang harus dipenuhi dalam editing program tayangan Sendangsari Channel?
6. Apa filosofi nama segmen yang ada pada kanal YouTube Sendangsari Channel?
7. Bagaimana proses pelaksanaan produksi program Sendangsari Channel? Apakah selalu berjalan sesuai perencanaan?
8. Darimana saja bahan yang akan diproses dalam program Sendangsari Channel? apakah ada kolaborasi dengan narasumber?
9. Selain tujuan komersial apa saja yang menjadi dasar pembuatan program Sendangsari Channel? Siapa yang menjadi target pasar Sendangsari Channel?
10. Strategi kreatif apa saja yang dilakukan oleh Sendangsari Channel? Dalam memancing target pasar?
11. Sejauh ini program apa yang menjadi unggulan dalam memperkenalkan kain tradisional Indonesia?
12. Bagaimana cara mempertahankan program tayangan Sendangsari Channel? Dalam menjaga loyalitas pemirsa?
13. Apakah ada program serupa yang menjadi referensi atau kolaborasi Sendangsari Channel?
14. Apakah tayangan Sendangsari Channel memberlakukan program prime time? Dan apakah sudah disiplin dalam memposting tayangan pada waktu tersebut?
15. Apa saja yang menjadi kendala dalam proses editing program baik teknis maupun non teknis? solusi apa yang dilakukan dalam menghadapi kendala tersebut?

LAMPIRAN 6
TRANSKRIP WAWANCARA CARIK KALURAHAN SENDANGSARI

Identitas Pribadi

Nama : Sigit Rahmanto S.pd

Usia : 40

Latar belakang pendidikan : Sarjana Pendidikan jurusan manajemen pendidikan

Jabatan dan masa jabatan : Sekretaris Desa (Carik)

1. **Siapa yang bertanggung jawab dalam pembentukan Sendangsari Channel?**
   Untuk penanggung jawab program adalah Pak Lurah, namun semua penanggung jawab kegiatan adalah Carik, sehingga seluruh kegiatan harus melalui acc Saya.

2. **Apa hal yang menjadi latar belakang berdirinya Sendangsari Channel?**
   Kami berpikir bahwa proses penyaluran informasi ini dapat melalui berbagai hal, banyak cara dan banyak media. Mungkin pada tahun dua ribu dua puluh ada covid itu mulai melakukan aksi bagaimana cara kita menyampaikan kepada masyarakat terkait program-program yang ada di Kalurahan, sehingga mulai dioptimalkan Kembali karena sebelum Saya menjabat YouTube Sendangsari Chanel ini sudah ada namun belum dikelola dengan optimal, kemudian Saya ngobrol-ngobrol dengan teman-teman staff bahwa ini penting menyebarkan informasi publik salah satunya melalui media informasi YouTube. Makannya kita membuat sistem Informasi Desa itu salah satunya pengelolaan YouTube Channelnya.Tujuan selama ini memang kita bentuk Sendangsari Channel untuk transparansi juga transaksi informasi, yaa intinya itu mba kita jadikan transparansi informasi dari dinas- dinas.

3. **Apa yang menjadi visi dan misi Sendangsari Channel?**
   Tujuan utama nya adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat, apa yang kita lakukan bisa kita sampaikan kepada masyarakat bentuk pertanggung jawaban pemerintah Kalurahan Sendangsari dalam melaksanakan program kepemerintahan salah satunya itu, kemudian yang kedua kita ingin Sendangsari ini juga melek teknologi gitu lho, selain dari kepemerintahan masyarakat juga ikut terlibat, dari sisi menjadi bagian dari pengembangan YouTube Chennelnya itu.

Dengan adanya Sendangsari Channel ini juga bisa memperkenalkan kepada masyarakat luas keberadaan Desa Sendangsari, jadi kami mulai memperkenalkan potensi Desa kepada masyarakat luas, desa wisata harus ada komponen wisatanya, mulai menjual alam, objek-objek wisata, Desa Budaya kita sudah termasuk bagian dalam desa tersebut karena banyak kebudayaan yang kami kelola, Desa Prima itu ditentukan dari sisi pemberdayaan perempuan, perempuan" di wilayah ini bisa tidak untuk berdaya dan produktif, kemudian desa preneur itu ya desa UMKM istilahnya, yaitu kelompok-kelompok UMKM, mereka lebih berkembang ketika dijadikan satu, dalam payung desa budaya.

Kalau kemarin saya (Sigit Rahmanto) mengambil konsep Desa Wisata Mataramankarena berbagai komponen ini kan sudah ada, mulai dari Desa Prima, Desa Preneur, DesaBudaya, nanti Payung besarnya adalah wisata, yang menjadi lokomotif utamanya adalahwisata, karena ini akan menarik dari segi kebudayaan, misal dari ibu-ibu pkk mau membuat produk apa nanti kita bina dan kembangkan, jadi prima dan preneurnya juga masuk dalam pengembangan dari desa wisata tersebut. kondisi pertaniannya kita jug ada,ya itu jadi konsepnya menjadi desa wisata jadi tidak hanya menjual alam saja, untuk segikebudayaan kita bisa bicara sanggar among lare, ini akan menjadi segmentasi khusus, untuk anak-anak yang mau mempelajari kebudayaan tradisional. Di DIY ini kan sudah mulai banyak berkembang budaya mataraman, ya ada macem-macem yaa ada jemparingan, yaa dolanan anak tempo dulu itu, kemudian kita belajar bahasa jawa unggahungguh, beragam kearifan lokal itu bisa belajar di Sendangsari, nantikan itu sudah menjadi satu kesatuan, paparan dari sekda DIY untuk menjadi Desa Mandiri Budaya.

4. **Bagaimana tanggapan awal masyarakat dengan berdirinya Sendangsari Channel?**
   Respon dari masyarakat tentunya mereka mengapresiasi, karena memang dari beberapa desa itu yang baru intens itu salah satunya desa kami, kalau yang di Kulon Progo njih, melalui ada program-program wartadesa, kemudian ada podcast, itu memang masyarakat antusias dan mengapresiasi, karena memang sekarang ini arus informasi cukup pesat njih hampir semua orang konsumsi itu, kemudian hal ini bisa dilihat antusias mereka dalam kegiatan-kegiatan kemudian kita meliput, mereka memberikan ruang, memberikan keleluasaan kita untuk mengeksplor itu salah satu bentuk apresiasi mereka dan mereka juga tidak berkeberatan, informasi apa yang mau kita dapatkan, informasi apa yang mau kita gali dari masyarakat

5. **Bagaimana merumuskan program tayangan Sendangsari Channel? Apakah dilakukan riset khalayak?**

   Kalau Chennel YouTube kan ada beberapa konten ya, ada kebudayaan, kemudian ada pemerintahan, kemudian ada podcast sendiri, jadi kalau di sistem informasi desa itu kami sudah membagi tim, jadi ini ada tim yang khusus menangani podcastnya, kemudian ini ada tim khusus warta desannya, kemudian ada yang liputan, semua itu kita target, jadi satu bulan kalau podcast harus dua kali, kemudian untuk warta desa setiap bulannya sebulan kali, kemudian untuk liputan desa itu minimal dua kali setiap bulannya, tapi kalau maksimal juga boleh seperti ada sifatnya insidental yang tidak terencana dari awal,yang masuk bagian dari itu, ada yang sifatnya momentum yang memang sudah ada tanggalnya, atau sudah direncanakan dari awal.

6. **Apakah ada inovasi baru dalam menyajikan konten dari sejak awal berdirinya Sendangsari Channel hingga saat ini?**

   Inovasi pertama itu podcast, karena memang satu perlu ada konsep, kemudian yang kedua juga harus persiapan peralatan penunjang karena ini kan bukan hal yang murah, kemudian juga dalam merumuskan konten kita juga perlu konsisten, perlu lebih dalam apa yang mau dibahas dan bagaimana caranya.

7. **Prestasi apa saja yang didapatkan dengan adanya Sendangsari channel ini?**

   Prestasi yang didapatkan dengan adanya Sendangsari channel ini, termasuk konten kita sebagai unggulan untuk lomba desa transparan tingkat nasional itu di tahun 2022, dan kami mendapatkan juara satu PPID tahun 2021 itu yang paling kita raih, kita juga berjalan kan baru di awal 2020. Kita sudah desa budaya, kemudian rintisan mandiri budaya, dan ini kita sudah pada tahap desa mandiri budaya.

8. **Apa saja yang menjadi kendala dalam memproduksi program? solusi apa yang dilakukan dalam menghadapi kendala tersebut?**

   Sebagian kendala ketika dilapangan sudah bisa kita lepas, mungkin dulu awal masih Saya (Pak Sigit) yang mendirect, jadi saya mengevaluasi hasil akhirnya saja, mungkin dari sisi sinematografinya, bagian yang layak atau tidak untuk ditampilkan, jadi saya arahkan dari jauh lewat grub, sebelum tayang pun saya harus lihat dulu sebelum dipublish, bahwa ini layak atau tidak. Jadi ada quality control atau cek hasil akhirnya.

LAMPIRAN 7

TRANSKRIP WAWANCARA TIM SISTEM INFORMASI DESA

Identitas Pribadi
Nama : Wahyu Budiana
Usia : 30 tahun
Latar belakang pendidikan : SMK
Jabatan dan masa jabatan : Staff Carik

1. **Tayangan YouTube memiliki berbagai macam kategori, yaitu film pendek, vlog, podcast, musik, program hiburan dan masih banyak lagi termasuk dalam kategori apakah YouTube Sendangsari Channel?**
   Saya selaku Staff Carik di bagian administrasi, di YouTube ini disatukan menjadi tim SID yang bergabung menjadi beberapa kategori ada saya selaku tim podcast, Mas Edo sebagai tim liputan, dan Mba Ipang sebagai berita atau warta desa.

2. **Bagaimana merumuskan program tayangan Sendangsari Channel? Apakah dilakukan riset khalayak?**
   Kalau untuk riset kita belum melakukan ya, tapi kita bisa melihat dari tayangan yang paling banyak diminati, kemudian kami terus berinovasi dari referensi YouTube kebudayaan. Biasanya pada waktu evaluasi juga dilakukan brainstorming untuk ide konten kedepannya.

3. **Apa kunci utama yang harus ada dalam program tayangan Sendangsari Channel?**
   Untuk kunci pengambilan gambarnya biasanya dilakukan oleh kameramen sekaligus editor, dan kebetulan di tempat kami yang mengerjakan itu satu orang, jadi ketika dibutuhkan tim SID saling membantu tugas satu dan lainnya.

4. **Mengapa memilih memberi nama Program Sendangsari Channel?**
   Kalau nama itu kita sesuaikan dengan kegiatan kebudayaan yang sudah ada.

5. **Apa filosofi nama segmen yang ada pada kanal YouTube Sendangsari Channel?**
   Untuk penamaan program kita mengikuti dengan kategori desa yang telah ditetapkan oleh provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

6. **Bagaimana proses pelaksanaan produksi program Sendangsari Channel? Apakah selalu berjalan sesuai perencanaan?**
   Sejauh ini belum ada kendala besar yang harus ditangani, mungkin pada tahap edit bahan yang sudah diambil yang menghambat proses upload tepat waktu.

7. **Darimana saja bahan yang akan diproses dalam program Sendangsari Channel? apakah ada kolaborasi dengan narasumber?**
   Jadi setiap ada kegiatan di tingkat padukuhan maupun tingkat Kalurahan itu diliput, dimulai dengan konsep seperti itu, lalu semakin kesini kan kita mulai menampilkan potensi dari UMKM juga budayanya, kalau podcast kita biasanya mengundang dari dinas-dinas atau instansi mba, kita sesuaikan dengan berita yang sedang update di desa, semisal pengisian pamong yang kita hadirkan ketua panitianya, jadi sementara kita selalu hadirkan narasumber yang berkaitan dengan acara tersebut, ataupun dari dinas-dinas yang ingin melakukan penyuluhan.

8. **Selain tujuan komersial apa saja yang menjadi dasar pembuatan program Sendangsari Channel?**
   Tujuan utama kita memang untuk transparansi informasi terkait program-program yang ada di Pemerintahan, sehingga seluruh masyarakat dapat memahami apa saja program-program pemerintahan dan potensi budaya yang ada di Kalurahan Sendangsari.

9. **Siapa yang menjadi target pasar Sendangsari Channel?**
   Target utamanya adalah keterbukaan informasi publik atas berjalannya pemerintahan Sendangsari, jadi yang menjadi target utama dari program ini adalah masyarakat yang ada di Kalurahan Sendangsari.

10. **Strategi kreatif apa saja yang dilakukan oleh Sendangsari Channel dalam memancing target pasar?**
    Inovasi yang kami lakukan adalah menyiarkan live streaming ketika pemilihan lurah,kita lakukan live streaming saat visi misi calon lurah, dan lakukan streaming saat quick qount, podcast juga termasuk inovasi baru yang kami programkan.

11. **Sejauh ini program apa yang menjadi unggulan?**
    Tayangan yang paling banyak peminatnya adalah tayangan tentang budaya yang dikemas full seluruh rangkaian acara.

12. **Bagaimana cara mempertahankan program tayangan Sendangsari Channel dalam menjaga loyalitas pemirsa?**
    Pengemasannya kita ambil full bagian dari kebudayaan kemudian kita beri efek sinematografi sehingga masyarakat tidak jenuh ketika menonton, kemudian biasanya kami juga upload pada moment tersebut sehingga masyarakat masih bisa merasakan moment yang sedang berlangsung. Semisal ketika mengambil tema podcast juga disesuaikan dengan moment apa yang akan berlangsung, seperti akan datangnya bulan suci ramadhan maka kita datangkan narasumber bapak kapolsek kapanewon Pengasih untuk memberikan himbauan kamtibmas ramadhan.

13. **Apakah ada program serupa yang menjadi referensi atau kolaborasi Sendangsari Channel?**
    Referensi kita biasanya melihat dari konten-konten YouTube kebudayaan lainnya, untuk spesifikasi channelnya tidak ada karena memang belajar dari banyak Channel.

14. **Apakah tayangan Sendangsari Channel memberlakukan program prime time? Dan apakah sudah disiplin dalam memposting tayangan pada waktu tersebut?**
    Jadwal upload tayangan sementara belum pasti, tapi kami selalu berusaha upload di jam-jam efektif ketika waktu istirahat, untuk harinya maksimal tiga hari dari acara terselenggara, jadi kita ngejar momentum dari acara tersebut, takutnya kalau sudah jauh dari hari terselenggaranya nanti sudah bukan momentnya lagi.

15. **Apa saja yang menjadi kendala dalam memproduksi program baik teknis maupun non teknis? solusi apa yang dilakukan dalam menghadapi kendala tersebut?**
    Kendala yang dirasakan adalah ketika turun ke lapangan, dan pada saat melakukan proses editing dengan sumber daya manusia yang masih minim. Untuk mengatasi masa lelah, agar program ini konsisten upload itu ya kadang dapat monitoring dan kontroling dari pak carik, mungkin ya kita lakukan rapat di luar, dan saling support, kita saling beri semangat yaa semoga ada nilai yang kita dapatkan dari channel ini.

16. **Apakah ada waktu untuk evaluasi program kerja yang telah dilaksanakan?**
    Waktu evaluasi, kita lakukan rapat berkala, kita lakukan evaluasi di dalam rapat tersebut. Untuk evaluasi program kerjanya, kitakan sudah ada target bulanannya jadi tinggal kita lihat saja apakah program tersebut tercapai atau tidak tercapai. kalau di YouTubenya ya hasil evaluasi pasti kegiatan yang harus diliput terlalu banyak kemudian tenaganya masih minim nah itu yang pasti menjadi kendala. Kemudian yang kedua kita lebih pada volunteerism.

LAMPIRAN 8

TRANSKRIP WAWANCARA SEKRETARIS SISTEM INFORMASI DESA

Identitas Pribadi
Nama : Partinem
Usia : 30
Latar belakang pendidikan : SMK
Jabatan dan masa jabatan : Pranata Laksana Sarta Pangripta
Apa pekerjaan sebelumnya : Kontraktor (Administrasi)

1. **Apakah ada ketentuan dalam program tayangan Sendangsari Channel? bagaimana respon aparatur desa sejauh ini yang sudah berkolaborasi dengan Sendangsari Channel?**
   Alhamdulillah sejauh ini aparatur desa turut mendukung program Sendangsari Channel ini, setiap kita melakukan liputan aparatur desa turut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut, kemudian ketika ada video baru yang diunggah biasanya kami share ke grup, dan mereka langsung share di story dan grup WhatsApp.

2. **Apakah ada riset khalayak dalam menawarkan suatu program? atau bagian sekretaris bertugas untuk memilah tayangan yang sesuai dengan program Sendangsari Channel?**
   Di awal 2019 YouTube ini mulai dikembangkan lagi oleh Pak Carik, karena awalnya di SID hanya fokus mengelola website yang menyajikan berita sama layanan administrasi surat menyurat seperti itu, lalu untuk pemberdayaan tim SID juga mungkin Pak Carik itu memiliki dasar dibidang IT seperti itu, jadinya memiliki ide untuk membuat YouTube Sendangsari Channel, nah kalau untuk yang awal-awal pembuatan YouTube dulu itukan belum terkonsep ya mba, jadi dulu cuma ada profil Sendangsari gitu sama waktu Covid-19 itu ada beberapa lomba dan bantuan ya sebatas itu, kemudian dari situ mulai fokus mulai dirapatkan lagi, kemudian dibagi tim antara tim konten dan tim podcast, jadi sampai sekarang mulai berjalan dan kita targetkan tim podcast harus tayang sebulan dua kali, dan tim podcast sebulan dua kali, kalau tim konten juga masih terbatas, kemarin yang kegiatan di desa itu liputan gitu mba, jadi setiap ada kegiatan di tingkat padukuhan maupun tingkat Kalurahan itu diliput, dimulai dengan konsep seperti itu, lalu semakin kesini kan kita mulai menampilkan potensi dari UMKM juga budayanya, kalau podcast kita biasanya mengundang dari dinas-dinas atau instansi mba, kita sesuaikan dengan berita yang sedang update di desa, semisal pengisian pamong yang kita hadirkan ketua panitianya, jadi sementara kita selalu hadirkan narasumber yang berkaitan dengan acara tersebut, ataupun dari dinas-dinas yang ingin melakukan penyuluhan.

3. **Apakah ada iklan yang terdapat dalam program Sendangsari Channel?**
   Beberapa iklan masuk selain dari iklan monetisasi YouTube juga ada iklan dari UMKM dari Sendangsari.
   Kalau podcast gitu biasanya kita pajang hasil UMKM dari pemerintahan ya baru sebatas itu, namun untuk kegiatan komersial lainnya belum karena memang kita baru fokus untuk informasi pemerintahan.

4. **Apakah bagian sekretaris juga turut andil dalam memproduksi program tayangan Sendangsari Channel?**
   Di SID Saya juga ditugaskan menjadi warta desa sehingga saya juga harus meliput berita yang akan diunggah melalui web resmi Kalurahan Sendangsari, selain itu saya dibutuhkan untuk administrasi jika harus menggunakan surat menyurat atau administrasi lainnya.

5. **Apakah bagian sekretaris juga turut andil dalam perencanaan program tayangan Sendangsari Channel?**
   Untuk siapa saja yang menentukan ide dan gagasan yang akan dilakukan kedepannya biasanya dilakukan oleh tim yang sudah terbagi di tim SID, masing-masing punya penugasan untuk yang konten berpikir ada event apa jadi saling memberi usulan ide dan saling mengingatkan untuk diliput bagian-bagian kegiatannya, dari tim yang sudah dibagi itu kemudian kami yang dari dinas membantu terkait surat menyuratnya, pak carik sebagai koordinator biasanya ya memantau dan mengarahkan.

6. **Pada bagian apa saja keterlibatan sekretaris SID dalam pembentukan program Sendangsari Channel?**
   Setiap bulannya kita ada evaluasi kemudian semua bisa menyampaikan ide dan gagasan untuk kemajuan Sendangsari channel.

7. **Sejauh ini program apa yang paling banyak diminati dalam kanal YouTube Sendangsari Channel?**
   Channel budaya dan beberapa tayangan siaran langsung seperti quick qount pada saat pemilihan lurah kemarin.

8. **Apa kunci utama yang harus ada dalam program tayangan Sendangsari Channel?**
   Kunci utama itu komitmen dan konsisten, kami berusaha komitmen terkait transparansi informasi, kami juga berusaha konsisten agar kegiatan ini bisa mencapai target dan tepat waktu.

9. **Bagaimana tanggapan awal masyarakat dengan berdirinya Sendangsari Channel?**
   Pendapat masyarakat sejauh ini kami mendapat respon baik dari masyarakat, tapi mungkin dari segi promosi kita kurang atau konten kita yang masih monoton jadi

mungkin banyak masyarakat yang belum paham, makannya kita kepikiran ide untuk menambahkan konten semacam film pendek gitu ya mbak, kan akan membuat penasaran, juga bisa menjadi hiburan untuk masyarakat, kalau podcast gitu kan seperti monoton apalagi di kalangan pemuda atau anak-anak gitu kan kurang menarik, ruang gerak kita kan juga terbatas karena kan dinas njih kepemerintahan gitu kan kita tidak bisa asal membuat konten, jadi ada batasannya.

10. **Apakah tayangan dalam kanal YouTube Sendangsari Channel sesuai dengan target sasaran?**
    Sepertinya sudah sesuai karena kita membentuk program ini dekat dengan kehidupan masyarakat, namun memang masih ada sedikit kendala yang kami alami, yakni adalah belum seluruh budaya dapat kita ekspose, tapi di tahun ini sudah hampir seluruh potensi yang ada itu berusaha untuk kita ekspos namun memang belum sepenuhnya terjamah kegiatan kebudayaan yang ada di Sendangsari, karena kan ketika mau mengambil satu kebudayaan, waktunya bersamaan dengan kebudayaan lainnya, karena kan banyak segmentasinya yang harus digarap, mulai dari budaya, pariwisata, ekonomi UMKM, pertanian.

11. **Bagaimana cara mengevaluasi program yang telah berjalan?**
    Waktu evaluasi, kita lakukan rapat berkala, kita lakukan evaluasi di dalam rapat tersebut. kalau di YouTubenya ya hasil evaluasi pasti kegiatan yang harus diliput terlalu banyak kemudian tenaganya masih minim nah itu yang pasti menjadi kendala. Kemudian yang kedua kita lebih pada volunteerism atau relawan gitu ya, jadi kita tidak bisa ngepush seperti orang yang bekerja. Kalau yang berita sebagian memang bekerja jadi aparatur desa jadi sering bertumpuk dengan pekerjaan lainnya jadi tidak bisa mencapai target.
    Untuk evaluasi keseluruhan biasanya kita adakan pada akhir tahun, namun di awal-awal bulan kami juga adakan briefing kegiatan jadi didalamnya kami juga sekaligus mengevaluasi, namun juga tidak memungkiri kami juga ada rapat internal juga kalau ada hal yang mendesak atau mendadak nanti bisa via grup whatsapp seperti itu, jadi kita mengutamakan koordinasi.

12. **Apa saja yang menjadi kendala dalam memproduksi program baik teknis maupun non teknis? solusi apa yang dilakukan dalam menghadapi kendala tersebut?**
    Kendala kami biasanya pada pencapaian target waktu, jadi banyaknya video yang harus segera selesai dengan kegiatan yang terus berjalan, untuk prosesnya sejauh ini tidak ada kendala sih mba, cuma ya memang itu di waktunya kadang editing video membutuhkan waktu yang cukup lama, biasanya kami sering molor untuk upload. Solusinya biasanya ya kita oyak-oyak, dari kami saling mengingatkan untuk segera digarap, kadang yo lembur-lembur juga, harus ada prioritas yang harus digarap lebih dulu, ya saling mengingatkan.

LAMPIRAN 9

TRANSKRIP WAWANCARA EDITOR SISTEM INFORMASI DESA

Identitas Pribadi
Nama : Yoke Aiveldo Utus Candara Anggara
Usia : 23
Latar belakang pendidikan : SMA
Jabatan dan masa jabatan : Staff SID (Editor)

1. **Tayangan YouTube memiliki berbagai macam kategori, yaitu film pendek, vlog, podcast, musik, program hiburan dan masih banyak lagi termasuk dalam kategori apakah YouTube Sendangsari Channel?**
   Bentuk pengemasan kontennya itu setiap ada kegiatan kebudayaan pasti tim SID itu melakukan liputan njih, biasanya kita liput trus kita upload, mulai dari kegiatan merti di padukuhan di desa, dan acara-acara kebudayaan lainnya, ada panjidor, incling, dan acara kebudayaan lainnya, terutama yang mendapatkan dana kebudayaan atau dana keistimewaan, kalau budaya pasti karena ini termasuk yang daya tariknya tinggi.

2. **Bagaimana menentukan karakteristik program tayangan Sendangsari Channel? Apakah dilakukan riset khalayak?**
   Biasanya pada waktu evaluasi juga dilakukan brainstorming untuk ide konten kedepannya. Riset khalayak kiita lakukan dengan cara melihat dari tayangan yang paling banyak penontonnya, kemudian kami terus berinovasi dari referensi YouTube kebudayaan.

3. **Apa kunci utama yang harus ada dalam program tayangan Sendangsari Channel?**
   Kunci utama yang pertama konsisten, kemudian mau kalau saya membagi "mau" ini menjadi dua, yang pertama mau konsisten dan yang kedua mau belajar, siapapun orang kalau kapasitasnya dia tapi tidak mau kan menjadi masalah, jadi SDM itu yang menjadi tolak ukur kunci utamanya. Kemudian dari sisi itu kita juga mau untuk menganggarkan, bagaimana berembuk dengan kebijakan, karena anggarkan sifatnya kebijakan, jadi bagaimana caranya kita meyakinkan para pihak yang terlibat dalam pembentukan kebijakan itu untuk menjelaskan program ini benar-benar dijalankan, program ini ada manfaatnya, tujuannya seperti apa, bisa meyakinkan seperti itu.

4. **Apakah ada nilai estetika yang harus dipenuhi dalam editing program tayangan Sendangsari Channel?**
   Tidak ada patokannya asal tidak berbau SARA dan nanti di akhir hasil vidio akan di cek oleh Pak Carik, jadi kita tunggu revisi dari Pak Carik jika ada yang perlu direvisi

5. **Apa filosofi nama segmen yang ada pada kanal YouTube Sendangsari Channel?**
   Untuk menentukan nama atau judul konten memang kita sesuaikan dengan kebudayaan yang sudah ada, namun memang kita deskripsikan lagi supaya penonton makin penasaran dengan video selanjutnya. Kalau judul podcastnya sudah include dengan momentum apa yang akan dibahas, bahan tayangan ambil sumbernya.

6. **Bagaimana proses pelaksanaan produksi program Sendangsari Channel? apakah selalu berjalan sesuai perencanaan?**
   Kami sudah berusaha semaksimal mungkin namun memang belum seluruh potensi budaya sepenuhnya terekspos, tapi di tahun ini sudah hampir seluruh potensi yang ada itu berusaha untuk kita ekspos namun memang belum sepenuhnya terjamah kegiatan kebudayaan yang ada di Sendangsari, karena ketika mau mengambil satu kebudayaan, waktunya bersamaan dengan kebudayaan lainnya, karena banyak segmentasinya yang harus digarap, mulai dari budaya, pariwisata, ekonomi UMKM, pertanian.

7. **Siapa yang menjadi target pasar Sendangsari Channel?**
   Target utama nya adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat khususnya masyarakat Kalurahan Sendangsari, apa yang kita lakukan bisa kita sampaikan kepada masyarakat bentuk pertanggung jawaban pemerintah Kalurahan Sendangsari dalam melaksanakan program kepemerintahan. Selain itu tidak memungkiri dengan adanya kanal YouTube Sendangsari ini masyarakat yang berada di luar Kalurahan Sendangsari juga bisa mengetahui apa saja budaya yang ada disini.

8. **Inovasi apa yang dilakukan untuk mencegah menurunnya minat budaya yang ada di Kalurahan Sendangsari?**
   untuk mencegah menurunnya minat budaya di masyarakat ini kami juga melakukan regenerasi, mulai dari yang muda dilatih atau diajari yang sepuh, dan yang anak-anak diajari oleh yang muda-muda.

9. **Selain tujuan komersial apa saja yang menjadi dasar pembuatan program Sendangsari Channel?**
   Kita tidak memungkiri kalau memang sekarang ini kan YouTube sudah bisa menjadi media komersial untuk cari uanglah, sebenarnya kita membuat podcast ini juga ada kontribusi yang masuk dalam hal sumber pendapatan gitu, rencana kami mau kita komersilkan, siapa yang mau podcast disini, kemudian dia mau mensosialisasikan apa, atau mau branding produk kemudian kita ada patokan harga kalau produknya mau ditayangkan kemudian ada royalti yang harus dibayar, kemarin juga ada pikiran mau kesitu namun sementara ini belum karena memang belum intens untuk menjadikan sumber pendapatan, kemudian dari sisi subscriber dan viewer kan kalau semakin banyak akan semakin bagus ya selain menjadi sumber informasi kan kita juga bisa monetisasi dan kemudian bisa menjadi sumber pendapatan, namun itu bukan hal yang paling pokok, hal utama nya ya itu tadi bagaimana kita menyampaikan informasi kepada masyarakat, baik itu sosial, budaya, ekonomi pendidikan dan lain sebagainnya.

10. **Strategi kreatif apa saja yang dilakukan oleh Sendangsari Channel? dalam memancing target pasar?**
    Strategi kreatif yang dalam pengemasan budaya agar menghasilkan tayangan yang menarik kita berusaha mengambil dokumentasi dengan hasil sinematografi yang baik,

kalau alurnya kita ikut tradisi yang sudah berjalan, Jadi misal ada upacara adat wiwitan kutukan dll, kita hanya fokus mengambil kontennya saja, dan untuk pengemasannya itu kita ikut pelaku dari pelaku kegiatan saja yaa masyarakat itu, sifatnya tinggal mendokumentasikan cuma nanti bagaimana agar lebih menarik kita buat sinematografi yang lebih baik.

11. Sejauh ini program apa yang menjadi unggulan dalam memperkenalkan budaya di Sendangsari?

Tayangan yang biasanya dinanti-nantikan oleh masyarakat adalah kegiatan kebudayaan tradisional

12. Bagaimana cara mempertahankan program tayangan Sendangsari Channel? dalam menjaga loyalitas pemirsa?

Cara mempertahankan program tayangan yang sudah berjalan itu, yaa sesuai dengan tadi yang saya katakan di awal bahwa kita harus sesuai dengan target tadi, karena udah ada rules dan timelinenya yang harus dikerjakan mereka mau tidak mau harus memenuhi target yang sudah disepakati.

Inovasi yang kita lakukan adalah membuat kemasan yang lebih santai jadi semakin dekat dengan kehidupan masyarakat, kita memperkenalkan UMKM dan potensi lainnya seperti budaya dan kegiatan-kegiatan yang ada, dan kedepannya mulai menggarap film pendek tapi ya tetap edukasi seperti itu, jadi ini mulai membentuk alur gambaran kasarnya, dan mulai membuat script dan pembentukan tim terkait film pendek itu.

13. Apakah ada program serupa yang menjadi referensi atau kolaborasi Sendangsari Channel?

Untuk referensi program kita mempelajari dari YouTube-YouTube yang sudah komersil, untuk kolaborasi sementara ini belum ada.

14. Apakah tayangan Sendangsari Channel memberlakukan program *prime time*? dan apakah sudah disiplin dalam memposting tayangan pada waktu tersebut?

Kalau prime timenya sebenarnya sudah kami bagi disesuaikan dengan jadwalnya, namun memang karena kami terbagi dengan adanya tugas di administrasi kalurahan jadi mungkin kami terkendala untuk sesuai dengan jadwal tersebut, kadang molor upload, walaupun beberapa kali kami meminta bantuan dari luar, namun belum banyak pemuda yang tertarik untuk membantu, jadi intinya kita berjalan dengan sdm siapa yang mau dulu, karena juga kita ini sukarela mba, kalau dihitung secara honor ya sebenarnya belum disesuaikan, untuk honor kami berdasarkan SHBJ mba, jadi kita tidak bisa seperti swasta seperti itu.

15. Apa saja yang menjadi kendala dalam proses editing program baik teknis maupun non teknis? solusi apa yang dilakukan dalam menghadapi kendala tersebut?

Kendala selama produksi kita dari menpowernya, jadi banyaknya acara kegiatan itu dari acara sebelumnya masih proses editing sudah acara lagi, sampai acara sebelumnya belum tayang sudah ada acara lagi, karena tenaganya yang bisa editor itu hanya dua

jadi harus berbagi mengerjakan satu hal dengan yang lainnya. Jadi ini yang menjadi kendala, tenaganya yang belum optimal, karena masih terbatas.
Solusi dari kendala yang terjadi sebenarnya kita perlu tambahan orang yang memiliki kapasitas untuk ngedit itu juga bisa, namun saat ini belum diperlukan, kita masih mengoptimalkan yang ada disini, ya selama ini kita mengira hal tersebut buka kendala yang penting atau harus segera ditangani, sementara ya seluruh kegiatan masih bisa dilaksanakan.