

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi adalah hal tidak terelakan bagi kebanyakan masyarakat modern dan generasi yang khususnya lahir di era digital dan tumbuh dengan *smartphone* dan internet. Banyak teknologi dengan kecerdasan buatan yang makin memudahkan manusia menjadi salah satu alasan banyak orang tidak ingin menyianyikan fitur berupa teknologi tersebut. Semakin banyak pekerjaan yang dapat digantikan dengan teknologi membuat berkurangnya aktifitas manusia untuk mengeluarkan tenaga dan usaha ekstra dalam melakukan pekerjaan. Kata teknologi sendiri berasal dari bahasa Latin “*texere*” yang berarti suatu tindakan menyusun atau membangun. Sedangkan istilah teknologi berasal dari “*techne*” yang berarti cara dan “*logos*” yang berarti pengetahuan. Pada dasarnya teknologi merupakan sebuah rancangan atau sesuatu yang diciptakan bagi suatu masyarakat tertentu dengan tujuan agar dapat mempermudah dan disesuaikan dengan aspek lingkungan, keetisan, kebudayaan, sosial, politik, dan ekonomi. ¹

Dalam dunia industri kreatif sendiri, salah satu yang menjadi tolak ukur dan pertimbangan dalam setiap proses kreatif adalah tingkat kemajuan dan kecepatan teknologi itu sendiri. Sebagai contoh proses pembuatan film atau desain, seiring berjalannya waktu proses kreatif di dalam pembuatan film atau desain semakin pesat dan selalu mengikuti tren kemajuan teknologi. Mulai dari teknis gambar yang melibatkan kamera. *Lighting*, dimensi dan alat rekam lainnya yang semakin efisien dan canggih. Sedangkan dari sisi desain sendiri mulai banyak perkembangan mulai dari media yang mulai beranjak dari materi konvensional menjadi gambar elektronik dan informasi dengan bentuk digital. Hal tersebut menunjukkan banyaknya inovasi di setiap lini industri kreatif yang terdampak akan

¹ Vanni Alivyah Krisnandela and others, ‘Teknologi Tepat Guna (TTG) Berupa QR Code Sebagai Media Informasi Desa Sambirejo Kabupaten Jombang’, 01.02 (2023), 71–77.

pesatnya teknologi. Pesatnya perkembangan teknologi termasuk internet dan media baru yang menggeser media massa tradisional menunjukkan begitu besarnya jumlah permintaan akan akses informasi yang cepat, akurat, dan tepat. Keberadaan internet sebagai *new media* atau media baru juga berdampak pada kemudahan serta melimpahnya fasilitas serta fitur penyedia layanan video dan situs berbasis *video sharing*. Adanya *video platform* seperti website, pengguna dapat menonton video, mengakses kebutuhan informasi, dan memilih sesuai kebutuhan yang dicari.

Salah satu *platform* yang berhasil mencuri perhatian publik dengan fitur tersebut yaitu Youtube. Selain tujuan utamanya sebagai media *sharing* antar pengguna, seiring berjalannya waktu youtube memberikan fitur dan mempermudah berbagai jenis akun dengan label *verified* sebagai tanda bahwa akun tersebut bagian dari akun formal atau terverifikasi. Kemudian mulai bertambahnya jumlah akun televisi yang menggunakan Youtube sebagai media tayangan program mereka salah satu contohnya yaitu KompasTV yang menayangkan satu jenis program yang khusus ditayangkan melalui *platform* Youtube dengan nama “Eksklusif Digital”. Program tersebut merupakan tayangan yang khusus disalurkan melalui media *online* dan tidak ditayangkan secara *terrestrial* dengan tujuan menambah pasar informasi melalui media *online* dan digital.² Kemudian beberapa televisi lain juga menayangkan berita yang sifatnya aktual seperti debat Capres dan Cawapres secara *live streaming*. Siaran langsung ini salah satunya ditayangkan secara lengkap oleh akun TVRI Nasional di Youtube

Di Indonesia sendiri, industri televisi mulai ada sejak 4 Agustus 1962, bertepatan dengan berlangsungnya pembukaan pesta olahraga se-Asia IV atau dikenal dengan Asean Games di Senayan. Sejak saat itu pula Televisi Republik Indonesia yang disingkat TVRI hadir yang hingga kini siarannya sudah dapat menjangkau hampir seluruh bagian daerah Indonesia.

² Finna Prima Handayani and Ika Merdekawati, ‘Kebijakan Penggunaan Media Online Website Kompas TV Dan Youtube Untuk Menyalurkan Konten “Eksklusif Digital” Kompas TV’, *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 2.2 (2019), 198–211 <<https://doi.org/10.24198/jkj.v2i2.21361>>.

Menurut Peter Herford, setiap stasiun televisi dapat menayangkan beberapa acara hiburan seperti film, musik, kuis, talkshow, dan sebagainya. Kemudian pada era digital, banyak platform yang juga mengejar *genre* hiburan layaknya televisi. Tentu saja dengan fitur yang lebih ramah dan memudahkan pengguna seperti akses tak terbatas dalam mengelola daftar video yang ingin ditonton, hingga memberikan keleluasaan untuk mengelola serta menjadi bagian dari konten yang dapat ditonton pengguna lain. Makin besarnya angka pengguna internet dan media sosial ternyata cukup memiliki dampak yang berpengaruh pada ekosistem jurnalistik dan media massa. Salah satu media yang sudah terlebih dahulu terkena dampaknya adalah media cetak. Terbukti, tiras media cetak terus menurun sejak awal tahun 2000-an hingga tahun 2009 dengan belasan media cetak Amerika Serikat dan Eropa yang telah berdiri ratusan tahun memilih untuk berhenti dan gulung tikar.³

Melonjaknya angka pengguna *smartphone* yang berbasis internet mendorong mudahnya akses jaringan sekaligus menjadi gaya hidup baru generasi milenial, kemudian fungsi media massa secara utuh mulai tergeser dan tergantikan oleh konten-konten kreatif yang bersumber langsung dari para pengguna dan tidak terbatas oleh kaidah jurnalistik serta struktur produksi seperti dalam lingkup siaran televisi.

Berdasarkan data di atas, peneliti kemudian menggunakan material berupa platform *streaming* Youtube dengan subjek yang diteliti adalah media televisi pemerintahan Jogja Istimewa Televisi. Peneliti mengangkat rumusan masalah berupa peran dan pemanfaatan platform Youtube sebagai bagian dari media siaran program televisi di era digital. Dengan didasari teknis program siaran Jogja Istimewa Televisi yang menggunakan saluran *streaming*, hal tersebut menjadi salah satu penerapan televisi dengan memanfaatkan secara penuh teknologi media baru dalam bentuk website,

³ Aceng Abdullah and Lilis Puspitasari, 'Media Televisi Di Era Internet', *ProTVF*, 2.1 (2018), 101 <<https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>>.

mobile app, dan media sosial sebagai jaringan baru untuk menjangkau masyarakat.

JITV sendiri merupakan stasiun televisi lokal milik Pemerintah Daerah yang berdiri sejak 14 September 2016. JITV menjadi salah satu stasiun televisi *streaming* milik Dinas Komunikasi dan Informatika DIY yang memanfaatkan media online berbasis *website* dan saluran televisi digital serta internet. JITV menjadi satu – satunya televisi lokal milik Pemerintah Daerah yang menggunkan fitur *live streaming* dengan akses yang dapat dijangkau melalui website jitv.jogjaprov.go.id atau melalui channel youtube JITV Pemda DIY.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, adapun rumusan masalah yang akan peneliti kaji adalah bagaimana pemanfaatan YouTube sebagai media alternatif program tayangan liputan *Jurnal Keistimewaan* di Jogja Istimewa Televisi?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah untuk mengetahui pemanfaatan YouTube sebagai media alternatif program tayangan liputan *Jurnal Keistimewaan* di Jogja Istimewa Televisi.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Manfaat secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi penulis dalam bentuk karya ilmiah mengenai isu teknologi, pemanfaatan media baru dan kaitannya dengan bidang keilmuan jurnalistik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi penulis, manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah semua tahapan serta hasil penelitian yang diperoleh dapat

dijadikan studi literatur serta wawasan bagi penelitian selanjutnya. Kemudian juga dapat dijadikan bahan kajian untuk pengembangan kinerja instansi JITV.

1.4.3 Manfaat Sosial

Manfaat sosial dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi kepada masyarakat luas mengenai pemanfaatan fitur media baru dan teknologi televisi melalui *website* serta menjadi solusi bagi media televisi akan kebutuhan informasi masyarakat.

1.5. Metodologi Penelitian

1.5.1 Paradigma Penelitian Kualitatif

Paradigma merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu dibentuk ke dalam sebuah struktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian-bagian berfungsi (perilaku yang di dalamnya terdapat konteks khusus atau dimensi waktu).⁴ Penelitian kualitatif merupakan penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisa.⁵ Dalam melaksanakan penelitian kualitatif biasanya menggunakan pendekatan induksi yang mempunyai tujuan penyusunan teori atau hipotesis pengungkapan fakta yang kemudian paradigma ini dapat disebut juga sebagai pendekatan konstruktivisme, naturalistik atau interpretative atau perspektif post-modern.⁶ Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretif. Paradigma interpretif sendiri memandang realitas dengan sifat jamak dan holistic. Dengan kata lain sebuah masalah tidak dapat dilihat melalui satu sudut pandang saja. Peneliti mencari data dengan berinteraksi langsung dengan subjek di lapangan dan dengan hubungan yang saling mengikat (*value-bond*), kemudian proses penelitian berkelanjutan dan tidak secara linier,

⁴ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Pt Remaja Rosdakarya, 2009.

⁵ Stambol A Mappasere and Naila Suyuti, *Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif, Metode Penelitian Sosial*, 2019, xxxiii.

⁶ Ratna Wijayanti, 'Buku Ajar Metodologi Penelitian', *Angewandte Chemie International Edition*, 2015, 5–24.

memiliki tujuan untuk mengembangkan teori, dan hasil yang bersifat *open-ended* yang mana berarti temuan masih dapat dikritik, direvisi, hingga disalahkan (*being falsified*).⁷ Kemudian dalam penelitian kualitatif, metode yang digunakan adalah wawancara, pengamatan dan observasi, dan pemanfaatan dokumen.⁸

1.5.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan dengan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif adalah pendekatan yang bertujuan untuk menghasilkan prosedur analisis tanpa menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantitatif lainnya. Metode kualitatif sendiri diambil peneliti dengan tujuan menemukan jawaban dari rumusan masalah yang ada pada objek penelitian. Penelitian kualitatif ditentukan oleh kredibilitas dari peneliti (*credibility*), yang di dalamnya mencakup pengetahuan yang cukup, pengalaman dan pemahaman mengenai konteks yang diteliti. Selain itu, data atau informasi yang didapat oleh peneliti harus benar-benar berasal dari orang yang mengalami langsung melalui peristiwa, gejala, fakta atau realitanya.⁹

1.5.3 Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam Meleong (2003:132) menyebutkan bahwa subjek penelitian sama halnya sebagai informan yang artinya seorang informan memiliki peran dan berpartisipasi dalam penelitian dengan tujuan memberikan informasi sebanyak mungkin dan selengkap mungkin sesuai dengan kebutuhan peneliti mengenai situasi dan kondisi latar penelitian.¹⁰ Peneliti mengkualifikasikan beberapa kriteria yang dijadikan acuan sumber informasi yaitu (1) menguasai atau mengetahui

⁷ Rahardjo Mudjia, 'Paradigma Interpretif', *Jurnal Penelitian Sejarah Dan Budaya*, 4.1 (2018), 1032–47.

⁸ Moleong.

⁹ M.Sc. Dr. J.R. Raco, M.E., 'Metode Penelitian Kualitatif, Jenis, Dan Keunggulannya', *PT Grasindo*, 2018 <<https://osf.io/mfzuj/>>.

¹⁰ Moleong.

teknis siaran dan produksi program pada masing-masing media streaming, (2) menguasai dan mengontrol alur tayangan program yang disiarkan melalui platform Youtube, dan (3) memahami konsep media siaran modern pada instansi terkait.

Subjek yang digunakan dalam penelitian adalah pihak internal Jogja Istimewa Televisi, (1) Jimi Mahardikka dengan jabatan struktural sebagai Produser. Produser disini memiliki peran aktif dalam mengontrol serta memastikan jalannya program acara Jurnal Keistimewaan sesuai dengan matriks agenda tayangan televisi. Peneliti memilih produser sebagai narasumber dengan pertimbangan informasi yang dibutuhkan berupa *timeline* program, kegiatan pra dan pasca produksi, serta ide program acara Jurnal Keistimewaan. (2) Anggit Nugroho sebagai penata kamera, penanggung jawab operasional studio dan beberapa agenda seperti *live streaming* dan liputan formal, dan (3) M. Zulfikar Amin sebagai koordinator Jogja Istimewa Televisi.

1.5.4 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:38) “Objek penelitian adalah segala bentuk atribut atau sifat atau nilai dari seseorang, objek atau suatu kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat memberikan kesimpulan dari penelitian.” Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah fungsi dan peran YouTube dalam pemaksimalan tayangan program Jurnal Keistimewaan Jogja Istimewa Televisi. Youtube dalam perkembangan media baru memiliki dampak yang sangat luas terutama dalam penyediaan informasi serta teknologi dari sisi audiovisual yang hampir sempurna menyerupai televisi dengan pola interaksi dua arah. Kemudian peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai peran youtube dalam penggunaan media baru terkhusus dalam dunia televisi. Maraknya televisi digital dan televisi dengan basis *streaming* tentu menjadi alasan utama youtube menjadi salah satu *platform* untuk memperluas jaringan. Sebagai contoh program yang akan dijadikan acuan penelitian, peneliti memilih program

siaran khusus “Jurnal Keistimewaan” JITV sebagai salah satu program tayangan yang disiarkan melalui *platform* youtube.

1.6. Jenis Data

Jenis Data yang digunakan dalam penelitian terbagi menjadi dua, data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang secara langsung relevan dengan masalah penelitian. Informasi yang diperoleh dapat berupa kata-kata dan tindakan.¹¹ Sesuai dengan data yang diperlukan pada penelitian ini maka sumber data primer yang digunakan peneliti yaitu berupa observasi langsung pada studio siaran Jogja Istimewa Televisi, ikut serta dalam proses produksi program “Jurnal Keistimewaan” dan melakukan wawancara secara langsung dengan Produser Jogja Istimewa Televisi.

Sumber data sekunder yang digunakan peneliti selanjutnya melalui beberapa metode yaitu observasi atau pengamatan, dokumen atau arsip studio, dan dokumentasi. Selanjutnya objek tersebut dapat digunakan sebagai bahan analisis untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Data sekunder sendiri merupakan data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data atau instansi terkait dan dengan fungsi untuk dipublikasikan kepada masyarakat yang membutuhkan data tersebut.¹²

1.7. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.7.1 Observasi

Observasi merupakan kemampuan manusia menggunakan seluruh fungsi panca inderanya untuk mendapatkan hasil berupa data atau

¹¹ Ibrahim Fikma Edrisy and Fahrul Rozi, ‘Penegakan Hukum Terhadap Pelaku Pengancaman Pornografi (Study Kasus Polres Lampung Utara)’, *Jurnal Hukum Legalita*, 3.2 (2021), 98–109 <<https://doi.org/10.47637/legalita.v3i2.434>>.

¹² Wijayanti.

informasi, maka dari itu peneliti harus terlibat secara langsung.¹³ Peneliti melakukan observasi atau pengamatan terhadap objek penelitian dan unit analisis dengan cara mengamati dan ikut serta menjadi bagian dari beberapa proses produksi program. Kemudian melakukan pencatatan untuk selanjutnya dilakukan analisis sesuai dengan metode penelitian yang digunakan.

1.7.2 Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data berupa dokumen tertulis atau catatan mengenai konsep serta alur siaran program Jurnal Keistimewaan.

1.7.3 Wawancara

Wawancara atau interview merupakan bentuk komunikasi verbal yang bertujuan untuk memperoleh informasi dengan menggunakan metode tanya jawab antara peneliti dengan objek yang diteliti.¹⁴ Dalam penelitian ini peneliti melakukan interview dengan Jimi Mahardikka selaku produser, Anggit Nugroho sebagai penata kamera, dan M. Zulfikar Amin sebagai Koordinator dan Penanggung jawab produksi JITV.

1.8. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu proses yang dilakukan dalam sebuah rangkaian penelitian untuk mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan. Menurut Taylor dan Bogdan dalam Agusta, data kualitatif berbentuk deksriptif sehingga dapat berupa catatan atau kata-kata lisan atau tulisan tentang tingkah laku atau lingkungan yang dapat diamati. Data kualitatif cenderung bersifat mendalam dan rinci, akibatnya analisis data kualitatif bersifat spesifik. Sifat analisis data kualitatif berbeda dengan analisis data kuantitatif yang cenderung

¹³ Muhammad Rijal Fadli, 'Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif', *Humanika*, 21.1 (2021), 33–54 <<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>>.

¹⁴ M.Si Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., *Metode Penelitian Kualitatif*, Syakir Media Press, 2021, vi.

sistematis, baku, dan mudah disajikan dalam format yang lebih ringkas.¹⁵ Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman. Aktivitas dalam penelitian dilakukan secara interaktif dan berkelanjutan sampai tuntas.¹⁶ Teknik analisis data dengan model tersebut melalui 4 tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan cara observasi lapangan, melakukan wawancara mendalam kepada beberapa narasumber dan informan kunci, dan dokumentasi. Peneliti melakukan observasi menyeluruh terhadap latar belakang subjek yang sedang dipelajari dan melakukan dokumentasi serta pencatatan mengenai semua data yang diambil.¹⁷

2. Reduksi Data

Reduksi data meliputi pemilihan data, menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan sehingga dapat mengerucut pada kesimpulan yang dapat diambil.¹⁸

3. Penyajian Data

Langkah selanjutnya peneliti menyajikan data yang sudah disusun yang memungkinkan akan adanya penarikan kesimpulan.

4. Kesimpulan

Proses penarikan kesimpulan adalah langkah terakhir dalam proses analisis data kualitatif. Proses ini meliputi penarikan kesimpulan dari data-data yang sudah diperoleh serta direduksi kemudian dijadikan jawaban dari rumusan masalah yang diajukan peneliti.

¹⁵ Ivanovich Agusta, 'Teknik Pengumpulan Dan Analisis Data Kualitatif', *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 02.1998 (1992), 1–11.

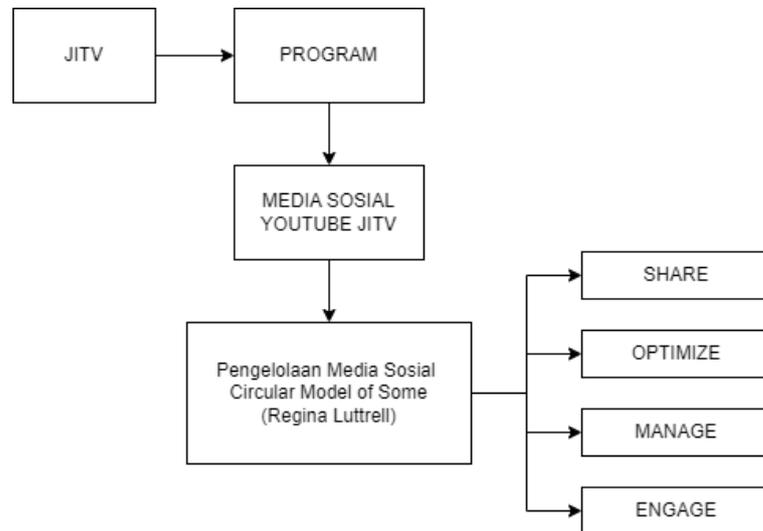
¹⁶ Muhammad Husni Thamrin and others, 'Problematic Data Pemilihan Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kota Medan', 8090.1 (2020), 157–67.

¹⁷ Luthfil Lailatul Hidayah, 'Efektivitas Penggunaan Youtube Live Streaming Radio Republik Indonesia Jember Sebagai Media Penyiaran Baru', 2023, pp. 48–49.

¹⁸ Agusta.

1.9. Kerangka Konsep, Definisi Konsep dan Definisi Operasional

1.9.1 Kerangka Konsep



Gambar 1. 1. Kerangka Konsep Analisis Pemanfaatan Youtube sebagai Media Alternatif Program Tayangan Liputan "Jurnal Keistimewaan" JITV

1.9.2 Definisi Konsep

Dalam sebuah penelitian definisi konsep atau definisi konseptual merupakan unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik permasalahan yang diteliti. Berdasarkan kerangka konsep di atas, definisi konsep dalam penelitian ini adalah “Youtube sebagai Media Alternatif Tayangan Liputan “Jurnal Keistimewaan”.

1. Program Televisi “Jurnal Keistimewaan”

Program Jurnal Keistimewaan adalah salah satu program unggulan Jogja Istimewa Televisi dengan konsep program sebagai wadah informasi seputar kegiatan baik formal maupun non-formal hingga kebudayaan yang diadakan di lingkup wilayah D.I. Yogyakarta.

2. Media Sosial

Media sosial disini merujuk pada berbagai jenis platform online dan digital yang memiliki fitur sebagai media informasi dan penyambung komunikasi dan interaksi antara pemberi informasi dengan penerima

informasi, salah satunya yaitu Youtube. Platform berbagi video secara *online* yang memungkinkan penggunanya untuk dapat membuat, menonton, serta merespon konten video secara luas dan bebas ini dalam perkembangannya sudah dibekali dengan fitur *live streaming* yang dapat diakses dan digunakan oleh semua penggunanya. Fitur tersebut lebih memudahkan terjadinya interaksi dan komunikasi dua arah antar pengguna dan penonton melalui layar penampil. Platform tersebut cukup mengubah sudut pandang orang dalam mengakses dan berbagi video di seluruh dunia serta memiliki dampak yang signifikan terhadap budaya internet saat ini.

3. *Circular Model of Some*

Teori *Circular Model of Some* merujuk pada teori mengenai analisis media sosial dan tren media massa digital di era saat ini yang bertujuan mempermudah peneliti untuk dapat membagi dan mengklasifikasikan media sosial menjadi beberapa kriteria sesuai dengan kepentingannya masing-masing (*Share, Optimize, Manage, dan Engage*). Pada teori ini menyebutkan media sosial bekerja secara dua arah antara kreator konten dengan penontonnya, hal tersebut memungkinkan analisis mendalam mengenai respon penonton, jenis konten, dan kebutuhan konten yang diproduksi.

1.9.3 Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk memudahkan pembaca dalam memahami kata-kata yang dianggap asing dalam penulisan. Definisi operasional sendiri berarti suatu definisi yang memberikan penjelasan terhadap sebuah variabel dengan tujuan memberikan pengertian dan menspesifikasikan. Dalam penelitian ini definisi operasional yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Program

Program atau Program Acara Televisi secara umum didefinisikan sebagai hasil liputan dalam bentuk suara dan gambar yang disusun menjadi suatu kesatuan *audiovisual* kemudian disebarluaskan kepada

pemirsa atau khalayak melalui media digital dalam format tayangan televisi.¹⁹ Sebuah program biasanya disusun oleh satu bidang kerja atau tim kreatif pada sebuah stasiun televisi untuk selanjutnya dijadikan konten atau tayangan yang merepresentasikan visi dan misi dari televisi tersebut.

2. Youtube

Youtube adalah sebuah situs media online berbasis *audiovisual* yang memungkinkan pengguna untuk dapat mengunggah, menemukan, menonton, dan berinteraksi dengan berbagai jenis video. Melalui Youtube pengguna dapat mencari video sesuai minat mereka dengan beragam jenis konten mulai dari hiburan, edukasi, hingga informasi terbaru.

3. *Circular Model of Some* oleh Regina Luttrell

The Circular Model of Some terbagi menjadi 4 bagian, yaitu *Share (Participate, connect dan Build Trust)*, *Optimize (Listen and Learn dan Take Part In Authentic Communication)*, *Manage (Media Monitoring, Real Time Interaction dan Quick Response)*, dan *Engage (Influencer Relation, Where Is the Audience dan How Do I Reach Them)*. Keempat teori tersebut dapat digunakan sebagai strategi dalam mengembangkan media sosial bagi para pelaku konten.²⁰ Keempat tahap tersebut adalah sebagai berikut:

a. Membagikan (*Share*)

Secara umum (*share*) merujuk pada tindakan atau fungsi dimana pengguna secara individu atau organisasi dapat mempublikasikan, menyebar, dan memberikan akses kepada orang lain terhadap konten tertentu. Luttrell menekankan tiga hal (1) partisipasi, (2) hubungan, (3) dan membangun kepercayaan.

¹⁹ Herry Kuswita, 'Perencanaan Dan Produksi Program Televisi Pendidikan Di Televisi Edukasi', *Jurnal Komunikologi*, 11 (2014), 85–95
<<https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/142/142>>.

²⁰ Ihsan Kurnia and Tresna Wiwitan, 'Strategi Komunikasi Pemasaran Bahagia Kopi Melalui Media Sosial Instagram', *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3.1 (2023), 157–66
<<https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i1.6782>>.

Dalam tahap ini JITV berusaha untuk membentuk media informasi yang dapat diakses semudah mungkin dan interaktif oleh masyarakat salah satunya adalah melalui Youtube. Penggunaan Youtube mempertimbangkan banyaknya akses pengguna dan mudahnya interaksi sekaligus berbagi informasi terutama melalui audiovisual. Tahap ini juga menjadi cara efektif untuk menyebarkan informasi, memperluas jaringan sosial, dan memfasilitasi respon dan kolaborasi publik secara online. Jika organisasi atau instansi ini sudah terhubung secara komunikasi dengan khalayak maka hal tersebut akan membangun kepercayaan.²¹

b. Optimasi (*Optimize*)

Teori ini merujuk pada proses untuk meningkatkan atau memaksimalkan efisiensi, kinerja, dan efektivitas suatu proses, sistem, ataupun entitas. Dengan kata lain, tujuan utama dari teori ini memaksimalkan segala proses untuk mencapai hasil terbaik dengan memanfaatkan segala sumber daya yang tersedia. Pada tahap ini, Luttrell Kembali menekankan tiga hal penting yaitu *listen*, *learn*, dan *take part in*. Orang-orang yang menikmati dan mengkonsumsi informasi atau pesan di media sosial akan bereaksi terhadap konten tersebut, terlepas dari apakah pesan atau informasi itu bersifat baik atau tidak. Pada tahap ini, optimasi digunakan untuk menganalisis lebih dalam mengenai peran JITV untuk dapat menjangkau penonton melalui konten yang ditayangkan dengan gaya dan bahasa yang sederhana dan sedekat mungkin dengan masyarakat. Selain itu pada beberapa program produksi, JITV membuka pintu lebar bagi lembaga ataupun organisasi untuk dapat menjalin kerjasama turut andil dan berpartisipasi dalam pembuatan konten informasi.

²¹ Renata Anisa Nadine Chaya Fatharani, 'Pengelolaan Media Sosial Instagram @ Lldiktiwilayah4 Oleh Humas Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah IV', 2.8 (2023), 3964–75.

c. Mengelola (*Manage*)

Dalam tahap ini Luttrell menekankan tiga kegiatan penting yang harus dilakukan, *media monitoring*, *quick response* dan *real time interaction*. Fungsi tahap manage lebih menekankan pada subjek untuk melakukan monitoring atau memantau serta ikut andil dalam sebuah kasus terlebih dahulu agar dapat lebih mendalami isu yang sedang terjadi dan kemudian dapat menanganinya dengan baik. Hal tersebut merujuk pada tahap sebelumnya yang mana subjek telah memahami apa yang terjadi di sosial media termasuk apa yang sedang dibicarakan public untuk selanjutnya melakukan umpan balik (*feedback*) sebagai respon dari komunikasi yang disampaikan publik.

d. Keterlibatan (*Engage*)

Pada tahap ini subjek harus memperhatikan “*influencer relations, where is the audience dan how do I reach them?*”. Dalam tahap ini subjek harus mempertimbangkan peran sebagai public dan sebagai organisasi. Disebutkan juga oleh Luttrell bahwasanya seorang *Influencer* cukup memiliki peran yang besar dalam sebuah media yang dapat mewakili informasi. Dalam operasionalnya, JITV sebagai stasiun televisi yang berdiri di bawah institusi pemerintahan DIY akan selalu berada di bawah nama kesultanan Yogyakarta yang mana setiap informasi terkait Pemerintahan DIY dan kegiatan formal lain akan melibatkan Gubernur DIY. Hal tersebut menjadi salah satu yang berpengaruh terhadap kredibilitas serta rasa percaya publik akan informasi yang disampaikan.²²

²² Axel Van Basten Pakpahan and Amalia Djuwita, ‘Penggunaan Circular Model of Some Melalui Instagram @TRADEMARK_BDG’, *E-Proceeding of Management*, 6.2 (2019), 5197–5202.