

# INOVASI KOMUNIKASI PUBLIK: STRATEGI PENGEMBANGAN MEDIA PODCAST SEBAGAI ALAT INFORMASI DAN PELAYANAN PUBLIK DI DESA BANJARSARI KABUPATEN PROBOLINGGO

Dina Ayu Rahmawati<sup>1)\*</sup>, Dieva Ratu Ariesta<sup>2)</sup>, Isma Nurcahyaningtyas<sup>3)</sup>,  
Rosyidatuzzahro Anisykurlillah<sup>4)</sup>

(e-mail: [dinaayurahmawati17@gmail.com](mailto:dinaayurahmawati17@gmail.com)<sup>1)</sup>, [dievaratuariesta@gmail.com](mailto:dievaratuariesta@gmail.com)<sup>2)</sup>,  
[ismanurcahyaningtyas03@gmail.com](mailto:ismanurcahyaningtyas03@gmail.com)<sup>3)</sup>, [rosyida.adne@upnjatim.ac.id](mailto:rosyida.adne@upnjatim.ac.id)<sup>4)</sup>)

(\* Corresponding Author

<sup>1), 2), 3), 4)</sup> Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Jawa Timur

## ABSTRACT

*Current technological advances have begun to give rise to many new media trends, one of which is podcasts. Banjarsari Village, Probolinggo Regency is one of the villages that has a podcast program managed by PIK-R Banjarsari Youth. This program is one example of the information media and public services in the current era of digitalization. However, the problem is, that Banjarsari Village does not utilize existing facilities, and the podcast made has not reached most of the people of Banjarsari Village. Therefore, this study aims to formulate a podcast development strategy to build a digital society and provide digital-based public services in Banjarsari Village. This research uses a descriptive research method with a qualitative approach. Data collection is used through primary data, namely interviews, observations, documentation, and secondary data such as journal articles, reference books, websites, and also previous research. Through the perspective of Robbins and Coulter's strategy theory, it was found that there are three levels of strategy. First, corporate strategy, adding a YouTube channel as a differentiator of discussion topics and being active in social media as a consulting room. Second, competitive strategies, there needs to be consistency in uploading content and podcast administrators must be good at choosing content concepts and themes that can attract the attention of the audience. Third, functional strategy, the formation of a production team in creating podcast content as well as mentoring and training to Banjarsari Village youth.*

**Keywords:** Strategy; Podcast; Public Information; Public Service

## ABSTRAK

*Kemajuan teknologi saat ini mulai memunculkan banyak trend media baru, salah satunya yaitu podcast. Desa Banjarsari Kabupaten Probolinggo merupakan salah satu desa yang memiliki program podcast yang dikelola oleh Pemuda PIK-R Banjarsari. Program ini merupakan salah satu contoh media informasi dan pelayanan publik di era digitalisasi saat ini. Namun permasalahannya, Desa Banjarsari kurang memanfaatkan fasilitas yang ada dan podcast yang dibuat belum menjangkau sebagian besar masyarakat Desa Banjarsari. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan podcast guna membangun masyarakat digital serta memberikan pelayanan publik berbasis digital di Desa Banjarsari. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan melalui data primer yakni wawancara, observasi, dokumentasi, serta data sekunder yakni artikel jurnal, buku referensi, website dan juga penelitian terdahulu. Melalui perspektif teori strategi Robbins dan Coulter, didapatkan hasil penelitian bahwa terdapat tiga tingkatan strategi. Pertama, strategi korporat, menambah channel YouTube sebagai pembeda topik pembahasan, serta aktif dalam media sosial sebagai ruang konsultasi. Kedua, strategi kompetitif, perlu adanya kekonsistenan dalam mengunggah konten serta pengurus podcast harus pandai dalam memilih konsep dan tema konten yang dapat menarik perhatian khalayak. Ketiga, strategi fungsional, adanya pembentukan tim produksi dalam membuat konten podcast serta pendampingan dan pelatihan kepada pemuda Desa Banjarsari.*

**Kata Kunci:** Strategi; Podcast; Informasi Publik; Pelayanan Publik

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat mengubah sebuah dinamika pola kehidupan ([Tarantang et al., 2019](#)). Perkembangan IPTEK seringkali menumbuhkan kebermanfaatan bagi kehidupan sehari-hari. Kebermanfaatan adanya teknologi sangat dirasakan pada era 4.0 atau bisa disebut era revolusi industri. Era revolusi industri menekankan pada korelasi perkembangan teknologi dengan lingkup industri yang konvensional. Pada era 4.0 ini diasumsikan memiliki sejumlah manfaat, diantaranya kecepatan produksi, kualitas pelayanan kepada pelanggan, serta peningkatan pendapatan ([Tarantang et al., 2019](#)). Namun, setiap era pasti memiliki tantangan masing-masing. Pesatnya perkembangan industri media saat ini membantu dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam mendapatkan suatu informasi yang dapat dipercaya dan aktual ([Lavircana et al., 2020](#)).

Sektor industri harus terus mengedepankan pembaharuan untuk kebutuhan sekarang dan masa depan. Oleh karena itu, sering terjadi persaingan yang sengit untuk memunculkan suatu inovasi baru, sehingga apabila terdapat sektor industri yang masih menggunakan cara-cara konvensional, maka hal tersebut dapat menghambat munculnya inovasi serta mengakibatkan penurunan kualitas dan kuantitas industri tersebut ([Mukhammad, 2014](#)). Pada era 4.0 ini memiliki tantangan yang tidak hanya terjadi pada sektor industri saja, tetapi juga tantangan dalam mengubah tata pola sudut pandang manusia dari segi ilmu sosial dan humaniora ([Prasetyo & Trisyanti, 2018](#)). Pergeseran nilai moral yang dilakukan oleh generasi *millennial* hingga generasi z saat ini seperti gaya hidup yang konsumtif, tidak adanya batas pergaulan bebas, serta munculnya perilaku yang kurang etis. Beberapa permasalahan tersebut muncul dari banyak segi, baik dari industri, tatanan sosial, kesenjangan ekonomi, dan

permasalahan moral yang disebabkan karena perkembangan teknologi saat ini ([Setyoningsih, 2018](#)).

Berlanjut pada era yang saat ini sedang terjadi, yakni era *society* 5.0 yang mengedepankan kesejahteraan manusia. Era 5.0 merupakan era yang menjawab tantangan dari era sebelumnya, yang mana perkembangan teknologi hanya digunakan untuk kebutuhan perorangan. Fokus dari *society* 5.0 yakni menciptakan teknologi yang berporos pada manusia agar terjadi keseimbangan antara kestabilan ekonomi dengan solusi dari suatu permasalahan ([Setyowati & Nasir Ahmad, 2021](#)). Di kehidupan sehari-hari, perkembangan teknologi dapat menjalankan perannya dalam memberikan kemudahan bagi masyarakat ([Bimantoro et al., 2021](#)). Tidak hanya dari satu aspek saja, namun berbagai aspek kehidupan, seperti ekonomi, sosial, politik dan sebagainya ([Lavircana et al., 2020](#)). Kolaborasi antar dunia virtual dengan dunia nyata sangat terasa di era ini, contohnya pada penggunaan media sosial. Media sosial memiliki andil yang sangat besar di era perkembangan teknologi saat ini.

Media sosial merupakan bentuk perkembangan teknologi atau digitalisasi dari informasi dan komunikasi yang dikonsumsi oleh publik. Masyarakat mulai tertarik pada media sosial dikarenakan banyak informasi terbaru dan tercepat bahkan dapat berinteraksi langsung dengan orang lain. Dahulu tiap orang sering menunggu berita televisi untuk mengetahui akan isu atau pemberitaan yang terjadi di Indonesia, namun hal tersebut dapat ditangani oleh media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, maupun *Twitter*. Percepatan perkembangan media sosial di Indonesia didukung oleh pengetahuan masyarakat terhadap media sosial yang dapat memberikan informasi secara cepat. Banyak manfaat yang didapatkan dari media sosial ini, selain memberikan informasi apapun dengan cepat, masyarakat juga memanfaatkan media sosial sebagai platform berdagang ([Machyudin & Susri, 2020](#)). Keefektifan media sosial dalam

mempromosikan suatu produk atau apapun memang tidak diragukan lagi dampaknya. Namun, tentu saja harus diiringi dengan keahlian agar kebermanfaatannya dapat lebih terasa. Terutama oleh generasi Z yang digadang-gadang sangat ahli dalam teknologi, maka ada baiknya pula teknologi dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin.

Seringkali informasi pada media sosial tidak begitu baik, didukung pula dengan persentase sebanyak 59% dari 272,1 juta total penduduk yang berkecimpung pada media sosial, namun hanya sebanyak 62% tingkat literasi digital di Indonesia pada tahun 2023 ([Machyudin & Susri, 2020](#)). Hal tersebut sangat membuat khawatir akan permasalahan yang akan terjadi, seperti maraknya berita *hoax*, penipuan berbasis teknologi atau yang lainnya. Oleh karenanya, informasi perlu disaring dengan benar serta harus terdapat validasi dari orang yang bersangkutan itu sendiri. Dengan demikian, terdapat program *podcast* yang memiliki esensi yang lebih kuat terkait pemberitaan yang beredar dibandingkan dengan media sosial. *Podcast* adalah sebuah file media digital yang berisi informasi, audio, video maupun informasi lainnya yang di unggah dan di unduh melalui *website* atau portal tertentu. Dikarenakan, sistematisasi teknis *podcast* yakni mengundang narasumber yang bersangkutan untuk membahas topik yang sedang digali. Informasi yang didapatkan juga lebih akurat serta dapat menambah wawasan terkait obrolan berlangsung. Beralih kepada digitalisasi, maka *podcast* sangat mendukung untuk menyebarkan informasi kepada publik dengan menggunakan media sosial sehingga masyarakat dapat mengambil manfaat dari perbincangan di dalamnya.

Masyarakat merupakan tonggak utama dari terwujudnya *smart village*. Pengenalan *smart village* sudah dilakukan dari tahun 2016 oleh Badan Riset dan Inovasi Nasional ([brin.go.id](#)). Keikutsertaan kementerian Desa Pemerintah Desa serta seluruh *stakeholder* terkait pembangunan desa menuju *smart*

*village* sangat penting untuk mewujudkan kemajuan dan kesejahteraan negara. Menurut [Badan Riset dan Inovasi Nasional \(2022\)](#), terdapat lima pondasi *smart village*, yakni *smart people*, *smart heritage*, *smart economy* dan *smart environment*. Pondasi terpenting dari kelima pondasi tersebut, yakni *smart people*. Oleh karena itu, perlu masyarakat yang aktif dan melek akan teknologi saat ini, serta sadar akan pentingnya literasi digital. Untuk mencapai hal tersebut, maka diperlukan usaha yang lebih untuk membangun masyarakat digital.

Sebagai bentuk perkembangan IPTEK yang tersebar di penjuru negeri dan diarahkan kepada generasi – generasi yang berkembang saat ini, maka harus dilakukan pula perubahan yang mengarah kepada kesejahteraan masyarakat melalui perkembangan IPTEK. Kegiatan yang mengarah kepada masyarakat tentu tidak lepas dari campur tangan pemerintah desa sebagai lembaga penggerak perkembangan. Hal yang bersentuhan dengan masyarakat tentu saja perihal pelayanan publik. Dengan hal ini, melakukan perubahan serta penguatan perkembangan IPTEK harus melalui pelayanan publik agar dapat mengikuti perkembangan zaman serta meningkatkan efektivitas pada pelayanan kepada masyarakat. Oleh karenanya, sebagai dasar perkembangan IPTEK di lingkup desa, dilakukanlah sebuah gebrakan baru yakni informasi publik yang akan dikonsumsi oleh masyarakat desa.

Desa Banjarsari merupakan desa yang memiliki wilayah yang sangat luas. Penduduknya pun sangat banyak, sekitar 8.235 penduduk yang terdiri dari 5 dusun. Wujud Desa Banjarsari menuju masyarakat digital yakni dengan menyediakan ruangan *podcast* yang dinaungi oleh kepengurusan PIK-R. Media penyebaran *podcast* itu sendiri yakni dengan menggunakan platform *YouTube*. Namun, konten yang di unggah kurang menarik penonton. Kurangnya variasi konten sebagai informasi publik juga kurang menjadi esensi dari *podcast* tersebut. Selain itu, analisis

penentuan target penonton sangat penting dalam hal ini, agar penonton tetap menanti konten – konten selanjutnya. Oleh karena itu, dari berbagai masalah yang ada, maka perlu adanya strategi yang tepat untuk menanggulangi persoalan yang ada guna mengembangkan *podcast* Desa Banjarsari menjadi lebih baik.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah yakni bagaimana strategi pengembangan *podcast* di Desa Banjarsari agar tetap aktif dan konsisten dalam menyebarkan informasi dan pelayanan kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan *podcast* guna membangun masyarakat digital serta memberikan pelayanan publik berbasis digital di Desa Banjarsari.

## II. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang mengetahui situasi sosial yang diteliti secara menyeluruh. Penelitian deskriptif tidak menguji hipotesis tetapi mendeskripsikan secara sistematis dan mencari fakta yang sesuai. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut [Creswell \(2016:4\)](#) penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menganalisis dan memahami makna pada sebagian individu atau sekelompok masyarakat yang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Penelitian kualitatif berfokus pada fenomena sosial berdasarkan kenyataan dan bentuk nyata dari pengamatan secara langsung. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan informasi lengkap tentang fenomena atau permasalahan penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi terhadap *podcast* khususnya yang ada di Desa Banjarsari Kecamatan Sumberasih Kabupaten

Probolinggo. Penulis juga melakukan pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini dengan studi literatur terhadap penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *podcast* di lembaga pemerintahan desa seperti menganalisis artikel jurnal, buku referensi, maupun *website*.

## III. PEMBAHASAN

Dalam kelancaran kegiatan pelaksanaan *podcast* di Desa Banjarsari terdapat dukungan positif dengan adanya fasilitas yang lengkap serta tersedianya ruangan PIK-R yang di desain kedap suara dan juga adanya media *podcast* seperti mikrofon, *headphone*, perekam XLR, *lighting*, dan *camera*. Namun, ada juga beberapa fasilitas yang kurang memadai seperti, kipas yang tersedia di ruangan PIK-R tidak berfungsi dengan baik dan mengakibatkan suhu ruangan terasa panas. Pada laman *YouTube podcast* PIK-R APIKE Desa Banjarsari memiliki video *podcast* yang sangat minim. Kurangnya ide-ide inovatif dan kreatif oleh pengurus *podcast* itu sendiri menjadikan *podcast* kurang disoroti sebagai informasi publik. Pada dasarnya, sebagai informasi publik *podcast* seharusnya mengemas konten sebaik mungkin agar dapat dinikmati minimal oleh seluruh warga Desa Banjarsari. Namun, hal tersebut berbanding terbalik, tidak adanya komitmen pada internal kepengurusan untuk mengembangkan *podcast* menjadi informasi publik.

Selanjutnya, yang menjadi pusat perhatian ialah konten-konten yang disajikan tidak jauh keterlibatan mahasiswa KKN yang berada di Desa Banjarsari. Mahasiswa KKN diajak kerja sama untuk menuangkan ide dan gagasan agar terdapat mengunggah video pada platform tersebut. Kurangnya inovasi dan kreatifitas oleh internal kepengurusan *podcast* menghambat pemilihan konten sehingga menjadi tidak konsisten dalam mengunggah video. Perlunya strategi yang tepat dalam pengembangan *podcast* desa sebagai media informasi publik dan juga sebagai

pengenalan keunggulan dan potensi desa. Oleh karena itu, guna mengembangkan *podcast* Desa Banjarsari agar lebih unggul, maka teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori [Robbins dan Coulter \(2016,253\)](#), yang menyatakan bahwa terdapat tiga tingkatan strategi dalam organisasi, yaitu strategi korporatif, strategi kompetitif, dan strategi fungsional.

**Strategi Korporat (*Corporate Strategy*) Pengembang *Podcast* PIK-R APIKE Desa Banjarsari.** [Robbins & Coulter \(2016\)](#) mengemukakan bahwa strategi korporat merupakan strategi terpusat dari pimpinan untuk mengatur keberlanjutan proyek yang sedang dikerjakan. Pimpinan memiliki andil yang besar akan hal ini untuk menentukan arah proyek demi tercapainya keberhasilan. Perlunya spesifikasi agar meminimalisir terjadinya kesalahan dalam pengambilan keputusan. Penentuan visi, misi serta tujuan dari sebuah organisasi yang menaungi proyek sangat menjadi acuan untuk menciptakan tanggung jawab atas kinerja masing-masing. Tidak hanya itu, misi dan tujuan organisasi juga menjadi arah proyek tersebut akan berlayar. Oleh karenanya strategi korporat menjadi hal yang penting untuk membentuk keberhasilan pada diri sendiri dan proyek yang dikerjakan.

PIK-R merupakan sebuah organisasi publik yang dimiliki Desa Banjarsari untuk menyebarluaskan seluruh informasi kepada publik terutama warga Desa Banjarsari. Program yang diangkat dari PIK-R yakni *podcast* sebagai media penyebarluasan informasi. Seperti yang diketahui, bahwasannya *podcast* merupakan program mengulik informasi dengan narasumber sesuai dengan topik yang diangkat secara lebih detail dan mendalam. Sesuai dengan misi PIK-R yakni: (1) Menjadi media informasi bagi remaja mengenai TRIAD KRR serta pendewasaan usia perkawinan, (2) Memberikan bimbingan konseling kepada remaja, serta membantu menyelesaikan permasalahan, (3) Memberikan pembekalan

kepada remaja mengenai kecakapan hidup dengan berbagai pelatihan keterampilan, (5) Meningkatkan pola perilaku hidup sehat dan berkualitas bagi remaja.

Sebagai informasi publik, PIK-R APIKE Banjarsari telah menyajikan beberapa tema dalam *podcast* yang berkolaborasi dengan mahasiswa KKN di Desa Banjarsari. Tema yang pernah dibahas oleh PIK-R APIKE Desa Banjarsari yakni perihal masalah *stunting*, pencegahan kenakalan remaja, serta peningkatan UMKM di Desa Banjarsari. Semakin bertambah tahun, semakin bervariasi tema – tema yang dibawakan pada program *podcast* tersebut. Ketua PIK-R APIKE Banjarsari mengatakan bahwa konten *podcast* sedikit menyimpang dari misi yang dibawakan PIK-R Desa Banjarsari, yakni salah satunya tema dalam peningkatan UMKM Desa Banjarsari, yang mana usia para pelaku UMKM Desa Banjarsari tergolong tidak muda. Namun, dengan adanya *podcast* tentang tema tersebut, dapat menambah wawasan bagi para pelaku UMKM di Desa Banjarsari. ketua PIK-R APIKE Desa Banjarsari mengatakan bahwa :

*"...kami memang sedikit melenceng dari misi yang telah dicanangkan dari PIK-R APIKE Desa Banjarsari, yang mana dalam misi tersebut hanya seputar remaja. Kami menginginkan inovasi dari tema – tema *podcast* kami, sehingga kami buatlah tema baru dengan dibantu adik - adik MBKM Bina Desa Banjarsari agar dapat menambah wawasan baru..."*, tambahnya. (Hasil wawancara 07 November 2023)

*"...sebenarnya saya berniat untuk memberikan pelayanan yang lain juga seperti memberikan pemahaman kepada warga untuk melaporkan kematian, membuat KTP dengan cara online, jadi warga tidak perlu untuk datang ke balai desa atau instansi lain, itu membuang tenaga sebenarnya. Jadi *podcast* ini juga sebagai pemberian informasi secara digital agar informasi yang tersampaikan tidak simpang siur..."*, tambahnya. (Hasil wawancara 07 November 2023)

Oleh karena itu, perlu adanya pembeda yang mana topik pembahasan perihal remaja akan dimasukkan pada kategori *podcast* PIK-R, sedangkan pada topik – topik yang lain seperti pembahasan UMKM, penyebaran informasi tentang keadministrasian pemerintah desa, dibutuhkan platform lain yang tersedia saat ini. Topik lain ini, akan berada satu kesatuan yang sama apabila, judul dari *channel YouTube* berganti yang lain, bukan PIK-R APIKE Desa Banjarsari.

Selain menyebarkan informasi kepada khalayak, sesuai dengan misi yang dicanangkan, maka PIK-R juga wajib membuka sebuah bilik konsultasi untuk warga Desa Banjarsari terutama pada usia remaja guna mewujudkan PIK-R yang mendukung pelayanan publik. Berhubung saat ini berada pada era digitalisasi, maka konsep bilik konsultasi harus berbasis digital pula untuk menunjang keselarasan pada tingkat desa. Bilik konsultasi ini dibuka agar permasalahan pada tingkat remaja dapat teratasi dan menuju kesejahteraan hidup. Namun, hal tersebut masih belum direalisasikan, ketua PIK-R APIKE Desa Banjarsari mengatakan bahwa :

*"...kalau untuk misi yang nomor 2 ini masih belum dieksekusi, dikarenakan program podcast belum berjalan secara optimal sepenuhnya, sehingga kami lebih berfokus ke satu program dulu. Seiring berjalannya waktu, nanti kita bisa mewujudkan misi misi yang lainnya..."*, tambahya. (Hasil wawancara 07 November 2023)

*"...untuk menyediakan ruang konsultasi ini, menurut saya masih kurang adanya fasilitas tempat untuk mengobrol secara nyaman. Kalau di ruangan PIK-R itu terasa lembab, soalnya jarang dipakai juga..."*. (Hasil wawancara 07 November 2023)

**Gambar 1. Ruang Podcast Desa Banjarsari**



Dunia digitalisasi sangat berperan penting dalam hal ini. Sebuah hambatan dalam menjawab tantangan dapat terealisasikan dengan adanya digitalisasi. Hambatan yang disampaikan oleh ketua PIK-R APIKE Desa Banjarsari, bahwasanya kurang tersedianya fasilitas tempat yang nyaman untuk berkonsultasi, maka strategi yang digunakan yakni dengan menggunakan media sosial seperti *Instagram* ataupun *Twitter*. PIK-R APIKE Desa Banjarsari hanya perlu menarik perhatian dengan membuka kolom pertanyaan, lalu dilanjutkan dengan tahap– tahap selanjutnya sesuai dengan prosedur yang ada.

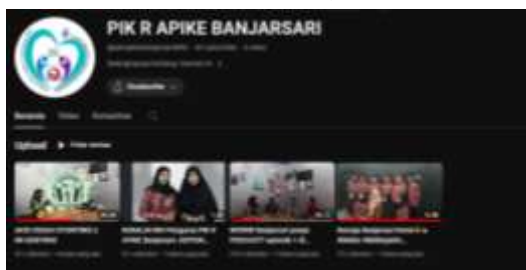
**Strategi Kompetitif Pengembang Podcast PIK-R APIKE Desa Banjarsari .** Menurut [Robbins & Coulter \(2016\)](#), strategi kompetitif yaitu strategi organisasi untuk bersaing dalam bisnisnya. Strategi kompetitif berawal dari alat untuk mencapai tujuan, kemudian berkembang menjadi alat dalam menciptakan keunggulan kompetitif, lalu menjadi tindakan dinamis untuk merespon kekuatan internal dan eksternal, hingga menjadi alat untuk memberikan kekuatan motivasi kepada pemangku kepentingan agar suatu organisasi tersebut dapat berkontribusi secara optimal. Konsep kompetitif ini merupakan gabungan dari keterampilan dan teknologi, bukan satu keterampilan yang berdiri sendiri ([Fahriyah & Yoseph, 2020](#)).

Dengan adanya media *podcast* bisa menjadi sumber pelayanan informasi baru pada era digital saat ini. Teknologi informasi dan komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pelayanan publik serta mewujudkan masyarakat yang berbasis informasi. Di era saat ini banyak masyarakat yang mengutamakan sebuah pelayanan informasi demi kemudahan akses informasi yang mereka butuhkan. Banyak remaja yang mudah mencari berbagai informasi melalui media sosial. Hal ini merupakan salah satu faktor terciptanya ide baru atau inovasi baru mengenai pelayanan

informasi. Banyak cara yang dilakukan untuk menciptakan kualitas pelayanan informasi pada saat ini, namun media atau platform yang pilih untuk menunjang kualitas pelayanan informasi adalah dengan menggunakan media *podcast*. Dengan adanya *podcast* masyarakat bisa bebas mendengarkan konten *podcast* yang mereka pilih sesuai kebutuhan mereka masing-masing.

Dalam *podcast* tentu perlu adanya strategi yang digunakan dalam menghadapi persaingan saat ini. Dengan ketatnya persaingan, baik secara langsung maupun tidak langsung, sangat berpengaruh terhadap kinerja segala bentuk organisasi dalam hal teknologi, salah satunya konten *Podcast* PIK-R APIKE Desa Banjarsari. Di Desa Banjarsari tersebut pada kondisi saat ini sangat diperlukan strategi yang tepat untuk mempertahankan suatu kualitas dalam membuat konten *podcast* yang dapat dilihat melalui akun *Youtube* PIK-R APIKE BANJARSARI agar konten tersebut banyak digemari oleh masyarakat sekitar dan dapat menarik perhatian para pendengarnya. Dengan demikian strategi kompetitif sangat diperlukan untuk melihat segala perubahan yang terjadi di lingkup media sosial khususnya dalam pembuatan konten *podcast* ([Nisak, 2013](#)).

**Gambar 2. YouTube Podcast  
PIK-R APIKE Banjarsari**



Berkaitan dengan hal ini, Ketua PIK-R APIKE Desa Banjarsari yaitu Mas Edi, mengatakan bahwa:

*"...kalau dari segi fasilitas dan media di ruang podcast kami ada beberapa alat yang masih*

*bisa digunakan tetapi ada juga sebagian yang kurang maksimal akan penggunaan media nya, kalau dari segi SDM mengenai podcast di Desa Banjarsari ini juga masih minim karena dalam pembuatan konten podcast harus memiliki keahlian di bidang media digital dan di Desa Banjarsari sendiri SDM nya kurang dalam pembuatan media podcast..."* (Hasil wawancara 07 November 2023)

*"...podcast Desa Banjarsari bisa menjadi media informasi dan pelayanan publik karena adanya podcast desa ini masyarakat lebih mengetahui informasi yang mungkin sebelumnya belum mereka ketahui..."* (Hasil wawancara 07 November 2023)

Keberhasilan dalam suatu *podcast* sangat ditentukan oleh konten creator yang ahli dalam bidang media sosial tersebut. Pada *podcast* PIK-R APIKE Desa Banjarsari seorang konten creator dalam proses pembuatan *podcast* juga harus pandai-pandai dalam memilih konsep atau tema konten yang akan dibahas dalam *podcast* agar dapat menarik perhatian masyarakat yang nantinya akan melihat konten *podcast* tersebut. Dalam sebuah penyampaian seseorang komunikasi atau narasumber saat berinteraksi harus dapat menyampaikan pesan atau informasi yang layak agar tema pembahasan dalam *podcast* tersebut memiliki makna tersendiri. Dari *podcast* PIK-R APIKE Desa Banjarsari harus memiliki pesan yang dapat tersampaikan secara efektif dan dapat memuat sebuah informasi yang dibutuhkan oleh pendengarnya. Dalam *Podcast* PIK-R APIKE Desa Banjarsari kita juga perlu seorang pembicara mengetahui atau memastikan siapa yang akan menjadi narasumber *podcast* tersebut. Perlu adanya konsistensi strategi yang digunakan dalam suatu *podcast*, agar pendengar tetap merasa bahwa seorang narasumber memiliki karakter yang baik dan dapat memberi pendengaran yang layak dalam suatu penyampaian informasi ([Syarafina et al., 2021](#)).

*Podcast* Desa Banjarsari sendiri sudah memiliki akun *Youtube* PIK-R APIKE Desa Banjarsari yang mana akun tersebut dikelola oleh pengurus *podcast* Desa Banjarsari. Namun, seiring berkembangnya zaman sebuah konten juga bisa di unggah dalam media sosial lainnya seperti *Instagram*, *Facebook* dan masih banyak lainnya. Hal ini juga dapat menambah nilai unggul dalam membuat konten *podcast*. Tentu nya pengurus *podcast* PIK-R APIKE Desa Banjarsari ini juga harus tau siapa yang menjadi sasaran pendengar *podcast*, tergantung pada tujuan komunikasi yaitu apakah komunikasi hanya sekedar mengetahui lewat media sosial atau komunikasi menjadi pendengar yang baik dan aktif dalam melihat *podcast*. Dalam merencanakan konten *podcast* yang akan dibuat, pengurus PIK-R APIKE Banjarsari harus menentukan terlebih dahulu target *audiensnya*, setelah itu membuat jenis konten sesuai target *audiens*. Jika jenis konten memiliki target *audiens* yaitu generasi *millennial*, maka jenis konten yang disajikan harus ringan, informatif dan bermakna, sehingga dapat dipahami oleh pendengar ([Chitra & Oktavianti, 2019](#)).

Selain itu, memberikan *feedback* yang baik seperti selalu memperhatikan dan membalas komentar merupakan salah satu interaksi yang dapat dilakukan oleh pengurus PIK-R APIKE Banjarsari terhadap *subscriber* atau pendengarnya. Dengan membuka komunikasi dua arah pengurus *Podcast* PIK-R APIKE Banjarsari dapat mengetahui tanggapan dan saran yang masuk di setiap kontennya. Strategi yang dilakukan dengan bersikap terbuka dan ramah dalam menerima tanggapan maupun saran yang masuk merupakan langkah yang tepat untuk diambil.

**Strategi Fungsional (*Fungsional Strategy*) Pengembang *Podcast* PIK-R APIKE Desa Banjarsari.** Menurut [Robbins & Coulter \(2016\)](#), strategi fungsional (*fungsional strategy*) atau *value based strategy* merupakan

strategi yang digunakan pada tahapan fungsional seperti, operasional, *marketing*, dan sumber daya manusia (SDM). Strategi fungsional merujuk pada tingkatan strategi sebelumnya yakni strategi korporat dan strategi kompetitif. Fokus dalam strategi ini yaitu mengoptimalkan produktivitas sumber daya yang digunakan guna memberikan hasil yang terbaik serta memenuhi kebutuhan *audiens* ([Agus Masrukin, 2020](#)).

Berdasarkan teori [Robbins & Coulter \(2016\)](#), dalam menentukan jenis khalayak, perlu dilakukan segmentasi khalayak atau segmentasi pasar untuk memudahkan dalam menganalisis konten yang ingin dibuat sesuai kebutuhan *audiens* ([Pratiwi, 2023](#)). Sebagai acuan ketika ingin meninjau sebuah konten, sebelum diunggah ke publik, pengurus PIK-R APIKE Desa Banjarsari wajib memperhatikan konten yang telah mereka buat sebelumnya sebagai tolak ukur kelayakan bagi pendengarnya. Jika sesuai dengan yang diinginkan, maka mereka dapat mengunggahnya di *YouTube* pada hari yang telah ditentukan.

Selain itu, di era sekarang ini perlu melakukan atau mengasah banyak keterampilan agar peluang untuk masa depan jauh lebih terarah. Keterampilan tidak hanya sebatas berasal dari instansi formal seperti sekolah saja, terdapat pula keterampilan di luar itu yang bisa menaikkan *value* dan bermanfaat bagi kehidupan remaja. Kurang aktifnya pengurus PIK-R APIKE Desa Banjarsari menjadi salah satu penghambat dalam pengembangan *podcast* desa. Seperti yang disampaikan oleh Ketua PIK-R Banjarsari seperti di bawah ini:

“...pengurus PIK-R ini banyak yang kerja sama kuliah, sibuk sama urusannya masing-masing. Kalau ada mahasiswa KKN yang datang enak bisa kita ajak kolaborasi buat video *podcast*. Bisa dibantu ngedit video juga, soalnya dari kami kurang bisa ngedit video...”. (Hasil wawancara 07 November 2023)



Adanya keterbatasan sumber daya manusia dalam pengembangan *podcast* PIK-R APIKE Banjarsari perlu dibuat tim produksi yang fokus dalam membuat konten atau pengembangan *podcast* PIK-R APIKE Banjarsari. Selain itu, perlu mengadakan pelatihan keterampilan kepada remaja Desa Banjarsari. Seperti yang dilakukan oleh Kelompok Mahasiswa MBKM Bina Desa Banjarsari UPN Veteran Jawa Timur yang menyelenggarakan kegiatan pendampingan serta pelatihan *Editing* Foto dan Video.

**Gambar 3. Pelatihan *Editing* Yang Diselenggarakan Oleh Mahasiswa MBKM Bina Desa UPN “Veteran” Jawa Timur**



Ketua PIK-R Desa Banjarsari mengatakan bahwa : “...saya juga berterima kasih kepada Mahasiswa MBKM Bina Desa dari UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah mengadakan pendampingan dan pelatihan *editing* bagi remaja Desa Banjarsari sehingga dapat menambah pengetahuan remaja dan dapat membangun desa menjadi lebih baik...”(Hasil wawancara 07 November 2023)

Masyarakat Desa Banjarsari, khususnya pemuda PIK-R sebagai tim produksi, diharapkan mempunyai keterampilan literasi digital yang tinggi sehingga dapat memberikan banyak ide untuk keberlangsungan *podcast* yang ada di Desa Banjarsari. Pemerintah Desa Banjarsari dapat memberikan pelatihan keterampilan, baik pelatihan *editing*, produksi, pengelolaan *podcast*, bagi remaja Desa Banjarsari dan juga memberikan fasilitas yang memadai guna mendukung terlaksananya rencana dalam mewujudkan desa digital.

#### IV. KESIMPULAN

*Podcast* Desa Banjarsari merupakan salah satu platform yang dapat mendukung keterbukaan informasi publik. Adanya *podcast* di Desa Banjarsari ini mampu menjangkau masyarakat, khususnya pemuda dan masyarakat luas di luar Desa Banjarsari. Namun, *podcast* PIK-R APIKE Banjarsari belum menjangkau sebagian besar masyarakat Desa Banjarsari. Kurangnya keterampilan literasi digital pemuda Desa Banjarsari membuat kualitas *podcast* Desa Banjarsari belum optimal. Oleh karena itu, merujuk pada teori Robbins dan Coulter, terdapat tiga tingkatan strategi yang dapat diterapkan guna mengembangkan *podcast* PIK-R APIKE Banjarsari, yakni (1) Strategi Korporat, membuat pembeda topik pembahasan dengan menambah *channel* *YouTube*, serta aktif dalam media sosial untuk membuka kolom pertanyaan seperti melalui Instagram dan Twitter agar ruang konsultasi dapat fleksibel dan dapat diakses oleh siapapun. (2) Strategi Kompetitif, perlu adanya kekonsistenan dalam mengunggah konten sehingga *podcast* PIK-R APIKE Banjarsari dapat lebih aktif dan efektif dalam penyebaran informasi publik. Kemudian, melakukan promosi ataupun kolaborasi agar *podcast* dapat dikenal oleh masyarakat umum melalui berbagai media sosial. Dalam proses pembuatan *podcast* pengurus PIK-R APIKE Banjarsari harus pandai dalam memilih konsep dan tema konten agar dapat menarik perhatian khalayak. Selain itu, konten yang dibuat harus memiliki pesan ataupun informasi yang dibutuhkan oleh *audiens*. (3) Strategi Fungsional, perlu dibuatnya tim produksi dalam membuat konten *podcast* PIK-R APIKE Banjarsari. Selain itu, perlu adanya pelatihan-pelatihan kepada pemuda Desa Banjarsari sehingga diharapkan pemuda memiliki kemampuan literasi digital yang tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Masrukin. (2020). Strategi Walikota Mojokerto Dalam Penataan Pedagang di Pusat Perdagangan Kaki Lima Kota Mojokerto. *Dinamika Governance: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 1–23.
- Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2022). Smart Village Solusi Percepatan Pembangunan Desa. [Online]. Dari: <https://www.brin.go.id/news/109681/smart-village-solusi-percepatan-pembangunan-desa> [Diakses: 27 November 2023].
- Bimantoro, A., Pramesti, W. A., Bakti, S. W., Samudra, M. A., & Amrozi, Y. (2021). Paradoks Etika Pemanfaatan Teknologi Informasi di Era 5.0. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(1), 58–68. <https://doi.org/10.52643/jti.v7i1.1425>
- Chitra, B., & Oktavianti, R. (2019). Strategi Digital Public Relations Pegiat Podcast dalam Membangun Brand Engagement (Studi Kasus dalam Podcast Duo Budjang). *Prologia*, 3(2), 532. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6413>
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. (Edisi Empa). Pustaka Pelajar.
- Fahriyah, A., & Yoseph, R. (2020). Keunggulan Kompetitif Spesial Sebagai Strategi Keberlanjutan UKM di Era New Normal. *Prosiding Seminar Stiami*, 7(2).
- Lavircana, R., Herman, M., & Humaidi, M. A. (2020). Penggunaan Podcast Sebagai Media Hiburan dan Informasi di Banjarmasin [Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan MAB]. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3500/>
- Machyudin, A. H., & Susri, A. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Mukhammad, M. H. (2014). *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Elex Media Komputindo.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468–476.
- Prasetyo, B., & Trisyanti, U. (2018). Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 0(5), 22–27. <https://doi.org/10.12962/j23546026.y2018i5.4417>
- Pratiwi, E. (2023). Strategi Komunikasi *Podcast* #Andacurhat Dalam Menjaga Eksistensi Popularitas Di Spotify (Studi Kasus Konten Spesial Ramadhan 1444 H) [Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73951>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Manajemen*, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta.
- Setyowati, L., & Nasir Ahmad, D. (2021). Pemanfaatan Big Data Dalam Era Teknologi 5.0. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 117–122. <https://doi.org/10.52072/abdine.v1i2.205>
- Setyoningsih, Y. D. (2018). Tantangan Konselor di Era Milenial Dalam Mencegah Degradasi Moral Remaja. *Prosiding Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling*, 2(1).
- Syarafina, W. N., Musyaffa, I. N., Ramadhana, M. R., & Puspitasari, P. A. (2021). Strategi Komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Era Digital (Studi Kasus Pada Podcast Manusia Keju). *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 14–24.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>