

Ruang Publik Online Sebagai Sarana Penyebaran Konten Edukatif Pemilu 2024

Ni Putu Limarandani¹, Tuty Mutiah², Anak Agung Ketut³, Made Saisan⁴, A A Aditya Kusuma⁵

LSPR Communication & Business Institute¹, Universitas Bina Sarana Informatika², Sekolah Tinggi Agama Hindu (STAH) Dharma Nusantara Jakarta^{3,4}, Bina Nusantara University⁵

Jl. K.H. Mas Mansyur No.Kav. 35, Karet Tengsin, Jakarta 10220, Indonesia¹, Jl. Kayu Jati V No.2, Rawamangun, Jakarta Timur 13220, Indonesia², Ruko Jatiwaringin Junction 24 Kav 12, Jakarta Timur 13620, Indonesia^{3,4}, Kampus Anggrek Jl. Kebon Jeruk Raya No. 27, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11530, Indonesia⁵

e-mail : limarandani@lspir.edu¹; Tuty.ttt@bsi.ac.id²; agungpatera@gmail.com³; 5415417@gmail.com⁴;
Kusuma.patera@gmail.com⁵

Abstract

This research aims at how the process of pre-production, production and post-production stages of Online Public Space through Youtube Channel as a means of disseminating creative content for the 2024 election. The approach used is a qualitative approach to case studies. Speakers such as Hari Dermanto, Sh, Mh, Dr. H. Andi Budis, Sh, M. Ikom and Fatihah Helga Gantari discussed various aspects related to elections and community participation. Research findings show that Youtube Channel Bincang Online Inspiratif (BIONS) is planned with creative strategies from pre-production to post-production to achieve a successful broadcast. Pre-production involves selecting themes, sources, and shooting layouts, while production uses platforms like Zoom and YouTube live streaming. Post-production involves editing, evaluating, and marketing publicity to increase broadcast reach. Dissemination strategies include the use of Instagram and WhatsApp groups, as well as lucky draw activities to attract new audiences and maintain audience loyalty. So that the online public space is depicted on the BIONS Youtube channel and has succeeded in becoming a means of disseminating educational content on the theme of the 2024 Election. Online Public Space through BIONS is expected to make an important contribution to educate and build public awareness related to the 2024 election through a creative and strong public discussion space.

Keywords: Public discussion; creative; educational content; inspirational content; management strategy.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan bagaimana proses tahapan pra produksi, produksi dan pascaproduksi Ruang Publik Online melalui Youtube Channel sebagai sarana penyebaran konten kreatif Pemilu 2024. Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kualitatif pada studi kasus. Narasumber seperti Hari Dermanto, Sh, Mh, Dr. H. Andi Budis, Sh, M. Ikom dan Fatihah Helga Gantari membahas berbagai aspek terkait pemilu dan partisipasi masyarakat. Temuan riset menunjukkan bahwa Youtube Channel Bincang Online Inspiratif (BIONS) direncanakan dengan strategi kreatif dari pra-produksi hingga pasca-produksi untuk mencapai siaran yang sukses. Pra-produksi melibatkan pemilihan tema, sumber, dan tata letak pengambilan gambar, sementara produksi menggunakan platform seperti Zoom dan streaming langsung YouTube. Pasca produksi melibatkan pengeditan, evaluasi, dan publikasi pemasaran untuk meningkatkan jangkauan siaran. Strategi diseminasi meliputi penggunaan grup Instagram dan WhatsApp, serta kegiatan undian berhadiah untuk menarik audiens baru dan menjaga loyalitas audiens. Sehingga ruang publik online tergambar pada Youtube channel BIONS dan berhasil menjadi sarana penyebaran konten edukatif pada tema Pemilu 2024. Ruang Publik Online melalui BIONS diharapkan dapat memberikan kontribusi penting untuk mendidik dan membangun kesadaran publik terkait Pemilu 2024 melalui ruang diskusi publik yang kreatif dan kuat.

Kata kunci: Ruang publik online; Youtube; konten edukatif; Pemilu

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa dampak signifikan pada kehidupan manusia, terutama dalam hal komunikasi dan akses informasi. Inovasi-inovasi terbaru telah mengubah cara manusia berinteraksi, belajar, berbelanja, dan bahkan gaya hidup mereka (Ritonga, 2021). Namun, di sisi lain, perubahan perkembangan teknologi digital ini juga membawa tantangan baru, termasuk isu privasi, kecanduan media sosial, dan penyebaran informasi palsu atau hoaks.

Adanya tantangan di teknologi digital menuntut individu mahir dalam membaca informasi atau literasi yang baik. Pada periode awal kemajuan literasi, literasi diartikan kemampuan seseorang untuk mahir dalam mendengar, melihat, membaca dan menyampaikan pendapat/ide secara kritis terkait situasi sosial yang terjadi (Dewi et al., 2021). Dengan literasi digital yang baik, individu akan mampu mengoptimalkan manfaat teknologi yang tersedia, seperti akses informasi yang luas dan beragam, kemudahan berkomunikasi, dan berbagai layanan online untuk menganalisis informasi secara kritis juga penting untuk menghindari jebakan informasi yang salah atau tidak akurat.

Informasi dapat diperoleh dari mana saja, salah satunya informasi yang berasal dari media sosial. Media sosial merupakan media komunikasi yang efektif dan efisien dan juga jembatan penghubung segala informasi yang ada di sosial dipublikasikan di media sosial (Rahadi, 2017). Melalui platform-platform seperti Youtube, Facebook, Instagram, dan lainnya dapat dengan cepat menyebarkan informasi, berkomunikasi dengan orang lain di seluruh dunia, serta memengaruhi opini dan perilaku. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi audio, teks, dan gambar secara cepat dan efisien menegaskan bahwa media sosial memberikan akses tanpa batasan terhadap informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tak hanya sebagai sarana hiburan dan sumber informasi, media sosial juga memainkan peran penting dalam penyebaran konten visual seperti gambar, infografis, dan (Madja, 2021).

Di Indonesia, YouTube menjadi salah satu platform media sosial dengan ciri khas berupa video yang digunakan oleh individu untuk mengekspresikan ide dan kreativitas mereka. YouTube menawarkan kemudahan bagi pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi berbagai jenis klip video tanpa biaya. Keunggulan utama YouTube terletak pada keberagaman konten yang tersedia, mulai dari hiburan, tutorial, vlog, konten pendidikan dan informasi hingga menjadi media ruang publik online untuk diskusi.

Pentingnya kreativitas dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan bagi audiens YouTube (Maryani, Gemiharto, Wibowo, & Ratmita, 2022). Oleh karena itu, untuk bertahan dan sukses di platform ini, para konten kreator perlu terus mengembangkan kreativitas mereka dalam merancang, memproduksi, dan menyajikan konten yang inovatif serta menarik perhatian. Definisi kreativitas menurut Munandar (2009) menggambarkan interaksi kompleks antara individu dan lingkungannya, yang melibatkan kemampuan untuk menggabungkan secara inovatif elemen elemen. Kreativitas tidak hanya dipengaruhi oleh factor internal individu seperti pengalaman dan pengetahuan, tetapi juga oleh pengaruh dari lingkungan sekitarnya. Dalam konteks pembuatan konten YouTube, kreativitas menjadi kunci untuk menarik perhatian masyarakat yang semakin kritis dan selektif terhadap konten yang mereka konsumsi.

Strategi konten juga menjadi pendukung terciptanya konten yang menarik di Youtube. Dalam era penggunaan platform digital yang semakin meluas sebagai sarana komunikasi, pentingnya perumusan konten yang tepat sebagai landasan komunikasi yang efektif (Cangara, 2017). Strategi yang tepat akan membimbing proses penciptaan konten agar sesuai dengan tujuan komunikasi dan dapat memuaskan kebutuhan audiens. Memahami kebutuhan pengunjung dan memberikan dampak yang bermanfaat adalah aspek krusial dalam menjaga relevansi dan daya tarik konten (Junaidi, 2019).

Strategi konten yang menarik dapat terwujud apabila membuat konten video dengan tahapan yang dilakukan. Tahapan tersebut meliputi tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahapan pra produksi yakni mempersiapkan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk keperluan produksi. Tahap produksi yakni menjalankan konsep video yang sudah ditentukan. Tahap pasca produksi yakni tahap akhir dengan menambah beberapa aktivitas seperti pengeditan, memberi efek, koreksi warna dan background (Sya'dian et al., 2022).

Bincang Online Inspiratif (BIONS) hadir dan menjadi salah satu contoh Youtube channel yang memberikan konten inspiratif dengan memanfaatkan dan mengundang narasumber yang kompeten dan tokoh masyarakat inspiratif sebagai komunikator utamanya. Konten inspiratif dengan tema Kesehatan keluarga, Giat Program Keluarga Berencana, Pengembangan potensi terbaik dari diri individu, memperingati hari Ibu dan tema lainnya yang disesuaikan dengan tema yang sedang hangat dibicarakan.

BIONS hadir sebagai Ruang Publik Online sebagai alat untuk menyebarkan konten edukatif terkait Pemilu 2024, dengan fokus pada tema kasih sayang, kasi suara, dan semangat Indonesia Jaya. Dengan latar belakang ini, studi ini bertujuan untuk mendalami bagaimana proses tahap praproduksi, produksi dan pascaproduksi dalam membuat konten edukatif pemilu tahun 2024 melalui Ruang Publik Online Youtube Channel.

Youtube

Media YouTube merupakan sebuah layanan video yang disediakan oleh Google untuk mengunggah, menonton, mengunduh, dan berbagi klip video secara gratis. Platform ini berfungsi sebagai media untuk mencari, melihat, dan membagikan video original ke dan dari segala dunia hanya melalui situs web (Budiargo, 2015). Selain itu, kita juga dapat mengunggah video ke server YouTube dan membagikan video ke seluruh dunia (Baskoro, 2009).

Saat ini YouTube diakses oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua. Hal ini tidak terlepas dari kemudahan layanan video dan topik yang tersedia di YouTube sangat beragam. Penyediaan topik yang beragam ini menjadi salah satu hal yang penting terutama dalam kultur internet masyarakat (Tamburaka, 2013).

YouTube termasuk ke dalam new media (media baru) yang lahir dari pergeseran teknologi internet (*world wide web*) dari "*read only web*" menjadi "*read write web*", yaitu perubahan yang terjadi ketika internet hanya menyediakan sumber bacaan menjadi dapat membuat sekaligus membagikan sumber bacaan tersebut ke pengguna lain. Ciri dari media baru adalah dapat saling terhubung, aksesnya terbuka terhadap audiens luas baik sebagai penerima maupun pengirim pesan, saling aktif, mudah diakses, dan mudah ditemukan (McQuail, 2015). Akibat pergeseran tersebut, YouTube hingga saat ini menjadi situs paling populer dan ditonton oleh ribuan orang setiap harinya.

YouTube memiliki beberapa manfaat, yaitu menyalurkan kreativitas, memberikan hiburan kepada banyak orang, dan mendatangkan penghasilan tambahan bagi pengguna yang mengunggah. Penghasilan dapat diperoleh melalui google AdSense jika pengguna telah mendaftar dan memiliki setidaknya 10.000 *views* (Natalia, 2021).

Kesuksesan YouTube di dunia internet mendorong berbagai perusahaan untuk membuat channel YouTube (Hamid, 2015). Dengan meningkatnya angka pengguna YouTube baik untuk kebutuhan personal maupun bisnis, perusahaan mulai banyak yang menanamkan investasi pada platform YouTube dan terus meningkatkan komunitas bagi para creator (Labas and Yasmine, 2017). Oleh sebab itu, hingga saat ini perusahaan atau merek mulai aktif menggunakan dan mengunggah konten yang sesuai pada platform ini sebagai saluran pemasaran terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Iklan dan konten yang muncul di media sosial YouTube dapat meningkatkan kesadaran pengguna akan suatu merek dari produk yang ditawarkan.

Konten

Konten (*content*) adalah segala informasi yang ada pada media online atau internet. Konten juga dapat diartikan dengan segala sesuatu yang dibuat dan diunggah ke situs web. (Handley, 2014). Banyaknya media sosial saat ini membuat konten juga beragam. Jenis konten dibagi sesuai dengan tujuan konten tersebut dan bentuknya.

Beberapa jenis konten berdasarkan tujuannya yaitu: 1) Konten Edukasi, konten ini berisi tentang pengetahuan yang bermanfaat untuk yang melihat konten dan juga berfungsi sebagai penambah nilai konten utama; 2) Konten Informatif, konten yang memberikan informasi baik dalam bentuk tulisan, foto atau video. Informasi yang diberikan bersifat penting atau hal utama yang dijadikan konten; 3) Konten Review, konten yang berisi ulasan mengenai produk atau jasa. Tentang kisah nyata atau pengalaman seseorang saat menggunakan produk atau jasa, bertujuan untuk menarik

calon kosumen; 4) Konten Interaksi, konten ini memiliki tujuan untuk berinteraksi dengan pengguna media sosial. Meningkatkan engagement media sosial haruslah memperhatikan interaksi di media sosial agar sering terjadi. Sebagai penentu untuk pengumpulan data digunakan dimensi Konten Youtube oleh Maulana (2021) dengan indikator yaitu jenis konten, daya tarik konten, frekuensi menonton dan durasi menonton.

Pemahaman

Pemahaman (*comprehension*) merupakan kemampuan seseorang untuk mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan atau menyatakan sesuatu dengan cara tersendiri sesuai dengan pengetahuan apa yang ia terima (Uno, Hamzah B. & Satria Koni, 2013). Menurut Bloom (dalam Agustianti et al., 2022) pemahaman (*comprehension*) termasuk kedalam salah satu aspek dalam ranah kognitif. Dalam konteks ini, pemahaman merujuk pada kemampuan seseorang untuk memahami atau mengetahui suatu hal setelah memperoleh informasi atau mengingatnya, lalu menafsirkan dan menangkap makna atau arti dari informasi tersebut sehingga dapat menyusun kembali atau mengubah data ke dalam format lain.

Pemahaman ada 3 kategori yaitu menerjemahkan (*translation*), menginterpretasi (*interpretation*), dan mengekstrapolasi (*ekstrapolation*). Penjelasan dari kategori tersebut yaitu: 1) menerjemahkan (*translation*): pemahaman seseorang akan arti yang sebenarnya; 2) Menginterpretasi (*interpretation*): dari pemahaman tersebut seseorang dapat menghubungkan suatu hal pada objek dengan kejadian atau membedakan pokok dengan yang tidak pokok; 3) Mengekstrapolasi (*ekstrapolation*): kemampuan seseorang untuk menyelesaikan suatu hal atau menyimpulkan suatu hal mengenai hal yang ia ketahui dan pahami.

Pemilu

Pemilu merupakan salah satu sarana untuk mewujudkan sistem berbasis suara yang dapat menjadi jembatan untuk menyalurkan suara individu sebagai pemilik kedaulatan dalam memilih seseorang untuk menjadi wakil atau pemimpin. Kerja sama politik bisa menjadi salah satu tolak ukur kemenangan demokrasi, dan Pemilu merupakan sarana untuk menentukan siapa yang akan duduk di pemerintahan. Akibatnya, kepentingan pemilih yang merupakan salah satu komponen terpeliharanya sistem berbasis suara juga akan berdampak pada siapa yang akan memenangkan pemilu dan mengatur kehidupan banyak orang. Penentuan orang-orang untuk menjadi wakilnya di badan eksekutif dan legislatif di tingkat nasional dan lokal dilakukan melalui hak pilih universal.

Proses penyelenggaraan pemilu semakin meningkat, mulai dari tinjauan hukum hingga pengambilan keputusan mengenai tahapan, peserta, lembaga, pelanggaran, dan mekanisme penegakan hukum. Meskipun demikian, partisipasi mereka yang sudah mempunyai hak pilih dalam politik untuk memperluas hak tersebut kepada orang lain akan menjadi faktor terpenting dalam hasil pemilu. Kualitas pemilu tergantung pada tinggi rendahnya partisipasi pemilih. Sebab, jumlah pemilih menunjukkan seberapa besar perhatian masyarakat terhadap urusan negara Pemerintah terus mencari terobosan-terobosan ideal untuk memperlancar proses demokratisasi di Indonesia.

Hingga saat ini, berbagai sistem dan peraturan telah ditetapkan sebagai landasan demokrasi. Metode dan Keberlangsungan pemerintahan kerakyatan juga sangat penting, jika ada keterlibatan masyarakat luas dan pendidikan bebas lembaga independen peduli terhadap demokrasi dalam mempertahankan sistem berbasis suara. Kita belajar dari penegakan hukum di tingkat nasional dan daerah bahwa masih banyak bentuk pemerataan yang menyimpang dari nilai-nilai hukum yang sebenarnya. Demokrasi merupakan jalan dan mekanisme ideal bagi upaya peradaban di Indonesia. Selain proses politik yang rawan transaksi, demokrasi menghabiskan porsi anggaran negara yang cukup besar. Karena para pemilih saat ini sangat pragmatis, para oknum penguasa politik secara aktif mempromosikan politik uang, yang merupakan bencana bagi demokrasi. Terlepas dari apakah itu praktik politik atau bukan hingga beberapa partai politik menerapkan sanksi. Dalam politik dunia, peraturan dan moralitas bersifat mengikat, namun selalu ada cara untuk mengakalinya. Demokrasi di Indonesia terus menunjukkan kualitas sejak reformasi, namun banyak situasi yang menggambarkan bahwa demokrasi perlu penanganan serius, karena proses transaksionalnya terus berjalan mengakar. Dalam perjalanan demokrasi Indonesia, mempelajari sejarah demokrasi sangatlah penting

sebagai dasar untuk menentukan lebih lanjut arah demokrasi di masa depan. Tahapan demokrasi ini tidak lepas dari proses evaluasi dan penyusunan agenda demokrasi yang ideal. Dalam konteks proses pengkajian demokrasi, melahirkan pemimpin-pemimpin baru di berbagai tingkatan di negeri ini tidak terlepas dari kajian kritis dalam ruang demokrasi. Dengan demikian, kita sebenarnya bisa hidup dalam sistem politik nasional modern.

Pemilihan umum adalah agenda Demokrasi rutin lima tahunan yang diselenggarakan untuk memenuhi kewajiban konstitusionalnya. Hampir setiap hari, bahkan setiap hari, di media cetak, televisi, media elektronik, bahkan media sosial, kita membahas isu dan kampanye politik, ada yang positif, ada yang negatif. Perdebatan dan perbincangan sengit mengenai isu-isu politik menjelang pemilu tidak hanya berdampak pada elite partai dan akademisi. Bahkan pemilih pemula sangat aktif berdiskusi mengenai isu-isu politik. Politik sudah bukan lagi menjadi hal yang sacral di kalangan anak muda, dan banyak orang yang kerap membicarakan isu politik saat bertemu teman-teman berkumpul di waktu senggang. Pemungutan suara mengenai dan pemahaman publik yang lebih luas mengenai pentingnya demokrasi mempunyai dampak yang signifikan terhadap dinamika politik di negara ini. Salah satu tolak ukur politik demokratis adalah keikut-sertaan masyarakat dalam politik. Untuk mencermati hal tersebut, kita dapat melihat melalui keterlibatan politik dalam masyarakat. Terkait pemilu, hal yang sama juga berlaku bagi pemilih pemula dalam hal menggunakan hak pilih pada pemilu kali ini. Mereka sangat bersemangat mengikuti pemilu karena sangat ingin datang ke tempat pemungutan suara (TPS). Mayoritas pemilih yang baru pertama kali memilih tidak mau melewatkan momen ini karena pemilu kali ini adalah pilihan pertama mereka.

Suksesnya Pemilu pemilu bergantung pada beberapa faktor utama, termasuk pemilih pemula. Tantangan umum bagi pemilih baru adalah mengajak mereka berpartisipasi aktif dalam politik. Usia pemilih pemula berarti remaja yang masih sangat mudah dipengaruhi dalam pengambilan keputusan, khususnya pengambilan keputusan politik. Di usia remaja, mereka diharuskan membuat keputusan politik yang membutuhkan kematangan berfikir. Namun kematangan berfikir remaja tidaklah sama. Jumlah pemilih harus terus meningkat dalam setiap Pemilu, terutama pada Pemilu serentak 2024 mendatang. Penyelenggara tidak boleh melupakan pentingnya partisipasi pemilih, terutama bagi pemilih pemula. Partisipasi politik adalah kegiatan masyarakat yang secara langsung atau tidak langsung berkaitan dengan kebijakan pemerintah dan dapat dilakukan secara sukarela atau dimobilisasi oleh individu atau kelompok.

Partisipasi politik juga diartikan sebagai partisipasi aktif individu dan kelompok dalam kegiatan politik, yaitu melalui pemilihan kepala negara secara langsung atau tidak langsung yang mempunyai pengaruh terhadap kebijakan pemerintah. Arah politik pemilih baru sangat dinamis dan bergantung pada keadaan yang ada di sekitar serta suplai informasi yang mereka terima. Namun di samping itu, dalam setiap pemilu, kehadiran pemilih pemula tentu saja menjadialah satu cara untuk mengamankan kemenangan yang ingin dicapai oleh kandidat. Memang akan bermanfaat bagi siapa pun untuk bisa menarik perhatian kalangan ini, namun sebaliknya tanpa dukungan dari kelompok ini akan sangat merugikan tujuan pemilu yang ingin dicapai. Pemilih pemula di Indonesia.

Orang yang lahir di lingkungan politik atau lahir di dunia politik tentu mempunyai pengalaman yang berbeda dengan rekan-rekannya yang lahir di lingkungan yang jauh dari politik. Kurangnya pengetahuan dan wawasan tentang politik disebabkan oleh kurangnya pendidikan politik yang diajarkan baik di lingkungan rumah, lingkungan sekolah, maupun lingkungan tempat tinggalnya. Untuk meningkatkan popularitas dan elektabilitas para kontestan baik pada pemilu presiden maupun pemilu legislatif pertama, Pemilih baru rentan untuk dibujuk, dipengaruhi, dimobilisasi, dan sebagainya untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan partai politik. Namun perlu diketahui bahwa sebelum ini tidak jelas bagi para kandidat pemilu bahwa mereka peduli terhadap pemilih pemula. Kedua, banyak pemilih pemula yang masih bergelut dengan ketidakstabilan dan emosi.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang berfokus pada pengumpulan data deskriptif tentang fenomena yang diamati, sesuai dengan kerangka teoritis (Moleong, 2017). Dalam konteks analisisnya, peneliti menggunakan metode studi kasus untuk mengeksplorasi dan menjelaskan fenomena yang terkait dengan strategi kreatif dan tujuan dari Channel YouTube Bincang Online

Inspiratif, khususnya dalam konteks Ruang Publik Online sebagai Sarana Penyebaran Konten Edukatif terkait Pemilu 2024. Creswell (1998) menyatakan pembentukan struktur tertulis yang berasal dari kasus ataupun analisis perbandingan antar objek penelitian dapat dilakukan dengan pendekatan studi kasus (Assyakurrohim et al., 2022).

Data penelitian ini dikumpulkan melalui dua sumber utama, yakni sumber primer dan sumber sekunder, dengan menggunakan metode wawancara informan sebagai pendekatan utama. Melalui wawancara, informasi yang mendalam diperoleh dari individu yang secara langsung terlibat dalam pembuatan dan pengelolaan Channel YouTube Bincang Online Inspiratif, terutama terkait dengan tema Ruang Publik Online sebagai Sarana Penyebaran Konten Edukatif Pemilu 2024.

Wawancara dilakukan dengan memfokuskan pada tema-tema kunci seperti kasih sayang, kasi suara, dan semangat Indonesia Jaya, khususnya dalam konteks Pemilu Januari 2024. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian dapat menggali perspektif yang beragam dan mendalam dari para pemangku kepentingan langsung, yang memberikan wawasan yang berharga untuk memahami fenomena yang diteliti secara menyeluruh. Informan-informan yang diwawancarai termasuk Hari Dermanto, Sh, Mh selaku ketua Bawaslu provinsi Kalimantan Timur, Dr. H. Andi Budis, Sh, M. Ikom selaku pakar ilmu komunikasi dan budaya, serta Fatimah Helga Gantari selaku mahasiswa STARKI.

Selain wawancara, data juga dikumpulkan dari sumber dokumen dan data yang disediakan oleh informan-informan tersebut. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini mencakup panduan wawancara, perangkat telepon genggam, computer laptop, alat tulis, serta fasilitas dan perangkat pendukung lainnya yang diperlukan untuk memfasilitasi dan meningkatkan kejelasan proses pengumpulan data. Panduan wawancara digunakan sebagai kerangka kerja yang membimbing proses wawancara agar fokus dan terstruktur sesuai dengan tujuan penelitian. Perangkat telepon genggam dan komputer laptop digunakan untuk merekam wawancara, melakukan analisis data, serta mengakses informasi tambahan yang diperlukan selama penelitian.

Alat tulis digunakan untuk mencatat observasi penting dan memperjelas pemahaman terhadap data yang dikumpulkan. Seluruh fasilitas dan perangkat pendukung lainnya yang digunakan bertujuan untuk mengoptimalkan efisiensi dan kualitas proses pengumpulan data, sehingga memastikan bahwa data yang diperoleh dapat dipergunakan secara optimal untuk analisis dan penarikan kesimpulan dalam penelitian. Dengan menggunakan instrumen yang sesuai dan terintegrasi dengan baik, peneliti dapat menjalankan penelitian dengan lebih efektif dan menghasilkan data yang berkualitas. Penggunaan beragam instrumen tersebut menunjukkan kesungguhan dalam penelitian ini untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang strategi kreatif dan tujuan dari Channel YouTube Bincang Online Inspiratif dalam menyebarkan konten edukatif terkait Pemilu 2024.

Melalui instrumen-instrumen seperti panduan wawancara, perangkat telepon genggam, computer laptop, dan alat tulis, peneliti berupaya untuk menggali informasi yang komprehensif tentang bagaimana Bincang Online Inspiratif mengelola dan mengemas kontennya untuk tujuan edukatif. Lebih dari itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami peran dan pengaruh Channel tersebut dalam membentuk opini serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pemilihan. Dengan demikian, melalui instrumen-instrumen tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang kontribusi Bincang Online Inspiratif dalam konteks pendidikan pemilih dan pemberdayaan masyarakat dalam proses demokrasi.

Penelitian ini mengadopsi metode analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap utama, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi (Saputra et al., 2023). Tahap pertama, reduksi data, memungkinkan peneliti untuk menyederhanakan dan merapikan data yang telah dikumpulkan agar menjadi lebih terfokus dan mudah dipahami. Melalui proses ini, data-data yang telah diperoleh dari wawancara informan dan sumber sumber lainnya dipilah-pilah, dikelompokkan, dan disusun sedemikian rupa sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas dan terstruktur terkait dengan fenomena yang diteliti. Dengan melakukan reduksi data, peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola yang muncul, memperoleh insight yang mendalam, serta mempersiapkan langkah-langkah selanjutnya dalam analisis data secara lebih efisien dan sistematis. Tahap penyajian data dilakukan untuk mengatur dan menata data yang telah direduksi agar dapat diinterpretasikan dengan lebih baik. Terakhir, tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi

bertujuan untuk menyimpulkan temuan-temuan yang relevan dari analisis data serta memverifikasi keabsahan hasil penelitian.

Penggunaan triangulasi sumber data sebagai metode validasi menunjukkan komitmen peneliti dalam memastikan keakuratan dan kebenaran hasil penelitian. Dengan membandingkan dan mengonfirmasi informasi yang diperoleh dari wawancara dengan berbagai informan, peneliti dapat mengevaluasi konsistensi data serta meminimalkan bias yang mungkin timbul. Selain itu, perbandingan data wawancara dengan literatur yang relevan juga merupakan langkah penting dalam mendukung keabsahan temuan serta memperkuat analisis. Dengan mengadopsi metode analisis dan Teknik validasi yang sistematis, penelitian ini dapat memberikan hasil yang lebih akurat dan dapat dipercaya. Lebih lanjut, pendekatan ini juga akan memperkuat validitas temuan yang diperoleh, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kehadiran teknologi media berbasis internet telah mengubah lanskap komunikasi dan interaksi sosial dengan masyarakat melalui media sosial. Fenomena ini membuka peluang luas bagi individu untuk menjadi produsen konten, yang dikenal sebagai User Generated Content (UGC). Dalam konteks ini, Youtube channel seperti Bincang Online Inspiratif (BIONS) Series memanfaatkan kesempatan ini dengan memproduksi konten melalui tahapan terstruktur, sebagaimana disampaikan oleh (Maryani, Gemiharto, Wibowo, & Ratmita, 2022). Perencanaan produksi program menjadi kunci dalam proses ini, yang melibatkan pertimbangan mendalam terkait materi, sarana, biaya, organisasi, dan tahapan pelaksanaan produksi (Wibowo, 2017). Proses produksi konten BIONS dilakukan melalui tiga tahap yang jelas: praproduksi, produksi, dan pasca produksi.

Proses Praproduksi

Tahap praproduksi sangat krusial karena melibatkan pembahasan dan pencarian ide, perencanaan, pemilihan pengisi acara, lokasi, dan rekan kerja (Latief, 2015).

Di tahap ini, semua kebutuhan produksi konten dipersiapkan dengan seksama. Kegagalan untuk mempersiapkan komponen atau unsur pendukung dapat mengganggu proses produksi secara keseluruhan.

Oleh karena itu, tahap praproduksi mencakup persiapan konsep acara, pemilihan pengisi acara seperti host dan narasumber, penyusunan naskah atau materi, penentuan lokasi, peralatan yang dibutuhkan, serta jadwal shooting agar proses selanjutnya dapat berjalan lancar. Dengan demikian, praproduksi menjadi fondasi yang kuat dalam menciptakan konten yang berkualitas dan berhasil dalam platform media sosial seperti Youtube. (Informan 1)

Proses persiapan atau pra produksi konten dalam Youtube channel BIONS merupakan landasan yang penting dalam menghasilkan konten berkualitas yang siap ditayangkan.

Contohnya, untuk edisi bulan Januari 2024 yang mengangkat tema "Edisi Ruang Publik Online sebagai Sarana Penyebaran Konten Edukatif Pemilu 2024 terkait kasih sayang, kasi suara," BIONS telah menghadirkan narasumber-narasumber terkemuka seperti Hari Dermanto, Sh, Mh selaku Ketua Bawaslu Provinsi Kalimantan Timur, Dr. H. Andi Budis, Sh, M.Ikom sebagai Pakar Ilmu Komunikasi dan Budaya, serta Fatihah Helga Gantari, seorang Mahasiswa dari STARKI. (Informan 2)

Selain menyediakan narasumber yang berkualitas.

Tim produksi BIONS juga telah mempersiapkan semua perangkat publikasi yang diperlukan, mulai dari flyer edisi, flyer untuk setiap seri, flyer profil narasumber, hingga Video Teaser (VT) untuk setiap seri. Tidak hanya itu, tautan Zoom, tautan registrasi, dan tautan presensi untuk sertifikat juga telah disiapkan dengan cermat. Bahkan, layout studio saat dalam kondisi online pun telah diperhitungkan secara teliti. (Informan 3)

Gambar 1. Flyer BIONS Edisi Pemilu 2024



Sumber: Olahan Peneliti

Dengan semua persiapan yang telah diselesaikan sejak awal bulan dan narasumber yang telah dikonfirmasi, tim BIONS dapat melanjutkan ke tahap teknis pelaksanaan setiap minggu dengan lancar dan efisien.

Proses praproduksi yang matang menjadi kunci dalam menjaga kualitas dan kesinambungan konten yang dihasilkan oleh BIONS di platform Youtube, serta meningkatkan pengalaman pemirsa secara keseluruhan. (Informan 4)

Tahap Produksi

Tahap Produksi dalam konten Bincang Online Inspiratif (BIONS) menunjukkan komitmen kuat untuk menyediakan konten berkualitas dan inklusif kepada masyarakat.

Melalui siaran langsung melalui aplikasi Zoom dan live streaming di YouTube, BIONS memberikan akses kepada semua lapisan masyarakat untuk terlibat dalam diskusi dan mendapatkan informasi yang berharga. (Informan 1)

Dengan mengunggah video hasil diskusi ke platform YouTube, BIONS memperluas jangkauan penontonnya, memungkinkan mereka yang tidak dapat mengikuti siaran langsung via Zoom untuk tetap mengakses konten tersebut.

Tanpa melakukan segmentasi khusus berdasarkan usia, profesi, atau kelembagaan, BIONS membuka pintu bagi individu, lembaga pemerintah, dan organisasi kemasyarakatan untuk berbagi informasi yang bermanfaat kepada masyarakat. (Informan 2)

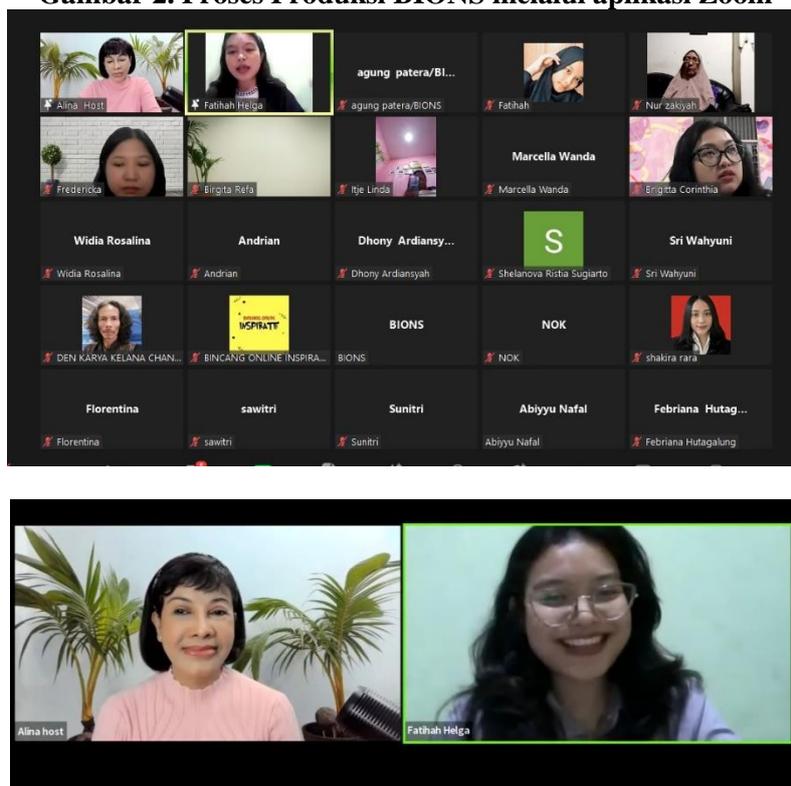
Konsistensi jadwal tayang setiap hari Sabtu menunjukkan dedikasi BIONS dalam menyajikan konten secara teratur.

Bahkan menyesuaikan jadwalnya di bulan puasa untuk memperhatikan kebutuhan penonton. (Informan 3).

Dengan durasi rata-rata 1 jam 20 menit setiap episode, BIONS menawarkan informasi yang substansial namun tetap dapat dinikmati oleh penonton dalam waktu yang wajar.

Komitmen untuk tidak menyertakan unsur SARA dalam kontennya, serta penyajian informasi edukatif yang dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat, menjadikan BIONS sebagai sumber inspirasi dan pengetahuan yang berharga bagi semua kalangan. (Informan 4)

Gambar 2. Proses Produksi BIONS melalui aplikasi Zoom



Sumber: Olahan peneliti

Dengan demikian, BIONS tidak hanya menjadi wadah diskusi, tetapi juga menjadi sarana untuk menyebarkan pemahaman dan meningkatkan pengetahuan masyarakat secara luas.

Tahap pasca produksi

Tahap Pasca Produksi menjadi tahap krusial dalam keseluruhan proses produksi program Bincang Online Inspiratif (BIONS).

Dalam tahap ini, fokus utamanya adalah pada penyuntingan konten (editing) dan evaluasi menyeluruh. Setelah konten disiarkan, tim BIONS melakukan pengecekan video untuk memastikan bahwa konten tersebut memenuhi standar yang telah ditetapkan, tidak hanya untuk menjaga reputasi BIONS tetapi juga untuk memastikan kepatuhan hukum, termasuk hak cipta. (Informan 1)

Dalam proses editing, perhatian khusus diberikan terhadap kualitas gambar dan audio agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan jelas dan efektif kepada penonton.

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai berbagai aspek, mulai dari materi, host, narasumber, hingga kru produksi. Evaluasi ini penting untuk mengidentifikasi kelemahan dan area yang perlu ditingkatkan guna meningkatkan kualitas konten di masa mendatang. (Informan 2)

Selain aspek konten,

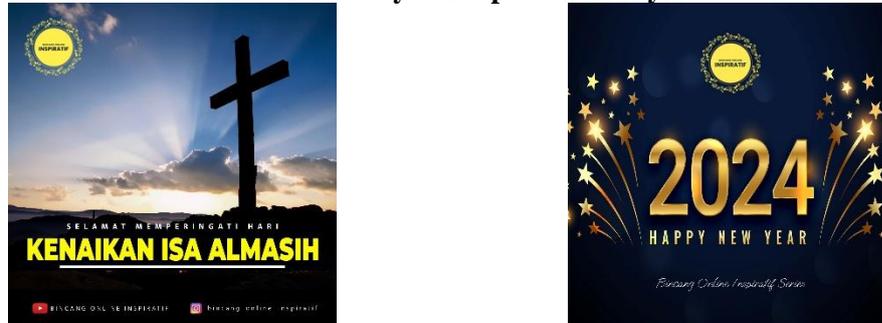
Pemasaran juga menjadi bagian penting dalam tahap pasca produksi. BIONS menggunakan berbagai platform seperti WhatsApp dan Instagram untuk menginformasikan kepada khalayak mengenai seri-seri yang akan datang dan mengundang mereka untuk berpartisipasi. Dengan melibatkan 21 grup WhatsApp dengan ribuan anggota serta akun Instagram dengan

pengikut yang cukup besar, BIONS dapat mencapai khalayak yang lebih luas dan meningkatkan partisipasi mereka. (Informan 3)

Di samping itu,

BIONS juga aktif dalam membuat flyer ucapan selamat untuk merayakan hari raya atau hari besar nasional, dan terkadang mengadakan undian berhadiah sebagai bentuk penghargaan kepada sahabat BIONS yang telah mendukung acara tersebut. Ini tidak hanya sebagai upaya pemasaran tambahan tetapi juga sebagai ungkapan terima kasih atas dukungan yang diberikan oleh komunitas BIONS. (Informan 4)

Gambar 3. Flyer Ucapan Hari Raya



Sumber: Olahan peneliti

Dengan demikian, tahap pasca produksi bukan hanya menjadi penutup, tetapi juga merupakan awal dari

perencanaan dan persiapan untuk konten-konten mendatang, serta menjadi momentum untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas serta interaksi dengan penonton. Kegiatan Bincang Online Inspiratif (BIONS) telah menjadi sebuah platform yang memberikan layanan tanpa memungut biaya kepada pesertanya, dengan tambahan pemberian sertifikat sebagai bentuk penghargaan atas partisipasi yang diberikan.

Pentingnya konsistensi dalam jadwal pengunggahan video menegaskan komitmen BIONS dalam mempromosikan produk dan layanan jasanya dengan efektif. Dengan menjadwalkan pengunggahan konten secara teratur, BIONS menunjukkan keandalan dan konsistensi dalam menyediakan informasi yang bermanfaat kepada penontonnya. (Informan 1)

Strategi pemasaran dan publikasi melalui berbagai platform seperti grup WhatsApp, media sosial, dan website BIONS merupakan langkah yang cerdas dalam menjaga interaksi yang berkelanjutan dengan audiens.

Melalui kegiatan seperti undian berhadiah dan kerja sama dengan media sponsor, BIONS berhasil meningkatkan daya tariknya dan meningkatkan keterlibatan penontonnya. (Informan 2)

Dengan mengadaptasi konten video menjadi artikel yang dipublikasikan di website Bincang Online Inspiratif (BIONS), BIONS menunjukkan komitmennya untuk memperluas aksesibilitas konten kepada berbagai jenis audiens.

Langkah ini tidak hanya memberikan alternatif bagi mereka yang lebih suka membaca daripada menonton video, tetapi juga memperluas jangkauan kontennya secara keseluruhan. Dengan artikel-artikel yang tersedia di website, BIONS memberikan kesempatan bagi penonton untuk mengakses konten secara lebih fleksibel, kapan pun dan di mana pun mereka berada, tanpa terikat pada waktu tayangan video yang mungkin tidak selalu cocok dengan jadwal mereka. (Informan 3)

Dengan demikian, inisiatif untuk merangkum setiap tayangan menjadi artikel bukan hanya merupakan

langkah yang strategis dalam meningkatkan aksesibilitas konten, tetapi juga menjadi sarana yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Seperti yang telah disorot oleh (Morissan dan Peter Pringle, 2008). pentingnya promosi dan publikasi tidak boleh diabaikan dalam menjaga ketertarikan dan partisipasi penonton.

Dengan memanfaatkan media sosial dan mendukung upaya sosialisasi, BIONS berhasil memperluas dampaknya dan membuat program-programnya semakin dikenal dan diikuti oleh masyarakat luas (Informan 4)

Dengan demikian, BIONS berhasil mempertahankan peranannya sebagai sumber inspirasi dan pengetahuan yang berharga bagi berbagai kalangan.

Pembahasan

Youtube Channel Bincang Online Inspiratif (BIONS) diselenggarakan secara full online yang menggunakan jaringan internet yang memungkinkan narasumber dan penonton dari seluruh dunia untuk mengakses perbincangan dengan mudah. Fleksibilitas ini memungkinkan partisipasi dari siapa saja, dari berbagai belahan dunia. "Inspiratif" dalam konteks BIONS berarti menghadirkan informasi yang tidak hanya memberikan wawasan, tetapi juga mendorong orang untuk berbagi informasi yang bermanfaat kepada lingkungan mereka. Dengan demikian, BIONS Series bukan hanya sebuah saluran penyiaran, tetapi juga merupakan sebuah wadah untuk menggerakkan perubahan positif melalui penyebaran pengetahuan dan inspirasi.

Edisi khusus Pemilu Januari 2024 BIONS hadir menjadi ruang publik online sebagai sarana penyebaran konten edukatif pemilu. Hal ini ditunjukkan pada materi yang disajikan pada BIONS yakni memfasilitasi diskusi publik yang informatif dan progresif, yang dapat memengaruhi pola pikir dan perilaku pemilih. Dalam hal ini, BIONS tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga menjadi ruang untuk memperluas wawasan, membangun pemahaman, dan mendorong partisipasi aktif dalam proses demokratisasi. Selain itu materi yang disajikan dapat membentuk kesadaran politik dan partisipasi masyarakat melalui pendekatan edukatif dan inspiratif. BIONS memiliki konten edukasi yang berisi pengetahuan yang tentunya bermanfaat bagi individu. Konten Edukasi berisikan informasi ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan konten bermunculan di media sosial (medsos) dengan latar baik ataupun buruk, positif ataupun negatif (Rosmawati & Watini, 2023).

BIONS mengimplementasikan dengan baik tiga kategori pemahaman yakni menerjemahkan (*translation*), menginterpretasi (*interpretation*), dan mengekstrapolasi (*ekstrapolation*) melalui video tayangan. Pada kategori menerjemahkan (*translation*), BIONS membahas penjabaran kampanye. Kampanye merupakan momen dalam kontestasi politik yang digunakan untuk membangun kesadaran publik yang bermanfaat bagi partai untuk mendapat kepercayaan publik. Melalui kampanye, partai politik berlomba untuk meraih kepercayaan publik agar dipercaya menjadi bagian dari kekuasaan. Undang-Undang Pemilu menghendaki pihak yang melakukan kontestasi untuk melakukan kontestasi dengan cara "memperdagangkan gagasan pikiran" kepada pemilih lewat penyampaian visi misi program kerja. Kontestasi tidak dibangun melalui cara-cara yang menggerakkan sentimen suku, agama, dan ras karena dalam undang-undang tersebut termuat norma-norma atau aturan tentang tindak pidana terhadap orang yang menyebarluaskan berita hoaks dan isu-isu yang dapat memecah belah masyarakat, serta pidana terkait pemberian uang kepada pemilih. Kontestasi pemilu dibangun berdasarkan jual beli gagasan yaitu masyarakat diajak bergerak melalui pendekatan argumentatif.

Pada tahap menginterpretasi (*interpretation*), BIONS menghubungkan kampanye dan pemilu tahun 2024. Pemilu harus berdasarkan asas LUBER-JURDIL (Langsung, Umum, Bebas, Rahasia – Jujur, Adil). Pemilih yang memberikan suaranya akan dijamin kerahasiaannya, namun pemilih tetap memiliki pilihan untuk memberitahu paslon mana yang dipilihnya atau tidak. Pemilih pemula harus mempunyai prinsip untuk memilih paslon sesuai kata hati dan tidak terpengaruh oleh siapapun. Setiap orang memiliki pilihan masing-masing sehingga tidak boleh memaksa kehendak orang lain.

Pada tahap mengekstrapolasi (*ekstrapolation*), BIONS menyimpulkan keterkaitan sarana konten edukasi pemilu melalui ruang publik online. Peserta pemilu menggunakan media sebagai alat kampanye yang lebih efektif dan efisien. Media TV merupakan media yang memiliki daya jangkauan luas sehingga tidak lepas dari framing pemiliknya. Setiap TV membawa kepentingan politiknya

sendiri menjelang pemilu. Keberadaan TV bermanfaat untuk membantu framing bagi pasangan capres-cawapres maupun partai politik. Selain itu, kehadiran media sosial juga berpengaruh terhadap reputasi seseorang. Kecepatan informasi yang menyebar di media sosial harus dikelola dengan bijak agar tidak menimbulkan asumsi yang belum tentu benar. Karena media sosial menjadi media yang sangat cepat dalam memviralkan sesuatu.

Dalam rangka menghadapi Pemilu 2024, masing-masing orang harus memiliki literasi digital yang baik. Jangan sampai menelan informasi-informasi hoaks yang saling mengadu domba. Kita harus bijak menerima informasi dan jangan ikut menyebarkan sesuatu yang tidak benar. Karena itu akan memberikan dampak pada generasi kita yang tidak bisa memilah dengan baik. Sejarah bisa terbolak-balik apabila seseorang menggunakan media sosial sebagai kepentingan politik untuk menghantam kekuatan lawan politik.

Dikaitkan pada proses BIONS berhasil menjadi sarana konten edukatif, tentunya dimulai dari proses persiapan hingga produksi yang matang oleh tim kreatif. Hal ini terlihat proses pra-produksi hingga pasca-produksi, BIONS mengimplementasikan dengan baik hingga menghasilkan tayangan video siaran yang sukses. Pra-produksi melibatkan pemilihan tema, sumber, dan tata letak pengambilan gambar, sementara produksi menggunakan platform seperti Zoom dan streaming langsung YouTube. Pasca produksi melibatkan pengeditan, evaluasi, dan publikasi pemasaran untuk meningkatkan jangkauan siaran. Strategi diseminasi meliputi penggunaan grup Instagram dan WhatsApp, serta kegiatan undian berhadiah untuk menarik audiens baru dan menjaga loyalitas audiens. Sehingga ruang publik online tergambar pada Youtube channel BIONS dan berhasil menjadi sarana penyebaran konten edukatif pada tema Pemilu 2024.

PENUTUP

Strategi kreatif yang diadopsi oleh Youtube channel Bincang Online Inspiratif (BIONS) melibatkan tiga tahap yang terorganisir dengan baik, praproduksi, produksi, dan pasca produksi.

1. Tahap praproduksi yang menjadi fondasi utama sebelum proses produksi dimulai merupakan momen krusial bagi Youtube channel Bincang Online Inspiratif (BIONS). Dalam tahap ini, rapat tim produksi menjadi langkah awal yang sangat vital untuk merumuskan arah dan substansi konten yang akan dihasilkan. Diskusi yang digelar tidak hanya bertujuan untuk menetapkan konsep yang tepat, tetapi juga untuk memilih pengisi acara yang sesuai dengan tema yang akan dibahas serta menentukan jadwal shooting yang optimal. Keselarasan dan kejelasan dalam tahap praproduksi menjadi landasan yang kokoh bagi kesuksesan produksi selanjutnya, memastikan bahwa setiap elemen konten yang diproduksi memiliki keunggulan dan kualitas yang diharapkan. Dengan demikian, tahap praproduksi tidak hanya sekadar langkah awal, tetapi juga merupakan fondasi yang penting dalam memastikan kelancaran dan kesuksesan keseluruhan proses produksi konten BIONS.
2. Tahap produksi menjadi kelanjutan penting dari persiapan yang telah matang, menandai titik dimana konsep-konsep yang telah dipersiapkan dalam tahap praproduksi menjadi kenyataan. Dalam konteks Youtube channel Bincang Online Inspiratif (BIONS), pelaksanaan produksi yang dilakukan melalui siaran langsung menggunakan aplikasi Zoom dan live streaming di YouTube memberikan kesempatan untuk berinteraksi secara langsung dengan penonton. Konsistensi jadwal tayang BIONS, yang dijadwalkan setiap hari Sabtu pada jam yang ditetapkan, memberikan kepastian kepada penonton mengenai kapan mereka dapat mengakses konten baru. Selain itu, penyesuaian jadwal tayang selama bulan puasa menunjukkan fleksibilitas BIONS dalam menyesuaikan diri dengan perubahan musiman. Durasi yang cukup dari setiap seri, sekitar 1 jam 20 menit, memberikan konten yang substansial yang dapat dinikmati dengan nyaman tanpa terlalu membebani penonton. Dengan demikian, tahap produksi tidak hanya menjadi waktu di mana konten diproduksi, tetapi juga merupakan momen penting dalam memastikan keteraturan, fleksibilitas, dan kenyamanan bagi penonton yang menjadi target audiens BIONS.
3. Tahap pasca produksi menjadi tahap akhir yang sangat penting dalam rangka menyempurnakan dan memaksimalkan hasil dari keseluruhan proses produksi konten Bincang Online Inspiratif

(BIONS). Melalui tahap ini, editing video dilakukan dengan cermat untuk memastikan bahwa kualitas konten yang dihasilkan mencapai standar yang layak untuk disajikan kepada penonton. Proses evaluasi menyeluruh juga dilaksanakan dengan teliti, melibatkan penilaian terhadap berbagai aspek seperti materi, host, narasumber, dan tim produksi yang terlibat, dengan tujuan untuk terus meningkatkan kualitas konten di masa mendatang. Selanjutnya, dalam tahap publikasi dan pemasaran, BIONS mengambil langkah proaktif dengan memanfaatkan berbagai media seperti flyer, WhatsApp, Instagram, dan website untuk menyebarkan informasi tentang konten dan program-program yang telah diproduksi. Upaya ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten yang disajikan tidak hanya sampai kepada khalayak yang lebih luas, tetapi juga untuk meningkatkan keterlibatan penonton. Dengan strategi yang terarah dan terorganisir, BIONS berhasil menyajikan konten yang berkualitas dan mendapatkan respon positif dari penontonnya, menegaskan posisinya sebagai sumber inspirasi dan pengetahuan yang diandalkan oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Dewi, D. A., Hamid, S. I., Annisa, F., Oktafianti, M., & Genika, P. R. (2021). Menumbuhkan Karakter Siswa melalui Pemanfaatan Literasi Digital. *Jurnal Basicedu*, 5(6), 5249–5257. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i6.1609>
- Madja, N. M. El. (2021). New Media and Social Construction of Technology (SCOT) on Cak Ed Online Delivery Service in Lamongan Regency. *Jurnal Dakwah Dan Sosial*, 4(01), 79–95. <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v3i02.819>
- Rahadi, D. R. (2017). PERILAKU PENGGUNA DAN INFORMASI HOAX DI MEDIA SOSIAL. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- Rosmawati, C., & Watini, S. (2023). Peran TV Sekolah sebagai Media Syiar Konten Edukasi bagi Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(1), 185–196. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i1.3692>
- Saputra, A. R. I., Nuh, I. A., Haq, F. H. R., & Marjuki, A. P. (2023). Efektifitas Youtube Sebagai Media Pembelajaran Online. *Jurnal Literasi Digital*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.54065/jld.3.1.2023.287>
- Sya'dian, T., Ali Mursid Alfathoni, M., & Azmi, N. (2022). Strategi Kreatif Proses Produksi Program Acara Lentera Upu. *Jurnal Geuthèè Penelitian Multidisiplin*, 05(02), 188–197. <http://www.journal.geutheeinstitute.com>.
- Amrihani, H., & Ritonga, R. (2021). Freedom of the Press Regulations in Indonesia and Sweden: Limited but Free. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(2), 353–361. doi:<https://doi.org/10.25008/jkiski.v6i2.609>
- Arifin, E. (2010). *Broadcasting To Be Broadcaster*. Jakarta: Graha Ilmu.
- El Madja, N. M. (2021). New Media and Social Construction of Technology (SCOT) on Cak Ed Online Delivery Service in Lamongan Regency. *Muharrrik: Jurnal Dakwah dan Sosial*, 4(1), 79–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.37680/muharrrik.v4i01.819>
- Fachruddin, A. (2012). *Dasar-Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Gennadievich. B.D., & Igorevich Kaminchenko, D. (2015). Study of the Impact of Social Media Technologies on Political Consciousness: Specifics of Russian Approaches. *Asian Social Science*, 11(22). <https://doi.org/10.5539/ass.v11n22p105>
- Juwita, R. (2017). Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(1), 47–60. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i1.136>
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. Prenada Media Group.
- Latief, R. (2015). *Siaran Televisi Non Drama; Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: Kencana.

- Mabruri, A. (2018). *Produksi Program TV Drama :Manajemen Produksi dan Penulisan Naskah*. Jakarta: Gramadia.
- Maryani, E., Gemiharto, I., Wibowo, K. A., & Ratmita, R. A. (2022). The Role of Digital Media in Social Transformation of Transitional Society in Pangandaran, West Java, Indonesia. *International Journal of Global Community*, 5(2), 95–108. <https://journal.riksawan.com/index.php/IJGC-RI/article/view/121>
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Panjaitan, E.L & Iqbal, TM, D. (2006). *Matinya Rating Televisi*. Jakarta: Yayasan Obor.
- Purwandini, D. A., & Irwansyah, I. (2018). Komunikasi Korporasi pada Era Industri 4.0. *Jurnal Ilmu Sosial*, 17(1),53.<https://doi.org/10.14710/jis.17.1.2018.53-63>
- Puji Leksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono, S. (2019). Politisi Dan Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 5(1), 77-95.
- Sumartono, S. (2024). *Komunikasi Politik Kontemporer*, Yogyakarta : Penamuda Media.
- Wibowo, F. (2007). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.