

## MEDIA BARU TV DESA DI KOTA BATU DAN FENOMENA MASYARAKAT JEJARING DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN PUBLIK

Muherni Asri Utami<sup>1,\*</sup>; Deby Puspitaningrum<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> 1Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia muherni.mai@bsi.ac.id<sup>1</sup>; debby.dby@bsi.ac.id<sup>2</sup>

\*Correspondence : muherni.mai@bsi.ac.id<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran media baru TV desa di Kota Batu dalam membentuk masyarakat jejaring dan meningkatkan kepercayaan publik. Media baru dipahami sebagai medium digital yang terkoneksi, interaktif, dan memungkinkan audiens berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan netnografi. Informan penelitian terdiri atas Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Desa Junrejo, KIM Kelurahan Ngaglik, Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Diskominfo Kota Batu, serta Kepala Seksi Kemitraan KIM IKP Diskominfo Kota Batu. Teknik analisis data menggunakan model Creswell, sedangkan uji keabsahan data mengacu pada konsep Kriyantono. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TV desa sebagai media baru mampu membangun jejaring masyarakat dalam memperoleh dan menyebarkan informasi secara lebih terbuka, cepat, dan partisipatif. Selain itu, TV desa dimanfaatkan oleh Bidang IKP Diskominfo Kota Batu sebagai bagian dari fungsi manajemen komunikasi melalui publisitas dan kampanye komunikasi persuasif guna meningkatkan hubungan serta kepercayaan publik terhadap pemerintah dan layanan informasi desa.

### Kata kunci

*media baru, masyarakat jejaring, kepercayaan publik.*

### ABSTRACT

This study examines the role of the new media village television (TV Desa) in Batu City in shaping networked communities and increasing public trust. New media are understood as digital, connected, and interactive communication platforms that enable audiences to actively participate in the communication process. The study employed a constructivist paradigm with a qualitative method. Data were collected through participant observation, in-depth interviews, and netnography. The informants included the Community Information Group (KIM) of Junrejo Village, the Community Information Group (KIM) of Ngaglik Subdistrict, the Head of the Public Information and Communication Division (IKP) of the Batu City Communication and Information Office, and the Head of the KIM Partnership Section of the same office. Data analysis used Creswell's analytical model, while data validity was assessed using Kriyantono's validity criteria. The findings reveal that village television as a form of new media is capable of building community networks in accessing and disseminating information in a more open, fast, and participatory manner. In addition, TV Desa is utilized by the IKP Division of the Batu City Communication and Information Office as part of communication management through publicity and persuasive communication campaigns to strengthen public relations and increase public trust in government and village information services.

### Keywords

*New Media, Network Society, Public Trust*

## Pendahuluan

Sejak memasuki era Industri 4.0, yang ditandai dengan meningkatnya konektivitas, interaksi dan batas antar manusia, mesin dan sumber daya lainnya, terjadi konvergensi melalui keberadaan teknologi informasi dan komunikasi. Proses kehidupan masyarakat mengalami perubahan. Dengan adanya ruang pertukaran informasi dan komunikasi, memungkinkan masyarakat semakin meluas. Kemajuan teknologi dan informasi melahirkan media baru. Menurut Luik (Luik, 2020), makna dari media baru mengarah pada medium yang bernuansa digital, terkoneksi dan interaktif, institusi media berbasis digital, dan merupakan pengembangan dari media analog. Media baru menawarkan kemajuan dalam berbagai aspek kehidupan manusia.

Pada era ini, *Public Relations* khususnya *Government Public Relations*, melakukan aktivitas multimedia, termasuk membuat gambar, suara, dan video untuk memberi pesan kepada publik. Media baru digunakan *Government Public Relations* untuk mempermudah pekerjaan, sekaligus membangun hubungan baik dengan publik. *Government Public Relations* harus siap menciptakan pemahaman bersama kepada publik, memberi informasi yang jelas dan berkomunikasi dengan publik, untuk dapat menjaga dan membina hubungan baik antara instansi dan pemangku kepentingannya (Derivanti, 2022). Terdapat *E-Government* sebagai integrasi transformatif teknologi informasi oleh lembaga pemerintah, yang bertujuan meningkatkan penyampaian layanan pemerintah kepada warga negara dan memberdayakan warga negara melalui akses informasi, dan membangun proses yang lebih efisien dalam manajemen pemerintahan (Lin dan Yaakop, 2024). *E-Government Public Relations* menciptakan komunikasi untuk memenuhi kebutuhan informasi publik dan membangun iklim komunikasi yang baik antara lembaga dan pemangku kepentingannya melalui berbagai media komunikasi (Jajuli, Salahudin, Firdaus, 2024).

Sebagai bagian dari media komunikasi, media baru TV desa di Kota Batu, Jawa Timur, memenuhi unsur material siaran yang didistribusikan melalui *internet*, dan disebut *broadband*. Menurut Verizon (Sudjono, 2021), *broadband* merupakan transmisi data *bandwidth* lebar melalui koneksi internet yang berkecepatan tinggi. Media baru TV desa di Kota Batu melingkupi 24 TV desa, yang terdiri dari TV desa di 19 desa dan TV desa di 5 kelurahan yang ada di Kota Batu, sehingga penamaan dari media baru TV desa di Kota Batu mencantumkan nama masing-masing desa dan kelurahan. Hal ini untuk membedakan antara satu media baru TV desa yang satu dengan media baru TV desa yang lainnya di Kota Batu. Media baru TV desa di Kota Batu masuk pada kategori media sosial. Disebutkan Kaplan dan Haenlein dalam Eriyanto (Eriyanto, 2021:64), media sosial terbagi menjadi enam kategori, dan salah satu dari kategorinya adalah komunitas berbagi isi. Kategori media sosial ini memungkinkan para penggunanya saling berbagi isi, dalam bentuk teks, foto, video, dan sebagainya. Pengguna membagikan isi untuk dilihat dan dikomentari pengguna lainnya. Jumlah *posting-an* (unggahan) di media sosial dari waktu ke waktu terus bertambah sehingga jumlah isi yang dibagikan dapat mencapai jutaan. Contoh terbaik dari media sosial jenis ini adalah *YouTube*.

Media baru TV desa di Kota Batu, Jawa Timur merupakan material isi di *YouTube*, dan digagas Kepala Bidang Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu. Sebagai organisasi pemerintahan, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu, menjalankan fungsi manajemen berbasis luas, yang mengutamakan publisitas dan kampanye komunikasi persuasif. Sebagai contoh, Dinas

Komunikasi dan Informatika Kota Batu menggunakan media baru TV desa untuk mendapatkan keyakinan dan kepercayaan publik, yang tidak hanya berkemampuan menjawab kritik dari publik, namun juga menjalankan program *Public Relations* yang berkelanjutan dan terencana. Pemerintah Kota Batu melalui Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu berusaha membuat kontak sebanyak mungkin dengan publik, berusaha membuat komitmen yang kuat dalam hal informasi, terkait dengan Kota Batu sebagai Kota Pariwisata, Kota Sentra Pertanian, dan kota dengan otonom baru, yang masyarakatnya menunjukkan pergerakan menuju peradaban baru.

Di era media baru, masyarakat memperoleh informasi melalui jejaring atau jaringan, sebagaimana dikemukakan Manuel Castells (Veikko & Anttiroiko, 2015:8). Dalam buku *The Information Age* dan banyak karya selanjutnya, Castells secara eksplisit mendefinisikan 'jaringan' sebagai sekumpulan simpul yang saling terhubung, yang contohnya antara lain sistem penyiaran, studio, komunikasi berbasis komputer, penyedia layanan jejaring sosial dalam jaringan media global, dan sebagainya. Manuel Castell juga mengemukakan inti pemikiran tentang masyarakat jejaring, yaitu perubahan pada bentuk masyarakat akibat masifnya penggunaan perangkat elektronik mikro, seperti *smartphone*, tablet komputer, laptop, dan sebagainya. Masyarakat terhubung satu sama lain dalam membentuk jejaring dengan informasi sebagai bahan bakunya (Sudjono, 2021b:25). Pada masyarakat jejaring, keberadaan internet menjadi media yang membebaskan komunikasi secara otonom, langsung, dan segera. Internet menyediakan ruang publik baru bagi warga, dengan potensi jangkauan global (Castells, 2005, 2007; Cardoso et al., 2025). Perkembangan jaringan komunikasi pada masyarakat jejaring mendorong munculnya bentuk komunikasi baru, melalui internet dan jaringan komunikasi nirkabel, dengan demikian terjadi pergeseran historis ruang publik dari ranah institusional ke ruang komunikasi baru (Castells, 2007).

Fenomena masyarakat jejaring dan adanya ruang komunikasi baru, tampak pada kehadiran media baru TV desa di Kota Batu. Melalui media baru TV desa, fenomena masyarakat jejaring di Kota Batu memperoleh informasi secara luas dan mengetahui perkembangan serta citra Kota Batu. Media baru TV desa digunakan Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu, sebagai strategi *Public Relations* dalam membangun dan meningkatkan kepercayaan publik serta mempertahankan reputasi Kota Batu, karena proses komunikasi TV desa bersifat serempak kepada target audiens dan proses komunikasinya berbasis pada keaktifan pengguna.

Peran Pemerintah Daerah Kota Batu dengan perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) mengalami pergeseran dalam mengefektifkan perencanaan strategisnya. Hal ini karena adanya fakta bahwa masyarakat dan publik semakin saling terhubung dan semakin tergantung. Diperlukan komunikasi dua arah, antara pemerintah daerah dengan publik, yang dapat diterapkan melalui media digital. Studi Nurlinah, Ansar, dan Chowdhury (2025) menunjukkan bahwa transformasi digital secara signifikan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap pemerintah dan pada partisipasi publik, sedangkan kepercayaan muncul sebagai prediktor kuat pada partisipasi warga atau publik. Sementara itu, transformasi digital sering dikaitkan dengan perluasan partisipasi warga. *Platform digital* memungkinkan bagi pemerintah untuk mengumpulkan umpan balik, ide dari masyarakat, maupun melibatkan warga (Kassen, 2021). Studi dari Yuan dkk (2023) menunjukkan bahwa peran media sosial pemerintah dapat memfasilitasi partisipasi digital warga dalam teknologi yang diinisiasi

pemerintah. Lebih lanjut media sosial pemerintah dapat menyampaikan informasi berkualitas kepada warga atau publik untuk membantu pelaksanaan inisiatif pemerintah. Studi dari Tarore, Mantiri, dan Hardiyanti (2025) menunjukkan bahwa media sosial memiliki sisi positif dalam hal meningkatkan transparansi, mendorong komunikasi dua arah, dan memungkinkan partisipasi aktif warga. Kepercayaan publik muncul ketika terdapat tata kelola yang baik.

Karena saat ini kehidupan masyarakat semakin termediasi dengan media digital atau pun media sosial, memungkinkan terjalinnya interaksi dua arah antara masyarakat dengan pemerintah dan terbangunnya komunitas untuk berkolaborasi. Sebagai bagian dari media digital yang dimiliki pemerintah daerah, media baru TV desa di Kota Batu, merupakan bagian dari fenomena masyarakat jejaring. Pemerintah daerah dapat menggunakan TV desa untuk meningkatkan kepercayaan publik. Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan TV desa di Kota Batu, dilakukan Pane & Setyowati dengan judul *Digital Transformation and Literacy of Batu City Community Through the Village TV Program* (Setyowati & Pane, 2024: 77-84). Penelitian ini menyimpulkan bahwa TV desa di Kota Batu hadir sebagai program dari Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) yang dibentuk Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) sebagai elatase pemerintah dalam memberikan literasi digital dan informasi positif kepada masyarakat. Penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan TV desa di Kota Batu, Jawa Timur dilakukan Farhan & Sanuantari dengan judul *Digital Village Television as Government Public Relations Media to Disseminate Information* (Farhan & Sunuantari, 2023: 423-439). Penelitian ini menyimpulkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Batu berkolaborasi dengan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dalam memanfaatkan TV desa dalam penyebaran informasi sehingga memberikan kontribusi pada peningkatan kesejahteraan sosial. Dalam penelitian ini, dinyatakan Farhan dan Sunuantari bahwa ditemukan adanya kekurangan, yakni berkaitan dengan tidak adanya diskusi mengenai perspektif masyarakat sebagai fokus program ini dan tidak adanya pengukuran indeks literasi resmi yang dilakukan Pemerintah Kota Batu, sehingga peneliti kesulitan menarik kesimpulan mengenai dampak program terhadap literasi masyarakat. Penelitian tentang media baru TV desa di Kota Batu yang menggali bagaimana masyarakat jejaring dan media baru TV desa di Kota Batu sebagai strategi dalam meningkatkan kepercayaan publik yang dilakukan Pemerintah Daerah Kota Batu, belumlah ada. Dengan demikian, hal ini menjadi *gap* dari penelitian ini. Hal yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana media baru TV desa di Kota Batu dan fenomena masyarakat jejaring dapat digunakan pemerintah daerah untuk meningkatkan kepercayaan publik?

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan kajian studi Ilmu Komunikasi, yaitu penggunaan media baru sebagai strategi menciptakan kredibilitas organisasi. Penelitian ini diharapkan secara teoritis dapat memperluas konsep masyarakat jejaring pada level desa dalam satu Kotamadya atau Kabupaten. Penelitian ini berada pada ranah *Digital Government Public Relations* dan diharapkan dapat memberikan masukan bagi para *Government Public Relations* agar dalam menjalankan fungsi manajemen dan perencanaan strategisnya melalui media baru, terutama YouTube, hendaknya memperhatikan isi sehingga mampu menciptakan kredibilitas yang mencerminkan keahlian dan kepercayaan publik terhadap organisasi.

## Metode

Penelitian ini berpandangan dunia konstruktivisme. Menurut Creswell (Cresswell,2016a:10) kaum konstruktivisme sosial, meyakini bahwa individu individu selalu berusaha memahami dunia dimana mereka hidup dan bekerja. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Creswell (Cresswell, 2016b:24) peneliti kualitatif berusaha membangun makna tentang suatu fenomena berdasarkan pandangan-pandangan dari para partisipan. Salah satu metode pengumpulan datanya adalah melalui observasi, dan observasi partisipatif yang dipilih dalam penelitian ini. Observasi partisipatif menurut Sugiyono (Sugiyono,2018a:106) yaitu observasi yang mana peneliti terlibat dengan kegiatan sehari hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Menurut Creswell (Creswell,2016c:24) ketika peneliti kualitatif berusaha meneliti fenomena, cerita-cerita dikumpulkan dari individu-individu dengan menggunakan naratif. Individu-individu kemudian diwawancara untuk mengetahui bagaimana mereka secara pribadi mengalami penindasan. Wawancara adalah bagian dari Teknik pengumpulan data. Wawancara yang dipilih dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam menurut Kriyantono (Kriyantono, 2014a) adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Dalam melakukan wawancara mendalam, peneliti menetapkan Informan kunci, menurut Sugiyono (Sugiyono,2018b:25), Informan kunci adalah orang yang memiliki kekuasaan, pengetahuan umum dan mau membukakan pintu kepada peneliti untuk bisa menjelajahi semua objek yang diteliti.

**Tabel 1.** Tabel Informan yang di kaji

No	Informan Kunci	Alamat
1	MA (Laki-laki), Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Desa Junrejo	Jl. Hasanudin RT.03 RW.08, Junrejo, East Java
2	GP (Laki-laki), Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kelurahan Ngaglik	Jl. Panglima Sudirman Gang VI No.24, Kota Batu, East Java
3	AW (Laki-laki), Kepala Bidang (Kabid) Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu	Balai Among Tani, Jl. Panglima Sudirman No.507, Pesanggrahan, Kota Batu, East Java
4	BDC (Laki-laki), Kepala Seksi (Kasi) Kemitraan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM), Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu	Balai Among Tani, Jl. Panglima Sudirman No.507, Pesanggrahan, Kota Batu, East Java

Sumber : Olahan Peneliti

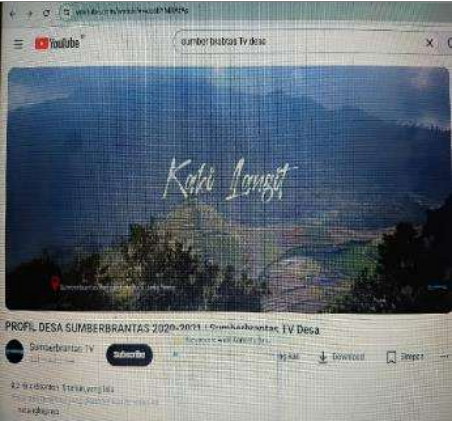

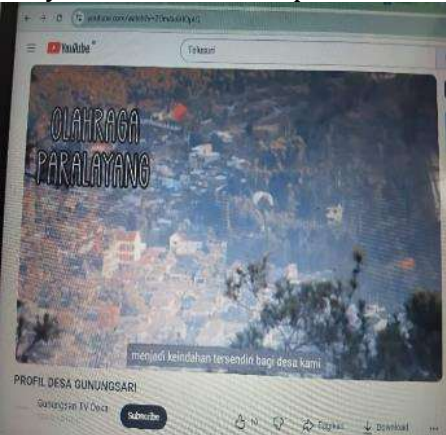
Penelitian ini bersifat fenomenologis, Fenomenologi (psikologi) yang didefinisikan pada halaman Wikipedia dalam Kahija (Kahija, 2017a:22) adalah penelitian tentang pengalaman (manusia) yang subjektif. Penelitian fenomenologis lebih cocok menggunakan istilah “intersubjektif” yang berarti subjektivitas seseorang bisa terhubung dengan subjektivitas orang lain. Kemudian masih menurut Kahija (Kahija, 2017b:18) dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) makna fenomeologi (1). Hal hal yang dapat disaksikan dengan pancaindera dan dapat diterangkan serta dinilai secara ilmiah (seperti fenomena alam); gejala: gerhana ada;ah salah satu ilmu pengetahuan; (2). Sesuatu yang luar biasa; keajaiban: sementara masyarakat tidak percaya akan adanya





pemimpin yang berwibawa, tokoh itu merupakan tersendiri; (3). Fakta; kenyataan: peristiwa itu merupakan sejarah yang tidak dapat diabaikan.






Kemudian dalam penelitian ini, peneliti juga mempergunakan metode netnografi. Menurut Kozinets (Eriyanto, 2021a:2) netnografi secara sederhana adalah metode yang digunakan untuk mempelajari dan memahami kehidupan atau budaya di internet, lebih spesifik media sosial. kemudian menurut Eriyanto (Eriyanto, 2021b:2) netnografi adalah suatu bentuk penelitian kualitatif yang berusaha untuk memahami pengalaman budaya yang mencakup dan tercermin dalam jejak digital, praktik dan sistem jejak online. Kemudian terkait metode netnografi, peneliti mengamati 3-6 media baru TV desa disetiap Kecamatan yang ada di Kota Batu. Kota Batu memiliki 3 (tiga) kecamatan, yakni Kecamatan Junrejo, Kecamatan Batu dan Kecamatan Bumiaji. Adapun tahapan metode netnografi yang dilakukan oleh peneliti adalah: (1). Inisiasi. Menurut Eriyanto (Eriyanto, 2021c: 51) yakni, penelitian netnografi dimulai dari tahapan menentukan tujuan dan fokus penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggambarkan isi dari media baru TV desa dan komentar pada media baru TV desa. (2). Investigasi. Menurut Eriyanto (Eriyanto, 2021d:52) tahapan investigasi adalah tahapan dimana peneliti mencari, menyeleksi dan kemudian menyimpan data untuk diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti mencari media baru TV desa di internet, mengamati 3-6 media baru TV desa dari tiap kecamatan yang ada di Kota Batu, kemudian diteliti. (3). Interaksi. Menurut Eriyanto (Eriyanto, 2021e: 54) interaksi subjek dan objek yang diteliti dalam penelitian metode netnografi adalah berupa data jejak digital percakapan pengguna internet di media sosial. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati jejak digital percakapan (komentar) yang ada pada media baru TV desa. (4). Imersi. Menurut Eriyanto (Eriyanto, 2021f:56-57) imersi yakni menceburkan diri dengan orang atau komunitas yang diteliti. Imersi umumnya dilakukan dengan cara peneliti langsung datang ke lokasi (field site). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan mencari field site secara satu persatu 3-6 media baru TV desa pada setiap kecamatan yang ada di Kota Batu dan kemudian peneliti membuat catatan yang menggambarkan intersubjektivitas dan reflektif peneliti selama melakukan pengamatan. (5) Integrasi. Menurut Eriyanto (Eriyanto, 2021g: 60) integrasi adalah tahapan analisis dan interpersasi data. Dalam penelitian ini, peneliti dalam menganalisis dan menginterpretasikan data, peneliti memadukan antara data wawancara dengan data melakukan pengamatan pada media baru TV desa. (6). Inkarnasi. Menurut Eriyanto (Eriyanto, 2021h:60) tahapan terakhir dalam penelitian netnografi adalah mengkomunikasikan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengkomunikasikan hasil penelitian dalam bentuk artikel yang dikirimkan ke jurnal.

**Tabel 2.** *Field site* media baru TV desa yang dikaji

No	Posting	Deskripsi	Jumlah Penonton	Jumlah Komentar
1	Karya Audio Visual, 18 Desember 2020	Film dokumenter profil Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji. Potensi pertanian (kentang, sawi, kubis, brokoli, wortel) dan	9.234	26

		peternakan (sapi, kelinci, kambing).		
2	Karya Audio Visual, 15 Juni 2020	Film dokumenter profil Desa Sumbergondo. Potensi apel (3-7 ton), bank sampah, dan incinerator pengelolaan sampah.	1.608	3
				
3	Karya Audio Visual, 7 April 2022	Film dokumenter profil Desa Gunungsari. Potensi wisata (paralayang), pertanian, peternakan, dan julukan kampung susu & wisata mawar.	1.002	1
				
4	Karya Audio Visual, 7 Agustus 2021	Film dokumenter profil Desa Bumiaji. Potensi pertanian buah, budaya (OBS, batik, situs budaya), dan pariwisata villa.	57.687	89

5	Karya Audio Visual, 3 Januari 2022		Film dokumenter profil Desa Punten dengan potensi wisata, sejarah, dan sumber mata air.	1.248	21
6	Karya Audio Visual, 8 April 2021		Film dokumenter profil Kelurahan Sisir dengan konsep Kampung Berseri.	435	1
7	Karya Audio Visual, 11 Oktober 2021		Film dokumenter profil Kelurahan Ngaglik dengan program "1 nama 1 pohon".	177	0
8	Karya Audio Visual, 14 Desember 2024		Film dokumenter profil Kelurahan Pesanggrahan dengan potensi peternakan dan	131	0

	<p>wisata Gunung Penderman.</p>	<p>9.177</p>	<p>13</p>
	<p>Film dokumenter profil Desa Pendem dengan potensi pertanian padi dan wilayah strategis.</p>	<p>441</p>	<p>7</p>
	<p>Film dokumenter profil Desa Beji, sentra UMKM tempe dan penerima ADWI 2023.</p>	<p>3.062</p>	<p>2</p>
	<p>Film dokumenter profil Desa Junrejo, sentra cobek batu, tas, dan UMKM.</p>	<p>1.074</p>	<p>1</p>
	<p>Film dokumenter profil Desa Mojorejo dengan potensi budaya dan pesantren entrepreneur.</p>		

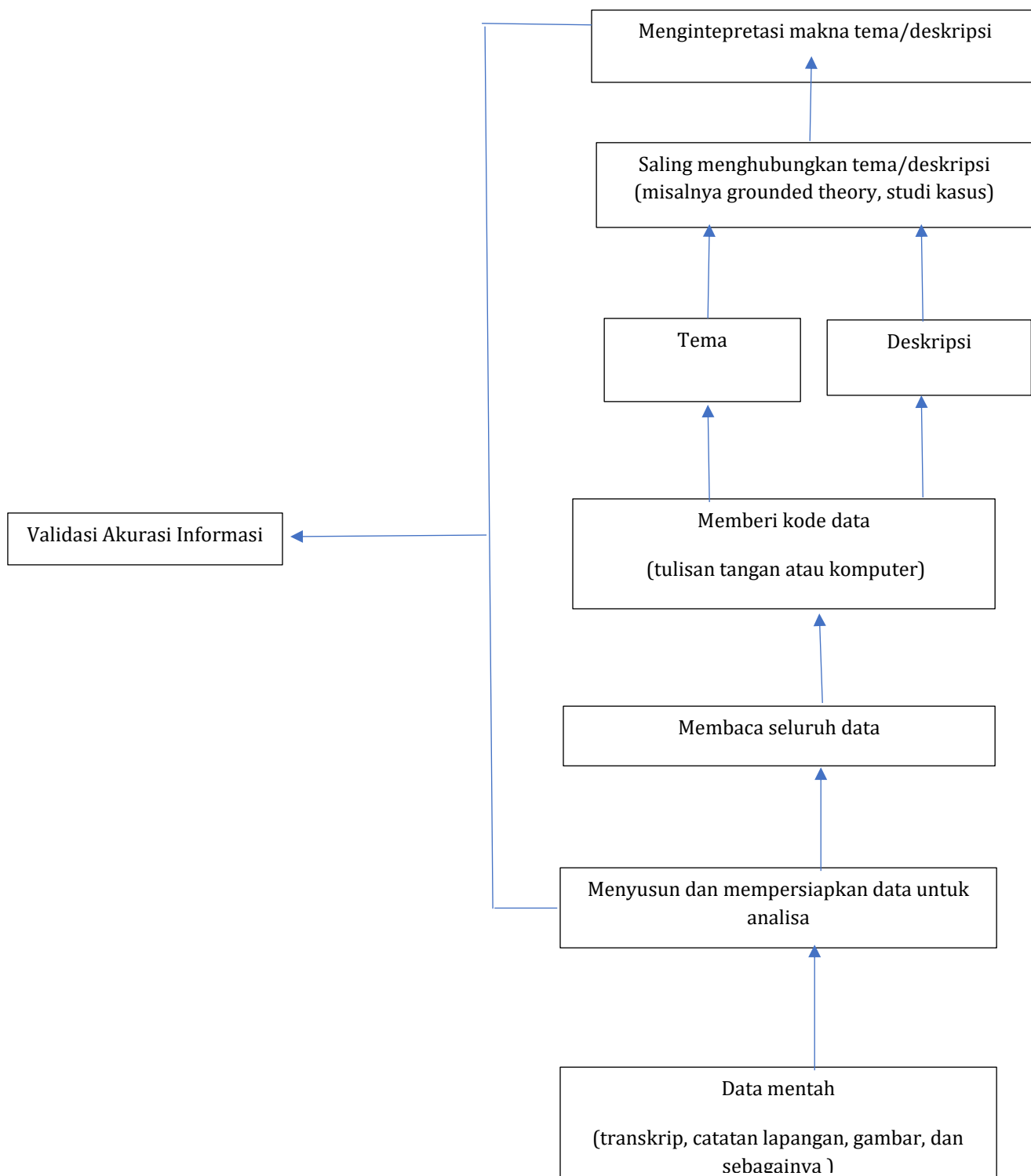
Sumber : Olahan Peneliti

Kemudian dalam penelitian ini pengambilan data dilakukan secara *offline* (wawancara dan pengamatan langsung) serta *online* (pengamatan pada *field sit*), hal ini dilakukan karena untuk mendapatkan data yang komprehensif. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Hine, Postill, Pink dalam Eriyanto (Eriyanto, 2021:19) Christine Hine, John Postill, Sara Pink melihat *internet* bukan sebuah lapangan yang utuh sehingga penelitian etnografi untuk internet memerlukan penggabungan antara penelitian online dan offline.

Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan Creswell. Langkah-langkah analisis data kualitatif menurut Creswell (Creswell, 2016c:263-268) ada enam, yaitu: (1). Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkripsi wawancara, *men-scanning* materi, menyetik data lapangan, memilah dan menyusun data ke dalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi. (2). Membaca keseluruhan data. Langkah pertama adalah membangun *general sense* atas informasi yang diperoleh dan merefleksikan maknanya secara keseluruhan. Gagasan umum apa yang terkandung dalam perkataan partisipan? bagaimana nada gagasan tersebut? bagaimana kesan dari kedalaman, kredibilitas, serta penuturan informasi itu? Pada tahap ini, para peneliti kualitatif terkadang menulis catatan-catatan khusus atau gagasan-gagasan umum tentang data yang diperoleh. (3). Memulai *coding* semua data. Coding merupakan proses mengorganisasikan data dengan mengumpulkan potongan (atau bagian teks atau bagian gambar) dan menuliskan kategori dalam batas-batas. Langkah ini melibatkan pengambilan data tulisan atau gambar yang telah dikumpulkan selama proses pengumpulan, *men-segmentasi* kalimat (atau paragraf) atau gambar ke dalam kategori, kemudian melabeli kategori dengan istilah khusus, yang seringkali didasarkan pada istilah/bahasa yang berasal dari partisipan (disebut istilah *intervivo*). (4). Terapkan proses *coding* untuk mendeskripsikan *setting* (ranah), orang (partisipan), kategori, dan tema yang akan dianalisis. Deskripsi ini melibatkan usaha penyampaian informasi secara detail mengenai orang, lokasi, atau peristiwa dalam *setting* (ranah) tertentu. Peneliti dapat membuat kode-kode untuk mendeskripsikan semua informasi ini, lalu menganalisisnya untuk proyek studi kasus, etnografi atau penelitian naratif. Setelah itu, terapkanlah proses coding untuk membuat sejumlah kecil tema atau kategori, bisa lima hingga tujuh kategori. (5). Tunjukkan bagaimana deskripsi dan tema tema ini akan disajikan kembali dalam narasi/laporan kualitatif. Pendekatan yang paling populer adalah dengan menerapkan pendekatan naratif dalam menyampaikan hasil analisis. Pendekatan ini bisa meliputi pembahasan tentang kronologi peristiwa, tema tertentu (lengkap dengan beberapa subtema, ilustrasi khusus, perspektif dan kutipan) atau tentang keterhubungan antar tema. Para peneliti kualitatif juga dapat menggunakan visual, gambar atau tabel untuk membantu menyajikan pembahasan ini. (6). Langkah terakhir dalam analisis data adalah pembuatan interpretasi dalam penelitian kualitatif atau memaknai data. Mengajukan pertanyaan seperti "Pelajaran apa yang bisa diambil dari semua ini?" akan membantu peneliti mengungkap esensi dari suatu gagasan. Pelajaran ini dapat berupa interpretasi pribadi peneliti, dengan berpijak pada kenyataan bahwa peneliti membawa kebudayaan, sejarah dan pengalaman pribadinya ke dalam penelitian. Interpretasi juga bisa berupa makna yang berasal dari perbandingan antara hasil penelitian dengan informasi yang berasal dari literatur atau teori.

Adapun kerangka berpikir dalam analisis data berdasarkan Creswell, adalah berikut ini

**Gambar 1.** Kerangka Berpikir dalam Analisis Data Berdasarkan Cresswell



Sumber : olahan peneliti

Kemudian dalam penelitian ini, untuk penilaian kesahihan (validitas) data penelitian, peneliti menggunakan (mengikuti) penilaian kesahihan (validates) yang dikemukakan oleh Kriyantono. Menurut Kriyantono (Kriyantono, 2014a) mengemukakan jenis jenis penilaian kesahihan (validitas) riset yakni

Kompetensi subjek riset, artinya subjek riset harus kredibel, caranya dengan menguji jawaban jawaban pertanyaan berkait dengan pengalaman subjek. Dalam penelitian tentang media baru TV desa ini, maka subjek penelitian ini adalah penggagas media baru TV desa, pihak yang berkolaborasi atas terbentuknya media baru TV desa, dan tim yang memproduksi media baru TV desa.

*Trustworthiness* yaitu menguji kebenaran dan kejujuran subjek dalam mengungkapkan realitas menurut apa yang dialami, dirasakan atau dibayangkan. *Trustworthiness*, meliputi: (a). *Authenticity*, yaitu memperluas konstruksi personal yang dia ungkapkan. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan peluang subjek untuk bercerita panjang lebar tentang apa yang dialaminya dalam konteks wawancara yang informal dan santai. (b). Analisis Triangulasi, yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris yang tersedia. Analisis triangulasi menurut Dwidjowinoto (Kriyantono, 2014b) beberapa macam yakni: (1). Triangulasi Sumber, membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Dalam penelitian ini, triangulasi sumber yang dilakukan oleh peneliti adalah membandingkan hasil pengamatan pada media baru TV desa dengan wawancara para partisipan. (2). Triangulasi Waktu, berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia dapat berubah setiap waktu. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi masyarakat Kota Batu dan mengamati beberapa media baru TV desa lebih dari satu kali. (3). Triangulasi Teori, memanfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan perancangan riset, mengumpulkan data dan Analisa data dengan harapan mendapatkan data yang komprehensif. (4). Triangulasi Periset, menggunakan lebih dari satu periset dalam mengadakan observasi atau wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti hanya melakukan penelitian sendiri dalam melakukan observasi dan wawancara. (5). Triangulasi Metode, usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, dan observasi. Kemudian wawancara yang dilakukan oleh peneliti lebih dari satu 1 orang (partisipan).

*Intersubjectivity Agreement*. Semua pandangan, pendapat atau data dari suatu subjek didialogkan dengan pendapat, pandangan atau data subjek lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan observasi kepada masyarakat Kota Batu, melakukan wawancara 3 orang masyarakat Kota Batu dalam bentuk riset sehari hari, mengenai pandangan dan pendapatnya tentang TV desa serta melakukan pengamatan beberapa media baru TV desa.

*Conscientization*, adalah kegiatan berteori, ukurannya: dapat melakukan "*blocking interpretation*", mempunyai basis teoritis yang mendalam dan kritik harus tajam. Dalam penelitian ini, peneliti dalam melakukan analisa data dan interpretasi data yang mana menyesuaikan dengan konteks sosial dan budaya masyarakat Kota Batu, serta meluangkan waktu 1 April 2022 sampai 31 Mei 2022, dalam melakukan pengamatan kepada masyarakat Kota Batu, kelompok Informasi Masyarakat (KIM) yang memproduksi media baru TV desa dan mengamati field site media baru TV desa. Kemudian peneliti juga memadukan teori dengan contoh praktis hasil dari observasi dan wawancara.

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian dilakukan di Kota Batu Jawa Timur, lokasi penelitian ini dipilih dikarenakan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu Jawa Timur memiliki inovasi berupa media baru TV desa.

## Hasil dan Pembahasan

### Media baru TV desa di Kota Batu dalam fenomena Masyarakat Jejaring

Kehadiran media baru telah mengubah proses komunikasi di dalam masyarakat, pesan yang awalnya disampaikan secara tatap muka langsung atau melalui transmisi penyiaran old media (TV, radio, surat kabar, koran dll) ke audiens, menjadi penyebaran informasi pesan melalui media baru. Media baru TV desa di Kota Batu Jawa Timur adalah material *channel Youtube*, terdiri dari 24 yang berasal dari 19 Desa dan 5 Kelurahan yang ada di Kota Batu. Media baru TV desa di Kota Batu menempatkan nama masing masing Desa untuk membedakan antara media baru TV desa satu dengan media baru TV desa lainnya yang ada di Kota Batu. Media baru TV Desa di Kota Batu yakni (1) Giripurno TV desa. (2). Sumbergondo TV desa. (3). Sumberbrantas TV desa. (4). Sumberejo TV desa. (5). Bumiaji TV desa. (6). Gunungsari TV desa. (7). Punten TV desa. (8). Pendem TV desa. (9). Tlekung TV desa. (10). Oro Oro Ombo TV desa. (11). Junrejo TV desa. (12). Pesanggrahan TV desa. (13). Beji Berkreasi TV desa. (14). Songgokerto TV desa. (15). Torongrejo TV desa. (16). Temas Sae TV desa. (17). Ngaglik TV desa. (18). Sisir Gemilang TV desa. (19). Tulungrejo TV desa. (20). Bulukerto TV desa. (21). Pandanrejo TV desa. (22). Sidomulyo TV desa. (23). Mojorejo TV desa. (24). Dadaprejo TV desa.

Media baru TV desa di Kota Batu adalah media inovasi dari Teknologi Informatikan dan Komunikasi yang memanfaatkan media sosial *channel Youtube* dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Media baru TV desa terbentuk dengan berkolaborasi antara Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu dengan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dimiliki oleh masing masing Desa dan kelurahan yang ada di Kota Batu. Dalam pembuatan produksi karya audio visual TV desa, Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) sangat berperan dan terlibat langsung dalam proses pembuatan, ide tema yang akan disajikan hingga karya audio visual siap untuk di publish pada portal masing masing media baru TV desa yang dimiliki.

Keberadaan media baru TV desa disambut baik oleh masyarakat, hal ini juga dikemukakan oleh Informan Kelompok Informasi Publik (KIM) Kelurahan Ngaglik:

*"...Di awal selama terbangun, awal pembangunan itu kita fokus ke penyebaran informasi, masih dari Pemerintah ke masyarat. Jadi bentuk acara apapun yang ada di eee pemerintahan yang ada di tingkat Kelurahan itu kita buat bagaimanapun, mungkin menariknya kita posting di IG maupun di Youtube..."*

Hal yang sama juga dikemukakan oleh KIM Desa Junrejo:

*".... Eeee seringkali kita pada saat ada pertemuan RT, RW, kita sampaikan bahwa kita ada TV desa. Maka bila Pak RT Pak RW ada kegiatan dilingkungan yang mau melibatkan anak anak KIM dan TV desa silahkan tidak apa apa. Ini adalah salah satu cara memasyarakatkan TV desa. Kemudian seringkali kita tampilkan di di group group Desa Bu. KIM sebagai tempat berkumpulnya anak anak muda, berkerasi melalui TV desa".*

Kemudian, sebagai pihak yang berperan atas terbentuknya media baru TV desa di Kota Batu, pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu memberikan ulasan mengenai media baru TV desa. Wawancara dilakukan kepada Kepala Seksi (Kasi) Kemitraan kelompok Informasi Masyarakat (KIM), Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu. Berikut hasil wawancara:

*"... TV desa adalah inovasi yang bergerak didunia digital untuk menyambungkan atau mengkomunikasikan di pedesaan ke khalayak".*

Wawancara juga dilakukan kepada penggagas dari media baru TV desa, yakni Kepala Bidang (Kabid) Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dina Komunikasi dan Informatika Kota Batu. Berikut hasil wawancaranya:

*“Di Kominfo, salah satu inovasi adalah TV desa. TV desa dimulai dari pemberdayaan Kelompok Informasi Desa (KIM), salah satu kelompok binaan dari Diskominfo. Kelompok Informasi masyarakat ini, coba kita untuk sinergikan dengan apa yang ada di Diskominfo, artinya kita mencoba menyambung dengan diseminasi informasi. Kita sudah berproses. Kita mencari media apa sih yang cocok buat temen temen di KIM tadi. Kita sudah mengenalkan IG, membuat blog dll. Kita evaluasi. Naah ternyata anak anak sekarang lebih kearah medsos ya?Membuat video pendek atau ngevlog kayak gitu. Nah itu yang kita kembangkan akhirnya. Kemudian kita branding, namanya menjadi TV desa”.*

*“Nah TV desa itu sendiri adalah program dari Kelompok Informasi masyarakat tadi. Lho kok Tv desa? uniknya apa? Sebenarnya kalau kita searching TV desa itu sudah ada sejak dulu, bahkan TV desa itu diinisiasi oleh, yang pertama kali di Indonesia diinisiasi oleh Kementrian Desa, Disitu TV desanya ketika kita amati sifatnya top down, dari Kementrian mereka bikin konten, kemudian di nikmati oleh pemirsawan. Trus ada lagi, saya sebagai individu, konten creator yang membuaat konten tentang desanya, tapi dia tidak menjadi representatif dari desanya. Nah TV desa yang kita buat ini, ee adalah TV yang diinisiasi dari pemberdayaan masing masing masyarakat tadi dan TV desa ini merupakan rerepresentatif dari Desanya. Sehingga disitu ada kolaborasi, kemitraan antara Pemerintah Desa dengan Kelompok Informasi (KIM) masyarakat tadi. Kita saling support pada kebutuhan, kita tidak bergerak sendiri..... sehingga yang dibawa adalah branding nama Desanya. Agar TV desa tidak terlepas dari roh Desanya, maka dikonekkan dengan nama Desanya. Contoh, Desa Gunungsari, maka TV desanya, namanya Gunungsari TV desa. Ketika nama Desanya tercantum branding disitu (TV desa) otomatis Desanya akan aware. Yang melakukan ini adalah warga Desaku dan mengangkat potensi Desaku, akhirnya apa? tergerak keinginan untuk mensupport dari Pemerintahan Desanya. Di support secara pendanaan, peningkatan SDM dan lain lain. Sehingga nanti ada unsur pemberdayaannya di masyarakat dan nilai positifnya Pemerintahan Desa dapat”*

Lingkungan sosial didalam masyarakat merujuk pada unsur dan kondisi yang mempengaruhi dan membentuk kepribadian individu serta berpotensi memengaruhi sikap, watak, perilaku, keputusan dan aktivitas seseorang. Keberaan TV desa bisa memengaruhi masyarakat dalam kehidupan sosialnya. Dalam studi jaringan komunikasi memfokuskan pada relasional antar aktor dalam mendapatkan informasi dan untuk menyebarkan informasi. Relasional antar aktor ini memberikan kesempatan pada entitas lingkungan. Media baru TV desa berperan besar dalam lingkungan sosial jika digunakan secara masif.

Media baru seperti TV desa yang ada di Kota Batu, akan terlihat dampak keberadaannya bagi masyarakat, jika masyarakat sendiri berpartisipasi terhadap pembuatan dan isi dari konten media baru TV desa. Isi atau konten dari media baru TV desa yang ada di Kota Batu sejauh ini, masih menggambarkan secara umum profil masing masing desa yang ada di Kota Batu. Diperlukan literasi digital secara intensif kepada masyarakat Kota Batu dan kelompok Informasi Masyarakat (KIM) sebagai tim kreatif dalam memproduksi dari isi atau konten dari media baru TV desa. Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) sebagai tim kreatif memiliki tantangan tersendiri, mengingat media baru TV desa yang ada di Kota Batu harus selalu menyajikan tanyangan berisi informasi baru dan menarik. Jika merujuk pada berita media massa (*old media* seperti Televisi), yang memiliki ciri harus aktual, maka tayangan pada media baru TV desa. harus selalu menyesuaikan isu yang tengah beredar di masyarakat. Dengan partisipasi masyarakat akan pembuatan dan isi dari konten media baru TV desa, maka akan secara alamiah memunculkan kepercayaan masyarakat, bahwa media baru TV desa sebagai wadah

(media) yang inklusifitas dalam melakukan proses komunikasi. Isi dari konten atau tayangan media baru TV desa akan menjadi perhatian tersendiri dari masyarakat Kota Batu ataupun masyarakat di luar Kota Batu, jika memperhatikan kredibilitas dan validitas sumber, sebagai contoh Kota Batu dikenal sebagai Kota sentra pertanian, maka media baru TV desa bisa membuat isi atau tayangan tentang cara menjadi petani, kemudian organisasi petani seperti gapoktan bisa memberikan kontribusinya. Kota Batu juga sebagai Kota Pariwisata maka media baru TV desa bisa menyajikan isi atau konten tayangannya yang memperlihatkan destinasi wisata yang ada di Kota Batu.

Media baru TV desa dirasa mampu meningkatkan kepercayaan publik sebagai wadah (media) berkomunikasi dan mendapatkan informasi antar masyarakat satu desa di Kota Batu ataupun masyarakat antar desa di Kota Batu, dikarenakan media baru TV desa. keberadaannya mampu meminimalisasikan interaksi tatap muka yang seringkali menyebabkan inefisiensi atau korupsi.

Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam perwujudan media baru TV desa yang berkembang didalam masyarakat, memiliki kebermanfaatannya. media baru TV desa bisa digunakan secara luas dan bijaksana untuk tujuan pembangunan. Sebagaimana dikemukakan oleh Informan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Desa Junrejo:

*"... KIM adalah sebuah kelompok Informasi Masyarakat yang menginginkan adanya perubahan terkait informasi. Informasi ini mempergunakan TV desa. Isi TV desa disini beberapa informas,, eeee kita kedepannya ingin KIM kita turun ke Desa, maksudnya KIM turun ke lapangan, kita akan wawancara dengan Gapoktan yang ada disini, " TV desa di sini, inginnya kedepannya memiliki ciri khas pada UMKMnya yang ada disini..."*

Wawancara dengan Pihak Kepala Bidang (Kabid) Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu juga menyatakan bahwa dengan keberadaan media baru TV desa mendukung suatu pembangunan. Berikut hasil wawancaranya:

*"Secara umum TV desa di Kota Batu ada 24 TV desa, 19 Desa, 5 Kelurahan. Nah kalau sifatnya anggaran untuk menghidupi TV desa dibebankan pada Diskominfo maka akan memberatkan Diskominfo. Dengan membawa Desanya sendiri sendiri, akan ada tergerak Desanya untuk mensupport. Ini kan Citra dari Desanya, keterbukan informasi Desanya, UMKM Desanya bisa diangkat, Pariwisata Desanya bisa diangkat. Dan mengerjakan adalah anak anak mereka sendiri, harapannya memang Desa ini mensupport melalui apa? anggaran DD dan ADD tadi. Sehingga operasional di TV desa itu bisa berjalan".*  
*"kegiatan PKK bisa disampaikan lewat TV desa, hingga nanti pemberdayaan, SDM bisa tersampaikan".*

Masyarakat jejaring sebagaimana Manuel Castells kemukakan yakni struktur sosial baru yang baru terbentuk, terutama ditandai oleh interkoneksi dan dinamika interaktif, fitur yang didukung oleh internet sebagai infrastruktur informasi utama dan oleh ranah digital yang menyeluruh. Hal ini jelas terlihat pada media baru TV desa yang ada di Kota Batu, yakni terbentuknya masyarakat jejaring. Isi atau tayangan Media baru TV desa yang ada di Kota Batu memperlihatkan adanya aliran informasi, masyarakat di dalam satu desa yang ada di Kota Batu ataupun masyarakat lain desa yang ada di Kota Batu. Masyarakat saling bergantung atas informasi terkait dengan perkembangan, pembangunan serta potensi alam yang ada dan dimiliki di desanya. Dalam masyarakat Kota Batu yang membutuhkan informasi yang bersumber nilai ekonomi, maka hal ini akan mendorong secara interaktif antar masyarakat di Kota Batu mencari informasi melalui media baru TV desa, mengingat Kota Batu sebagai Kota Pariwisata yang banyak tumbuh UMKM seperti oleh oleh khas Pariwisata Kota Batu. Interaktivitas yang

ditunjukkan melalui respon yang ditujukan ke media baru TV desa oleh masyarakat, membentuk hubungan sosial yang terstruktur. Komentar atau respon pada media baru TV desa menunjukkan sekumpulan simpul yang saling terhubung, dinamis, mudah beradaptasi dan menunjukkan adanya pertukaran informasi mengalir, hal ini merupakan bagian dari struktur masyarakat jejaring.

### **Media baru TV desa di Kota Batu sebagai fungsi manajemen untuk publisitas dan kampanye komunikasi persuasif.**

Di era Teknologi Informatika dan Komunikasi, telah mengubah sifat alami kerja Public Relations, hingga dalam penyampaian informasi dan menyesuaikan tuntutan komunikasi global, dirasa perlu digunakan oleh *Public Relations* yang berhubungan dengan media baru. *Public Relations* Pemerintah dalam menjalankan peran dan tugas menggunakan internet dalam menyebarkan informasi, hal ini dapat memaksimalkan kinerja dan fungsi dalam menciptakan iklim komunikasi, membangun hubungan baik dengan publik. Menciptakan interaksi sosial dan berbagi informasi dengan audiens serta publik organisasi melalui materi audiovisual seperti media baru TV desa, dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu. Hal ini menandakan bahwa ada kebutuhan yang lebih kuat untuk menyampaikan pesan. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu sebagai penggagas media baru TV desa di Kota Batu, dalam menjalankan fungsi *Public Relations* memungkinkan mengumpulkan umpan balik, mengumpulkan ide dari masyarakat dan melibatkan masyarakat melalui mekanisme partisipasi yang dituangkan dalam media baru TV desa oleh masing masing Desa/Kelurahan yang ada di Kota Batu.

Media baru TV desa di Kota Batu sebagai media informasi dan publisitas kepada masyarakat, hal ini dikemukakan oleh Informan Kepala Seksi (Kasi) Kemitraan kelompok Informasi Masyarakat (KIM), Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu:

*"TV desa harapannya Berjaya teruslah, eksis. Harus ada konten yang diupload oleh setiap TV desa yang ada di Kota Batu sehingga berkelanjutan. TV desa sebagai akses informasi yang ada di desa di Kota Batu".*

*"... Dengan adanya TV desa sangat terbantu, kegiatan kegiatan yang ada di desa itu, dketahui... Antar Desa mengetahui informasi yang ada di Desa lain. Jadi sangat terbantu dengan keberadaan TV desa ini. Kemarin ada Festival TV desa pada tanggal 6 November. Temanya pembuatan Film pendek yang diapresiasi oleh Pemerintah Daerah".*

Peran media baru pada aktivitas *Public Relations*, diperlukan program berkelanjutan dan terencana. Sebaiknya Public Relations berkuasa penuh mengontrol isi serta tampilan informasi dalam publikasinya. Fungsi *Public Relations* sebagai fasilitator dan komunikator yang menyediakan layanan informasi publik, dilakukan tidak hanya kepada publik internal tetapi juga publik eksternal. Fungsi Sosial media sangat penting bagi Public Relations, karena untuk menyebarkan informasi ke publik yang lebih luas. Sebagai contoh Kota Batu adalah Kota yang terbentuk dalam perkembangannya sebagai Kota Pariwisata, maka perlu disadari pentingnya brand dan citra dalam menjaga keberlangsungan dan mengakomodir Kota Batu. *Brand* dan citra sendiri tidak hanya tanggung jawab Pemerintah Daerah Kota Batu namun juga diperlukan partisipasi dan dukungan masyarakat Kota Batu, adanya kolaborasi Pemerintah Daerah dengan Masyarakat (Kelompok Informasi Masyarakat -KIM). Bentuk realisasi dari partisipasi dan dukungan masyarakat Kota Batu dituangkan dalam isi atau konten tanyangan dari media baru TV desa. *Brand* dan Citra yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan

merupakan sumber dari keunggulan berkompetisi yang harus dilakukan oleh *Public Relations*.

Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kota Batu melalui media baru TV desa, membuat isi atau konten tanyangannya untuk menyampaikan informasi dan mengekspresikan ide pikirannya. Media baru TV desa mempunyai peluang yang sangat besar dalam komunikasi persuasif, baik makna dan gambar yang dihasilkannya pada realitas yang dikonstruksikannya. Media baru TV desa tidak hanya sebagai alat komunikasi bagi suatu Desa untuk menyampaikan fakta, informasi dan opini, tetapi mampu menentukan gambaran atau citra tertentu yang ingin dibentuk oleh masing masing media baru TV desa.

Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai lembaga Pemerintah, dalam melaksanakan pekerjaannya telah membuat suatu perencanaan strategis dan memberikan perhatian khusus pada *governmental and community relations*, berikut wawancara dengan Kepala Bidang (Kabid) Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu yang memperlihatkan program berkelanjutan dan terencana. Berikut hasil wawancaranya:

*"Informasi Komunikasi Publik (IKP) dengan adanya TV desa mendorong adanya kesadaran bersama bahwa peningkatan SDM itu sangat penting. Terus keterbukaan informasi juga sangat penting. Hal ini akan membuat lebih baik kedepannya. Awalnya itu hasil evaluasi ya, berawal dari kebuntuan program kita, dan pada saat itu diskusi saya dengan teman teman, yang lagi rame itu eeee adalah media digital. Hybrid Channel, ada yang analog dan digital. Sekarang banyak orang orang yang beralih ke digital..... Dan itu salah satu yang menjadi inspirasi. Bahwa membuat TV itu gak harus sebesar konvensional. Tapi TV itu bisa menggunakan media Channel Youtube".*

*"eee seperti sekarang ya, kita masih dalam proses pengenalan TV desa, ke kee Desa Desa..... Dan yang kita undang, itu nanti adalah perangkat Desanya. Pak RT, Pak RW dan kelembagaan. Dan tokoh masyarakat. Nah salah satunya kita mengenalkan TV desanya itu sekaligus Showing. Nah TV desanya itu bisa di akses melalui Gadgetnya masing masing. Nah setelah lebaran itu, kita berproses mulai Cinemaa Desanya itu. Koinfo sebagai fasilitator dan agent of changenya adalah Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) tadi.*

Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu menjalankan fungsi *Public Relations* dalam program *community relations* berupa program pembentukan dan inovasi media baru TV desa. Dengan keberadaan media baru TV desa di Kota Batu mewujudkan fungsional *Public Relations* dalam memfasilitasi interaksi dan menyebarkan informasi lembaga Pemerintahan terkait program kerja, kegiatan dan berbagai kebijakan.

### **Netnografi media baru TV desa di Kota Batu sebagai fenomena budaya pengguna media sosial.**

Investigasi. Peneliti mencari dan menyeleksi *field site* TV desa Kota Batu, yakni: (1). karya audio visual, 18 Desember 2020, Sumberbrantas TV desa. Sumberbrantas TV desa dalam 26 komentar digambarkan fenomena Desa Sumberbrantas sebagai Desa yang sangat indah. Desa Sumberbrantas sebagai desa yang memiliki tradisi dan kearifan lokal yang dijaga. Dalam karya audio visual Sumberbrantas TV desa, diperlihatkan view pegunungan dengan hamparan sawah, area persawahan ditanami sayur mayur. Sumber Brantas TV desa juga memperlihatkan budaya yang dimiliki oleh masyarakat Desa Sumberbrantas. Berikut beberapa contoh komentar dari warganet:

*"Luar biasa...desa yg sangat indah...beragam tradisi dan kearifan lokal yg hrs dijaga...sejuk melihatnya ...kereen cara ambil gambar nya..."*

*"Bagus video nya ada unsur sederhana. Budayanya. Kebiasaannya. Dan kekiniannya. Sangat pas".*

*"Maju terus sumber brantas, semoga desa sumber brantas menjadi desa yang semakin baik. Sukses selalu untuk sumber brantas TV jangan pernah berhenti untuk terus berkarya demi perkembangan dan kemajuan Desa".*

*"Subhanalloh, MasyaAlloh, Sungguh Indah dan luar biasa bumi ciptaan Tuhan....dari youtube saya mengenalinya, Salam dari Rantau Malaysia, Asli T.Agung.... swn ...".*

(2). Karya audio visual, 15 Juni 2020, Sumbergondo TV desa. Sumbergondo TV desa memperlihatkan letak geografis Desa Sumbergondo yang berada di selatan Gunung arjuno dan memiliki suhu udara kurang lebih 16' C. Lahan pertanian Bungan banyak diperlihatkan pada Sumbergondo TV desa. Kemudian komoditas terbesar di desa Sumbergondo berasal dari buah apel yang setiap panen menghasilkan 3-7 ton. Sumbergondo TV desa dalam 3 komentar berisi penilaian bagus. Berikut contoh komentar warganet: *"Mantap". "Bagus"*

(3). Karya audio visual, 7 April 2022, Gunungsari TV desa. Gunungsari TV desa memperlihatkan keindahan Desa ini, Desa Gunungsari memiliki keanekaragaman destinasi, seperti tempat olahraga Paralayang yang terkenal. Gunungsari TV desa dalam 1 komentar berisi penilaian isi dari konten Gunungsari TV desa. Berikut komentar warganet: *"produksi lancar..."*.

(4). Karya audio visual, 7 Agustus 2021, Bumiaji TV desa. Bumiaji Tv desa dalam 89 kometar menggambarkan keindahan Desa Bumiaji. Bumiaji TV desa memperlihatkan adanya budaya pertanian seperti apel, jeruk dan Jambu. Kemudian memperlihatkan tanaman bunga dan sayur selada air. Berikut beberapa contoh komentar dari warganet:

*"janten abdi hoyong angkat ka bumiaji deui, kuring sono kana pemandangan anu endah, mudah-mudahan pagebluk lekasan saurna janten tiasa angkat ka ditu deui antosan kuring balik ka ditu BUMIAJI".*

*"Di sini aku lahir, di sini aku besar, di sini aku,,,,, aaahhhh terlalu banyak yang sudah diberikan bumiku, BUMIAJI. JAGA ALAMKU, JAGA ALAMMU, JAGA ALAM KITA. KITA JAGA ALAM, ALAM JAGA KITA. AMAZING BUMIAJ".*

*"Best creative pemuda pemudi bumiaji, semoga desa kelahiran saya semakin maju, we love amazing bumiaji".*

(5). Karya audio visual, 3 Januari 2022, Punten TV desa. Punten TV desa dalam 21 komentar digambarkan penilaian Desa Punten. Dalam isi karya audio visual Punten TV Desa memperlihatkan peninggalan peradapan sejarah budaya. Warganet memberikan apresiasi tentang kelestarian alam dan budaya yang ada di Desa Punten. Berikut beberapa contoh komentar dari warganet:

*"Dadi wong punten jelas bangga ayo dulur di pertahano kelestarian alam wisata punten. ora usah adoh2 golek pariwisata ayo Nang punten ae".*

*"Punten ae kereennn... salam dr desa wisata agriraya tulungrejo ..".*

*"Kereenn, Punten begitu mempesona ...".*

(6). Karya audiovisual, 24 juni 2022, Sisir Gemilang TV desa. Sisir Gemilang TV desa menggambarkan persiapan salah satu kelurahan dalam mempersiapkan lomba Lingkungan Tingkat Provinsi Jawa Timur. Sisir Gemilang TV desa dalam 1 komentar digambarkan memberikan sebuah penilaian. Berikut komentar warganet: *"Bu lubena pancen ngetttennnn".*

(7). Karya Audio visual, 11 Oktober 2021, Ngaglik TV desa. Ngaglik TV desa menggambarkan kegiatan penanaman pohon "1 nama 1 pohon" memperinganti HUT Kota Batu. Kegiatan ini digagas oleh Among Tani Foundation, menggaet Karang Taruna dan SKPD se Kola Batu, serta Lapisan Masyarakat. Dalam karya audio visual ini, Ngaglik

TV desa belum mendapatkan komentar dari warganet. (8). Karya Audio visual, 14 Desember 2024, Pesanggrahan TV desa. Dalam karya Audio visual Pesanggrahan TV desa menggambarkan di salah satu Dusun Toyomerto, Dusun yang berada di lereng Gunung Panderman. Dusun Toyomerto adalah Dusun sebagai sentra peternakan sapi perah. Dusun Toyomerto merupakan jalur pendaki populer menuju Gunung Panderman. Pesanggrahan belum mendapatkan komentar dari warganet. (9). Karya Audio visual, 10 Juli 2020, Pendem TV desa. Pendem TV desa menggambarkan Desa penghasil padi organik di Kota Batu. Dalam masa sekarang banyak petani yang mulai menggunakan teknologi dalam bertani, tidak sedikit pula masih ada yang menggunakan cara tradisional. Mulai dari membajak sawah hingga panen, yang menarik ketika panen ada salah satu tradisi tari tarian pring geprak yang bermakna ucapan terima kasih atas rejeki yang telah diberikan sehingga bisa melakukan panen raya. Pendem TV desa mendapat 5 komentar dari warganet. Berikut contoh komentar dari warganet:

*"Mantaf ... semoga BS menjadi destinasi wisata Alam..."*

*"Andalan menang nominasi".*

*"sekarang sawahnya mulai ditumbuhi perumahan".*

(10). Karya Audio Visual, 2 Februari 2023, Beji Berkreasi TV desa. Beji Berkreasi TV desa menggambarkan sebagai desa sentral Industri Kecil menengah tempe sebagai mata pencarian utama masyarakatnya. Desa Beji mendapatkan Anugerah Desa Wisata Indonesia 2023. Beji Kreasi mendapatkan 7 komentar dari warganet. Berikut contoh komentar dari warganet:

*"Sukses selalu desa wisata beji kampung tempe .... mari berkreasi tanpa batas ...."*

*"GOOD JOB Untuk Beji Kampung Tempe, Maju Terus Tetap Semangat"*

*"Assalamualaikum kampung beji yg tak kulupakan tanah kelahiranku smg jaya terus dan maju".*

(11). Karya Audio Visual, 17 Januari 2022, Junrejo TV desa. Junrejo TV desa menggambarkan kampung UMKM, Desa Junrejo, Kota Batu telah dikenal sebagai salah satu sentra penghasil cobek batu. kerajinan tangan, kerajinan kayu dll. Di Desa Junrejo yakni di Dusun Rejoso terkenal sebagai kampung Ekraf & UMKM. Junrejo TV desa mendapat 2 komentar dari warganet. Berikut komentar dari warganet:

*"Semoga makin banyak tempat wisata yg ada di batu, kabupaten Malang dan kota malang."*

*"Mantab mas. batu berjaya.salam gotong royong".*

(12). Karya Audio visual, 27 Mei 2022, Mojorejo TV desa. Mojorejo TV desa menggambarkan sebuah Desa yang memiliki julukan Desa kerukunan umat beragama. Mojorejo TV desa juga menggambarkan pelayanan di kantor Desa Mojorejo. Mojorejo TV desa mendapatkan 1 komentar dari warganet. Berikut komentar dari warganet: *"ngeri"*.

Interaksi, penelitian ini menggunakan emosional engagement, keterlibatan emosional engagement adalah memahami budaya pengguna media sosial dengan cara melibatkan diri secara emosional pada posting dari TV desa yang dikaji oleh peneliti. Peneliti menempatkan diri sebagai pihak yang diteliti, mencurahkan emosi senang, kagum dan prihatin. Hal ini dilakukan oleh peneliti, agar peneliti memahami dari emosi para pengguna media sosial. Bentuk keterlibatan ini dipilih oleh peneliti karena peneliti ingin memahami dari sudut pandang pengguna media sosial, mengapa mereka memberikan apresiasi atau penilaian baik, kenapa mereka kagum dan kenapa mereka prihatin. Upaya memahami penilaian yang diberikan para pengguna media sosial atau warganet, hanya bisa diperoleh dengan cara meneliti mengamati field site dari media baru TV desa yang ada di Kota Batu.

Tabel 3. Code catatan

Kode	Posting Komentar	Koding	Noting (Catatan)
1	<b>TV Desa Sumberbrantas</b> • Pemuda desa dari desa untuk desa... • Luar biasa desa yang indah... • Emoticon jempol	• Pemuda kreatif dan inovatif • Rasa kagum terhadap daerah • Ekspresi melalui emoticon	• Pemuda sebagai agen perubahan desa • Dominasi komentar kekaguman • Emoticon sebagai ekspresi umum
2	<b>TV Desa Sumbergondo</b> • Mantab • Emoticon jempol	• Rasa persetujuan • Ekspresi emoticon	• Komentar didominasi emoticon sederhana
3	<b>TV Desa Gunungsari</b> • Produksi lancar...	• Proses produksi berjalan baik	• Apresiasi terhadap proses pembuatan konten
4	<b>TV Desa Bumiaji</b> • Di sini aku lahir... AMAZING BUMIAJI • Dukungan pariwisata	• Ekspresi emosional kuat • Dukungan industri pariwisata	• Banyak komentar penuh emosi (huruf kapital) • Dominasi dukungan pariwisata & kebanggaan daerah
5	<b>TV Desa Punten</b> • Kereen ayo dulur nang punten • Salam budaya	• Ajakan berkunjung • Apresiasi budaya	• Komentar banyak berisi promosi wisata lokal
6	<b>TV Desa Sisir</b> • Bu Lubena pancen ngeten • Emoticon jempol	• Dukungan • Ekspresi emoticon	• Komentar sederhana dan ekspresif
7	<b>TV Desa Ngaglik</b>	–	–
8	<b>TV Desa Pesanggrahan</b>	–	–
9	<b>TV Desa Pendem</b> • Alhamdulillah, mantap • Emoticon	• Rasa syukur • Ekspresi emoticon	• Dominasi komentar religius dan emotif
10	<b>TV Desa Beji</b> • Tombo kangen... • Jadi kangen kampung	• Rasa rindu kampung halaman	• Komentar bernuansa nostalgia
11	<b>TV Desa Junrejo</b> • Mantab mas, batu berjaya • Harapan wisata berkembang	• Rasa kagum • Harapan perkembangan	• Komentar berisi dukungan dan harapan
12	<b>TV Desa Mojorejo</b> • Ngeri	• Rasa takjub	• Ekspresi singkat menunjukkan impresi kuat

Sumber : olahan peneliti

## Kesimpulan

Keberadaan media baru di dalam masyarakat mengubah proses komunikasi manusia, dengan kebaruan ini sebagai bentuk apresiasi terhadap ide baru, semangat baru, budaya baru dalam bermediasi. Kekhasan Teknologi Informasi dan Komunikasi ini berdampak sosial didalam masyarakat, pengguna dari media baru memunculkan masyarakat baru, sebagaimana yang dikemukakan oleh Manuel Castells, *Network Society*.

Media baru TV desa di Kota Batu memunculkan masyarakat baru yakni Masyarakat Jejaring (*Network Society*). Masyarakat di Kota Batu yang terdiri dari 24 Desa dan Kelurahan, menjadi masyarakat jejaring, antara masyarakat Desa satu dengan masyarakat Desa lainnya yang berjauhan, menjadi saling mengenal dan terkoneksi melalui media baru TV desa.

Media baru TV desa di Kota Batu yang di gagas oleh Kepala Bidang (Kabid) Informasi Komunikasi Publik (IKP) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Batu, digunakan dalam menjalankan fungsi manajemen dengan basis yang luas, yang mengutamakan publisitas dan kampanye komunikasi persuasif. Media sosial melalui channel Youtube TV desa digunakan untuk menciptakan kredibilitas Kota Batu, hal ini bermuara pada keahlian para Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) sebagai pihak yang memproduksi karya Audi Visualnya. Isi dari media baru TV desa yang ditayangkan dan keterlibatan masyarakat dalam pembuatan dapat meningkatkan kepercayaan publik.

## Referensi

- Cardoso, Catarina; Costa, Catia Miriam; Damasio, Bruno; Mendonca, Sandro (2025). The "Network Society" Moves In Mysterious Ways: 25 Years In The Reception Of A Core Concept. *Quantitative Science Studies* Vol.6, August 2025. [https://direct.mit.edu/qss/article/doi/10.1162/qss\\_a\\_00366/128822/The-Network-Society-moves-in-mysterious-ways-25](https://direct.mit.edu/qss/article/doi/10.1162/qss_a_00366/128822/The-Network-Society-moves-in-mysterious-ways-25)
- Castells, M. (2005). *Global Governance And Global Politics*. PS: Political Science and Politics, 38(1), 9–16. <https://doi.org/10.1017/S1049096505055678>
- Castells, M. (2007). *Communication, Power and Counter-Power In The Network Society*. *International Journal of Communication*, Vol. 1, August 2007. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46>
- CRESWELL, JOHN W.(2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Edisi Bahasa Indonesia. Penerjemah Fawaid, Achmad & Pancasari, Rianayati Kusmini. PUSTAKA PELAJAR. Yogyakarta
- Derivanti, Azizah Des. (2022). The Role of Government Digital Public Relations In Providing Innovative Information to the Public. *Commentate: Journal of Communication Management* Vol. 3, No.2, December 2022. <https://journal.lspr.edu/index.php/commentate/article/view/445/211>
- Eriyanto.(2021). *Analisis Jaringan Media Sosial Dasar dasar dan Aplikasi Metode Jaringan Sosial untuk Membedah Percakapan Media Sosial*. Kencana. Jakarta
- Farhan, Raihan Muhammad., & Sunuantari, Manik. (2023). *Digital Village Television As Government Public Relations Media To Disseminate Information*. *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi, SINTA 3* Vol 6, No. 3, September 2023. in <https://ejournal.upnvj.ac.id/JEP/article/view/5726> Accessed date October 20, 2025 Time 09:18 WIB.
- Jajuli, Ahmad Sahal Alamsyah, Salahudin Salahudin, Firdaus, Muhammad (2024). *E-Government Public Relations: A Systematic Literature*. *Journal of Government Science (GovSci): Jurnal Ilmu Pemerintahan* Vol.5 No.2, Juli 2024. <https://govsci.fisip-unmul.ac.id/site/index.php/govsci/article/view/74>
- Kassen, Maxat (2021). *Understanding Desentralized Civic Engagement: Focus On Peer-To-Peer And Blockchain -Driven Perspectives On E-Participation*. *Technology in Society* Vol. 66, August 2021. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160791X21001251>
- Lin, Zhao & Yaakop, Mohd Rizal. (2024). *Research On Digital Governance Based On Web Of Science – A Bibliometric Analysis*. *Frontiers in Political Science* Vol. 6, August 2024. <https://www.frontiersin.org/journals/political-science/articles/10.3389/fpos.2024.1403404/full>
- Luik, Jandy.(2020). *Media baru sebuah pengantar*. Kencana. Jakarta.
- Kahija, YF La.(2017). *Penelitian Fenomenologi Jalan Memahami Pengalaman Hidup*. KANISIUS Yogyakarta

- Kriyantono, Rachmat.(2014). Teknik Praktis Riset Komunikasi Kualitatif Dan Kuantitatif Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.
- Nurlinah; Ansar, Muhammad Chaeroel; Chowdhury, Kuntala (2025). Impact Of Government Digital Transformation On Citizen Trust And Participation: Evidence From Gowa Regency, Indonesia. *Frontiers in Human Dynamics* Vol.7, 2025. <https://www.frontiersin.org/journals/human-dynamics/articles/10.3389/fhumd.2025.1700582/full>
- Sudjono, Firman Kurniawan.(2021). Digital Dilemma 2 Terjerat Pada Ilusi Dunia Penuh Kesempurnaan. RadjaGrafindo Persada. Depok.
- Sugiyono.(2018). Metode Penelitian Kualitatif Untuk penelitian yang bersifat : eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif. Alfabeta. Bandung.
- Setyowati, Eka.,& Pane, M.Alwiadi.(2024). Digital Transformation and Literacy of Batu City Community Through the Village TV Program. *International Journal of Research in Social Science and Humanities (IJRSS)*. Vol. 5 (7) July - 2024. Dalam DOI: 10.47505/IJRSS.2024.7.7. Accessed date October 20, 2025 Time 12:40 WIB.
- Tarore, Steven Vleike; Mantiri, Jeane; Hardiyanti, Hardiyanti (2025). Analysis Of The Role Of Social Media In Shaping Public Trust In Minahasa Regency Government Policies. *Proceedings IAPA Annual Conference 2025*. <https://journal.iapa.or.id/proceedings/article/view/1343>
- Veikko, Ari & Anttiroiko ( 2015). Networks in Manuel Castells' theory of the network society. Dalam <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/65617> diakses 2 Februari 2026 Jam 16:15 WIB.
- Yuan, Yun-Peng; Dwivedi, Yogesh K.; Tan, Garry Wei-Han; Cham, Tat-Huei; Ooi, Keng-Boon; Aw, Eugene Cheng-Xi; Currie, Wendy (2023). Government Digital Transformation: Understanding The Role Of Government Social Media. *Government Information Quarterly* 40 (2023). <https://www.sciencedirect.com/science>