

Penggunaan Podcast untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat terhadap Kebijakan Pemerintah di Jawa Timur



Dominggo Bayu Baskara¹, Krisnayanti Aditasari², Silvi Istiqomah³

^{1,2}Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

³ Teknik industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

dominggobayu@telkomuniversity.ac.id^{1*}, krisnaaditasari@telkomuniversity.ac.id²,

silviistiqomah@telkomuniversity.ac.id

Submission 2024-30-11

Review 2024-16-12

Publication 2025-08-01

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat, khususnya UMKM, IKM, dan bisnis rintisan di Jawa Timur, terhadap kebijakan pemerintah yang dikeluarkan oleh DISPERINDAG Provinsi Jawa Timur. Media podcast dipilih sebagai sarana utama untuk menyosialisasikan kebijakan tersebut melalui tiga format: video panjang di YouTube, audio panjang di Spotify, serta potongan video pendek di Instagram dan TikTok. Enam episode podcast diproduksi dengan narasumber dari berbagai institusi terkait, membahas topik-topik penting seperti pengembangan desa wisata, industri halal, hingga peran Bea Cukai dalam peningkatan ekspor. Hasil kegiatan menunjukkan keterlibatan audiens yang signifikan, terutama melalui media sosial. Podcast terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kebijakan pemerintah. Untuk keberlanjutan program, disarankan untuk meningkatkan frekuensi penayangan, memperluas variasi topik, serta melibatkan lebih banyak pihak dalam produksi podcast. Podcast dapat menjadi alat yang strategis untuk memperkuat komunikasi antara pemerintah dan masyarakat

Kata Kunci: Podcast, Kebijakan Pemerintah, Peningkatan Ekspor, Sosialisasi Kebijakan. UMKM

PENDAHULUAN

Sosialisasi kebijakan pemerintah merupakan elemen penting dalam memastikan bahwa masyarakat, khususnya pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM), industri kecil menengah (IKM), serta bisnis rintisan, dapat memanfaatkan berbagai kebijakan yang dirancang untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Namun, di Provinsi Jawa Timur, terdapat beberapa kebijakan penting dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) yang belum tersosialisasi dengan optimal, terutama kebijakan terkait bantuan pembiayaan, pengadaan mesin, dan sertifikasi halal. Salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya penerimaan kebijakan ini adalah kurangnya penggunaan media sosial secara efektif dalam menyampaikan informasi tersebut.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, podcast muncul sebagai salah satu media yang potensial untuk meningkatkan penyebaran informasi kepada masyarakat luas (Laura et al., 2024). Podcast memiliki keunggulan dalam penyajian informasi yang fleksibel, dapat diakses kapan saja, dan dapat menjangkau audiens yang beragam (Junaedi et al., n.d.; Mufid & Sulaiman, n.d.). Sebagai media yang bersifat audio, podcast juga mampu membangun interaksi yang lebih personal dengan pendengarnya, sehingga mampu meningkatkan perhatian terhadap konten yang disampaikan (Fauzia et al., 2024; Purnomo et al., 2023; Widodo et al., 2023).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu DISPERINDAG Provinsi Jawa Timur dalam menyosialisasikan kebijakan-kebijakan mereka melalui platform podcast. Dengan melibatkan para pemangku kepentingan seperti kepala dinas, pengusaha, dan asosiasi bisnis, podcast tematik ini dirancang untuk membahas isu-isu penting dalam setiap episode. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya pelaku UMKM, IKM, dan bisnis rintisan, mengenai berbagai kebijakan yang dapat mendukung usaha mereka (Anindya et al., 2024; Widodo et al., 2023).

Podcast sebagai alat komunikasi telah terbukti efektif dalam berbagai konteks, termasuk dalam penyebaran informasi sosial dan kebijakan. Podcast dapat digunakan sebagai alat penelitian sosial yang inovatif, mendukung temuan riset dan penyajian hasil penelitian secara efektif kepada audiens yang lebih luas. Selain itu, Podcast dapat meningkatkan keterlibatan komunitas dengan isu-isu sosial dan kebijakan, serta mendorong proses pembelajaran yang transformatif (Laura et al., 2024; Tri Utami et al., 2024).

Rencana pemecahan masalah dalam kegiatan ini meliputi produksi dan distribusi podcast yang akan diakses secara luas oleh masyarakat. Setiap episode akan menampilkan diskusi dengan para ahli, pemimpin, dan pengusaha untuk memberikan wawasan yang mendalam mengenai kebijakan DISPERINDAG serta bagaimana kebijakan tersebut dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Podcast dapat berperan penting dalam menjembatani teori dengan praktik nyata serta mempromosikan kebijakan publik secara lebih efektif (Afriyanto, 2023; Akifah et al., 2023).

Dengan demikian, penggunaan podcast dalam kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap kebijakan-kebijakan penting yang ditawarkan oleh pemerintah (Pengabdian Magister Pendidikan IPA et al., 2022). Podcast memungkinkan penyampaian informasi yang lebih interaktif dan mendalam (Konkin, 2021), sehingga dapat menjawab kebutuhan masyarakat yang selama ini tidak terjangkau oleh media tradisional (Junaedi et al., n.d.; Mufid & Sulaiman, n.d.). Inisiatif ini akan menjadi langkah strategis dalam memperkuat peran DISPERINDAG

sebagai fasilitator pembangunan ekonomi di Provinsi Jawa Timur melalui sosialisasi kebijakan yang lebih inklusif dan efektif.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang sebagai sebuah proyek kolaboratif antara Universitas Telkom dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) Provinsi Jawa Timur untuk menyosialisasikan kebijakan pemerintah melalui platform podcast. Metode penelitian yang digunakan dalam kegiatan ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk memahami bagaimana podcast dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap kebijakan yang disampaikan (Fronek et al., 2016).

Rancangan Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan dalam beberapa tahap, dimulai dari perencanaan, produksi, hingga distribusi konten podcast. Setiap episode podcast difokuskan pada satu kebijakan spesifik yang belum tersosialisasi secara optimal, seperti bantuan pembiayaan untuk UMKM, pengadaan mesin industri, dan sertifikasi halal. Proses produksi melibatkan narasumber dari DISPERINDAG, pelaku UMKM, dan ahli kebijakan untuk memberikan perspektif yang komprehensif.

Ruang Lingkup dan Objek

Ruang lingkup kegiatan ini melibatkan UMKM, IKM, dan bisnis rintisan di wilayah Jawa Timur. Mereka dipilih sebagai sasaran karena kelompok ini sering kali kurang terinformasi mengenai kebijakan pemerintah yang dapat mendukung perkembangan usaha mereka. Podcast sebagai media digital dipilih karena kemampuannya menjangkau audiens yang lebih luas dan aksesibilitasnya yang tinggi. Objek dalam penelitian ini adalah penerapan kebijakan pemerintah melalui podcast sebagai media sosialisasi.

Bahan dan Alat Utama

Bahan utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh DISPERINDAG Provinsi Jawa Timur, yang akan disosialisasikan melalui podcast. Selain itu, bahan lain termasuk wawancara dengan narasumber dan dokumen pendukung mengenai kebijakan tersebut. Alat yang digunakan meliputi peralatan rekaman podcast (mikrofon, software editing audio), platform distribusi podcast (Spotify, Apple Podcasts), serta media sosial untuk promosi episode podcast.

Tempat Pelaksanaan

Kegiatan ini dilakukan di Kota Surabaya sebagai pusat pemerintahan Provinsi Jawa Timur. Surabaya dipilih karena aksesibilitasnya yang tinggi serta keberadaan pelaku UMKM, IKM, dan bisnis rintisan yang signifikan di wilayah tersebut. Proses rekaman podcast dilakukan di studio yang disediakan oleh Universitas Telkom dengan dukungan tim teknis.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan ini melibatkan dua metode utama:

1. Wawancara: Dilakukan dengan narasumber dari DISPERINDAG, pelaku usaha, dan ahli kebijakan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai kebijakan yang akan disosialisasikan serta tantangan yang dihadapi dalam implementasi kebijakan tersebut.
2. Observasi: Dilakukan untuk melihat respon audiens terhadap podcast yang disebar, termasuk keterlibatan audiens dalam bentuk komentar, diskusi, atau feedback melalui media sosial dan platform podcast.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Podcast sebagai Media Sosialisasi: Podcast didefinisikan sebagai media berbasis audio yang digunakan untuk menyampaikan informasi kebijakan pemerintah kepada masyarakat. Efektivitas podcast akan diukur melalui jumlah pendengar, feedback dari pendengar, dan tingkat keterlibatan masyarakat.
2. Pemahaman Masyarakat: Pemahaman masyarakat terhadap kebijakan diukur melalui feedback dan wawancara yang mengidentifikasi apakah pendengar dapat mengerti dan memanfaatkan kebijakan yang disosialisasikan.
3. Partisipasi Masyarakat: Partisipasi diukur berdasarkan keterlibatan masyarakat dalam diskusi kebijakan melalui media sosial atau platform podcast, serta jumlah UMKM dan IKM yang memanfaatkan kebijakan setelah mendengarkan podcast.

Teknik Analisis

Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi akan dianalisis secara kualitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis konten untuk mengidentifikasi tema-tema utama dari wawancara serta analisis interaksi audiens melalui platform digital. Selain itu, statistik deskriptif sederhana digunakan untuk menganalisis keterlibatan audiens (jumlah pendengar, komentar, feedback).

Hasil dari analisis ini akan digunakan untuk mengevaluasi efektivitas podcast sebagai media sosialisasi kebijakan pemerintah, serta memberikan rekomendasi bagi peningkatan strategi sosialisasi kebijakan di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan enam episode podcast yang dipublikasikan melalui tiga format media: video panjang di YouTube, audio panjang di Spotify, dan potongan video pendek di Instagram serta TikTok. Setiap format memiliki target audiens yang berbeda, disesuaikan dengan kebiasaan konsumsi media masing-masing platform. Video panjang dan audio panjang diunggah sebulan sekali, sedangkan potongan video pendek ditayangkan dua kali seminggu di media sosial. Gambar 1 menunjukkan dokumentasi kegiatan. Sedangkan berikut detail dari keenam episode yang diproduksi:

1. **Strategi Pengembangan Desa Devisa di Jawa Timur**

Narasumber: Diki S. Riwanto (Pegiat Desa Wisata)

Topik: Pengembangan desa devisa di Jawa Timur dan strategi optimalisasi potensi desa untuk meningkatkan devisa melalui sektor pariwisata dan ekspor produk lokal.

2. **Pengembangan Industri Halal di Jatim Melalui Layanan Kawasan Industri**

Narasumber: KIH Safe & Lock

Topik: Diskusi mengenai peluang pengembangan industri halal di Jawa Timur, termasuk layanan dan fasilitas kawasan industri untuk mendukung sertifikasi halal.

3. **Strategi Pengembangan Desa Wisata di Jawa Timur**

Narasumber: Dra. Susiati, MM (Kepala Bidang Destinasi Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Prov Jatim)

Topik: Rencana pengembangan destinasi wisata desa dan langkah-langkah strategis yang diambil oleh pemerintah untuk meningkatkan daya tarik pariwisata desa.

4. **Mendorong Pondok Pesantren Menjadi Pelaku Ekspor (Ekspor Komoditas Kopi)**

Narasumber: Prof. Dr. KH. Muhammad Zakki, M.Si (Yayasan Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Waru Sidoarjo)

Topik: Pemberdayaan pondok pesantren dalam mengelola produk lokal seperti kopi untuk ekspor dan meningkatkan ekonomi pesantren melalui usaha berbasis komoditas ekspor.

5. **Peran Kanwil Bea Cukai Jatim dalam Mendorong Peningkatan Ekspor di Jawa Timur**

Narasumber: Untung Basuki (Kepala Kantor Wilayah DJBC Jawa Timur I)

Topik: Bagaimana Bea Cukai Jatim mendukung peningkatan ekspor melalui program dan kebijakan yang diterapkan, serta tantangan yang dihadapi.

6. **Peran BPPOM dalam Pembinaan IKM/UKM Makanan dan Minuman di Jatim**

Narasumber: Ibu Budi Sulistyowati, S.Farm, Apt (Plt Ka BPPOM Surabaya)

Topik: Pembinaan dan dukungan BPPOM terhadap pelaku IKM/UKM di sektor makanan dan minuman agar mampu memenuhi standar keamanan pangan serta meningkatkan daya saing produk.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan

Tabel 1 menyajikan statistik keterlibatan audiens pada platform YouTube dan Spotify dalam 3 bulan pertama setelah tayangan perdana.

Tabel 1. Hasil Penayangan Podcast pada berbagai Platform

Episode	Jumlah Penonton YouTube	Jumlah Pendengar Spotify	Jumlah Tayangan Instagram/TikTok
Episode 1	2,500	1,800	5,000
Episode 2	2,200	1,500	4,500
Episode 3	3,000	2,100	6,000
Episode 4	2,800	1,900	5,500
Episode 5	3,200	2,300	6,500
Episode 6	2,700	2,000	5,800

Hasil dari kegiatan podcast ini menunjukkan respon audiens yang cukup positif. Dalam tiga bulan pertama, setiap episode berhasil menjangkau lebih dari 2.000 penonton di YouTube dan lebih dari 1.500 pendengar di Spotify, dengan puncak keterlibatan terjadi pada episode yang membahas peran Bea Cukai dalam peningkatan ekspor. Hal ini menunjukkan bahwa topik-topik yang bersifat praktis dan relevan dengan kebutuhan masyarakat seperti pengembangan ekspor dan industri halal menarik minat audiens lebih besar dibandingkan topik lain.

Penggunaan berbagai platform media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk potongan video pendek juga terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens. Keterlibatan audiens di platform ini mencapai rata-rata lebih dari 5.000 tayangan per episode. Format potongan pendek ini memungkinkan audiens untuk mendapatkan informasi yang cepat dan ringkas, yang kemudian mendorong mereka untuk mengakses versi lengkapnya di platform YouTube atau Spotify.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa podcast memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan keterlibatan audiens melalui format yang fleksibel dan mudah diakses (Singer, 2019). Selain itu, penggunaan media baru seperti podcast dapat menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan kebijakan publik secara interaktif, memungkinkan masyarakat untuk lebih memahami dan berpartisipasi dalam kebijakan yang disosialisasikan (Jati, 2021).

Dalam konteks sosialisasi kebijakan pemerintah, hasil ini menunjukkan bahwa podcast dapat menjadi sarana yang efektif untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas (Fronek et al., 2016). Interaksi antara pemerintah dan masyarakat melalui podcast memberikan kesempatan bagi pemerintah untuk menyampaikan informasi kebijakan dengan cara yang lebih menarik dan interaktif, sekaligus membuka ruang diskusi yang lebih terbuka (Singer, 2019). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa podcast merupakan salah satu alat yang strategis untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat terhadap kebijakan yang diambil oleh pemerintah daerah.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui media podcast ini telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat, khususnya UMKM, IKM, dan bisnis rintisan di Jawa Timur, mengenai berbagai kebijakan pemerintah yang dikeluarkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (DISPERINDAG) Provinsi Jawa Timur. Dengan memanfaatkan podcast sebagai media utama yang disebarkan melalui platform YouTube, Spotify, Instagram, dan TikTok, kegiatan ini berhasil menjangkau

audiens yang luas dan beragam. Setiap episode podcast yang diproduksi, baik dalam format video panjang maupun potongan video pendek, memperoleh jumlah penonton dan pendengar yang signifikan.

Keterlibatan audiens tertinggi tercatat pada episode yang membahas peran Kanwil Bea Cukai Jatim dalam mendorong peningkatan ekspor, menunjukkan minat masyarakat yang besar terhadap topik-topik yang bersifat praktis dan relevan dengan aktivitas ekonomi mereka. Hal ini menegaskan bahwa media podcast mampu menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan informasi kebijakan pemerintah dengan cara yang lebih menarik, interaktif, dan dapat diakses kapan saja. Hasil ini didukung oleh literatur yang menunjukkan bahwa podcast memiliki potensi besar untuk meningkatkan keterlibatan audiens serta memperluas jangkauan informasi kebijakan publik.

Secara keseluruhan, penggunaan podcast dalam kegiatan sosialisasi kebijakan ini berhasil menjembatani kesenjangan informasi antara pemerintah dan masyarakat. Podcast tidak hanya memberikan platform bagi pemerintah untuk menyampaikan kebijakan secara mendalam, tetapi juga membuka ruang diskusi yang memungkinkan audiens untuk memberikan tanggapan dan masukan terhadap kebijakan yang disampaikan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Telkom yang sudah mendanai melalui Skema Pengabdian Masyarakat Internal. Selain itu, terima kasih kami ucapkan juga kepada LPPM Universitas Telkom yang sudah banyak memberikan dukungan moril dan pendampingan kepada tim pengabdian masyarakat ini.

REFERENSI

- Afriyanto, D. F. (2023). Pelatihan Penulisan Naskah Podcast Dalam Upaya Peningkatan Keterampilan Membuat Naskah Podcast Kepada Remaja. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 45–51. <https://doi.org/10.47776/praxis.v2i2.761>
- Akifah, A., Kudratullah, K., & Rahmi, R. (2023). Penyajian Konten Podcast Kreatif dan Berkualitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 19–24. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.894>
- Anindya, A., Shantilawati, I., & Tampubolon, A. S. (2024). *Inovasi Produk dan Kreativitas dalam Pengembangan UMKM Gula Aren sebagai Ekonomi Pariwisata di Desa Tanjung Lesung* (Vol. 7, Issue 2). Online.
- Fauzia, N. K., Made, I., & Darma, W. (2024). *Sosialisasi Penerangan Hukum dan Dampak Negatif Penggunaan Narkotika Dalam Kejaksaaan Negeri Denpasar* (Vol. 7, Issue 2). Online.
- Fronek, P., Boddy, J., Chenoweth, L., & Clark, J. (2016). A Report on the Use of Open Access Podcasting in the Promotion of Social Work. *Australian Social Work*, 69(1), 105–114. <https://doi.org/10.1080/0312407X.2014.991338>
- Jati, R. P. (2021). Podcasting as an Alternative Method of Social Research. *MEDIASI*, 2(3), 242–254. <https://doi.org/10.46961/mediasi.v2i3.408>
- Junaedi, F., Gita Sukmono, F., Sudiwijaya, E., & Dwi Arifianto, B. (n.d.). *Pengembangan Podcast dan Radio untuk Media Pembelajaran di Majelis Pendidikan Dasar dan Menengah Muhammadiyah Gamping Sleman*. <https://doi.org/10.18196/ppm.52.1037>
- Konkin, A. (2021). PODCAST PHENOMENON IN THE SYSTEM OF INTERCULTURAL AND SOCIAL-POLITICAL EVENTS' REPRESENTATION. *Transbaikal State University Journal*, 27(6), 90–100. <https://doi.org/10.21209/2227-9245-2021-27-6-90-100>
- Laura, T., Sinaga, T., Mutiara, A., & Pabulo, A. (2024). *Pendampingan Digital Marketing*

untuk Meningkatkan Efisiensi Pemasaran pada UMKM Omah Jamu (Vol. 7, Issue 2). Online.

- Mufid, A., & Sulaiman, L. (n.d.). *SOSIALISASI DAN EDUKASI BAHAYA DEMAM BERDARAH DENGUE MELALUI PODCAST DI MEDIA SOSIAL.*
- Pengabdian Magister Pendidikan IPA, J., Arie Yuliyani, E., Kadriyan, H., Alfian Sulaksana, M., Libryan, F., Agung Istri Sintha Prajnyaswari, D., Ghassani Kayla, B., Rafid Chusaeri, A., Sadar Bising Sebagai Upaya Promotif dan Preventif Terhadap Gangguan Dengar Melalui Media Podcast Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA, E., Author, C., & Tht-kl, B. (2022). *under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license. Edukasi Sadar Bising Sebagai Upaya Promotif dan Preventif Terhadap Gangguan Dengar Melalui Media Podcast.* <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v3i2.1630>
- Purnomo, A., Romadi, Kurniawan, G. F., Maulida, I., Worotyca, T. I., & Naziya, I. (2023). Peningkatan Keterampilan Pengembangan Media Bagi Guru Sejarah Kabupaten Semarang melalui Pelatihan Pemanfaatan Podcast dalam Pembelajaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(2), 40–48. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i2.204>
- Singer, J. B. (2019). Podcasting as Social Scholarship: A Tool to Increase the Public Impact of Scholarship and Research. *Journal of the Society for Social Work and Research*, 10(4), 571–590. <https://doi.org/10.1086/706600>
- Tri Utami, R., Sambodja, E., Siahaan, P., Retail, M., & Ekonomi, F. (2024). *Manajemen Pemasaran UMKM Jeruk Lemon dan Keripik Kentang di Desa Wisata Margaluyu (Vol. 7, Issue 2). Online.*
- Widodo, A., Setyorini, R., Sisilia, K., Hendriyanto, R., Widaningsih, S., Dillak, R. G., Aulia, P., Ramadhan, M. R., & Ramadhan, Y. (2023). *SOROT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Pembangunan Website dan Sarana Podcast UMKM Kampung Digital Sentra Kreasi Desa Pameungpeuk.* 2(1), 37–41. <https://doi.org/10.32699>