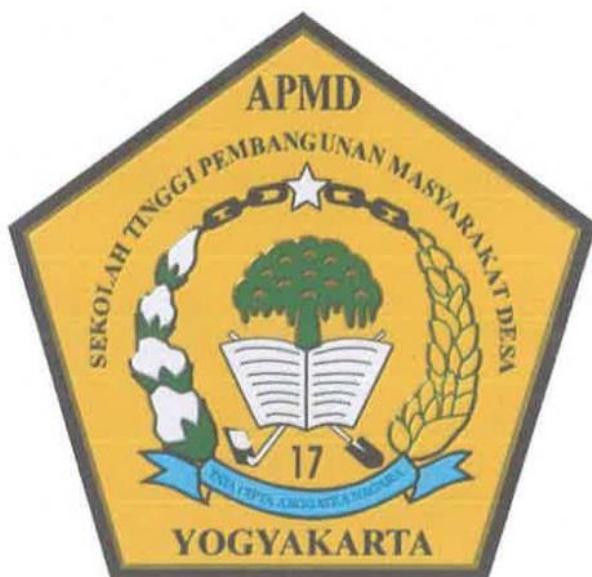


**SKRIPSI**

**EKSPLORASI MODEL KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN UMKM DI  
PADUKUHAN JOHO KALURAHAN CONDONGCATUR KAPANEWON  
DEPOK KABUPATEN SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh :**

**PEBY PRILISA ANDELA**

**NIM : 21530035**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI S-1**

**SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”  
YOGYAKARTA**

**2025**



## **HALAMAN JUDUL**

# **EKSPLORASI MODEL KOMUNIKASI PEMBERDAYAAN UMKM DI PADUKUHAN JOHO KALURAHAN CONDONGCATUR KAPANEWON DEPOK KABUPATEN SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

## **SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Jenjang  
Pendidikan Strata Satu (S1)

Program Studi Ilmu Komunikasi



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”**

**YOGYAKARTA**

**2025**

### **HALAMAN PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Peby Prilisa Andela

NIM : 21530035

Judul Skripsi : **EKSPLORASI MODEL KOMUNIKASI PEMERDAYAAN  
UMKM DI PADUKUHAN JOHO KALURAHAN  
CONDONGCATUR KAPANEWON DEPOK KABUPATEN  
SLEMAN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi sebagai syarat saya memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya menyatakan bahwa bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat skripsi ini.

Yogyakarta, 27 Juni 2025



(Peby Prilisa Andela)

## HALAMAN PENGESAHAN

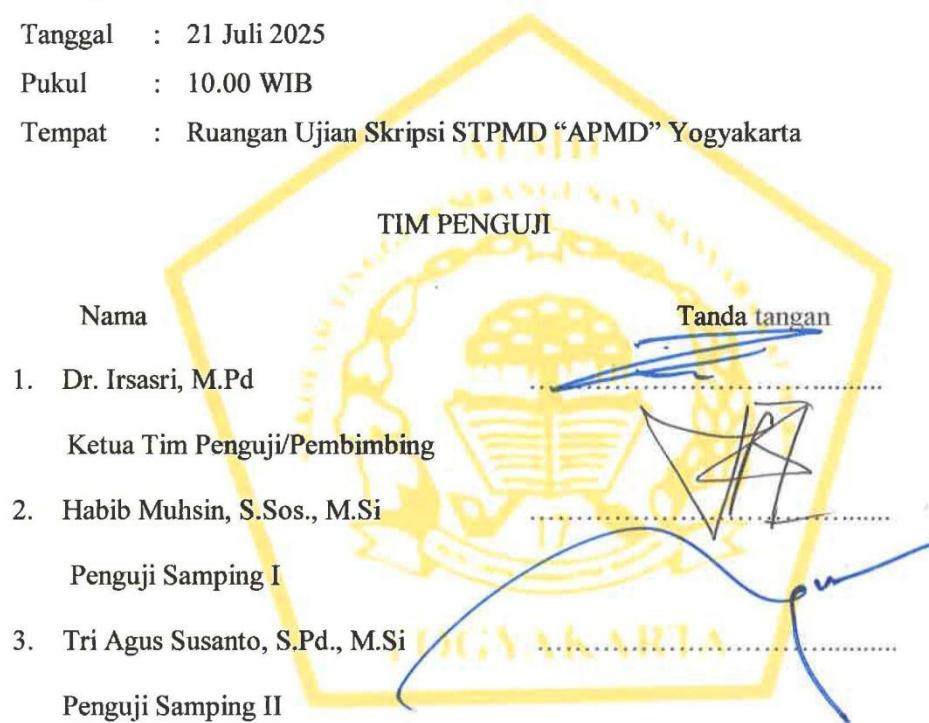
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim penguji untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi pada Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “STPMD APMD” Yogyakarta pada:

Pada hari : Senin

Tanggal : 21 Juli 2025

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruangan Ujian Skripsi STPMD “APMD” Yogyakarta



## MOTTO

*“Aku dapat menanggung segala sesuatu di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.”*

*(Filipi 4:13)*

*“Perjalanan ini bukan tentang siapa yang paling cepat, tapi tentang siapa yang paling tekun untuk tidak berhenti.”*

*“Jangan pernah berhenti ketika gagal, teruslah mengucap syukur dengan apa yang kau miliki sebab orang lain mungkin tak memiliki apa yang kau punya.”*

*“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan”.*

*(Maudy Ayunda)*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Segala puji dan rasa syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Dalam proses penyusunannya, saya menerima banyak dukungan, doa, dan motivasi dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, saya mempersembahkan karya ini kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selama ini selalu ada disetiap langkah penulis dalam menyelesaikan perjalanan ini. Terimakasih atas nikmat iman, kesehatan, waktu, dan kesempatan yang tak terhingga yang telah diberikan selama ini.
2. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Sudirman Taileleu dan Ibunda Seprida Marlia Sakoikoi yang menjadi sumber kekuatan, cinta, dan semangat tiada henti. Terima kasih atas doa yang selalu menyertai, pengorbanan yang tak terhingga, dan cinta yang tulus tanpa syarat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Adik tercinta Eucha Abigail Taileleu yang selalu menjadi teman terbaik, pendukung setia, serta memberikan semangat dan kebersamaan yang tidak ternilai harganya.
4. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan moral dan spiritual, serta menjadi tempat pulang yang penuh kehangatan.

5. Untuk Dosen pembimbing saya Dr. Irsasri, M.Pd, yang selalu sabar membimbing saya dari awal hingga akhir serta memberikan ilmunya kepada saya.
6. Pemda Kabupaten Kepulauan Mentawai sebagai pemberi beasiswa kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan studi di Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.
7. Teman-teman seangkatan 2021 di Program Studi Ilmu Komunikasi STPMD “APMD” Yogyakarta, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu baik yang sedang sama-sama berjuang menyelesaikan tugas akhir maupun yang masih berproses di perkuliahan.
8. Teman-teman terkasih saya, Elpi Trisnawati, Katrine Gemini, Lisa Novi Harlina, Audy Novita Kasakeyan, Putri Fitriani Kusumawati, Fani Ailah, Grace Yohana Waruwu, Titi Elta Saruru, Irawati, Igo Suarjun Lendu, Irvan Permai Sakti Sembiring, Averlis Waruwu, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, namun telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Sepupu tercinta saya, Ruth Veralda Sakoikoi, Alvin Pardamean Simanjuntak, Christoper Sakoikoi, Vina Panduwinata, Moya Lovira Sakoikoi, Cindy Chlaudya Taileleu. Terima kasih yang sebesar-besarnya karena selalu memberikan semangat, canda tawa, dan doa yang tulus selama penulis menyelesaikan skripsi ini. Kehadiran kalian

senantiasa menjadi pengingat bahwa di balik setiap perjuangan selalu ada keluarga yang mendukung dengan penuh kasih.

10. Untuk Wahid Supriyanto S.T. Terimakasih untuk dukungan, semangat, bantuan, semua kebaikan dan juga rasa sayang yang sudah diberikan kepada saya. Terimakasih sudah menemani saya dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman UKM KP FILADELFIA STPMD “APMD” dan IMAKO (Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi) yang menjadi rumah kedua bagi penulis, terima kasih atas dukungan dan doa dalam penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh narasumber, informan, dan responden, yang telah dengan terbuka dan sabar meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi yang berharga bagi penelitian ini.
13. Terakhir untuk diriku sendiri Peby Prilisa Andela. Terima kasih sudah menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terima kasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah mau memutuskan untuk menyerah. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih sudah berjuang menjadi lebih baik, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Eksplorasi Model Komunikasi Pemberdayaan UMKM Di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Sutoro Eko Yunanto, S.IP., M.Si, selaku Ketua Sekolah Tinggi Pembagunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Yuli Setyowati, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembagunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.
3. Dr. Irsasri, M.Pd, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan penuh dedikasi memberikan waktu, perhatian, ilmu, serta masukan yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan atas kesabaran dan ketelatenan Bapak dalam membimbing dari awal hingga akhir.

4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pelayanan selama penulis menempuh studi.
5. Ibu Retnaningsih, selaku Dukuh di Padukuhan Joho yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta memberikan informasi yang berkaitan dengan topik penelitian.
6. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Sudirman Taileleu dan Ibunda Seprida Marlia Sakoikoi yang menjadi sumber kekuatan, cinta, dan semangat tiada henti. Terima kasih atas doa yang selalu menyertai, pengorbanan yang tak terhingga, dan cinta yang tulus tanpa syarat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dalam bidang ilmu komunikasi dalam Eksplorasi Komunikasi Pemberdayaan UMKM Di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.

Yogyakarta, 27 Juni 2025



(Peby Prilisa Andela)

## **ABSTRAK**

Eksplorasi Model Komunikasi Pemberdayaan UMKM Di Padukuhan Joho  
Kalurahan Condongcatur Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa  
Yogyakarta

Oleh :

Peby Prilisa Andela

21530035

Eksplorasi model komunikasi pemberdayaan yang diterapkan dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Padukuhan Joho, Kalurahan Condongcatur, Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dilatarbelakangi oleh potensi besar yang dimiliki Padukuhan Joho sebagai Kampung Sentra Industri Konveksi dan tingginya partisipasi masyarakat dalam sektor usaha mandiri. Namun, berbagai tantangan masih dihadapi oleh pelaku UMKM, seperti keterbatasan akses pasar, kurangnya inovasi, serta minimnya pemanfaatan media digital dalam komunikasi pemasaran dan pengembangan usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari pelaku UMKM, perangkat padukuhan, serta pihak-pihak yang terlibat dalam pemberdayaan UMKM. Data dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model komunikasi pemberdayaan yang diterapkan bersifat partisipatif, dengan pelibatan aktif warga, kolaborasi antara pelaku UMKM dan pemerintah setempat, serta penggunaan media komunikasi konvensional dan digital secara bertahap. Hambatan utama yang dihadapi dalam penerapan model ini adalah keterbatasan literasi digital, rendahnya kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produk secara luas, serta kurangnya pendampingan intensif. Pemerintah Kalurahan Condongcatur telah memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan, fasilitasi kegiatan expo, serta kemudahan akses informasi dan promosi melalui media lokal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi yang efektif dan partisipatif menjadi kunci dalam pemberdayaan UMKM. Dengan strategi komunikasi yang tepat, pelaku UMKM dapat meningkatkan kapasitas diri, memperluas jaringan, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemberdayaan, UMKM, Partisipasi Masyarakat, Padukuhan Joho, Model Komunikasi.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB 1 .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian .....	14
D. Manfaat Penelitian .....	14
1. Manfaat Teoritis .. . . . .	14
2. Manfaat Praktis. . . . .	14
E. Kerangka Teori.....	15
a). Teori Model Komunikasi. . . . .	15
b). Teori Komunikasi. . . . .	18
c). Teori Pemberdayaan .....	20
d). Teori Komunikasi Pemberdayaan .....	23
e). Teori UMKM .....	24
F. Kerangka Berpikir .....	30
G. Metode Penelitian.....	31
a. Jenis Penelitian . . . . .	31
b. Lokasi Penelitian . . . . .	31
c. Sumber Data. . . . .	32
d. Teknik Sampling . . . . .	32
e. Teknik Pengumpulan Data.....	33
f.Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB II .....</b>	<b>38</b>

<b>GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
<b>2.1 Sejarah Singkat Kalurahan Condongcatur .....</b>	<b>38</b>
<b>2.2 Letak Geografis .....</b>	<b>39</b>
<b>2.3 Kondisi Demografis .....</b>	<b>42</b>
<b>2.4 Profil Padukuhan Joho.....</b>	<b>47</b>
1. Kondisi Geografis .....	47
2. Keadaan Demografi .....	50
3. Sarana dan Prasarana .....	52
4. Kelembagaan .....	54
5. Potensi Ekonomi .....	55
6. Kondisi Sosial Budaya .....	56
<b>BAB III.....</b>	<b>57</b>
<b>SAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>57</b>
3.1. Deskripsi Narasumber .....	57
3.2 Temuan Data .....	58
a. Komunikasi Pemberdayaan di Padukuhan Joho .....	59
b. Sudut Pandang dan Penilaian Mengenai Komunikasi Pemberdayaan di Padukuhan Joho .....	59
c. Harapan Untuk Komunikasi Pemberdayaan di Padukuhan Joho .....	60
3.3 Sajian Data .....	62
3.4 Pelaksanaan Penelitian.....	62
1. Hasil Penelitian .....	63
2. Model Komunikasi dalam Pemberdayaan UMKM .....	63
3. Evaluasi Berdasarkan Aspek Utama Komunikasi Pemberdayaan .....	67
4. Hambatan dan Tantangan dalam Komunikasi Pemberdayaan UMKM	69
5. Dukungan Pemerintah Kalurahan Condongcatur Dalam Pertumbuhan dan Keberlanjutan UMKM di Padukuhan Joho.....	70
6. Strategi Adaptasi dalam Model Komunikasi .....	71
7. Dampak Model Komunikasi terhadap UMKM.....	73
<b>BAB IV .....</b>	<b>76</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>

<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>83</b>
<b>DOKUMENTASI PENELITIAN.....</b>	<b>88</b>

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Kalurahan Condongcatur terletak di wilayah Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Wilayah Kalurahan ini memiliki luas sekitar ±950 Hektar. Kalurahan Condongcatur berdiri sejak tahun 1946, hasil dari penggabungan empat Kalurahan, yaitu Manukan, Gorongan, Gejayan, dan Kentungan. Selain itu, Kalurahan Condongcatur terdiri dari beberapa padukuhan yang membentuk wilayah administratifnya. Adapun jumlah padukuhan dalam kalurahan tersebut sebanyak 18 Padukuhan, 64 RW, dan 211 RT dan salah satunya ialah Padukuhan Joho.

Kalurahan Condongcatur berada di lokasi yang sangat strategis secara geografis karena dilalui oleh Jalan Arteri Utara, yang membantu pertumbuhan ekonomi melalui transportasi dan perhubungan. Kalurahan Condongcatur berbatasan dengan Desa Minomartani Kapanewon Ngaglik di sebelah utara, Desa Maguwoharjo Kapanewon Depok di sebelah timur, Desa Caturtunggal Kapanewon Depok di sebelah selatan, dan Desa Sinduadi Kapanewon Mlati di sebelah barat, dengan jumlah penduduk sekitar ±49.137 jiwa. Salah satu Padukuhan yang ada di Kalurahan Condongcatur ialah Padukuhan Joho yang merupakan salah satu dari 18 Padukuhan di Kalurahan Condongcatur, Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Wilayah Padukuhan Joho tersebut memiliki luas sekitar 23 Ha dengan ketinggian 250 mdpl. Dalam Padukuhan

Joho tersebut memiliki 4 RW dan 10 RT dengan jumlah penduduk 3.383 jiwa. Dalam sumber data buku proklam Padukuhan Joho sekitar 80% penduduk Padukuhan Joho sebagian besar merupakan pengusaha atau wiraswasta.

Dalam memajukan kesejahteraan umum merupakan salah satu tujuan negara yang tercantum dalam pembukaan Undang-undang Dasar 1945. Semua warga negara Republik Indonesia berhak memiliki hak yang sama untuk mendapatkan kesejahteraan sosial dan kehidupan yang layak sesuai dengan asas keadilan sosial. Oleh sebab itu semua warga negara memiliki kesamaan dalam berusaha sebagai upaya secara sah memperoleh kesejahteraan dan kehidupan yang layak tanpa membedakan atas dasar strata ekonomi. Berdasarkan Peraturan Bupati Sleman Nomor 26 tahun 2020 tentang Pedoman Pembentukan Forum Komunikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dimaksudkan untuk mewujudkan sinergitas antara pelaku usaha, pemangku kepentingan dan Pemerintah Daerah tentunya selaku pembina dengan tujuan untuk meningkatkan usaha bagi UMKM atau yang dinamakan UMKM naik kelas.

Dalam rangka mendukung masyarakat dalam memberdayakan usahanya, perlu adanya sebuah wadah yang formal sebagai sarana konsultasi, fasilitasi, advokasi serta penyedia informasi yang dibutuhkan dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM. Kalurahan Condongcatur tentunya memiliki beragam potensi perekonomian mulai dari Sektor ekonomi kreatif yang merupakan hal yang sangat penting

karena menjadi sumber pertumbuhan ekonomi, dan biasanya Kalurahan tersebut mengadakan kegiatan UMKM berupa Pelatihan Pemasaran dengan *E-commerce*, Pembinaan Kunjungan Pabrik Oriflakes, Inkubasi Bisnis, Gelar Potensi, Gelar Budaya, Condongcatur Expo, Pasar rakyat Condongcatur, Pameran Kementerian PUPR, dan lain sebagainya. Dalam Hal ini Jenis-jenis Usahanya berupa Kuliner, Fashion, Craft, dan Beauty. Seperti terkhususnya di Padukuhan Joho yang terdiri dari 4 RW yang masing-masing memiliki identitas yang sangatlah unik terdiri dari RW 57 dijuluki dengan Kampung kebangsaan, RW 58 dijuluki dengan Kampung ramah anak, RW 59 dijuluki dengan Kampung Budaya, dan yang terakhir ialah RW 60 dijuluki dengan Kampung Sentra Industri.

Menariknya di RW 60 Kampung Sentra Industri menjadi salah satu kebanggaan Padukuhan Joho. Banyak dari warga ataupun masyarakat dari Padukuhan Joho ini memiliki usaha konveksi terutama dalam memproduksi topi. Topi buatan Padukuhan Joho ini telah dikenal hingga berbagai daerah, salah satu unggulan didaerah Padukuhan Joho sendiri adalah Kampung Sentra Industri yang berawal dari pengusaha-pengusaha konveksi yang dulunya merupakan karyawan-karyawan dari perusahaan konveksi datang di Padukahan Joho, kemudian menikah dengan orang Joho dan setelah itu mendirikan berbagai usaha konveksi di Padukuhan Joho dan setelah berkembang pengusaha-pengusaha tersebut kemudian mengajak warga ataupun saudara dan kerabat dari luar kota yang rata-rata berdomisili di Jawa Barat, dan kemudian dari ajakan tersebut berkembanglah usaha-usaha

lainnya seperti usaha rumahan. Usaha Konveksi yang ada di Padukuhan Joho ini pada tahun 2015, Kampung Sentra Industri Padukuhan Joho tersebut sudah mendapatkan SK dari Bupati Sleman sebagai Kampung Sentra Industri Konveksi sehingga terciptalah Kampung Sentra Industri Konveksi di Padukuhan Joho ini dan Sejarah konveksi dipadukuhan ini dimulai sejak tahun 1970 dengan tekad dan kerja keras para pengrajin.

Dengan banyaknya pusat kerajinan, kuliner dan industri serta pariwisata yang ada, sehingga dengan adanya sektor ekonomi kreatif yang ada diharapkan menjadi peluang investasi. Industri kreatif sendiri merupakan sinergi antara pariwisata, budaya dan UMKM yang merupakan sebuah potensi dan keunggulan dari Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur dapat menjadi *Centre of Excellence* (pusat keunggulan) untuk industri kreatif nasional karena menjadi tempat kelahiran beberapa seniman yang sekaligus menjadi penggerak di sektor kreatif, menjadi tempat pendidikan formal dan tumbuhnya komunitas seni, sentra industri kecil dan industri kreatif berbasis masyarakat.

Kalurahan Condongcatur memang tidak bisa dilepaskan dari sejarah Yogyakarta sebagai kota pelajar, kota budaya, dan kota wisata pada umumnya. Didukung dengan kreativitas sumber daya manusia dan teknologi terkini Kalurahan Condongcatur mampu menembus pasar ekspor karena dengan adanya kreatifitas sumber daya manusia dan teknologi mampu menghasilkan kualitas yang tinggi. Seperti Pasar Kolombo.id yang merupakan peluncuran untuk layanan berbelanja secara

online merupakan sebuah inovasi baru dengan memanfaatkan teknologi di era digital disamping itu tetap melayani offline Pasar Kolombo menambah layanan belanja online yang diluncurkan saat pandemi Covid-19. Industri kreatif dan ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor unggulan di Kalurahan Condongcatur. Saat ini sektor kerajinan tumbuh sangat pesat ditandai dengan produk yang menjadi komoditas lokal maupun ekspor ke berbagai negara. Kalurahan Condongcatur memiliki beragam industri seperti industri kerajinan. Sektor industri di Kalurahan Condongcatur berupa potnsi dan produk usaha berupa Pasar Kolombo dimana Pemerintah Kalurahan Condongcatur menghadirkan kemudahan dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari utamanya sayur mayur yang dipasok langsung dari KWT dan Masyarakat Kalurahan Condongcatur untuk meningkatkan nilai jual dan perekonomian yang meningkat, mengadakan JPSM Condongcatur dimana hal ini merupakan wadah komunikasi, koordinasi dan silahturahmi berbagai pemangku kepentingan dalam usaha mewujudkan Kalurahan Condongcatur Resik (Bersih).

Semakin berkembangnya sector ekonomi kreatif di Kalurahan Condongcatur mampu mendorong peluang investasi seperti : Pasar atau toko barang seni, Pengembangan industri konveksi berupa (topi, baju dan lain sebagainya), Fashion. Kalurahan Condongcatur juga terkenal dengan batiknya maka tidak salah jika pengembangan fashion batik bisa lakukan dan akan menarik para wisatawan yang berkunjung di Kalurahan Condongcatur, Industri berbasis teknologi informasi, Industri kreatif

kebudayaan dan pariwisata, Banyak kalangan menilai bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan pendekatan yang paling efektif dalam mewujudkan masyarakat madani (*civil society*) dengan menempatkan masyarakat sebagai pusat dan penggerak utama pembangunan.

Oleh karena itu, keberhasilan program pemberdayaan perlu diupayakan secara serius dan cermat. Dalam pelaksanaannya, terdapat berbagai faktor yang memengaruhi efektivitas pemberdayaan, salah satunya adalah komunikasi. Proses komunikasi yang terlibat dalam pemberdayaan masyarakat perlu menjadi perhatian utama dalam setiap tahap pelaksanaannya. Proses komunikasi merupakan aspek penting, yang membedakannya dari strategi atau pendekatan pembangunan yang lainnya. Komunikasi dalam konteks pemberdayaan masyarakat merupakan kajian komunikasi yang berfokus pada proses pembangunan dengan menekankan pentingnya partisipasi aktif dari masyarakat. Karena itu, pola komunikasi yang digunakan dalam pemberdayaan lebih mengarah pada bentuk interaksi dua arah yang bersifat timbal balik dan transaksional, bukan sekadar penyampaian pesan secara satu arah atau linear.

Dalam proses pemberdayaan, masyarakat diposisikan sebagai subjek utama dalam setiap aktivitas atau proyek pembangunan, dengan mempertimbangkan seluruh aspek kemanusiaan dimulai dari harapan, aspirasi, potensi, nilai-nilai, budaya, hingga peradaban. Ketika gagasan pembangunan dan pemberdayaan ini dikaitkan dengan sektor ekonomi tertentu seperti UMKM, maka lahirlah pendekatan baru berupa

pembangunan UMKM yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat desa.

Oleh karena itu, pendekatan komunikasi dalam konteks ini membutuhkan kajian yang lebih mendalam dan spesifik, terutama dalam hal penyampaian pesan, konteks komunikasi yang unik (menyesuaikan budaya lokal masyarakat desa dengan sentuhan modernitas), serta bentuk kegiatan komunikasi yang berbeda. Hal ini juga mencakup pemilihan media komunikasi, pola hubungan yang perlu dibangun, dan berbagai elemen komunikasi lainnya.

Pemberdayaan masyarakat tidak hanya berfokus pada peningkatan individu, tetapi juga ada penguatan lembaga-lembaga sosial yang ada. Penanaman nilai-nilai modern seperti kerja keras, hidup hemat, keterbukaan, tanggung jawab, pembaruan lembaga sosial, serta integrasi nilai-nilai tersebut ke dalam pembangunan dan peran aktif masyarakat menjadi inti dari proses pemberdayaan. Peningkatan partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan pribadi maupun bersama sangatlah penting.

Selain itu, pemberdayaan juga berarti memberikan perlindungan agar kelompok yang lemah tidak semakin terpinggirkan akibat ketidakmampuan bersaing dengan kelompok yang lebih kuat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Di Padukuhan Joho, yang terletak di wilayah Yogyakarta, terdapat potensi besar untuk mengembangkan UMKM berbasis lokal. Namun, pelaku UMKM di desa ini masih menghadapi berbagai kendala seperti

terbatasnya akses ke pasar, minimnya inovasi produk, serta kurangnya pengetahuan dan keterampilan. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan upaya pemberdayaan yang dilakukan melalui komunikasi yang efektif.

Komunikasi pemberdayaan menjadi salah satu pendekatan yang dianggap mampu meningkatkan partisipasi dan kemandirian masyarakat. Dengan komunikasi yang tepat para pelaku UMKM di Padukuhan Joho dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola usaha, memperluas jaringan, serta meningkatkan kualitas produk dan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan komunikasi pemberdayaan dan dampaknya terhadap kemajuan UMKM di Padukuhan Joho. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di desa-desa seperti Padukuhan Joho. Efektivitas komunikasi antara pelaku UMKM dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, konsumen, dan komunitas, sangat menentukan daya saing dan keberlanjutan usaha. Dalam hal ini, komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan.

Perekonomian di Padukuhan Joho didominasi oleh aktivitas konveksi dan usaha rumahan. Wilayah ini juga dilengkapi dengan fasilitas ekonomi, seperti Pasar Colombo, yang memiliki lima gedung pertemuan yang digunakan untuk berbagai kegiatan masyarakat, serta terdapat 117 unit pertokoan dan 24 warung makan yang tersebar di Padukuhan Joho. Selain

itu, sebagian warga bekerja sebagai petani dan aktif dalam Kelompok Wanita Tani (KWT) di masing-masing padukuhan.

Kesuburan tanah di daerah ini memungkinkan budidaya berbagai tanaman pangan, seperti padi, jagung, dan sayuran. Selain sektor pertanian, sejumlah warga juga menjalankan usaha kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kerajinan tangan dan produk lokal, termasuk industri kerajinan batik yang berkembang pesat. Komunikasi yang berjalan dengan baik sangat membantu pelaku UMKM dalam memperluas jaringan, memasarkan produk secara lebih luas, serta meningkatkan mutu pelayanan kepada konsumen. Di era digital, pemanfaatan platform daring dan media sosial menjadi alat penting bagi UMKM untuk memperluas pasar dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Namun, penggunaan teknologi komunikasi ini masih belum optimal di kalangan pelaku UMKM Padukuhan Joho. Oleh sebab itu, penelitian ini diperlukan untuk mengetahui sejauh mana peran komunikasi dalam pemberdayaan UMKM di Padukuhan Joho serta mengidentifikasi hambatan-hambatan komunikasi yang ada dan cara mengatasinya.

Peranan Komunikasi Pemberdayaan UMKM sangat penting dalam menjaga pertumbuhan ekonomi di Perkotaan maupun di pelosok-pelosok pedesaan, sehingga UMKM memiliki kontribusi yang sangat signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, regional, bahkan nasional. (Sya'bani & Azizah, 2021) bahwa eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan

terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. (Khikmawati et al 2022), Alasan lainnya adalah usaha mikro dan kecil memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumber daya alam dan padat karya, utamanya pada sektor pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan rumah makan atau restoran.

Sektor UMKM saat ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, terlihat dari semakin banyaknya masyarakat yang terlibat dalam kegiatan usaha, baik mereka yang sudah memiliki pekerjaan tetap maupun yang belum. Di beberapa daerah, UMKM bahkan berperan penting dalam pengembangan ekonomi lokal. Namun, terdapat berbagai kendala yang menghambat perkembangan UMKM, salah satunya adalah komunikasi organisasi yang kurang efektif, baik dalam komunikasi internal antar anggota maupun komunikasi eksternal dengan pihak luar yang terkait dalam pengelolaan UMKM. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan untuk menjalankan komunikasi organisasi secara efektif, baik internal maupun eksternal, guna meningkatkan kerjasama di dalam UMKM, memperluas jaringan pasar, meningkatkan akses terhadap sumber daya, serta membuka peluang baru.

Pemberdayaan UMKM ditengah harus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya

manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran, Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto,2011). Salah satu langkah strategis yang dilakukan dalam memasarkan produk UMKM adalah dengan memanfaatkan komunikasi pemasaran.

Upaya ini dilakukan untuk menyampaikan pesan kepada konsumen dimanapun calon konsumen. (Putra, 2016) Berbagai saluran komunikasi pemasaran yang sudah dimanfaatkan diantaranya melalui saluran penjualan personal, promosi penjualan, pemasaran langsung dan publisitas pesan yang disampaikan sesuai dengan isemangat ipara pengrajin yaitu Muda, Berkualitas, dan Inovatif. Adanya berbagai macam kekurangan dan hambatan yang dialami oleh para pelaku UMKM tersebut, dapat dikatakan bahwa Pemberdayaan UMKM merupakan suatu keharusan untuk membangun perekonomian rakyat. Pelaksanaan program pemberdayaan ekonomi desa berbasis komunitas menuntut patrisipasi semua pihak. UMKM menjadi salah satu acuan dalam kemajuan perekonomian daerah. Kemajuan UMKM tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya bagaimana organisasi tersebut membentuk dan membangun jaringan didalamnya.

Dalam pengembangannya, UMKM tidak hanya menjadi tanggungjawab pemerintah, melainkan juga menjadi tugas pihak internal sehingga bisa bekerjasama dengan pemerintah. Sayangnya banyak kendala yang dihadapi bagi penggerak UMKM, salah satunya adalah kendala biaya, akses untuk meluaskan jaringan atau bahkan konflik internal. Dari sini kita perlu mengetahui apa saja yang telah dilakukan oleh organisasi setempat baik internal maupun eksternal dalam menanggulangi ataupun meminimalisir kendala yang ada.

Pemberdayaan merupakan serangkaian kegiatan untuk memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat termasuk individu-individu yang mengalami masalah kemiskinan. Pemberdayaan masyarakat sebagai suatu pemikiran yang tidak dapat dilepaskan dari paradigma pembangunan yang berpusat pada rakyat. Setiap upaya pemberdayaan harus diarahkan pada pencapaian suatu lingkungan yang memungkinkan masyarakat untuk menikmati kehidupan yang jauh lebih baik. Pemberdayaan senantiasa mempunyai dua pengertian yang saling terkait. Pemberdayaan menunjuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh Kalurahan Condongcatur. Secara kewilayahan, Padukuhan Joho mempunyai wilayah seluas 23 Ha, dengan jumlah penduduk ± 3.383 jiwa , dengan jumlah 10 RT yang terdiri dari : RT 01/RW 57 (Jurugsari), RT 02/RW57 (Jurugsari), RT 03/RW 58 (Umbulsari), RT 04/RW 58 (Kolombo), RT 05/ RW 59 (Sengkan), RT 06/RW 59 (Sengkan), RT 07/RW

59 (Sengkan), RT 07/ RW 60 (Joho), RT 08/RW 60 (Sambisari), RT 09/RW 60 (Perum Grha Palem Indah).

Dan Batas wilayah Padukuhan Joho tersebut yaitu sebelah Timur yang merupakan Padukuhan Gejayan, sebelah Barat merupakan Padukuhan Kentungan dan Padukuhan Kayen, sebelah Utara merupakan Padukuhan Ngabean dan di sebelah Selatan merupakan Padukuhan Pikgondang. Keadaan Demografis dalam Padukuhan Joho berdasarkan jenis kelamin berjumlah 3.383 yang terdiri dari laki-laki berjumlah 1.785 dan perempuan berjumlah 1.598 jiwa dapat disimpulkan bahwa di Padukuhan Joho lebih dominan laki-laki.

## **B. Rumusan Masalah**

Berangkat dari latar belakang masalah yang terjadi di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta, maka peneliti menetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Model komunikasi pemberdayaan yang diterapkan dalam upaya UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur ?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi dalam penerapan komunikasi pemberdayaan bagi UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur?
3. Bagaimana dukungan pemerintah setempat dalam berkontribusi terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui model komunikasi pemberdayaan terhadap UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur
2. Mengetahui hambatan yang dihadapi dalam penerapan komunikasi pemberdayaan bagi UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur
3. Mengetahui dukungan pemerintah setempat dalam berkontribusi terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik langsung maupun tidak langsung bagi semua pihak. Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapakan dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi dan bisa menjadi referensi bagi pembaca berkaitan dengan peran perempuan terhadap peningkatan UMKM.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### a). Bagi masyarakat Padukuhan Joho

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi Padukuhan Joho dalam mendukung dan melancarkan segala kegiatan UMKM Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur.

b). Bagi pelaku UMKM Padukuhan Joho

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur bertujuan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan peningkatan penjualan hasil usaha dari pegiat UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur.

c). Bagi Pemerintah Setempat

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan partisipasi antar Pemerintah di Padukuhan Joho dalam memfasilitasi dan menjadi pintu utama bagi masyarakat sekitar terutama para pegiat UMKM.

## E. Kerangka Teori

### a). Teori Model Komunikasi

Model komunikasi merupakan representasi teoritis yang menggambarkan bagaimana proses komunikasi berlangsung. Biasanya model ini terdiri dari beberapa elemen utama seperti :

- a. Sumber : Merupakan pihak yang mengirimkan pesan
- b. Pesan : Informasi atau isi yang disampaikan
- c. Saluran : Media atau cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan
- d. Penerima : Pihak yang menerima pesan

Dan juga merupakan sebuah konsep atau gambaran abstrak tentang bagaimana proses komunikasi berlangsung dan dipahami oleh pelaku komunikasi. Model tersebut menggambarkan tentang bagaimana pesan

dikirim, diterima, dan diproses oleh penerima serta faktor-faktor yang mempengaruhi proses komunikasi. Sebuah model yang membantu dalam mengorganisasikan data-data sehingga dapat tersusun kerangka konseptual tentang apa yang akan diucapkan atau dituliskan kerap sekali model-model teoritis, termasuk ilmu komunikasi, digunakan untuk mengekspresikan definisi komunikasi, bahwa komunikasi adalah proses transmisi dan resensi informasi antara manusia melalui aktifitas encoder yang dilakukan pengirim dan decoder terhadap sinyal yang dilakukan oleh penerima.

Beberapa model komunikasi menurut para ahli yaitu :

#### 1. Model Laswell (*Laswell, 1948*)

Pertama kali dicetuskan pada tahun 1948 oleh Harold Hasswell dimana pada intinya komunikasi itu merupakan sebuah pengungkapan verbal. Ada unsur-unsur di dalamnya seperti misal *who, says what, in which channel, to whom, with what effect*. Komunikasi dipandang sebagai sebuah proses yang holistik dan berkaitan dengan pengungkapan verbal tersebut.

#### 1. Model Aristoteles (*Aristotle, 2007*)

Dikenal juga sebagai model komunikasi restoris (*rethorical model*). Ini merupakan salah satu model komunikasi klasik dimana komunikasi dianggap terjadi ketika pembicara menyampaikan sesuatu pada khalayak umum dalam rangka mengubah perilaku khalayak tersebut. Model ini menganggap komunikasi sebagai sesuatu yang statis.

#### 2. Model Shannon dan Weaver (*Shannon&Weaver, 1949*)

Model komunikasi ini merupakan model Shannon dan Weaver. Dalam buku mereka yaitu *Mathematical Theory of Communication* pada tahun 1949, dimana pada intinya komunikasi akan dilihat dari bagaimana tingkat kecermatan dalam penyampaian informasi. Pesan akan disampaikan dalam bentuk sandi tertentu, dan bagaimana pesan tersebut bisa diterima baik oleh penerima pesan merupakan fokus utama dari model komunikasi ini.

### 3. Model Stimulus Respon (*Hovland, Janis & Kelley, 1953*)

Model stimulus respon merupakan model yang paling dasar. Aliran psikologi behavioristik cukup mempengaruhi adanya model stimulus respon ini. Proses aksi reaksi yang sederhana terjadi dalam komunikasi dan ini menjadi sesuatu yang memang bisa terjadi dalam komunikasi.

### 4. Model Gerbner

Elaborasi dari model komunikasi Lasswell adalah model Gerbner (1956). Dalam model komunikasi ini, ada dua macam model verbal dan model diagrametik. Masing-masing model tersebut memiliki seperangkat unsur tersendiri yang juga sama-sama berbeda dan memiliki karakteristik tersendiri.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa model komunikasi adalah merupakan representasi atau kerangka yang menggambarkan bagaimana proses komunikasi berlangsung antara pengirim dan penerima pesan melalui saluran tertentu, dengan kemungkinan adanya gangguan dan umpan balik. Model ini membantu

dalam memahami berbagai aspek komunikasi, termasuk efektivitas penyampaian pesan, hambatan yang mungkin terjadi, serta cara meningkatkan kejelasan dan pemahaman dalam interaksi.

### b). Teori Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah proses pertukaran dan pemahaman infomasi antara dua pihak atau lebih dimana dalam proses tersebut melibatkan pengirim pesan, penerima pesan, dan saluran komunikasi. Berdasarkan uraian diatas peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses dimana komunikator menyampaikan pesan yang berupa ide, gagasan, pemikiran kepada komunikan memelalui media tertentu yang efisien untuk memberikan pengertian atau makna yang sama terhadap komunikan sehingga komunikan memperoleh pengaruh dan mengalami perubahan tingkah laku yang sesuai dengan komunikator.

Penulis dapat menyimpulkan komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebaginya melalui symbol atau lambing yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu. Untuk dapat berkomunikasi dengan baik, kita tidak hanya memahami prosesnya tetapi kita mampu menyampaikan informasi yang mau disampaikan dengan baik. Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikasi yang itu terjadi. Menurut Harold D. Lasswell dalam Heru Puji Winarso (2016:10) menyatakan bahwa

komunikasi memiliki 5 unsur penting yang terkait dengan konsep komunikasi yaitu :

1. *Who* (Siapa) dalam konteks ini dipahami sebagai sumber atau infoermasi yang sering disebut sebagai komunikator, yaitu orang baik secara individu maupun kelompok atau institusi yang menyampaikan atau memberikan informasi atau pesan kepada pihak lain.
2. *What* (Apa) unsur ini pada dasarnya merupakan pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan
3. *Which Channel* (Media/Saluran) unsur tersebut berkaitan dengan media atau sarana yang digunakan dalam proses komunikasi itu. Media tersebut berkaitan dengan seluruh alat atau perangkat yang digunakan dalam membantu lancarnya proses komunikasi itu seperti surat kabar, telepon, majalah. Media, televisi, dan internet.
4. *Who* (Siapa) Unsur ini berkaitan dengan siapa yang menerima pesan atau infromasi. Siapa dalam konteks ini biasanya disebut sebagai penerima pesan atau komunikan.
5. *With What Effect* (Akibat yang terjadi) Unsur tersebut berkaitan dengan respon audiens atau khayalak sebagai akibat dari pesan yang disampaikan oleh komunikator.

Menurut Agus M. Hardjana (2016 :15) Komunikasi merupakan kegiatan dimana seseorang menyampaikan pesan melalui media

tertentu kepada orang lain pesan”. dan sesudah menerima pesan kemudian memberikan tanggapan kepada pengirim pesan”.

Menurut Andrew E. Sikula (2017 : 145) “Komunikasi adalah proses pemindahan informasi, pengertian, dan pemahaman dari seseorang, suatu tempat, atau sesuatu kepada sesuatu, tempat atau orang lain”.

Adapun Menurut Deddy Mulyana (2015 : 11) “Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui prilaku verval dan non verbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih”. Berdasarkan pengertian komunikasi menurut para ahli tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi merupakan kegiatan dalam proses pertukaran informasi baik itu berupa rangsangan diskriminatif , untuk mengubah perilaku penerima pesan dalam bentuk pemahaman atau tindakan.

### **c. Teori Pemberdayaan**

Konsep pemberdayaan mencakup pengertian pembangunan masyarakat dan pembangunan yang bertumpu pada masyarakat. Keberdayaan dalam konteks masyarakat merupakan kemampuan inividu yang bersenyawa dalam masyarakat dan membangun keberdayaan masyarakat yang bersangkutan. Pemberdayaan masyarakat tidak dapat bersifat spontan dan terjadi begitu saja, akan tetapi merupakan sebuah aktivitas yang melibatkan berbagai variabel lain sehingga menjadi sebuah upaya yang terencana dan terintegrasi diantar aktor-aktor yang terlibat. Pemberdayaan masyarakat dalam pelaksanaannya membutuhkan kehadiran masyarakat yang tergabung

dalam organisasi-organisasasi lokal, sehingga semakin besar keterlibatan masyarakat dalam organisasi dilingkungan sekitar berpengaruh pada keberhasilan organisasi itu sendiri.

Menurut Mardikanto dan Soebiato yang dikutip oleh Hendrawati Hendrawati Hamid, pemberdayaan sebagai sebuah proses adalah kegiatan yang dilakukan untuk memperkuat dan mengoptimalkan kemampuan dan keunggulan bersaing kelompok masyarakat lemah yakni individu-individu yang memiliki permasalahan kemiskinan. Sebagai sebuah proses, pemberdayaan merujuk pada kemampuan untuk berpartisipasi, memperoleh kesempatan dan mengakses sumber daya dan layanan yang dibutuhkan secara inividu ataupun kelompok guna memperbaiki kualitas hidupnya.

Menurut Gunawan yang dikutip oleh Hendrawati Hamid Pemberdayaan masyarakat, dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan kelompok untuk mengorganisasikan diri dalam membuat perencanaan guna mencari jalan penyelesaian masalah yang sedang dihadapi atau memenuhi kebutuhan hidup sesuai dengan sumber daya yang dimiliki Pemberdayaan masyarakat tidak dapat bersifat spontan dan terjadi begitu saja, akan tetapi merupakan sebuah aktivitas yang melibatkan berbagai variabel lain sehingga menjadi sebuah upaya yang terencana dan terintegrasi diantara aktor-aktor yang terlibat.

Menurut Sutoro Eko (2002) Pemberdayaan merupakan proses mengembangkan, memandirikan, mensadiwarakan, memperkuat posisi

tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan-kekuatan penekan di segala bidang dan sektor kehidupan. Konsep pemberdayaan (masyarakat desa) dapat dipahami juga dengan dua cara pandang. Pertama, pemberdayaan dimaknai dalam konteks menempatkan posisi berdiri masyarakat. Posisi masyarakat bukanlah obyek penerima manfaat (beneficiaries) yang tergantung pada pemberian dari pihak luar seperti pemerintah, melainkan dalam posisi sebagai subyek (agen atau partisipan yang bertindak) yang berbuat secara mandiri. Berbuat secara mandiri bukan berarti lepas dari tanggungjawab negara. Pemberian layanan publik (kesehatan, pendidikan, perumahan, transportasi dan seterusnya) kepada masyarakat tentu merupakan tugas (kewajiban) negara secara given. Masyarakat yang mandiri sebagai partisipan berarti terbukanya ruang dan kapasitas mengembangkan potensi-kreasi, mengontrol lingkungan dan sumberdayanya sendiri, menyelesaikan masalah secara mandiri, dan ikut menentukan proses politik di ranah negara (Sutoro Eko, 2002). Menurut Sumardjo (2003) pemberdayaan merupakan adalah suatu proses pengembangan kesempatan, kemauan/motivasi, dan kemampuan masyarakat untuk dapat akses terhadap sumberdaya, sehingga meningkatkan kapasitasnya untuk menentukan masa depan sendiri dengan berpartisipasi dalam mempengaruhi dan mewujudkan kualitas kehidupan diri dan komunitasnya.

#### **d. Teori Komunikasi Pemberdayaan**

Kemunculan paradigma baru komunikasi pembangunan ditandai dengan adanya kesadaran bahwa proses komunikasi dalam pembangunan harus berpedoman pada kemampuan masyarakat dalam pembangunan harus berpedoman pada kemampuan masyarakat dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengevaluasi pembangunan. Dalam hal ini masyarakat bukanlah objek pembangunan oleh sebab itu partisipasi masyarakat merupakan faktor yang sangat penting, komunikasi dilaksanakan secara *convergen*, interaksi komunikasi dilakukan secara lebih demokratis dan partisipatif (Yuli Setyowati, 2023).

Kehadiran teori komunikasi pemberdayaan sekaligus ingin menjawab kecemasan mendasar pada proyek kapitalisme yang masuk ke berbagai ruang oleh karena itu, urgensi dari kehadiran teori komunikasi pemberdayaan guna menjawab apa yang terjadi masalah pokok dari pembangunan, Teori ini berusaha melihat secara dalam proses pembangunan yang sering kali mengabaikan kehadiran masyarakat di sekitar.

Tanggung jawab sosial yang selama ini berusaha didorong oleh pembangunan hanya terpusat pada keuntungan sehingga proses pembangunan, kurang mendapat perhatian dalam segi pembangunan teori komunikasi pemberdayaan dapat menjadi jembatan dari konsep pembangunan, konsep pemberdayaan dan jembatan itu kemudian dapat dilihat dari bagaimana komunikasi berperan penting dalam proses ini.

Menurut Chambers (Dalam Indardi : 2016) pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial yang mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni yang bersifat “*people centered development, participatory, empowering, and sustainable*”.

Konsep ini berkembang dari beberapa pemikiran tentang *alternative development*, salah satunya adalah pemikiran Friedman yang menghendaki adanya “*inclusive democracy, appropriate economic growth, gender equity and intergenerational equity*”.

#### e. Teori UMKM

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), atau juga disebut sebagai usaha kecil dan menengah (UKM) adalah jenis perusahaan di Indonesia yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-undang No.20 tahun 2008. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Merupakan salah satu prioritas pengembangan di setiap Negara. Hal ini disebabkan oleh besarnya subangsih UMKM terhadap negara, terkhususnya dalam bidang ekonomi dan sosial. Selain eningkatkan pertumbuhan ekonomi Negara, UMKM sangat berperan dalam penyerapa teaga kerja sektor infromal dan pemerataan pendapatan masyarakat, khususnya di daerah. Oleh karen itu, berbagai kebijakan dan program pendukung telah dirumuskan dn diimplementasikan oleh pemerintah.

Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian terus menyosialisasikan berbagai manfaat dari Undang-Undang No.11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja diyakini akan meningkatkan minat masyarakat dalam membangun usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) karena menciptakan kemudahan dalam perizinan. Undang-undang cipta kerja juga mendorong penguatan ekosistem UMKM dan *e-commerce* melalui berbagai macam kemudahan. Diantaranya terkait dengan perizinan, sertifikasi, pembiayaan, akses pasar, pelatihan, infrastruktur digital, penyelenggaraan sistem serta transaksi elektronik , serta iklim berusaha di sektor *e-commerce*.

Salah satu substansi utama dari UU Cipta Kerja adalah harmonisasi berbagai regulasi dan aturan serta simplifikasi dan kemudahan dalam sistem perizinan. Dalam sistem perizinan yang sebelumnya terkesan belum terintegrasi, kurang harmonis, cenderung tumpang tindih dan bersifat sektoral, sekarang menjadi lebih sederhana, mudah dan menciptakan kepastian layanan bagi masyarakat dan dunia usaha. Setelah UU Cipta Kerja diimplementasikan, sektor perizinan berusaha akan mengadopsi sistem yang menggunakan pendekatan berbasis resiko. Jadi usaha yang memiliki resiko rendah cukup melakukan pendaftaran yang kemudian akan mendapat Nomor Induk Berusaha (NIB) sedangkan untuk usaha dengan resiko menengah harus memenuhi standar yang disusun dalam Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) dan untuk usaha dengan resiko tinggi, harus memenuhi

persyaratan dan menggunakan izin tertentu. Tingkatan resiko usaha ditentukan berdasarkan parameter berbagai aspek, terutama dari bagian resiko Kesehataan, Keselamataan, Keamanan dan Ligkungan (K3L).

Perizinan yang cenderung sulit, berbelit0belit serta tidak ada kepastian waktu dan biaya, akan menurunkan minat masyarakat untuk memulai usaha, dan menyulitkan serta membenani para pelaku usaha (Terutama UMKM) dalam mendapatkan perizinan dan legalitas usaha, sehingga akan meyulitkan juga akses pinjaman ke lembaga keuangan dan perbankan. Dengan adanya perubahan dan perbaikan dalam perizinan berusaha ini, untuk para pengusaha UMKM, akan mendapatkan berbagai kemudahan dan tidak lagi mengalami proses yang rumit dan membebani mereka.

UU Cipta Kerja membebaskan biaya perizinan untuk usaha mikro, sementara untuk usaha kecil diberikan keringanan, Selain itu, setifikasi halal untuk UMKM juga tidak dikenakan biaya. Pemerintah juga memberikan prioritas produk dan jasa UMKM dan koperasi sedikitnya 40% dalam pengadaan barang dan jasa pemerintah. UU Cipta Kerja menunjukkan keberpihakan pemerintah kepada pelaku UMKM sebagai penggerak dan tulang punggung perekonomian Indonesia. UMKM terbukti merupakan usaha yang memiliki daya tahan sangat tinggi, terutama pada saat menghadapi situasi ketidakpastian ekonomi global dan sulitnya perekonomian nasional. Pemerintah membantu pengelolaan terpadu UMKM melalui sinergi pemerintah pusat, daerah

dan *stakeholders* terkait. Selain itu, pemerintah juga dapat memerlukan pendampingan berupa dukungan manajemen, Sumber Daya Manusia, anggaran dan sarana prasarana.

Peranan UU Cipta Kerja Dalam Digitalisasi UMKM UU Cipta Kerja juga mengatur penguatan ekosistem *e-commerce*, yang dapat mendukung upaya digitalisasi UMKM, meliputi antara lain percepatan perluasan pembangunan infrastruktur *broadband*, dimana pemerintah pusat dan daerah memfasilitasi dan memudahkan dalam membangun infrastruktur telekomunikasi. “Pemerintah mengatur kewajiban *sharing* infrastruktur pasif dan juga kerja sama pemanfaatan infrastruktur aktif. Pemerintah juga mengatur penetapan tarif batas atas dan bawah untuk melindungi kepentingan masyarakat dan persaingan usaha yang sehat. Menteri Perekonomian menerangkan, “Pelaku UMK merupakan pelaku usaha yang memiliki daya tahan dan daya juang tinggi di Indonesia”.

Karena itu, Pemerintah terus mendorong agar pelaku UMKM di Indonesia terus meningkatkan pemanfaatan teknologi di tengah perkembangan ekonomi digital yang sangat cepat, sehingga memiliki daya saing tinggi, dapat naik kelas, serta mampu menjangkau ekspor dan pasar internasional. “Kemudian dengan datangnya vaksin dan akan dimulainya vaksinisasi, diharapkan akan mebangun rasa aman dan optimisme para pelaku usaha, seiring dengan meningkatnya kepercayaan diri masyarakat, yang selama beberapa bulan terakhir sudah mengurangi berbagai aktivitas sosial ekonominya. Apalagi karena

pemerintah terus mendorong upaya digitalisasi UMKM, yang merupakan bentuk realisasi dari dua agenda besar pemerintah saat ini, yaitu agenda Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dan Transformasi Digital.

Dengan demikian, diharapkan upaya yang dilakukan pemerintah ini akan dapat merealisasikan potensi ekonomi digital Indonesia. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian dari aktivitas ekonomi masyarakat yang memerlukan perhatian khusus. UMKM memiliki peran yang signifikan dalam struktur perekonomian nasional, termasuk di wilayah pedesaan. Usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari beberapa hal yang perlu dilakukan UMKM agar mampu bertahan dan berkembang perekonomian di Indonesia termasuk masyarakat desa. Ada kesejahteraan jika diperlukan bantuan pemerintah sifatnya adalah memperlancar.

UMKM dapat dianggap sebagai salah satu alternatif bagi masyarakat untuk bertahan menghadapi krisis, dengan cara terlibat dalam kegiatan usaha kecil, khususnya yang bersifat informal. Melalui partisipasi ini, masalah pengangguran dapat sedikit teratas dan berdampak positif pada peningkatan pendapatan. Namun, terkadang usaha kecil dan menengah di daerah pedesaan mengalami penurunan daya beli masyarakat, yang berpotensi menyebabkan usaha tersebut mengalami kebangkrutan.

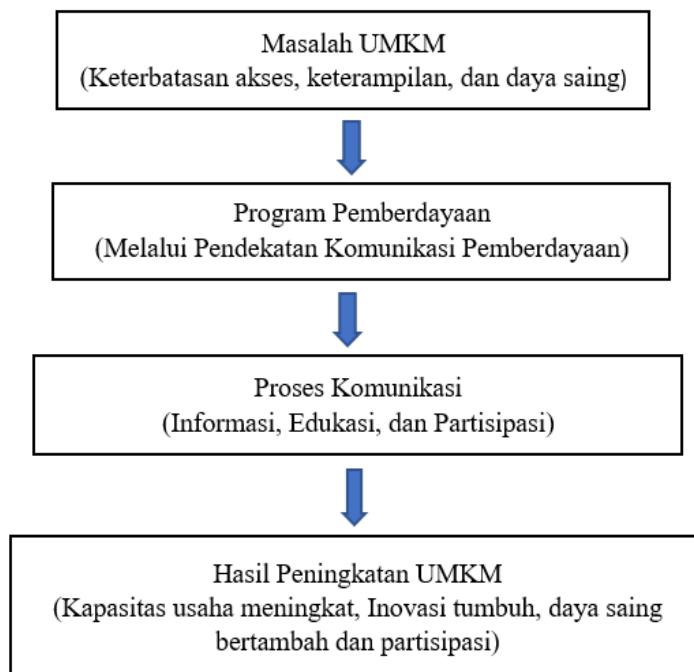
Pemerintah berperan dalam memfasilitasi serta menumbuhkan jiwa kewirausahaan melalui pemberdayaan masyarakat, dengan tujuan menjadikan setiap individu sebagai pengusaha UMKM yang kreatif, penuh inisiatif, dan mandiri. Sasaran utama dari pemberdayaan ini adalah agar masyarakat menjadi lebih berdaya dan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya secara mandiri hingga mencapai kesejahteraan. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, setiap individu sering dianggap sebagai pelaku UMKM karena kepemilikan UMKM umumnya bersifat perseorangan. Menurut Halim (2020:18), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang menghasilkan barang dan jasa dengan memanfaatkan bahan baku utama yang berasal dari sumber daya alam, bakat, serta karya seni tradisional yang ada di daerah setempat.

Adapun ciri-ciri UMKM antara lain adalah penggunaan bahan baku yang mudah diperoleh, penerapan teknologi sederhana sehingga proses alih teknologi menjadi lebih mudah, serta keterampilan dasar yang umumnya diwariskan secara turun-temurun. UMKM juga bersifat padat karya, mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup besar, dan memiliki peluang pasar yang luas. Sebagian besar produk UMKM dipasarkan di tingkat lokal atau domestik, meskipun ada juga yang memiliki potensi untuk diekspor. Beberapa komoditas tertentu memiliki keunikan yang terkait dengan seni dan budaya daerah setempat, serta

melibatkan masyarakat ekonomi lemah di wilayah tersebut secara ekonomi dan memberikan manfaat yang menguntungkan.

#### F. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kajian teori yang telah dipaparkan diatas, maka tergambaran konsep yang akan dijadikan sebagai acuan untuk melakukan penelitian ini. Untuk mengetahui tentang bagaimana model Komunikasi Pemberdayaan Dalam Peningkatan UMKM Padukuhan Joho tersebut. Dalam hal ini dapat diketahui bahwa:



Gambar 1.1. *Kerangka Berpikir*

## **G. Metode Penelitian**

### **a. Jenis Penelitian**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Wardiyanta (2006:5) yaitu membuat deskripsi atas suatu fenomena sosial atau alam secara sistematik, faktual dan akurat. Penelitian yang digunakan ini juga untuk menjawab pertanyaan peristiwa yang sedang terjadi di masyarakat. Berdasarkan penjelasan penelitian deskriptif diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menjelaskan tentang suatu fenomena yang terjadi sesuai dengan fakta yang akurat. Dalam penelitian ini yang akan di deskripsikan adalah bagaimana eksplorasi model komunikai pemberdayaan dalam bidang pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kapanewon Depok Kabupaten Sleman DIY.

### **b. Lokasi Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti memilih tempat di Padukuhan Joho merupakan salah satu dari 18 padukuhan yang berada di wilayah Kalurahan Condongcatur, Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Alasannya karena Padukuhan Joho tersebut merupakan padukuhan yang dikenal sebagai “Kampung Sentral Industri”.

### **c. Sumber Data**

#### a). Data Primer

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya atau lokasi penelitian. Data ini dianggap sebagai data yang paling murni karena belum mengalami pengolahan statistik apa pun. Keunggulan data primer terletak pada keasliannya, sebab diperoleh langsung melalui interaksi peneliti di lapangan sebagai bagian dari upaya menjawab rumusan masalah penelitian. Untuk mendapatkan data primer, peneliti biasanya menggunakan metode seperti wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumentasi di Padukuhan Ngeblak yang akan menjadi lokasi penelitian.

#### b). Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan secara langsung dari lokasi penelitian, melainkan melalui berbagai sumber tidak langsung seperti penelusuran informasi di internet, jurnal ilmiah, artikel, maupun kajian pustaka. Umumnya, data ini digunakan sebagai pelengkap terhadap data primer yang telah dikumpulkan sebelumnya.

### **d. Teknik Sampling**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *purposive sampling*. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, di mana peneliti secara sengaja memilih

informan yang dianggap paling mengetahui, memahami, serta dapat memberikan informasi mendalam terkait topik penelitian. Adapun kriteria informan yang dipilih adalah:

- a) Pelaku UMKM yang aktif menjalankan usahanya di Padukuhan Joho.
- b) Tokoh atau pihak pemberdaya seperti perangkat kalurahan, pengurus padukuhan, atau asosiasi yang terlibat dalam pemberdayaan UMKM.
- c) Bersedia memberikan informasi secara terbuka dan memiliki pengalaman langsung dalam kegiatan pemberdayaan UMKM di lokasi penelitian.

#### e. Teknik Pengumpulan Data

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), teknik artinya metode atau sistem mengerjakan sesuatu, sedangkan pengumpulan artinya proses, cara, perbuatan mengumpulkan; perhimpunan; pengerahan. Lalu, data berarti keterangan atau bahan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian (analisis atau kesimpulan). Jadi, secara singkat teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan bahan nyata yang digunakan dalam penelitian.

##### a). Observasi

Teknik observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti melalui proses pengamatan langsung dengan menggunakan indera. Hasil dari pengamatan tersebut kemudian

dijadikan dasar untuk menyusun laporan. Tujuan dari observasi adalah memperoleh pemahaman yang faktual dan konkret mengenai suatu peristiwa atau kejadian yang diamati.

Dalam (Bungin, 2017:118) Observasi atau pengamatan merupakan kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit karena itu, observasi merupakan kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindera mata serta dibantu dengan pancaindera lainnya.

### **b). Wawancara**

Wawancara adalah “pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu” (Sugiyono dalam Prastowo, 2011:212). Dalam penelitian ini, wawancara digunakan oleh peneliti sebagai alat utama untuk melakukan pengumpulan data. Dalam penelitian ini, wawancara digunakan oleh peneliti sebagai alat utama untuk melakukan pengumpulan data. Wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan *indept interview* (wawancara mendalam). Melalui wawancara mendalam peneliti dapat secara langsung bertukar informasi sehingga informasi yang didapatkan dapat lebih akurat dan mendalam.

### **c). Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan catatan pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Contoh dokumen berbentuk tulisan adalah catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dalam penelitian ini dokumen yang digunakan adalah foto-foto kegiatan yang dibutuhkan dalam penelitian. Dokumen yang berbentuk karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain (Sugiyono,2016:329). Dengan ini peneliti akan mencari arsip-arsip, laporan ataupun foto yang ada di Padukuhan Joho untuk mendukung data yang dibutuhkan dalam penelitian.

### **f. Teknik Analisis Data**

Setelah peneliti melakukan pengumpulan data, tahap selanjutnya adalah tahap analisis data. Menurut Qomari Teknik analisis data merupakan tahap yang tidak bisa dilupakan dalam proses penelitian dimana dalam tahap ini mengharuskan data yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data, kemudian diolah dan disajikan untuk membantu menjawab permasalahan penelitian yang diteliti. Sementara itu pengertian teknik analisis data lainnya menurut Patton 2012 merupakan suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.

### **a). Reduksi Data**

Pada tahap pengambilan data, seorang peneliti akan mendapatkan data yang masih mentah. Maka dari itu data-data tersebut perlu dilakukan adanya pemilihan, pemokuskan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian. Langkah awal yang dilakukan peneliti dalam peneliti ini adalah dengan mengumpulkan data hasil dari wawancara dan observasi. Tahap selanjutnya peneliti melakukan pengelompokan sekaligus menganalisa jawaban informan jawaban yang sama dengan cara mengambil dan mencatat setiap informasi yang bermanfaat dan sesuai dengan tema penelitian.

### **b). Penyajian Data**

Penyajian data adalah proses mengatur dan menampilkan data yang telah dikumpulkan agar mudah dibaca, dipahami, dan dianalisis. Informasi yang telah dikumpulkan disusun secara sistematis dalam bentuk tabel, grafik, diagram, atau bentuk visual lainnya, sehingga memudahkan peneliti maupun pembaca dalam menginterpretasikan makna dari data tersebut.

### **c). Penarikan Kesimpulan**

Langkah terakhir dari analisis data adalah penarikan kesimpulan. Dalam penelitian tersebut peneliti biasanya sudah memulai untuk menarik kesimpulan dari awal pengumpulan data, dari tahap hingga akhir peneliti melakukan suatu pemaknaan,

mencatat keteraturan atau pola-pola sehingga terjadi penjelasan, konfigurasi, yang mungkin, alur kausal, dan proposi-proposi, dengan begitu ditahap akhir peneliti dapat dengan mudah melakukan penarikan kesimpulan.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Kalurahan Condongcatur**

Condongcatur adalah sebuah kalurahan yang berada di Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebelum tahun 1946, wilayah yang kini dikenal sebagai Desa Condongcatur terdiri dari empat kalurahan terpisah, yaitu Kalurahan Manukan, Gejayan, Gorongan, dan Kentungan. Berdasarkan maklumat dari Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta yang dikeluarkan pada tahun 1946 mengenai pengelolaan kalurahan, keempat kalurahan tersebut kemudian digabung menjadi satu kalurahan otonom dengan nama Condongcatur. Penggabungan ini secara resmi ditetapkan melalui maklumat nomor 5 tahun 1948 tentang Perubahan Daerah Kalurahan, dan Kalurahan Condongcatur resmi berdiri pada tanggal 26 Desember 1946. Hingga saat ini, Condongcatur telah berkembang menjadi wilayah yang mencakup 18 padukuhan, termasuk Padukuhan Joho, yang terdiri dari 64 RW dan 211 RT.

Secara geografis, Kalurahan Condongcatur memiliki letak yang sangat strategis karena dilintasi oleh jalur arteri utama, yaitu Ring Road Utara. Jalur ini berperan penting sebagai sarana transportasi dan konektivitas yang mendukung pertumbuhan ekonomi, baik di wilayah Condongcatur sendiri maupun di kawasan Kabupaten Sleman secara keseluruhan. Luas wilayah Kalurahan Condongcatur mencapai sekitar ±950.000 hektar. Letaknya yang berada di sepanjang lingkar utara

memberikan dampak signifikan terhadap percepatan perkembangan ekonomi dan peningkatan jumlah penduduk di daerah tersebut. Adapun secara ringkas data Condongcatur terdiri dari :

**Tabel 2.1 Data Ringkas Kalurahan Condongcatur**

Sawah	246.4305 Ha
Pekarangan	593.6339 Ha
Tegal atau Ladang	3165 Ha
Embung atau Kolam	6565 Ha
Lain-lain	9626 Ha
Sebelah Utara	Desa Minormartani Kecamatan Ngaglik
Sebelah Timur	Desa Maguwoharjo Kecamatan Depok
Sebelah Selatan	Desa Caturtunggal Kecamatan Depok
Sebelah Barat	Desa Sinduadi Kecamatan Mlati

Sumber : Website Kalurahan Joho (diakses 25 Februari 2025)

## **2.2 Letak Geografis**

Kalurahan Condongcatur merupakan kalurahan yang berada atau terletak di Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman yang mana pada awal terbentuknya kalurahan tersebut atas penggabungan dari empat wilayah Kalurahan yaitu : Kalurahan Manukan, Kalurahan Gorongan, Kalurahan Gejayan, dan Kalurahan Kentungan. Berdasarkan pemberitahuan oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta yang diterbitkan pada tahun 1946, empat Kalurahan tersebut digabung menjadi satu dengan nama Kalurahan

Condongcatur dan sampai saat ini perkembangan Kalurahan Condongcatur meliputi 18 Padukuhan yang terdiri dari 64 RW dan 211 RT.

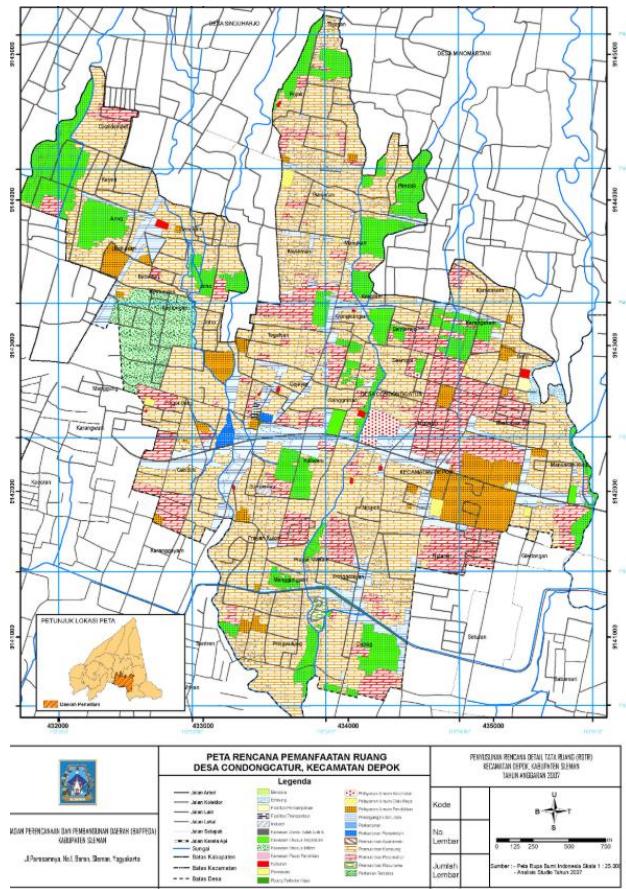
Secara Geografis, Kalurahan Condongcatur memiliki lokasi yang sangat strategis. Karena dilewati oleh jalan arteri (Ring Road Utara) yang berfungsi sebagai sarana transportasi dan konektivitas. Infrastruktur ini mendukung pertumbuhan ekonomi, baik di Desa Condongcatur sendiri maupun di wilayah Kabupaten Sleman secara lebih luas. Dengan luas wilayah sekitar ± 950.000 Ha, posisi Desa Condongcatur di jalur lingkar utara berkontribusi terhadap pesatnya perkembangan di sektor ekonomi serta peningkatan jumlah penduduk. Desa Condongcatur merupakan salah satu dari tiga Desa yang berada di Kecamatan Depok yang terdiridari 18 Padukuhan, 64 RW dan 211 RT.

**a. Luas wilayah**

1. Sawah : 246.4305 Ha
2. Pekarangan : 593.6339 Ha
3. Ladang : 8.3165 Ha
4. Embung atau Kolam : 11.6565 Ha
5. Lain-lain : 89.9626 Ha

**b. Batas wilayah**

1. Sebelah Utara : Desa Minormartani Kecamatan Ngaglik
2. Sebelah Timut : Desa Maguwoharjo Kecamatan Depok
3. Sebelah Selatan : Desa Caturtunggal Kecamatan Depok
4. Sebelah Barat : Desa Sinduadi Kecamatan Mlati



**Gambar 1.2 Geografis Kalurahan Condongcatur**

### c. Keadaan Alam

1. Ketinggian dari permukaan laut : ±250 M
2. Curah hujan rata-rata tiap tahun : 2.500-3.000 mm
3. Topografi : Dataran Rendah
4. Suhu udara rata-rata : 26°C-32°C

### d. Orbitase

1. Jarak dari Pusat Pemerintahan Kapanewon Depok : 0,4 Km
2. Jarak dari Ibukota Kabupaten Sleman : 8,5 Km
3. Jarak dari Pemerintahan DIY : 7,1 Km

4. Jarak dari Ibukota Negara : 536 Km

Melihat kondisi geografis, Kalurahan Condongcatur tentunya memiliki beberapa fasilitas umum yang terdiri dari :

**Tabel 2.2 Fasilitas Umum Kalurahan Condongcatur**

Fasilitas Kesehatan	Fasilitas Perekonomian
Rumah Sakit 2 Unit	Pasar Umum 2 Unit
Rumah Bersalin/BKIA 12Unit	Koperasi 11 Unit
Puskesmas 1 Unit	KUD 1 Unit
Apotek 16 Unit	Toko 260 Unit
Dokter Praktek 52 Unit	Warung 557 Unit
Bidan 19 Unit	Bank 5 Unit
	Badan-badan Kredit 9 Unit

### **2.3 Kondisi Demografis**

Berdasarkan data administrasi pelayanan melalui sistem SIAK tahun 2023, jumlah penduduk di Kalurahan Condongcatur tercatat sebanyak 49.094 jiwa, dengan laju pertumbuhan yang tergolong stabil. Sebagian besar masyarakat di wilayah ini menggunakan bahasa Indonesia dalam kehidupan sehari-hari, mengingat Condongcatur merupakan salah satu pusat pendidikan yang menampung pelajar dari berbagai daerah di Indonesia. Dari segi agama, mayoritas penduduk menganut Islam, yakni sekitar 81,11%, sementara sisanya menganut agama Kristen, Katolik, Hindu, Buddha, Konghucu, serta

kepercayaan lainnya. Jumlah penduduk sampai dengan akhir bulan Desember 2023 yaitu sebagai berikut :

**a. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin**

Kepala Keluarga	Jumlah
Laki-laki	854 KK
Perempuan	182 KK

*Sumber: Website Kalurahan Condongcatur diakses tanggal 16 Februari 2025*

**Tabel 2.3 Jumlah Penduduk**

Mutasi Penduduk (Pindah)	Mutasi Penduduk (Datang)	Lahir	Mati	Pertumbuhan Penduduk
Laki-laki : 111 Jiwa	Laki-laki : 160 Jiwa	Laki-laki: 62 Jiwa	Laki-laki : 179 Jiwa	Laki-laki : 180 Jiwa
Perempuan: 109 Jiwa	Perempuan : 116 Jiwa	Perempuan :36 Jiwa	Perempuan : 142 Jiwa	Perempuan : 170 Jiwa

*Sumber: Website Kalurahan Condongcatur diakses tanggal 16 Februari 2025*  
Berdasarkan Tabel 2.3 dapat diketahui bahwa jumlah penduduk Kalurahan

Condongcatur lebih besar laki-laki dibandingkan dengan perempuan.

**b. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian**

Berdasarkan data yang diperoleh dari investigasi aspek ekonomi dan mata pencaharian di Kalurahan Condongcatur sangat bervariasi, tetapi mayoritas adalah berdagang atau penjual jasa yang didominasi oleh warga masyarakat

pendatang karena mengingat banyaknya perguruan tinggi yang ada di Kalurahan Condongcatur.

**Tabel 2.4 Mata Pencaharian Penduduk**

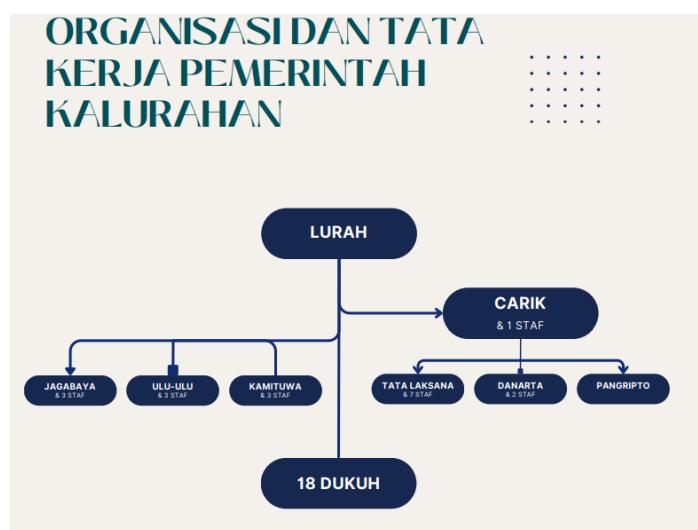
<b>Mata Pencaharian Penduduk</b>	<b>Jumlah</b>
Pegawai Negeri Sipil	1.953 Jiwa
TNI	985 Jiwa
Polri	213 Jiwa
Pedagang	2.690 Jiwa
Petani	238 Jiwa
Peternak	10 Jiwa
Industri	69 Jiwa
Konstruksi	103 Jiwa
Transportasi	43 Jiwa
Karyawan Swasta	7.459 Jiwa
Karyawan BUMN	318 Jiwa
Karyawan BUMD	50 Jiwa
Karyawan Honorer	116 Jiwa
Buruh Harian Lepas	1.504 Jiwa
Buruh Tani	206 Jiwa
Buruh Nelayan	1 Jiwa
Buruh Peternakan	7 Jiwa
Pembantu Rumah Tangga	47 Jiwa

Tukang Cukur	3 Jiwa
Tukang Listrik	10 Jiwa
Tukang Las	13 Jiwa
Tukang Jahit	61 Jiwa
Tukang Kayu	32 Jiwa
Tukang Sol Sepatu	2 Jiwa
Tukang Las	13 Jiwa
Tukang Jahit	61 Jiwa
Penata Rias	10 Jiwa
Penata Busana	7 Jiwa
Penata Rambut	10 Jiwa
Mekanik	48 Jiwa
Seniman	41 Jiwa
Tabib	1 Jiwa
Perancang Busana	7 Jiwa
Peterjemah	2 Jiwa
Pendeta	9 Jiwa
Pastor	22 Jiwa
Ustad/Mubaliq	5 Jiwa
Wartawan	31 Jiwa
Juru Masak	9 Jiwa
Dosen	495 Orang

Guru	465 Orang
Pengacara	29 Orang
Notaris	14 Orang
Arsitek	37 Orang
Akuntan	5 Orang
Konsultan	26 Orang
Dokter	234 Orang
Bidan	11 Jiwa
Perawat	71 Jiwa
Wiraswasta	751 Jiwa

*Sumber: Website Kalurahan Condongcatur diakses tanggal 16 Februari 2025*

### Susunan Pemerintahan Kalurahan Condongcatur



**Gambar 1.3.** Bagan Susunan Pemerintahan Kalurahan Condongcatur

Organisasi dan Tata kerja Pemerintahan Kalurahan Condongcatur yang terdiri dari :

1. Lurah : Reno Candra Sangaji,S.IP.,M.IP
2. Carik : Riska Dian Nur Lestari, S.TP.,M.Sc
3. Pangripta : Wahyu Nurendra
4. Danarta : Fernandya Riski H, S.T
5. Tata Laksana : Andree Setiawan, S.HI
6. Kamituwa : Al Thouvik Sofisalam, A.Md
7. Jagabaya : Rusmanta W, SH
8. Ulu-ulu : Murgiyanta, SE.

## **2.4 Profil Padukuhan Joho**

### **1. Kondisi Geografis**

Padukuhan Joho merupakan sebuah ruang lingkup RT di wilayah Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Padukuhan Joho saat ini memiliki letak yang cukup strategis. Demikian juga kondisi lahan yang subur sangat mendukung produktifitas hasil pertanian. Komoditas unggulan berdasarkan nilai ekonomis salah satunya yaitu industri kripik gadung. Secara umum kondisi fisik Padukuhan Joho memiliki kesamaan dengan padukuhan-padukuhan lain di wilayah kecamatan Kalidawir. Padukuhan Joho memiliki luas wilayah 3060.32 Ha yang terbagi dalam tiga fungsi penggunaan yaitu Tegal atau ladang, pemukiman, pekarangan. Ditinjau secara klimatologis Padukuhan Joho merupakan daerah dengan iklim tropis yang memiliki

tingkat curah hujan yang tinggi. Wilayah Padukuhan Joho terdiri dari 10 RT diantaranya yaitu :

1. RT 01/RW 57 (Jurugsari)
2. RT 02/RW57 (Jurugsari)
3. RT 03/RW 58 (Umbulsari)
4. RT 04/RW 58 (Colombo)
5. RT 05/ RW 59 (Sengkan)
6. RT 06/RW 59 (Sengkan)
7. RT 07/RW 59 (Sengkan)
8. RT 07/ RW 60 (Joho)
9. RT 08/RW 60 (Sambisari)
10. RT 09/ RW 60 (Palem Indah)

Padukuhan Joho berbatasan dengan wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Padukuhan Ngabean
- b. Sebelah Barat : Padukuhan Kentungan
- c. Sebelah Timur : Padukuhan Gejayan
- d. Sebelah Selatan : Padukuhan Pikgondang



**Gambar 1.4 Peta Padukuhan Joho**



**Gambar 1.5 Gapura Padukuhan Joho**



**Gambar 1.6** Toko UMKM Kalurahan Joho

## **2. Keadaan Demografi**

### **a. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 2.5 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)
1.	Laki-laki	1.785
2.	Perempuan	1.598
Jumlah		3.383

Sumber : Data Penduduk Padukuhan Joho 2023

Dilihat dari tabel dapat diketahui bahwa jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki di Padukuhan Joho lebih banyak dibandingkan dengan penduduk perempuan.

### **b. Jumlah Penduduk Padukuhan Joho Menurut Umur**

**Tabel 2.6 Jumlah Penduduk Menurut Umur**

No	Usia	Jumlah
1.	0-14	267
2.	15-29	767
3.	30-44	789
4.	45-59	821
5.	>60	739
Jumlah		3.383

Sumber: Data Penduduk Kalurahan Condongcatur 2023

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa usia produktif di Padukuhan Joho cukup tinggi dihitung dari usia 15-60 tahun, dibandingkan dengan usia non produktif diatas 60 tahun.

### c. Jumlah Penduduk Padukuhan Joho Menurut Tingkat Pendidikan

Tabel 2.7 Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (Jiwa)
1.	Tidak/belum sekolah	565
2.	Belum tamat SD	256
3.	SD	387
4.	SLTP	368
5.	SLTA	1.026
6.	Diploma	80
7.	Akademi	147
8.	Strata 1	469

9.	Strata 2	64
10.	Strata 3	8
	Jumlah	3.370

*Sumber : Data Penduduk Kalurahan Condongcatur 2023*

Berdasarkan data pada tabel, tingkat pendidikan masyarakat di Padukuhan Joho tergolong cukup baik. Hal ini tercermin dari jumlah penduduk yang telah menyelesaikan pendidikan wajib 12 tahun sebanyak 1.026 jiwa, serta adanya warga yang melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi Diploma sebanyak 80 jiwa, Akademi 147 jiwa, Strata 1 sebanyak 469 jiwa, Strata 2 sebanyak 64 jiwa, dan Strata 3 sebanyak 8 jiwa.

### **3. Sarana dan Prasarana**

#### **a. Keagamaan**

Tabel 2.8 Sarana dan prasarana keagamaan

No	Keterangan	Jumlah
1.	Masjid	6
2.	Mushola	2
3.	Kapel	1

*Sumber : Data Padukuhan Joho, 2023*

Berdasarkan informasi pada tabel, Padukuhan Joho memiliki fasilitas peribadatan yang terdiri dari 6 masjid, 2 mushola, dan 1 kapel. Keberadaan sarana ibadah ini dimaksudkan untuk mendukung masyarakat dalam menjalankan aktivitas keagamaan secara lebih

disiplin. Jumlah tempat ibadah umat Islam lebih mendominasi karena mayoritas penduduk Padukuhan Joho memeluk agama Islam.

### **b. Pendidikan**

Tabel 2.9 Sarana prasarana pendidikan

No	Keterangan	Jumlah
1.	Paud	1
2.	Taman Kanak-kanak	2
3.	SD	1

*Sumber : Data Padukuhan Joho, 2023*

Berdasarkan tabel 2.9 Terlihat bahwa di wilayah Padukuhan Joho tersedia sejumlah fasilitas pendidikan formal. Terdapat satu unit gedung PAUD, dua lembaga Taman Kanak-Kanak, serta satu Sekolah Dasar yang berlokasi di RW 59 Sengkan.

### **c. Kesehatan**

Berdasarkan keterangan dari Ibu Retnaningsih selaku Dukuh Joho, fasilitas kesehatan yang tercatat di Padukuhan Joho adalah terdapat satu klinik kesehatan yang bernama Klinik Nyawiji Condongcatur yang berada di sekitar komplek kantor kalurahan condongcatur dan berjarak kurang lebih 2 km dari Padukuhan Joho.

### **d. Sosial dan Ekonomi**

Tabel 2.10 Sarana dan prasarana sosial dan ekonomi

No	Keterangan	Jumlah
1.	Pasar	1

2.	Gedung Pertemuan	5
----	------------------	---

Sumber : Data Padukuhan Joho, 2023

Berdasarkan tabel 2.10 terlihat bahwa Padukuhan Joho memiliki fasilitas ekonomi berupa sebuah pasar yang dikenal dengan nama Pasar Colombo. Selain itu, terdapat lima gedung pertemuan yang disediakan untuk mendukung berbagai aktivitas warga setempat.

#### 4. Kelembagaan

Tabel 2.11. Kelembagaan

No	Keterangan	Jumlah
1.	Kampung STEM	1
2,	KWT Joho Mandiri	1
3.	Komunitas Kali Pelang	1
4.	Green Club	1
5.	Bank Sampah	1
6.	RT	10
7.	RW	4
8.	PKK Unit	1
9.	Karang Taruna Unit	1
10.	Posyandu Lansia	4
11.	Posyandu Balita	3

Sumber: Data Padukuhan Joho, 2023

Berdasarkan data dalam tabel, Padukuhan Joho memiliki berbagai jenis kelembagaan, baik yang bersifat pemerintahan seperti RT dan RW, maupun yang bersifat sosial seperti komunitas Kali Pelang, kampung STEM, dan lainnya. Keberadaan berbagai lembaga tersebut mencerminkan tingginya tingkat partisipasi serta dinamika sosial masyarakat di wilayah ini.

## 5. Potensi Ekonomi

Tabel 2.12 Potensi Ekonomi

No	Potensi Ekonomi	Jumlah
1.	Usaha Konveksi	60
2.	Toko	117
3.	Warung Makan	24
4.	Binatu	13
5.	Usaha Produksi Makanan	3
6.	Periklanan	3
7.	Wisata	3
8.	Konsultan	1
9.	Rumah Kos	28
10.	Bengkel	1

Sumber : Data Padukuhan Joho, 2023

Berdasarkan data tabel dapat menjadi bukti dari data buku proklam bahwa sekitar 80% warga Padukuhan Joho merupakan pengusaha atau wiraswasta.

## 6. Kondisi Sosial Budaya

Masyarakat Padukuhan Joho masih mempertahankan nilai-nilai sosial budaya yang kuat. Hal ini tercermin dari keberadaan berbagai kelompok seni dan budaya Jawa yang tetap aktif hingga saat ini.

Tabel 2.13 Kelompok Kebudayaan

No	Kelompok Kebudayaan	Jumlah
1.	Hadroh	5
2.	Karawitan	3
3.	Sanggar Seni	3
4.	Dalang	1
5.	Mocopat	1
6.	Keroncong	1

*Sumber:* Website Padukuhan Joho 2023 (diakses 25 Februari 2025)

Selain keberadaan kelompok-kelompok budaya, tradisi Jawa di Padukuhan Joho juga masih dijaga dan dilaksanakan secara rutin, seperti tradisi Merti Kali dan Merti Bumi yang diselenggarakan setiap tahun. Tradisi lainnya yang masih lestari meliputi upacara Nyadran, peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW selama sepekan, dan berbagai kegiatan budaya lainnya. Padukuhan Joho juga dikenal dengan berbagai sebutan yang mencerminkan karakteristik wilayahnya, seperti Kampung Kebangsaan, Kampung STEM, Kampung Ramah Anak Responsif Gender, Kampung Proklim, serta Kampung Sentra Industri Konveksi, dan beberapa julukan lainnya.

## **BAB III**

### **SAJIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **3.1. Deskripsi Narasumber**

Sebagaimana dalam penelitian ilmiah, penentuan subjek dilakukan dengan memperhatikan kemampuan untuk menjelaskan mengenai Eksplorasi Model Komunikasi Pemberdayaan UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.

**Tabel 3.1 Daftar Informan**

No	Nama	Umur	Keterangan
1.	Bapak Supriyanto	64 Tahun	Ketua Sentral Industri Padukuhan Joho/Pelaku Usaha
2.	Bapak H. Jupriyono	74 Tahun	Ketua Kelompok Pengrajin Konveksi Joho/Mantan Dukuh
3.	Ibu April	33 Tahun	Pelaku Usaha Konveksi Topi dan Bordir
4.	Bapak Murgiyanta, SE.	62 Tahun	Ulu-ulu Kalurahan Condongcatur
5.	Bapak Nasiron	60 Tahun	Pelaku Usaha Bordir
6.	Mas Rizki	29 Tahun	Pelaku Usaha Konveksi

7.	Mas Mahruf	38 Tahun	Pelaku Usaha UMKM di Bidang Bordir Komputer dan Produksi Topi
8.	Ibu Retnaningsih	42 Tahun	Dukuh Padukuhan Joho
9.	Bapak Ramlan	40 Tahun	Pelaku Usaha Sandal Hotel
10.	Mas Wahid	24 Tahun	Karyawan Konveksi

Dari tabel 3.1 terlihat bahwa pemilihan informan didasarkan pada kapasitas dan berhubungan langsung dengan tugas dan pekerjaan informan. Sehingga peneliti memilih informan yang peneliti yakni tahu lebih banyak mengenai permasalahan tentang “Eksplorasi Model Komunikasi Pemberdayaan Komunikasi Pemberdayaan UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penentuan informan tersebut berdasarkan analisis, observasi, dan informasi dari pihak Kalurahan Condongcatur sehingga peneliti memutuskan bahwa informan ini sudah merepresentasikan narasumber yang sangat relevan.

### 3.2 Temuan Data

Dalam penelitian tersebut, Peneliti memilih 10 orang sebagai narasumber. Para narasumber tersebut merupakan warga asli Padukuhan Joho dan tinggal atau menetap di wilayah Padukuhan Joho. Para narasumber dipilih dari latar belakang yang berbeda-beda, yaitu Para pengurus padukuhan, para pelaku UMKM, Masyarakat serta Pemerintah Kalurahan. Berdasarkan temuan

hasil penelitian yang didapat melalui wawancara secara langsung, Peneliti menemukan beragam jawaban serta pendapat dari pada narasumber.

**a. Komunikasi Pemberdayaan di Padukuhan Joho**

Komunikasi pemberdayaan merupakan kajian di bidang komunikasi yang menekankan pentingnya adanya partisipasi. Murphy (2021:50) menyatakan bahwa peran komunikasi menjadi penting karena informasi yang tidak sesuai akan berdampak pada masyarakat yang tidak mempunyai keinginan untuk berpartisipasi, Komunikasi pemberdayaan yang baik mampu meningkatkan minat para penerima manfaat untuk ikut berpartisipasi dalam pemberdayaan.

**b. Sudut Pandang dan Penilaian Mengenai Komunikasi Pemberdayaan di Padukuhan Joho**

Komunikasi pemberdayaan di Padukuhan Joho saat ini cukup efektif jika dilihat dari sudut pandang masyarakat dan pemerintah Padukuhan Joho, pernyataan tersebut didukung dengan hasil wawancara yang telah dilakukan di lapangan, berikut adalah pandangan dari Ulu-ulu Kalurahan Condongcatur :

*“Pemberdayaan UMKM dilakukan dengan cara mendata terlebih dahulu, dan jikalau ada keperluan yang harus dilakukan pihak dari Kalurahan tentunya siap untuk membantu terkhususnya untuk para pegiat UMKM, Kalau diperlukan pelatihan maka akan diadakan pelatihan, seperti tentang manajemen atau tentang pemasaran dan apa yang dibutuhkan oleh pegiat UMKM tersebut. Dalam hal kalurahan memfasilitasi adanya pertemuan. FORKOM UMKM CONDONGCATUR. Sekitar ada 80 umkm. Sejak 1991 sudah 34 tahun berada dalam kalurahan. Dukungan kalurahan dengan melakukan kegiatan seperti pameran-pameran dalam ekspos, serta pemasaran. Akan berubah dengan mendapatkan informasi dengan mencari*

*trend-trend. Respon pelaku umkm dengan melakukan pertemuan rutin umkn per 4 kali triwulan.*

*(wawancara bapak Murgiyanta, tanggal 14 Februari 2025.)*

Jadi dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan informasi yang didapat dari ulu-ulu bahawa komunikasi pemberdayaan yang terjadi itu diawali dengan mendata terlebih dahulu, memfasilitasi, serta mengadakan program-program dengan pegiat UMKM.



Gambar 1.8. Wawancara bersama Ulu-ulu

### c. Harapan Untuk Komunikasi Pemberdayaan di Padukuhan Joho

Komunikasi pemberdayaan yang baik tentunya mampu menghasilkan begitu banyak dampak yang positif, terutama keberhasilan pemberdayaan masyarakat. Mewujudkan komunikasi yang partisipatif dan terbuka di mana setiap pelaku UMKM memiliki ruang untuk menyampaikan ide, kebutuhan, dan aspirasi secara langsung kepada perangkat padukuhan maupun pemerintah kalurahan.

Penguatan kapasitas komunikasi para pelaku UMKM, khususnya dalam pemanfaatan media digital, teknologi informasi, dan platform pemasaran online agar mereka tidak tertinggal di era transformasi digital.

Peningkatan intensitas dan kualitas komunikasi dua arah antara pelaku UMKM, dukuh, dan pemerintah kalurahan, tidak hanya dalam bentuk sosialisasi, tetapi juga dalam bentuk dialog, diskusi kelompok, dan forum komunikasi komunitas UMKM. Adanya pendampingan komunikasi yang berkelanjutan dari pihak-pihak yang kompeten (seperti akademisi, fasilitator komunitas, atau dinas terkait), agar pelaku UMKM mendapatkan bimbingan praktis dalam membangun jaringan dan promosi usaha.

Pemanfaatan media komunikasi lokal secara optimal, seperti WhatsApp grup, media sosial padukuhan, papan informasi, agar penyampaian informasi tidak hanya cepat, tetapi juga menjangkau semua kalangan, termasuk pelaku UMKM yang belum melek digital. Dengan melakukan Kolaborasi yang lebih kuat antar pelaku UMKM, pemerintah, dan mitra eksternal, sehingga komunikasi tidak hanya bersifat top-down, tetapi juga kolaboratif dan sinergis untuk menciptakan ekosistem pemberdayaan yang berkelanjutan, serta dukungan kebijakan dari Kalurahan Condongcatur yang lebih berpihak kepada UMKM lokal, disertai komunikasi strategis yang mampu membangun kesadaran kolektif tentang pentingnya UMKM sebagai penggerak ekonomi lokal. Dengan komunikasi yang tepat sasaran, terencana, dan mengedepankan nilai-nilai pemberdayaan, diharapkan UMKM di Padukuhan Joho dapat terus bertumbuh, berdaya saing, dan menjadi pilar ekonomi kreatif di tingkat lokal maupun nasional.

### **3.3 Sajian Data**

Peneliti melakukan penelitian mengenai “Eksplorasi Model Komunikasi Pemberdayaan UMKM Di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta”. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, peneliti menyusun transkrip wawancara dengan memutar kembali rekaman dan menuliskan ucapan narasumber secara rinci sesuai isi rekaman. Setelah proses transkripsi selesai, peneliti melakukan reduksi data melalui tahap abstraksi, yaitu dengan menyaring informasi yang relevan dengan fokus penelitian dan mengesampingkan data yang dianggap tidak berkaitan.

### **3.4 Pelaksanaan Penelitian**

Data dari penelitian ini adalah data primer berupa hasil observasi, wawancara dan dokumentasi serta teknik yang peneliti lakukan adalah *purpose sampling* yang diseleksi berdasarkan kriteria orang-orang yang diinginkan demi tercapainya tujuan penelitian yang dilakukan bersama 10 orang narasumber yang merupakan perangkat inti di Kalurahan Condongcatur, Para pelaku usaha UMKM serta Pengurus Padukuhan Joho. Sebelum peneliti turun ke lapangan sudah dilakukan komunikasi terlebih dahulu dengan informan dengan menyesuaikan jadwal wawancara dan juga peneliti langsung mengamati kegiatan yang mereka lakukan.

## **1. Hasil Penelitian**

Pada hasil penelitian ini, peneliti akan menyajikan hasil penelitian yang berupa hasil wawancara dengan para narasumber tentang Eksplorasi Model Komunikasi Pemberdayaan UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kapanewaon Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. Model Komunikasi Pemerintah Padukuhan Joho dalam mengatasi permasalahan UMKM adalah dengan memberikan dukungan serta pelatihan-pelatian yang diadakan sekalai dalam tiga bulan.

## **2. Model Komunikasi dalam Pemberdayaan UMKM**

### **a. Pola komunikasi Pemerintahan Kalurahan Condongcatur**

Dalam ilmu komunikasi pola komunikasi adalah bentuk atau cara penyampaian pesan yang berhasil mencapai tujuan komunikasi, yaitu memastikan bahwa pesan dapat dipahami oleh penerima, memengaruhi perilaku atau sikap mereka, dan menghasilkan tindakan yang diinginkan. Dalam konteks pemberdayaan UMKM tepatnya di Padukuhan Joho, Pola komunikasi yang efektif berarti cara Pemerintah Kalurahan Condongcatur dalam merealisasikan pola komunikasi.

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh penulis pola komunikasi yang diterapkan oleh Pemerintah Kalurahan Condongcatur bersifat terpadu dan partisipatif dari struktur internal yang terorganisir, forum formal untuk pembangunan, penggunaan kanal informal dan digital, hingga publikasi aktif dan peningkatan SDM aparatur. Model ini sejalan

dengan prinsip pemerintahan desa yang transparan, akuntabel, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

**b. Media dan Saluran Komunikasi yang Digunakan**

Beberapa kegiatan yang dilakukan oleh Pemerintah Kalurahan Condongcatur dan Perangkat Padukuhan Joho dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, yaitu sebagai berikut:

1. Mempublikasikan kegiatan lewat Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) internal dan saluran sosial media resmi (WhatsApp, Facebook, Instagram). Saluran ini juga tentunya berfungsi untuk berkomunikasi antara para pelaku UMKM serta dapat menerima berbagai macam keluhan-keluhan dan aspirasi langsung dari masyarakat.
2. Melakukan Musyawarah Perencanaan Desa (Musrenbangdes). Forum formal yang melibatkan perangkat desa, padukuhan, RT/RW, BPD, Karang Taruna, tokoh agama dan masyarakat. Kegiatan ini berfungsi sebagai mekanisme perumusan aspirasi langsung dan penyusunan prioritas kegiatan. Pemerintah Desa Joho, Kecamatan Temanggung, menyelenggarakan Musyawarah Perencanaan Pembangunan Desa (Musrenbangdes bertujuan untuk menyusun perubahan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMD) periode 2020-2028. Kepala Desa Joho menyampaikan pentingnya Musrenbangdes sebagai forum untuk menggali aspirasi dan kebutuhan masyarakat demi perencanaan pembangunan yang lebih baik. Bapak Camat Temanggung memberikan arahan mengenai strategi pembangunan

yang selaras dengan visi dan misi pemerintah daerah. Ibu Dwi Linda Wati menambahkan wawasan tentang dukungan DPRD terhadap pembangunan desa dan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan. Selanjutnya, sesi pemaparan Musrenbangdes dipimpin oleh Bapak Salik Murdifin, Sekretaris Desa Joho. Dalam pemaparannya, Bapak Salik menjelaskan berbagai usulan dan prioritas pembangunan yang telah disusun berdasarkan hasil musyawarah dengan masyarakat. Selain agenda utama, acara ini juga menjadi ajang untuk menampilkan berbagai produk dari UMKM Desa Joho. Pengunjung dapat menikmati pameran Jaran Kepang buatan Eko Pitoyo, melihat koleksi kain batik yang dicanting langsung oleh Kelompok Ceria Batik Desa Joho, serta mencicipi berbagai makanan dan snack yang disajikan oleh warga desa.



Gambar 1.9. Musrenbangdes

### 3. Melakukan sosialisasi UMKM bersama masyarakat

Dalam penelitian yang dilakukan, penulis berkesempatan hadir dalam sebuah sosialisasi UMKM yang diselenggarakan pada tanggal 16 Februari 2025 oleh padukuhan Joho bersama dengan Program Doktor Fakultas Ekonomi dan Bisnis UII bertemakan “Behavior Modelling for Learning” yang dimana dalam sosialisasi tersebut salah satu materinya tentang tentang mengarahkan bagaimana para pelaku UMKM dalam memanajemen keuangan.



**Gambar 1.10** Sosialisasi bersama Program Doktor FEB UII

### 3. Efektivitas Model Komunikasi dalam Pemberdayaan UMKM

Model komunikasi yang diterapkan di Padukuhan Joho cukup efektif, terutama dalam:

1. Menyampaikan informasi pemberdayaan secara langsung dan digital.
2. Membangun kepercayaan pelaku UMKM terhadap perangkat padukuhan.

3. Menumbuhkan semangat berjejaring dan belajar pada sebagian pelaku UMKM. Namun demikian, efektivitas masih belum terlalu merata. Masih dibutuhkan beberapa hal-hal yang perlu diperhatikan, seperti:
  - a. Peningkatan pendampingan intensif, terutama pada UMKM pasif atau berusia lanjut.
  - b. Penguatan literasi digital melalui pelatihan rutin.
  - c. Strategi komunikasi dua arah yang lebih mendorong partisipasi dan feedback dari pelaku UMKM.

Efektivitas model komunikasi dalam pemberdayaan UMKM tidak hanya bergantung pada seberapa sering informasi disampaikan, tetapi pada sejauh mana informasi itu dapat dipahami, diterima, dan direspon secara aktif oleh pelaku usaha. Kombinasi antara komunikasi partisipatif, teknologi digital, dan pendekatan kultural lokal menjadi kunci efektivitas dalam membangun UMKM yang mandiri dan berdaya saing.

#### **4. Evaluasi Berdasarkan Aspek Utama Komunikasi Pemberdayaan**

##### **a). Aksebilitas Informasi**

Cukup efektif terutama untuk warga yang aktif di komunitas dan media sosial. Namun sebagian pelaku UMKM (terutama usia tua dan ibu rumah tangga) masih belum terjangkau maksimal karena keterbatasan literasi digital dan waktu. Perlu adanya penambahan variasi metode seperti: tatap muka rutin, leaflet, video pendek lokal agar semua lapisan terjangkau.



Gambar 1.11. Lansia sedang mengakses internet



Gambar 1.12. Pengiklanan lewat media sosial tapi belum efektif

b). Partisipasi Pelaku UMKM

Para pelaku UMKM di Padukuhan Joho cenderung bersifat pasif. Masih banyak masyarakat yang hanya hadir sebagai pendengar, belum terbiasa memberikan masukan atau terlibat dalam pengambilan keputusan. Diperlukan pendekatan yang lebih partisipatif, misalnya melalui Focus Group Discussion (FGD), diskusi terbuka, atau pelatihan berbasis kebutuhan.

c). Kredibilitas dan kedekatan informator

Dalam hal ini Ibu Dukuh, perangkat padukuhan, serta tokoh masyarakat memiliki peran sentral dalam menyampaikan informasi. Komunikasi interpersonal yang terbangun berdasarkan rasa saling percaya menjadi

kekuatan dalam pemberdayaan. Tambahkan informasi tentang realitas percakapan interpersonal yang terjadi sesama pedagang atau umkm.

d). Hasil dan Dampak

Menurut hasil penelitian dengan melakukan wawancara pada beberapa pelaku UMKM di Padukuhan Joho menjelaskan bahwa sudah ada peningkatan jumlah UMKM yang aktif berpromosi online, mengikuti pelatihan, dan mengakses bantuan. Harapan kedepanya model komunikasi sebaiknya diintegrasikan dengan pendampingan bisnis berkelanjutan dan kolaborasi antar-UMKM.

## **5. Hambatan dan Tantangan dalam Komunikasi Pemberdayaan UMKM**

- a. Keterbatasan Sumber daya manusia : Dalam hal ini menjelaskan bahwa tidak semua perangkat padukuhan memeliki kompetensi khusus dalam komunikasi pemberdayaan, pendamping UMKM belum tersedia secara khusus atau terbatas jumlahnya. Akibatnya komunikasi jadi bersifat satu arah, belu mendalam, dan kurang terfokus pada kebutuhan para epelau UMKM.
- b. Kurangnya sistem informasi terintegrasi : Dalam hal ini menjelaskan bahwa belum adanya data base lengkap UMKM berbasis digital yang dimanfaatkan untuk menysusn strategi komunikasi, penyampaian informasi masih manual da tidak merata. Akibatnya komunikasi jadi kurang terarah da tidak semua pelaku UMKM mendapatka informasi yang sama atau tepat waktu.

- c. Masih ada ketergantungan pada bantuan langsung tunai daripada pegangan kapasitas
- d. Manajemen keuangan yang masih kurang baik
- e. Literasi Digital Rendah : Dalam hal ini menjelaskan bahwa tidak semua pelaku umkm terbiasa menggunakan perangkat digital atau media sosial, akibatnya komunikasi bebrbasis platform digital tidak sepenuhnya efekatif bagi semua kelompok.
- f. Keterbatasan Akses Teknologi

Dari hambatan-hambatan tersebut dapat disimpulkan bahwa Komunikasi pemberdayaan UMKM di Padukuhan Joho telah berjalan, namun menghadapi tantangan dari aspek struktural, psikologis, teknologi, hingga partisipatif. Untuk itu, perlu adanya peningkatan kapasitas fasilitator dan perangakat desa, literasi digital ang inklusif , penciptaan forum dialog rutin dan terbuka.

## **6. Dukungan Pemerintah Kalurahan Condongcatur Dalam Pertumbuhan dan Keberlanjutan UMKM di Padukuhan Joho**

### a). Peran Pemerintah dan Lembaga Pendukung

Pihak dari Kalurahan tentunya memfasilitasi serta memberi dukungan terkait dengan program-program yang mendukung para pelaku UMKM. Bentuk dukungan dari Kalurahan dengan melakukan kegiatan berupa mengadakan pameran-pameran dalam ekspo, adanyanya forum-forum UMKM sebagai media penyampaian informasi serta adanya pemasaran. Dan adanya kegiatan-

kegiatan tersebut tentunya akan mendapatkan informasi terbaru dengan mencari trend-trend pada masa kini.

b). Peran Dukuh Ibu Retnaningsih

*“Peran sebagai dukuh dalam pemberdayaan umkm tentunya sebagai fasilitator jadi kalau misalnya mereka ada permasalahan biasanya disampaikan terlebih dahulu kepada dukuh. Mereka ada mekanisme komunikasinya melalui rapat bulanan dan dari situ ketika muncul permasalahan itu nanti dikonsultasikan kepada saya, Kemudian nanti kami sampaikan kepada pihak-pihak yang terkait contohnya seperti kemarin ada keluhan bahwa belum punya badan hukum padahal badan hukum itu kan penting untuk mengakses bantuan-bantuan dari Pemerintah itu, kemudian kebetulan kami komunikasikan kepada pak Lurah, pak lurah kebetulan baru ambil doktoral juga nah itu dari beliau memfasilitasi badan hukum. Kemudian ketika beberapa universitas masuk tentu pintu utamanya kami kalo ada universitas mau masuk pengabdian masyarakat, penelitian, itu kan harus terlebih dahulu kepada kami”.*(Wawancara dengan Ibu Dukuh tanggal 20 Februari 2025).

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa peran dukuh tentunya sebagai fasilitator sekaligus menjadi pintu utama bagi masyarakat di Padukuhan Joho.

## 7. Strategi Adaptasi dalam Model Komunikasi

Strategi adaptasi dalam komunikasi merupakan upaya penyesuaian cara, saluran, dan pendekatan komunikasi sesuai dengan kondisi sosial, budaya, teknologi, dan karakter pelaku UMKM di suatu wilayah. Tujuannya adalah agar pesan pemberdayaan tersampaikan dengan tepat, diterima dengan baik, dan direspon aktif oleh penerima. Strategi adaptasi yang terapkan berupa :

### 1. Adaptasi Media Komunikasi :

#### a. Kombinasi saluran digital dan tradisional:

WhatsApp Group digunakan untuk pelaku UMKM muda & aktif,

Musyawarah padukuhan dan pengumuman lisan digunakan untuk pelaku yang tidak melek digital.

- b. Penyampaian informasi melalui tokoh masyarakat lokal seperti ibu dukuh, kader PKK, dan RT. Pesan bisa menjangkau berbagai kalangan UMKM, baik yang aktif digital maupun yang tidak.

2. Adaptasi Bahasa dan Gaya Komunikasi:

- a. Menggunakan bahasa yang sederhana dan lokal (Jawa) dalam komunikasi langsung.
- b. Pendekatan informal dan kekeluargaan saat sosialisasi dan diskusi. Dengan adanya hal tersebut para pelaku UMKM merasa lebih dekat, nyaman, dan tidak terintimidasi untuk bertanya atau menyampaikan pendapat.

3. Adaptasi Konten Pemberdayaan:

- a. Materi pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan UMKM lokal (misalnya: cara membuat akun Instagram usaha, pencatatan keuangan sederhana, legalitas usaha).
- b. Pelatihan dilakukan bertahap dan berulang, bukan sekali pertemuan.

4. Adaptasi Tempat dan Waktu:

- a. Kegiatan pelatihan atau forum disesuaikan dengan jadwal pelaku UMKM, banyak dilakukan malam hari atau saat waktu luang warga.
- b. Lokasi dipilih yang dekat dan familiar, seperti balai padukuhan atau rumah tokoh masyarakat.

## 5. Adaptasi Bentuk Partisipasi :

- a. Tidak semua pelaku UMKM nyaman berbicara di forum, maka dihadirkan opsi kotak saran, diskusi kelompok kecil, atau konsultasi pribadi.
- b. Pendekatan personal door-to-door juga dilakukan oleh perangkat padukuhan.

Jadi dalam adaptasi tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi adaptasi dalam model komunikasi pemberdayaan UMKM di Padukuhan Joho merupakan bagian penting dalam keberhasilan proses komunikasi. Adaptasi ini mencakup media, bahasa, materi, waktu, dan bentuk partisipasi. Dengan strategi ini, komunikasi tidak hanya tersampaikan, tetapi juga menghasilkan dampak nyata berupa peningkatan pengetahuan, partisipasi, dan perubahan perilaku pelaku UMKM.

## 8. Dampak Model Komunikasi terhadap UMKM

### 1. Perubahan Kapasitas dan Kemandirian UMKM

- a. Peningkatan Pengetahuan: Melalui forum diskusi dan pelatihan, pelaku UMKM mulai memahami pentingnya pencatatan keuangan, pengemasan, promosi digital, dan legalitas usaha.
- b. Tumbuhnya Kemandirian: Sebagian UMKM mulai menjalankan inisiatif sendiri, seperti membuat akun Instagram bisnis, ikut bazar tanpa menunggu undangan resmi, atau mendaftarkan produk ke e-katalog lokal.
- c. Perubahan Mindset: Komunikasi yang berorientasi pada partisipasi dan pemberdayaan menggeser pola pikir "usaha kecil cukup begitu saja" menjadi "usaha bisa dikembangkan lebih luas."

Dalam hal ini, Model komunikasi telah mendorong perubahan sikap, keterampilan, dan kemandirian pelaku UMKM meski masih dalam tahap bertahap.

## 2. Peningkatan Jaringan dan Kolaborasi UMKM

- a. Terbentuknya WhatsApp Group UMKM yang menjadi forum tukar informasi promosi, bahan baku, dan peluang bazar.
- b. Beberapa pelaku UMKM mulai berbagi modal, stand, atau saling merekomendasikan produk dalam event desa maupun di media sosial.
- c. Kegiatan pemberdayaan seperti pelatihan dan diskusi kelompok membangun jejaring personal antar pelaku usaha.
- d. Muncul inisiatif kolaboratif seperti paket hampers gabungan dari beberapa UMKM Joho.

Dari beberapa rincian diatas dapat disimpulkan bahwa Model komunikasi berhasil membuka ruang komunikasi horizontal antar UMKM, memperkuat jejaring usaha dan potensi kolaborasi lokal.

## 3. Implikasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lokal

- a) Indikator Pertumbuhan berupa :
  1. Peningkatan omset UMKM yang mulai rutin mengikuti pelatihan dan aktif berpromosi digital.
  2. Munculnya variasi produk lokal baru hasil inovasi setelah mengikuti pelatihan atau diskusi usaha.
  3. Penyerapan tenaga kerja informal dalam keluarga atau lingkungan sekitar (misalnya tetangga dilibatkan untuk pengemasan atau produksi).

b). Peran Model Komunikasi:

1. Informasi tentang peluang usaha, pelatihan, dan bantuan modal tersampaikan secara lebih luas dan cepat.
2. Pelaku UMKM menjadi lebih tanggap terhadap pasar karena terbiasa berdiskusi dan berbagi tren dengan sesama.
3. Pemerintah padukuhan lebih mudah memetakan potensi ekonomi lokal melalui data yang dikumpulkan dari proses komunikasi dan pemberdayaan. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang efektif telah menjadi jembatan antara pelaku usaha dan sumber daya ekonomi dan mempercepat pertumbuhan ekonomi lokal berbasis komunitas.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Setelah menganalisis data yang dikumpulkan dalam wawancara dengan narasumber serta penggabungan dari hasil pengamatan dan tinjauan dokumen, bab terakhir mencakup kesimpulan dan saran dalam laporan ini. Kesimpulan yang dijelaskan bertujuan untuk memberikan Gambaran tentang Eksplorasi Model Komunikasi Pemberdayaan UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Eksplorasi Model Komunikasi Pemberdayaan UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa :

1. Model komunikasi pemberdayaan UMKM di Padukuhan Joho bersifat terpadu dan partisipatif. Pemerintah Kalurahan Condongcatur juga menggunakan berbagai media seperti WhatsApp Group, forum musyawarah, serta kanal informal dan digital sebagai alat untuk menyampaikan informasi kepada pelaku UMKM di Padukuhan Joho.
2. Pola komunikasi antara pelaku UMKM dan pemerintah juga bersifat dua arah, meskipun belum sepenuhnya merata dalam pelaksanaannya. Terdapat komunikasi interpersonal yang kuat antara perangkat padukuhan dan pelaku

UMKM yang menciptakan kedekatan dan rasa percaya. Komunikasi pemberdayaan tentunya telah mendorong peningkatan kapasitas dan kemandirian UMKM, terbukti dari meningkatnya pengetahuan pelaku usaha tentang pencatatan keuangan, promosi digital, dan legalitas.

3. Pelaku UMKM juga mulai menunjukkan inisiatif untuk berinovasi dan berjejaring secara mandiri. Jaringan dan kolaborasi antar pelaku UMKM berkembang, seperti terbentuknya WhatsApp Group UMKM, kolaborasi dalam pameran, dan inovasi hampers bersama. Hal ini menunjukkan keberhasilan komunikasi horizontal yang saling menguatkan. Komunikasi yang dilakukan turut berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal, seperti peningkatan omzet, munculnya produk baru, dan penyerapan tenaga kerja informal.
4. Peran Pemerintah Kalurahan dan Padukuhan sebagai pemimpin sangat penting dalam mendorong keberlangsungan dan perkembangan kegiatan UMKM. Pemerintah di tingkat lokal ini tidak hanya bertugas sebagai pengambil kebijakan, tetapi juga sebagai fasilitator, pendamping, dan motivator bagi para pelaku UMKM. Dukungan yang diberikan dapat berupa penyediaan sarana dan prasarana, pembinaan manajemen usaha, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, hingga membuka akses terhadap pasar yang lebih luas. Dengan adanya peran aktif dan berkesinambungan dari Pemerintah Kalurahan dan Padukuhan, UMKM di wilayah tersebut dapat terus terjaga keberadaannya, berkembang secara optimal, serta memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian masyarakat setempat.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti beberapa kali di lapangan dan data yang dikumpulkan, peneliti dapat menyadari berbagai temuan yang dapat di pertimbangkan untuk mengatasi dampak dari Eksplorasi Model Pemberdayaan UMKM di Padukuhuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta tersebut. Oleh karena itu peneliti memberikan saran sebagai masukan yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran, pengembangan yang memiliki efek positif para pegiat UMKM sebagai berikut :

1. Peningkatan literasi digital dalam hal ini literasi digital tentunya sangat dibutuhkan untuk menjangkau pelaku UMKM yang masih belum terbiasa dengan teknologi. Disarankan adanya pelatihan rutin berbasis kebutuhan dan kemampuan peserta.
2. Penguatan kapasitas fasilitator atau pendamping UMKM hal ini dilakukan agar komunikasi pemberdayaan bisa lebih fokus dan responsif terhadap kebutuhan UMKM.
3. Diperlukan sistem informasi UMKM yang terintegrasi secara digital, hal tersebut dilakukan supaya data pelaku usaha dapat diakses dengan mudah dan strategi komunikasi dapat disusun secara lebih tepat dan menyeluruh.
4. Meningkatkan partisipasi aktif pelaku UMKM, misalnya melalui diskusi kelompok kecil, FGD, atau pendekatan personal agar mereka tidak hanya menjadi pendengar pasif tetapi juga kontributor aktif.

5. Pemerintah padukuhan dan kalurahan diharapkan terus menjaga keberlanjutan program pemberdayaan, dengan menjaga komunikasi yang terbuka, fleksibel, dan adaptif terhadap dinamika sosial ekonomi masyarakat.
6. Dibutuhkannya sebuah konsistensi dan akselerasi upaya untuk memajukan UMKM di Padukuhan Joho.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfarizi, M., Hanum, R. K., Firmansyah, A. A., & Wusqo, U. (2023). Digital Banking Dalam Akselerasi Pemberdayaan Ekonomi Womenpreneur Indonesia: Eksplorasi.
- Christiana, I., Bahagia, R., Putri, L. P., & Sitorus, R. S. (2022). Peran Komunikasi Bisnis Dalam Membantu Perkembangan Umkm. Jurnal Somasi (Sosial Humaniora Komunikasi), 3(1), 100-108.
- Esterlina, M. E. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap Komunikasi Pemberdayaan Keluarga Oleh Komite Kesejahteraan Dan Perlindungan Anak Kalurahan Gilangharjo Kapanewon Pandak Bantul.
- Diatmika, I. P. G., & Rahayu, S. (2022). Model Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal Dan Peran Pemerintah. Ahlimedia Book.
- Eko, S. (2002). Pemberdayaan Masyarakat: Konsep, Kebijakan Dan Implementasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Falah, N., Firmansyah, A., & Woelanda, S. (2025). Makna Inovasi Bagi Umkm: Eksplorasi Perspektif Pelaku Usaha Mikro Di Wilayah Pinggiran Kota. Riggs: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business, 4(1), 297-301.
- Hariyanto, D. (2021). Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi. Umsida Press, 1-119.
- Hamid, Hendrawati. Manajemen Pemberdayaan Masyarakat. 2018.
- Lianardo, S., Sartika, K. D., Prasetyawati, Y. R., & Cahyadi, R. A. (2022). Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan Umkm. Journal Of Servite, 4(2), 104-111.
- Laksono, R. D., Pd, S., Pd, M. K., Citrawijaya, O. R., Ak, S., Irawan, E. P., ... & Kom, M. I. (2025). Pengantar Ilmu Komunikasi. Azzia Karya Bersama.
- Murniarti, E. (2019). Proses Komunikasi, Prinsip Dasar Proses Komunikasi, Pandangan Ahli Tentang Proses Komunikasi. Model Komunikasi, Fungsi Dan Manfaat Model Komunikasi, Definisi Informasi, Jaringan Teknologi Komunikasi, Audit Teknologi Informasi, Layanan Informasi Dan Penerapan Komunikasi Dalam Layanan Bimbingan Pemberian Informasi.
- Pratama, M. A., Maghfiroh, H., Hikmah, A., & Kolopita, O. Eksplorasi Potensi Dan Pemberdayaan Umkm Melalui Metode Sisdamas Dalam

Konteks Moderasi Beragama Di Rt 10 Kelurahan Sukamulya.

- Putri, A., Jeremias, I., Hutamadi, M. H., Fauzian, S., & Fadillah, N. (2024). Implikasi Omnibus Law Dalam Menarik Investasi Asing Di Indonesia (Studi Penyederhanaan Perizinan Pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja). *Jurnal Batavia*, 1(5), 227-240.
- Putra, A. H. (2016). Peran UMKM Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2), 40-52.
- Ristianti, D. E., Yulianto, R., & Pratiwi, Y. H. (2023, September). Eksplorasi Dampak Pemanfaatan E-Commerce Pada Pertumbuhan Ekonomi Digital UMKM Di Kota Malang. In *Forbiswira Forum Bisnis Dan Kewirausahaan* (Vol. 13, No. 1, Pp. 87-97).
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). Pengantar Ilmu Komunikasi. Deepublish.
- Sosial-Ekonomi Dan Peran Lps Berbasis Pls-Sem. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 2(2), 1-32.
- Syabani, F., & Azizah, N. (2021). Peran UMKM Dalam Meningkatkan Perekonominian Mandiri (Studi Kasus: Pengrajin Lencana Desa Pasir Wetan). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung*, 8(2), 86-93.
- Sutinah, S., Suyanto, B., & Prasetyo, R. A. (2020). Pemberdayaan Pelaku UMKM Merespon Pergeseran Karakteristik Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 4(1), 202–207.
- Sumaryatiningsih, S., & Nugraha, Y. K. (2025). Kepemimpinan Kolaboratif Dan Partisipasi Substantif Kunci Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kampung Iklim Padukuhan Joho. *Pangripta Sembada: Jurnal Perencanaan Pembangunan*.
- Syaiful, S. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik) Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 13(3).

- Setyowati, Y., & Sulistyowati, F. (2023). Model Komunikasi Pemberdayaan Dalam Penanggulangan Kekerasan Anak Dan Perempuan. *Islamic Management And Empowerment Journal*, 5(1), 35-50.
- Sabuhari, R., Kamis, R. A., Panigoro, S., & Husen, Z. (2022). Kajian Eksplorasi Profil Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Serta Strategi Pengembangannya Di Kota Ternate. *Cakrawala Management Business Journal*, 5(1), 1-12.
- Trisnawati, M. A. (2021). Komunikasi Pemberdayaan Masyarakat Desa. *The Commercium*, 4(01), 194-205.
- Junaidi, J., & Zaluhku, L. W. (2021). Peran Komunikasi Antar Pribadi Pimpinan Dan Bawahan Dalam Peningkatan Produktivitas Kerja Selama Pandemi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media*, 4(2), 66-83.

## **LAMPIRAN**

### **PEDOMAN WAWANCARA**

#### **A. Daftar Pertanyaan Untuk Informan Kalurahan Condongcatur**

1. Bagaimana Bapak melihat potensi UMKM yang ada di Padukuhan Joho?
2. Sejak kapan Kalurahan Condongcatur mulai fokus dalam pemberdayaan UMKM di wilayah ini?
3. Apa peran utama Kalurahan dalam mendukung pengembangan UMKM di Padukuhan Joho?
4. Seperti apa pola komunikasi yang dibangun antara pihak Kalurahan dengan pelaku UMKM di Padukuhan Joho?
5. Media komunikasi apa saja yang digunakan dalam menyampaikan program pemberdayaan kepada UMKM?
6. Apakah Kalurahan memiliki forum komunikasi khusus untuk pelaku UMKM? Jika iya, bagaimana sistem kerjanya?
7. Bagaimana proses penyampaian informasi, sosialisasi, atau pelatihan terkait program pemberdayaan dilakukan?
8. Apakah pendekatan komunikasi yang digunakan disesuaikan dengan karakteristik masyarakat di Padukuhan Joho?
9. Apa saja program atau kegiatan pemberdayaan UMKM yang pernah dilakukan Kalurahan Condongcatur untuk masyarakat Joho?
10. Apa saja hambatan atau kendala komunikasi yang dihadapi antara Kalurahan dengan pelaku UMKM?

11. Bagaimana Kalurahan menilai efektivitas model komunikasi pemberdayaan yang sudah diterapkan?
12. Apa harapan Bapak/Ibu terhadap perkembangan UMKM di Padukuhan Joho ke depan?
13. Apa saran Bapak/Ibu untuk pelaku UMKM agar lebih proaktif dalam proses pemberdayaan?

#### **B. Daftar Pertanyaan Untuk Informan Kepala Padukuhan Joho**

1. Sejak kapan menjabat sebagai Dukuh di Padukuhan Joho?
2. Bagaimana Ibu melihat potensi UMKM di Padukuhan Joho selama ini?
3. Apa karakteristik atau jenis-jenis UMKM yang dominan di wilayah Joho?
4. Seperti apa bentuk komunikasi yang dilakukan antara Dukuh dan pelaku UMKM dalam hal pemberdayaan?
5. Apakah komunikasi yang dibangun bersifat formal atau informal?
6. Media komunikasi apa yang paling sering digunakan untuk menyampaikan informasi program UMKM?
7. Bagaimana bentuk partisipasi warga, khususnya pelaku UMKM, dalam kegiatan atau program yang disampaikan oleh padukuhan?
8. Apa saja bentuk program atau kegiatan pemberdayaan UMKM yang pernah dilakukan di Padukuhan Joho?
9. Siapa saja pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut? Apakah hanya warga lokal atau juga melibatkan pihak luar seperti pemerintah kalurahan, BUMDes, atau dinas terkait?

10. Apakah program-program tersebut bersifat inisiatif padukuhan sendiri, atau berasal dari kalurahan/pihak luar?
11. Bagaimana peran Dukuh dalam menjembatani pelaku UMKM dengan pemerintah kalurahan atau lembaga pendukung lainnya?
12. Apa tantangan yang Bapak/Ibu hadapi dalam mengomunikasikan program pemberdayaan kepada pelaku UMKM?
13. Apakah semua pelaku UMKM responsif terhadap informasi dan program yang diberikan?
14. Apakah terdapat kendala dalam teknologi, budaya, atau partisipasi masyarakat dalam proses komunikasi?
15. Menurut Bapak/Ibu, apakah komunikasi yang selama ini dilakukan sudah efektif untuk mendukung pemberdayaan UMKM?
16. Apa dampak nyata yang Bapak/Ibu rasakan dari model komunikasi yang diterapkan terhadap perkembangan UMKM?
17. Apa harapan untuk pemberdayaan UMKM di Padukuhan Joho ke depan?
18. Apa bentuk dukungan yang harapkan dari pemerintah kalurahan atau instansi lain agar UMKM di Joho bisa terus berkembang?

### **C. Daftar Pertanyaan Untuk Para Pelaku UMKM Padukuhan Joho**

1. Sejak kapan Bapak/Ibu menjalankan usaha ini?
2. Apa jenis usaha yang Bapak/Ibu jalankan? Apakah dijalankan secara individu, keluarga, atau kelompok?
3. Apa motivasi utama Bapak/Ibu memulai usaha ini?
4. Bagaimana perkembangan usaha Bapak/Ibu dari awal hingga sekarang?

5. Apakah Bapak/Ibu pernah mendapatkan informasi atau sosialisasi terkait program pemberdayaan UMKM?
6. Melalui media apa biasanya Bapak/Ibu menerima informasi tersebut?
7. Apakah informasi yang disampaikan mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan usaha Bapak/Ibu?
8. Seberapa sering komunikasi atau pertemuan terkait UMKM dilakukan oleh pihak padukuhan atau kalurahan?
9. Apakah Bapak/Ibu pernah mengikuti pelatihan, expo, bantuan modal, atau kegiatan lain dari pemerintah atau komunitas terkait UMKM?
10. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terhadap kegiatan tersebut? Apakah membantu usaha Bapak/Ibu berkembang?
11. Apakah Bapak/Ibu merasa dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan atau perencanaan program UMKM?
12. Apa saja hambatan yang Bapak/Ibu alami dalam berkomunikasi dengan pemerintah atau sesama pelaku UMKM?
13. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami kesulitan dalam memahami atau mengikuti program pemberdayaan yang ditawarkan?
14. Menurut Bapak/Ibu, apakah media atau cara penyampaian informasi sudah sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM di sini?
15. Menurut Bapak/Ibu, apa saja yang masih perlu ditingkatkan dalam komunikasi antara pelaku UMKM dan pihak pemerintah atau pemberdaya?
16. Apa harapan Bapak/Ibu terhadap pemerintah Kalurahan Condongcatur dan Padukuhan Joho dalam mendukung usaha kecil?

17. Apakah Bapak/Ibu memiliki saran agar program pemberdayaan UMKM lebih efektif dan bermanfaat di masa depan?

## DOKUMENTASI PENELITIAN



Kantor Kalurahan Condongcatur



Wawancara dengan Bapak Ulu-Ulu



Wawancara dengan Bapak Supriyanto  
(Ketua Sentral Industri Padukuhan Joho  
dan Pelaku Usaha)



Wawancara dengan Bapak H. Jupriyono  
(Ketua Kelompok Pengrajin Konveksi  
Joho/Mantan Dukuh)



Wawacara dengan Ibu April  
(Pelaku Usaha Umkm Konveksi)



Wawancara Bapak Nasiron  
(Pelaku usaha Bordir )



Wawancara dengan Mas Rizki  
(Pelaku usaha Konveksi)



Wawancara dengan mas Mahruf  
(Pelaku Usaha UMKM di Bidang  
Bordir Komputer dan Produksi Topi)

Wawancara dengan Ibu Dukuh



Wawancara dengan Bapak Ramlan Selaku  
(Pelaku Usaha Sendal Hotel )



Mesin Jahit Sandal



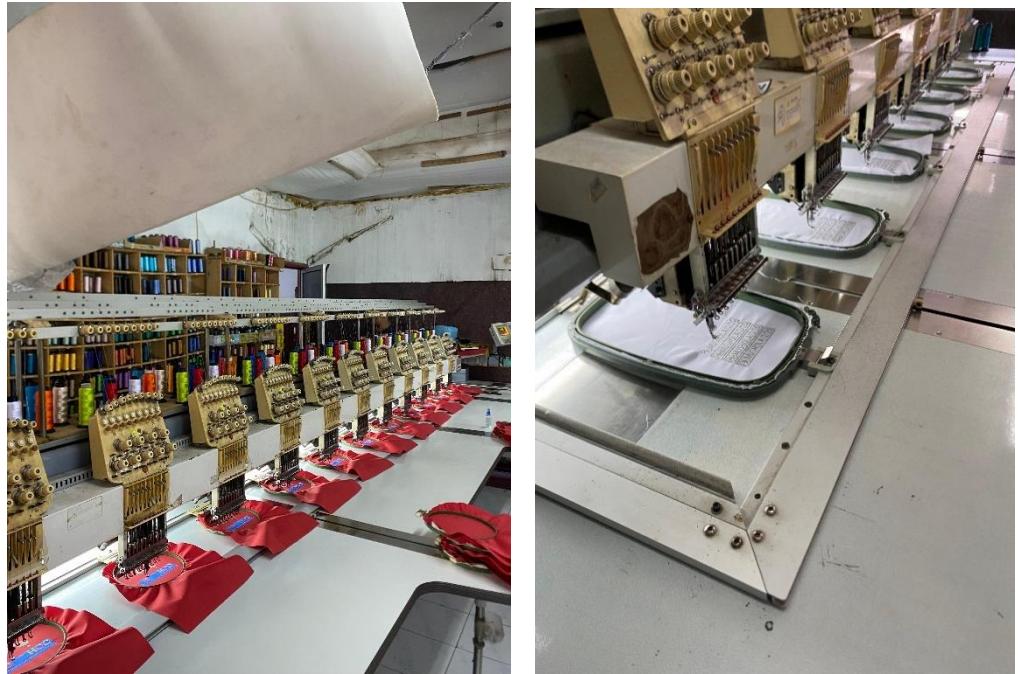
Proses Pembuatan Sandal Hotel



Hasil Usaha Topi



Mesin Pembuatan Topi



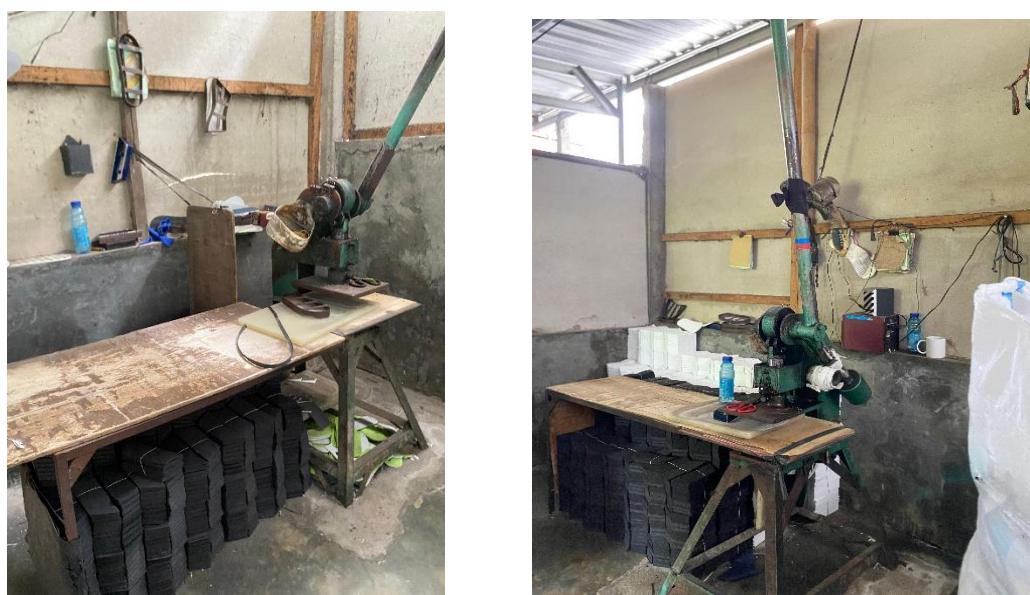
Proses Pembordiran Tas



Rumah Produksi



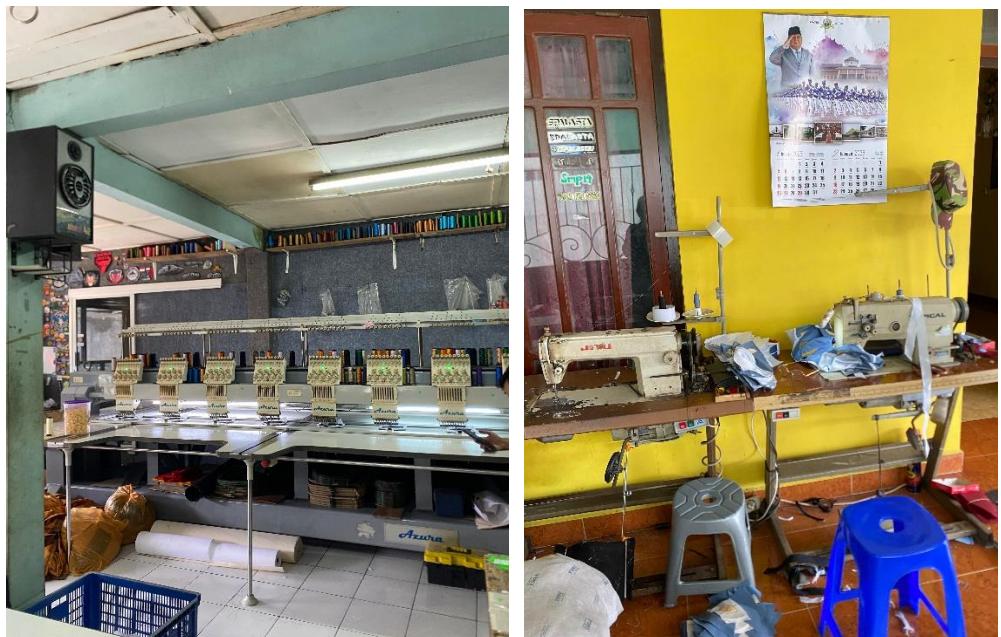
Rumah Produksi



Pemotongan Bahan



Kegiatan masyarakat Padukuhan Joho terkait dengan UMKM



Rumah Produksi



YAYASAN PENGEMBANGAN PENDIDIKAN TUJUH BELAS YOGYAKARTA  
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA "APMD"  
YOGYAKARTA  
Akreditasi Institusi B

PERIZINAN UNTUK MENGGELAR KEGIATAN DILAKUKAN PADA PERIODE 01/01/2020 SAMPAI 31/12/2020  
PERIZINAN DILAKUKAN PADA PERIODE 01/01/2021 SAMPASI 31/12/2021  
PERIZINAN DILAKUKAN PADA PERIODE 01/01/2022 SAMPASI 31/12/2022  
Alamat : Jalan Terusan No. 317 Yogyakarta 55225, Telp. (0274) 561971, 556779, Fax. (0274) 517988, website : [www.apmd.ac.id](http://www.apmd.ac.id), e-mail : [apmd@apmd.ac.id](mailto:apmd@apmd.ac.id)

**SURAT TUGAS**

Nomor: 47/LT/2025

Ketua Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta memberikan tugas kepada:

Nama : Pebby Prilisa Andela  
Nomor Mahasiswa : 20530035  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : Sarjana (S-1)  
Keperluan : Melaksanakan Penelitian  
a. Tempat : Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur, Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman  
b. Sasaran : UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur, Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman  
c. Waktu : Februari s.d. selesai

Mohon yang bersangkutan diberikan bantuan seperlunya.

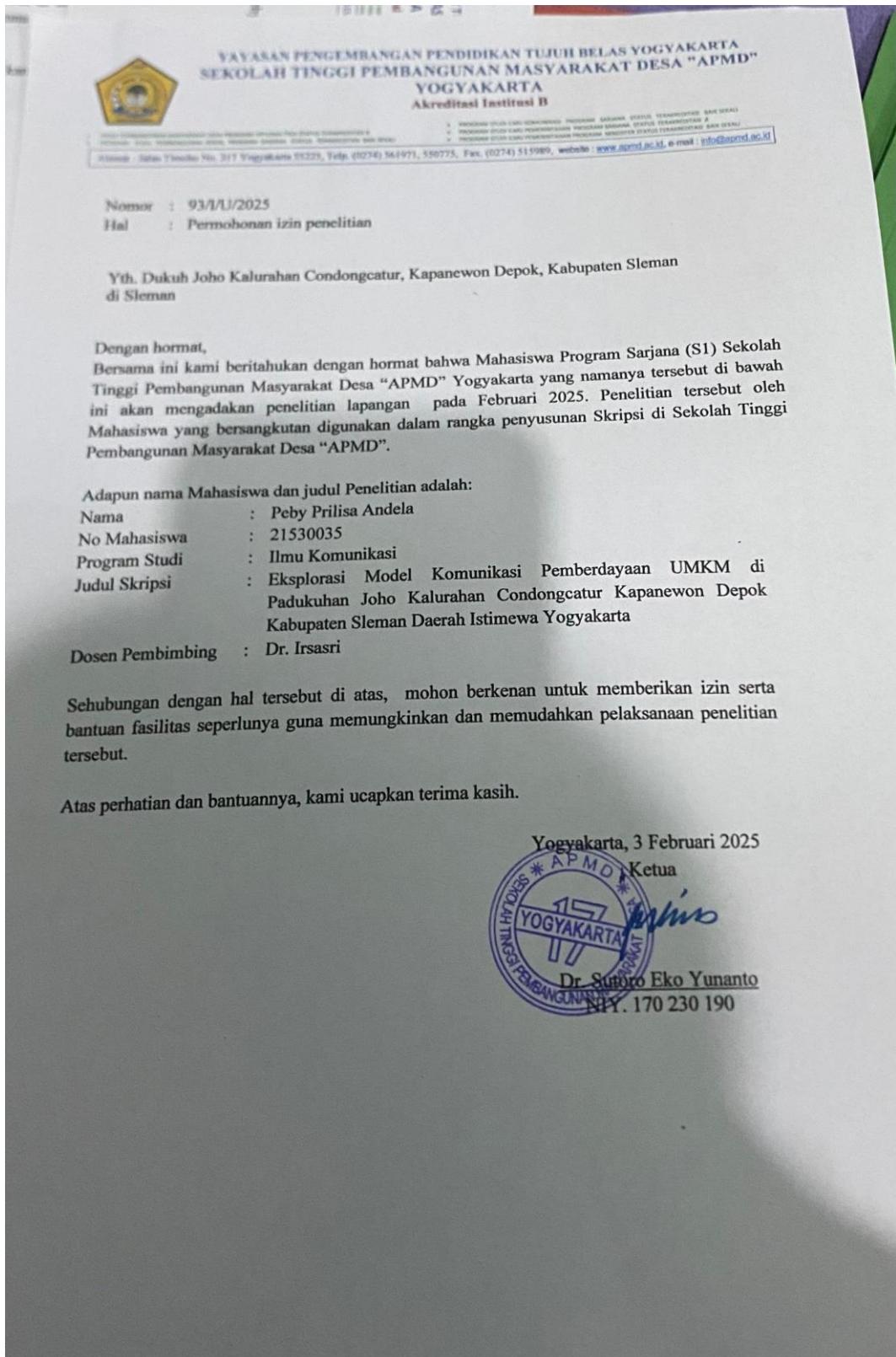
Yogyakarta, 3 Februari 2025  
Ketua  
  
Dr. Sutoro Eko Yunanto  
NIY. 170 230 190

**PERHATIAN:**

Setelah selesai melaksanakan penelitian, mohon surat tugas ini diserahkan kepada Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta.

**MENGETAHUI:**

Kepala Desa/Kepala Kelurahan/Pejabat Instansi tempat penelitian bahwa mahasiswa tersebut telah melaksanakan penelitian.





PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN  
KAPANEWON DEPOK  
PEMERINTAH KALURAHAN CONDONGCATUR  
*କାଳୁରାହା କାନ୍ଦୋଙ୍କାତୁର ମେଡିଆ ପାର୍ଟ୍ସିପେସନ୍*  
Jalan Anggajaya II / 01 Gejayan, Condongcatur, Depok, Sleman, 55283  
Telepon : (0274) 885689. Email : condongcatur1946@gmail.com

34.04.07.2003

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 070 / 012

Berdasarkan Surat dari Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa APMD Yogyakarta tentang Permohonan Izin Penelitian tanggal 3 Februari 2025, bersama ini kami Lurah Condongcatur, Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, memberikan Surat Keterangan Izin Kegiatan di wilayah Kalurahan Condongcatur dari:

Nama	:	Peby Prilisa Andela
NIM	:	21530035
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Perguruan Tinggi	:	Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa APMD Yogyakarta
Keperluan	:	Permohonan Izin Penelitian
Lokasi	:	Padukuhan Joho, Kalurahan Condongcatur, Kapanewon Depok,

Nama tersebut di atas akan melaksanakan Penelitian yang akan dilaksanakan di Padukuhan Joho, Kalurahan Condongcatur, Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman, D.I.Yogyakarta dengan topik penelitian “**Eksplorasi Model Komunikasi Pemberdayaan UMKM di Padukuhan Joho Kalurahan Condongcatur Kapanewon Depok Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.**”

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan menaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah tempat kegiatan penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan kegiatan yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul penelitian yang dimaksud;
3. Melaporkan hasil kegiatan kepada Kalurahan Condongcatur.

Surat keterangan ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut.

Demikian agar menjadikan periksa dan atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Condongcatur, 13 Februari 2025

