

Optimalisasi Media Sosial Youtube sebagai Media Berwirausaha

Adiyah Mahiruna¹, Rowiyani², Ngatimin³, Rahmat Rihsyah⁴, Arya Yuda Ega Wardana⁵
Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang, Jl. Prof. Dr. Hamka KM.1 Semarang¹
Email: adiyah.mahiruna@itesa.ac.id

Received 12 June 2024; Revised 8 July 2024 ; Accepted for Publication 19 July 2024; Published 30 September 2024

Abstract — YouTube is an effective means of introducing products through video content. YouTube is developing into an effective tool for business. YouTube offers live broadcasts of product or service demos. With millions of videos produced every day, YouTube social media has a good chance of getting videos seen, so you have the opportunity to succeed in online business using YouTube media. Another advantage of social media is that YouTube can improve their marketing techniques and gain a better understanding of their audience by using the analytical tools that YouTube offers. Therefore, YouTube serves as an important tool for doing business online besides being a place to share videos. Considering the background information provided, optimizing YouTube social media aims to motivate and improve the abilities of Dawis women who has a business. Thus, Dawis women can use YouTube as a platform for effective trading. This PKM activity aims to optimize YouTube social media as an entrepreneurial tool for Dasa Wisma (Dawis) women in Amposari Pedurungan Semarang. This PKM activity includes theoretical and practical training with methods used including interviews, discussions, lectures, and questions and answers, with the aim of exploring online business ideas and improving the entrepreneurial spirit of participants.

Keywords — Youtube, Youtuber, Business, Online

Abstrak— Youtube menjadi sarana efektif dalam memperkenalkan produk melalui konten video. *YouTube* berkembang menjadi sarana yang efektif untuk bisnis. Youtube menawarkan siaran langsung demo produk atau layanan. Dengan jutaan video yang diproduksi setiap hari maka media sosial Youtube memiliki peluang bagus agar video dilihat, sehingga berpeluang berhasil dalam bisnis online dengan media *YouTube*. Keuntungan lain dari media social Youtube dapat meningkatkan teknik pemasaran mereka dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang audiens mereka dengan menggunakan alat analitik yang ditawarkan *YouTube*. Oleh karena itu, *YouTube* berfungsi sebagai alat penting untuk melakukan bisnis online selain menjadi tempat untuk berbagi video. Menimbang informasi dari latar belakang yang diberikan maka dengan mengoptimalkan media sosial *YouTube* ini bertujuan untuk memotivasi dan meningkatkan kemampuan ibu-ibu Dawis yang ingin atau sedang berwirausaha dalam memanfaatkan *YouTube* sebagai media bisnis online. Dengan demikian, ibu-ibu Dawis dapat menggunakan *YouTube* sebagai platform untuk perdagangan yang efektif. Kegiatan PkM ini bertujuan untuk mengoptimalkan media sosial *YouTube* sebagai alat berwirausaha bagi ibu-ibu Dasa Wisma (Dawis) di Desa Amposari Pedurungan Kota Semarang. Kegiatan PkM ini mencakup pelatihan teori dan praktek dengan metode yang digunakan meliputi wawancara, diskusi, ceramah, serta tanya jawab, dengan tujuan menggali ide bisnis online dan meningkatkan jiwa kewirausahaan peserta.

Kata Kunci—*Youtube, Youtuber, Bisnis, Online*

I. PENDAHULUAN

YouTube, situs web yang memungkinkan orang mengunggah dan bertukar video. Youtube merupakan salah satu media sosial yang efektif untuk perusahaan dalam memperkenalkan produknya melalui konten video [1]. Konsep awal dibangunnya dibangunnya situs video *YouTube* adalah kemudahan dalam berbagi video dengan sesama rekan komunitas dan saling berkomentar satu orang dengan lainnya tentang hasil unggahan video [2]. *YouTube* berkembang menjadi alat yang efektif untuk bisnis. Youtube menawarkan siaran langsung demo produk atau layanan, Youtuber dapat merekam dan memposting video tentang penawaran yang mereka kehendaki, dimana penawaran tersebut dapat menarik klien. Dengan jutaan video yang diproduksi setiap hari maka media sosial Youtube memiliki peluang bagus agar video dilihat, sehingga berpeluang berhasil dalam bisnis online dengan media *YouTube*. Keuntungan lain dari media sosial *YouTube* dapat meningkatkan teknik pemasaran mereka dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang audiens mereka dengan menggunakan alat analitik yang ditawarkan *YouTube*.

Google Bisnis dapat membantu orang lain menemukan bisnis yang sudah beroperasi [3]. Pada November 2006, *Youtube LLC* dibeli oleh Google dengan nilai US\$1,65 miliar dan resmi beroperasi sebagai anak perusahaan Google [4]. Fungsi dari *YouTube* sebagai properti Google tidak hanya memberikan akses gratis untuk menonton dan berbagi video, tetapi juga berfungsi sebagai platform yang kuat untuk kewirausahaan, terutama bagi *Youtuber*. Para *Youtuber* dapat memanfaatkan *YouTube* untuk memasarkan barang dan jasa mereka, terhubung dengan klien potensial secara langsung, dan menjangkau audiens yang lebih besar. Karya yang di upload ke youtube akan menghasilkan uang jutaan bahkan miliaran rupiah, baik dari iklan yang dipasang di setiap video atau jumlah subscriber yang dimiliki. Kemudahan mengakses dan mengupload berbagai video menjadikan warganet (warga internet) berlomba-lomba untuk meraup keuntungan dari hasil kreativitas mereka yang diupload ke youtube [5]. Ini menjadikannya platform yang sangat baik bagi masyarakat untuk memasarkan bisnis online mereka dan menjangkau khalayak yang besar. Hasilnya, *YouTube* telah berkembang menjadi tidak hanya platform media di seluruh dunia tetapi juga sumber daya yang berguna bagi pengguna pada umumnya yang ingin memulai bisnis mereka sendiri atau melakukan bisnis online. Seseorang dapat bekerja sama dengan pembuat video lain di *YouTube*, yang menciptakan peluang untuk kolaborasi dan ekspansi ekonomi. Oleh karena itu, *YouTube* membantu masyarakat pada umumnya dalam menggunakan *digital technology* untuk bisnis online. Seiring berkembangnya *digital technology Artificial Intelligence* dan disrupti teknologi, adaptif terhadap kebutuhan global menjadi

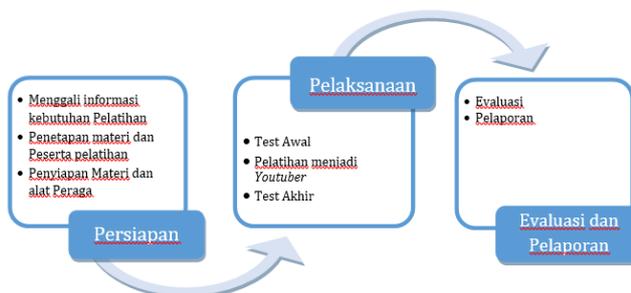
kualitas penting bagi pelajar dan pekerja [6]. Disrupsi teknologi mengharuskan semua orang untuk adaptif terhadap segala jenis perubahan [7]. Salah satu penyebab perubahan aktivitas masyarakat yang sebelumnya berbagi secara langsung kini berubah menjadi berbagi secara virtual atau online adalah adanya tuntutan physical distancing COVID-19 [8]. Sosial media sebagai media interaksi dan sosialisasi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi mengenai produk dan jasa [9].

Salah satu perkembangan dari media baru yang sangat dekat pengaruhnya dengan masyarakat adalah perkembangan di media sosial [10]. Platform media sosial seperti Youtube menjadi salah satu bagian dari industri bisnis media saat ini. Menimbang dari informasi dari latar belakang yang diberikan maka dilakukan **pelatihan menjadi Youtuber untuk mengoptimalkan media sosial YouTube dengan tujuan memotivasi dan meningkatkan kemampuan ibu-ibu Dawis yang ingin atau sedang berwirausaha dalam memanfaatkan YouTube sebagai media bisnis online**. Ibu-ibu Dawis dapat meningkatkan pemahaman dan ingatan pemirsa tentang pengetahuan dengan menghasilkan materi atau video informasi yang lebih menarik secara visual di YouTube. Orang-orang lebih cenderung memahami dan mempertahankan pengetahuan ketika disajikan di YouTube dengan cara yang orisinal dan menawan. Oleh karena itu optimalisasi media sosial ini diperlukan untuk membantu ibu-ibu Dawis mengembangkan kapasitas mereka untuk menghasilkan video YouTube yang menarik dan sukses. Dengan demikian, ibu-ibu Dawis dapat menggunakan YouTube sebagai platform untuk perdagangan online dan kewirausahaan secara lebih efektif.

II. METODE PENGABDIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang. Kegiatan berlangsung satu bulan, di bulan maret 2024, dilaksanakan di desa amposari kec. Pedurungan Kota Semarang. Adapun metode pelaksanaan pengabdian ditunjukkan pada Gambar.1

A. Metode Pelaksanaan



Gambar.1 Metode Pelaksanaan Pengabdian

Pada Gambar 1 menunjukkan metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang memiliki tiga tahapan, yaitu:

1. Persiapan

Tahap Persiapan, yaitu melakukan wawancara dan diskusi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan pada saat

pelatihan, serta menetapkan sasaran dalam pelatihan. Pada tahap persiapan juga dilakukan mempersiapkan materi dan alat peraga untuk digunakan pada pelatihan.

2. Pelaksanaan Pelatihan

Pada tahap ini, meliputi kegiatan Pelatihan yang berupa teori dan praktek, untuk mengukur keberhasilan pelatihan, dilakukan pengisian kusioner sebelum dan sesudah pelatihan.

3. Evaluasi dan Pelaporan

Setelah pelatihan selesai, evaluasi akan dilakukan untuk mengukur keberhasilan pelatihan, dosen juga melakukan pelaporan pelatihan untuk evaluasi kegiatan PkM.

B. Masyarakat Sasaran/ Mitra Kegiatan

Berdasarkan hasil identifikasi dan diskusi dengan tokoh masyarakat desa Amposari maka peserta yang terpilih untuk menjadi peserta pelatihan adalah ibu-ibu Dasa wisma (Dawis) di RT I, RT II, RT III, RT IV, RT V, dan RT VI di desa Amposari yang ditugaskan oleh dosen dan mahasiswa dari Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang. Ibu-ibu Dawis sehari-hari bekerja sebagai petani, peternak dan petugas sampah. Ibu-ibu Dawis dibentuk oleh dosen dan mahasiswa Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang untuk mendampingi masyarakat untuk berperan aktif mewujudkan desa Amposari menjadi desa digital yang mandiri, terutama dengan melakukan 3 fokus kegiatan yaitu: Peningkatan literasi digital, Pengembangan bisnis online untuk menjangkau pemasaran yang lebih luas, dan optimalisasi YouTube sebagai media promosi dan pemasaran.

C. Kegiatan Pelatihan

Metode yang digunakan adalah pelatihan berupa ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Kegiatan diskusi dilakukan untuk menggali ide atau pendapat peserta tentang pengembangan ide bisnis online dan peningkatan jiwa berwirausaha. Suasana pelatihan dirancang interaktif sehingga peserta akan lebih mudah untuk memahaminya.



Gambar 2. Penyampaian Materi Pelatihan

Fasilitator menyampaikan materi pelatihan dengan tema optimalisasi media sosial *Youtube* sebagai media berwirausaha. Fasilitator memberikan pengarahannya membuat akun *Youtube* dan mulai mengunggah konten produk maupun jasa. Menimbang platform media sosial seperti *Youtube* menjadi salah satu bagian dari industri bisnis media saat ini maka fasilitator menyampaikan materi dengan intens.

Setelah materi selesai disampaikan dilanjutkan sesi tanya jawab, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya kepada fasilitator. Peserta dapat melakukan kolaborasi dengan peserta lain dalam mengelola bisnis online yang sedang dirintis masing-masing. Peserta juga diberikan waktu untuk saling bertukar gagasan dengan peserta lain dan dengan fasilitator.

Evaluasi dilakukan setelah sesi tanya jawab dilakukan, dengan metode penyebaran kuesioner. Peserta mengisi kuesioner yang telah disiapkan oleh fasilitator melalui google-form. Peserta akan menilai materi yang disampaikan dan kepuasan peserta terhadap materi yang disampaikan dan kepuasan peserta terhadap pelayanan selama pelatihan.



Gambar 3. Diskusi Fasilitator dengan Peserta

Sebelum penutupan acara, salah satu peserta diminta mendemokan produk yang sedang dirintis. Kemudian peserta lain memberikan penilaian terhadap produk tersebut. Peserta diberi kesempatan untuk memberikan masukan dan saran terhadap masing-masing produk yang merupakan usaha yang sedang dirintis.



Gambar 4. Penutupan - Akhir Acara Pelatihan

Pada workshop ini telah hadir 25 ibu-ibu Dawis yang menjadi peserta. Daftar kehadiran ibu-ibu Dawis sebagai

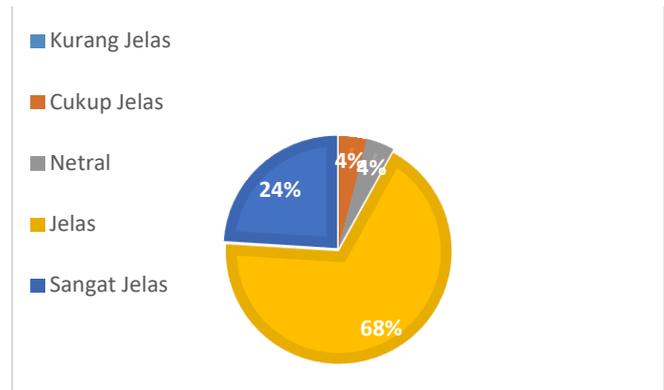
peserta, dosen, dan mahasiswa. Meskipun materi yg disajikan bertema teknologi dan media sosial yang mana harusnya sasarannya adalah anak-anak muda tetapi ibu-ibu dawis tetap dapat mengikuti materi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta sangat kooperatif dan antusias dalam mengikuti keseluruhan kegiatan pelatihan. Tidak ada kendala yang berarti pada saat keseluruhan rangkaian kegiatan pelatihan ini dilaksanakan. Kegiatan berlangsung tepat waktu dan dihadiri oleh 25 peserta yang memang direncanakan dan di targetkan pada saat pelatihan dan koordinasi awal dengan pihak desa Amposari, kecamatan Pedurungan, Kota Semarang dilakukan. Peserta yang hadir juga telah tepat sasaran seperti yang direncanakan. Kegiatan dapat berlangsung dengan baik dan di ikuti oleh ibu-ibu Dawis desa Amposari. Pelatihan yang dilakukan dapat diterima, dilaksanakan, dan direspon dengan baik. Kegiatan ini juga didukung langsung oleh perangkat desa, seperti RW dan tokoh masyarakat menjamin materi pelatihan dapat di pahami dan di praktekan oleh para peserta dan masyarakat lain yang tidak hadir. Ibu-ibu Dawis desa Amposari merasakan manfaat pelatihan ini dan meminta agar program studi Rekayasa Perangkat Lunak, Institut Teknologi Statistika dan Bisnis Muhammadiyah Semarang dapat memberikan pelatihan lainnya yaitu bagaimana menjadi youtuber yang sukses. Dari sisi penerima pelatihan (partisipan) sendiri, dapat ditangkap adanya respon yang baik. Hal ini tercermin dari adanya pertanyaan-pertanyaan yang cukup kritis misalnya bagaimana cara membuat konten video yang menarik dan efektif di YouTube. Sebagai respon atas keinginan dan kebutuhan mitra tersebut, tim PKM akan membuat rencana kegiatan PKM pada tahun 2024/2025 untuk Memberikan pelatihan bisnis online yang berkelanjutan.

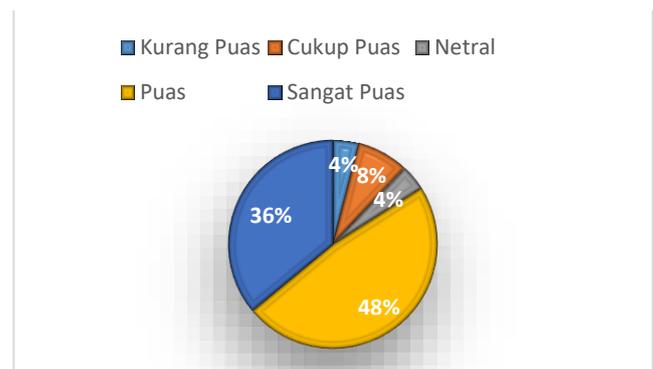
Secara umum keberhasilan dapat dilihat dari manfaat yang diperoleh secara langsung yaitu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengoptimalkan bisnis melalui media social, kemampuan yang diharapkan dari pelatihan ini adalah: 1.) Dengan adanya media Youtube ini maka orang-orang dapat memproduksi berbagai konten secara independen dan bermodal relative kecil. 2.) Pencipta konten dapat menghasilkan uang secara pasif dengan memasang iklan di dalam konten yang diunggahnya.

Manfaat khusus bagi dosen dan mahasiswa dari kegiatan pelatihan ini adalah menjadika ilmu yang dimiliki dapat dinikmati masyarakat pada umumnya, sehingga ilmu dapat bermanfaat. Manfaat khusus bagi peserta pelatihan ini adalah mengoptimalkan media social Youtube untuk meningkatkan kreativitas dalam bidang pemasaran dengan tujuan meningkatnya jumlah pelanggan guna peningkatan pendapatan.



Gambar 5. Kejelasan Materi Pelatihan

Pada Gambar 5 dapat diketahui bahwa presentase peserta yang dapat mengikuti materi yang disampaikan sebesar 92%. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ada 25 peserta, terdapat 23 peserta yang berhasil mengikuti pelatihan dengan baik. Sisanya 2 peserta mengalami kendala dengan smartphonanya. Yang perlu dijadikan catatan bagi fasilitator pada saat melaksanakan pelatihan adalah pemberitahuan *requirement apps* yang harus disiapkan oleh peserta sebelum pelatihan dilaksanakan, minimal (H-3) dari jadwal pelaksanaan pelatihan.



Gambar 6. Kepuasan Peserta Pelatihan

Dilihat dari Gambar 6 dapat diketahui bahwa presentase peserta yang antusias dan merasa puas dengan pelatihan yang dilaksanakan sebesar 84%. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ada 25 peserta, terdapat 21 peserta yang berhasil mengikuti materi pelatihan dan merasa puas dengan ilmu yang disampaikan oleh para fasilitator.

IV. KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada pemanfaatan YouTube sebagai media berwirausaha bagi ibu-ibu Dawis. Melalui pelatihan dan workshop, ibu-ibu Dawis diberikan pemahaman dan keterampilan untuk membuat dan mengoptimalkan konten mereka di YouTube. Ini termasuk memahami audiens mereka, membuat konten yang menarik dan relevan, serta memanfaatkan fitur YouTube seperti SEO video, thumbnail yang menarik, dan deskripsi video yang efektif. Dengan menguasai 43% pasar dan menerima sekitar 20 jam konten video setiap menit, YouTube menawarkan peluang yang tak terbatas untuk ibu-ibu Dawis untuk berwirausaha. Dengan 6 miliar penayangan setiap hari, YouTube menunjukkan betapa aktifnya pengguna dalam menonton video, memberikan peluang besar bagi ibu-ibu

Dawis untuk menjangkau audiens yang luas dan mempromosikan bisnis online mereka. Pelatihan ini mendapatkan dukungan dari perangkat desa dan tokoh masyarakat, memastikan bahwa materi pelatihan dapat dipahami dan dipraktikkan oleh peserta dan masyarakat lain yang tidak hadir. Peserta merasakan manfaat dari pelatihan ini dan meminta agar pelatihan lanjutan tentang bagaimana menjadi YouTuber yang sukses dapat diselenggarakan. Secara keseluruhan, pengabdian ini berhasil dalam memberikan pemahaman dan keterampilan kepada ibu-ibu Dawis tentang bagaimana memanfaatkan YouTube sebagai media berwirausaha. Dengan pelatihan yang tepat dan pemanfaatan optimal dari platform ini, ibu-ibu Dawis dapat mencapai sukses dalam bisnis online mereka dan menjadi YouTuber yang sukses. Ini menunjukkan betapa pentingnya pengabdian kepada masyarakat dalam membantu ibu-ibu Dawis untuk memanfaatkan teknologi digital dalam berwirausaha dan berbisnis online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada ibu-ibu Dawis Amposari yang sangat antusias dalam pelatihan menjadi Youtuber sebagai solusi untuk ibu-ibu Dawis yang ingin mengembangkan keluasan pasar atas produk/ jasa yang sedang dirintis atau akan dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. H. Y. Supriono, "New Media Dan Strategi Periklanan (Analisis Diskursus Youtubers Sebagai Stealth Marketing)," *Aktual. J. Penelit. Sos. Keagamaan*, vol. 9, no. Juni, pp. 17–31, 2019.
- [2] E. Chandra, "Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi," *J. Muara Ilmu Sos. Humaniora, dan Seni*, vol. 1, no. 2, p. 406, 2018.
- [3] I. M. Ridwan, A. Fauzi, I. Aisyah, Susilawati, and I. Sofyan, "Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan 'WAGE' Bandung," *J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, p. 139, 2019.
- [4] K. D. B. Mangole, M. Himpong, and E. R. Kalesaran, "Pemanfaatan Youtube Dalam Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Di Desa Paslaten Kecamatan Remboken Minahasa," *Acta Diurna Komun.*, vol. 6, no. 4, pp. 1–15, 2017.
- [5] D. Wiryany and T. V. Pratami, "Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer," *ArtComm J. Komun. dan Desain*, vol. 2, no. 02, pp. 25–30, 2019.
- [6] F. E. Wiranata, I. S. Putri, and M. M. Christina, "Pendampingan Asesmen Minat dan Bakat Siswa SMA Imanuel Kalasan dalam Menghadapi Disrupsi Teknologi," *J. Atma Inovasia*, vol. 4, no. 1, pp. 17–22, 2024.
- [7] S. Yuliani, "Adaptif di Era Disruptif: Strategi Sekolah Tinggi Teologi Menghadapi Tantangan di Era Disrupsi," *J. Luxnos*, vol. 8, no. 2, pp. 205–218, 2022.
- [8] A. W. Alfikri, "Peran Pendidikan Karakter Generasi Z dalam Menghadapi Tantangan Di Era Society 5.0," *Pros. Semin. Nas. Pascasarj. Univ. Negeri Semarang*, p. 22, 2023.
- [9] T. Siswanto, "Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah," *Liquidity*, vol. 2, no. 1, pp. 80–86, 2018.
- [10] L. Agustina, "Live Video Streaming Sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial Live Video Streaming As a Development of Social Media'S Feature," *Diakom J. Media dan Komun.*, vol. 1, no. 1, pp. 17–23, 2018.

PENULIS



Adiyah Mahiruna, prodi Rekayasa Perangkat Lunak, Fakultas Sains dan Teknologi, ITESA Muhammadiyah Semarang.



Rowiyani, prodi Manajemen Bisnis Retail, Fakultas Manajemen Bisnis, ITESA Muhammadiyah Semarang.



Ngatimin, prodi Rekayasa Perangkat Lunak, Fakultas Sains dan Teknologi, ITESA Muhammadiyah Semarang.



Rahmat Riansyah, prodi Rekayasa Perangkat Lunak, Fakultas Sains dan Teknologi, ITESA Muhammadiyah Semarang.



Arya Yuda Ega Wardana, prodi Rekayasa Perangkat Lunak, Fakultas Sains dan Teknologi, ITESA Muhammadiyah Semarang.