

ALAT PEMASARAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE BAGI KOMUNITAS GURU TATA NIAGA PELAKU BISNIS ONLINE

Elen Puspitasari^{[1]*}, Fatkhul Amin^[2], Gregorius Anggana Lisiantara^[3], Alfasadun^[4]

^{[1],[3],[4]} Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank

^[2] Fakultas Teknologi Informasi dan Industri, Universitas Stikubank

^[1]elenpuspita@edu.unisbank.ac.id, ^[2]fatkhulamin@edu.unisbank.ac.id,

^[3]greganggana@edu.unisbank.ac.id, ^[4]alfasadun@edu.unisbank.ac.id

Informasi Artikel:

Submitted : 15/Agustus/2022

Revised : 18/Agustus/2022

Accepted : 19/Agustus/2022

Published : 20/Agustus/2022

Abstrak

Pelatihan ini ditujukan untuk memberikan pengenalan Media Sosial YouTube bagi Anggota Komunitas Guru Tata Niaga, sehingga dapat meningkatkan kemampuan tentang membuat video yang berkualitas sebagai salah satu media pemasaran. Penggunaan YouTube masih terbatas digunakan sebagai media untuk mencari lagu, film atau hanya sebagai alat mencari informasi. Membuat produk viral menggunakan media YouTube untuk anggota Komunitas Tania diperlukan untuk menambah pengetahuan tentang pemasaran online menggunakan YouTube sebagai salah satu bentuk pemanfaatan teknologi informasi. Peserta pelatihan memperoleh pemahaman pemasaran online dengan menggunakan YouTube.

Kata kunci: Pemasaran, Online, Media Sosial, YouTube.

1. PENDAHULUAN

Persentase Penduduk Indonesia yang memiliki (menguasai) telepon seluler pada tahun 2020 untuk penduduk perkotaan sebesar 69.53 persen, sedangkan penduduk perdesaan sebesar 54.31 persen (bps.go.id). Jumlah pengguna smartphone yang terus meningkat dari waktu ke waktu adalah potensi yang besar bagi para pelaku usaha di negara ini. Pemanfaatan penggunaan telpon cerdas oleh masyarakat memberikan nilai tambah bagi para pelaku usaha untuk melakukan pendekatan dengan konsumen menggunakan perangkat IT. Jumlah pengguna aktif media sosial berdasarkan laporan We Are Social di Indonesia naik sebesar 12.35 persen atau mencapai 191 juta orang pada Januari 2022.

YouTube menjadi salah satu platform media sosial yang populer dewasa ini. Berbagai konten video yang diunggah di platform tersebut banyak menarik perhatian masyarakat. Hal itu pun membuat pengguna YouTube mencapai angka yang fantastis. Berdasarkan laporan We Are Social, terdapat 2.56 miliar pengguna platform YouTube hingga Januari 2022. India menjadi negara dengan pengguna YouTube terbesar di dunia, yakni 467 juta. Amerika Serikat menyusul dengan 240 juta pengguna. Posisi ketiga ditempati oleh Indonesia dengan 127 juta pengguna YouTube. Adapun, pangsa pasar YouTube di Indonesia mencapai 21,42% per April 2022, tertinggi kedua setelah Facebook. Brasil menempati urutan selanjutnya dengan 107 juta pengguna YouTube. 99 juta pengguna YouTube yang berada di Rusia. Jepang memiliki 93.8 juta pengguna YouTube. Setelahnya ada Meksiko dan Jerman dengan jumlah pengguna platform tersebut berturut-turut sebanyak 74.1 juta dan 66 juta.

YouTube adalah layanan video hosting online yang memungkinkan orang untuk berbagi video. Kelompok pelaku bisnis dan individu menggunakan YouTube untuk berbagi atau menemukan video, termasuk hiburan, promosi dan instruksi (tutorial). YouTube merupakan layanan video hosting yang paling populer, diikuti oleh layanan lainnya yang serupa seperti Facebook, Vimeo, Vine, Blip, dan Flickr. YouTube memungkinkan orang di seluruh dunia untuk berinteraksi, berbagi, dan membuat konten melalui komunitas online. Karena memiliki popularitas dan fitur, YouTube dapat menjadi saluran pemasaran yang berguna untuk bisnis.

Anggota Komunitas Guru Tata Niaga (Tania) sebagai pelaku usaha online diharapkan dapat memanfaatkan peluang dari penggunaan YouTube sebagai media pemasaran untuk mendekati

konsumen atau calon konsumennya dengan lebih efektif dan efisien. Namun demikian, penggunaan teknologi informasi yang tepat tetap dibutuhkan agar rancangan usaha sesuai harapan dan mencapai target yang telah ditentukan. Hal ini ditujukan agar anggota Komunitas Tania memiliki kemampuan dalam melakukan pemasaran daring dengan membuat video untuk pemasaran daring menggunakan YouTube.

2. METODE

Rancangan pelatihan yang ditujukan untuk memberikan dan meningkatkan kemampuan anggota komunitas Tania dalam membuat Youtube dilakukan dengan metode pelatihan sebagai bentuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pelatihan dilakukan dengan cara memberikan materi pelatihan berupa materi teori, praktek dan aplikasi. Proses pemberian materi dilakukan dalam bentuk power point dan praktek langsung untuk aplikasi program yang dijalankan. Pelatihan dilakukan dalam 1 hari selama 8 jam. Susunan materi dan alokasi waktu yang akan diberikan oleh tim adalah sebagai berikut:

- a) Konsep Online dalam Pemasaran (2 jam);
- b) Media Sosial Youtube (1 jam);
Pengertian, Kelebihan YouTube, Fitur Youtube.
- c) Merencanakan dan Membuat YouTube (4 jam);
Plan, Image, Text dan Video, tahapan pembuatan YouTube.
- d) Pemasaran dengan YouTube (1 jam).

Evaluasi dilakukan oleh tim terhadap hasil pengabdian dengan cara melihat blog yang sudah jadi selama 3 sampai dengan 4 bulan untuk dilakukan pengamatan tentang perkembangan YouTube milik peserta pelatihan. Tim pengabdian terdiri dari 1 ketua dan 5 anggota dengan rincian anggota terdiri dari 3 orang dosen dan 2 orang mahasiswa. Berdasarkan pengamatan dan evaluasi tim pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini dapat dinilai berhasil dengan indikator yang digunakan (Tabel 1).

TABEL 1. INDIKATOR KEBERHASILAN

No.	Indikator	Terpenuhi
1	Mampu memahami Konsep Online dalam pemasaran.	Ya
2	Mampu Memahami Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial YouTube.	Ya
3	Mampu Memahami Fitur-fitur Youtube.	Ya
4	Mampu merencanakan pembuatan YouTube: Plan, Image, Text dan Video	Ya
5	Mampu Membuat YouTube	Ya
6	Mampu mengunggah video ke dalam YouTube sebagai media promosi	Ya

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesi penyampaian materi pelatihan berlangsung secara interaktif antara pemberi materi pelatihan dengan peserta. Pertanyaan demi pertanyaan dilakukan oleh peserta, baik pada saat sesi teori maupun sesi praktek. Proses tanya jawab berjalan dengan baik, sehingga situasi pelatihan menjadi terbuka dan peserta dengan mudah memahami materi yang disampaikan oleh tim.

Materi konsep online dalam Pemasaran. Peserta mampu memahami Offline. Peserta melakukan tanya jawab tentang offline dan online. Peserta menanyakan tentang online, dan cara bekerja online dalam bisnis online. Peserta menjadi mengerti Konsep Online. Peserta menanyakan tentang online dan implementasinya. Peserta mampu memahami tips online menggunakan YouTube. Peserta melakukan tanya jawab tentang tips online menggunakan YouTube. Peserta dan tim pemateri melakukan diskusi tentang YouTube, dan cara kerja YouTube dalam Web browser. Tips Online menggunakan YouTube, yaitu tentukan ide/tema video, pesan video, cerita yang kuat dan mudah dipahami. Kelebihan online adalah minim modal, mudah dijalankan, fleksibilitas

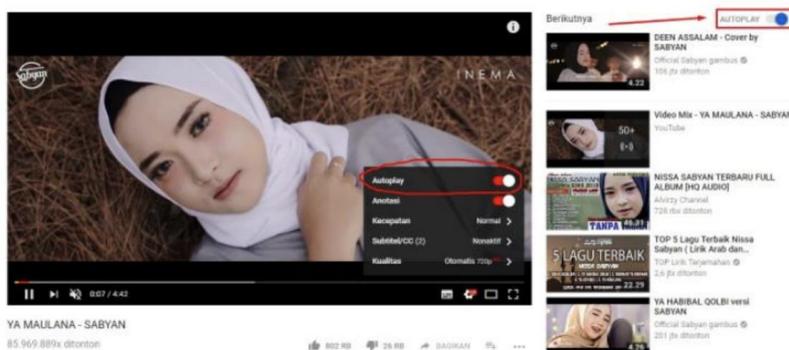
tempat, jangkauan pemasaran sangat luas, bisa dijadikan penghasilan utama, menghemat biaya dari segi biaya dan waktu.



GAMBAR 1. PELATIHAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE UNTUK PEMASARAN BAGI KOMUNITAS TANIA

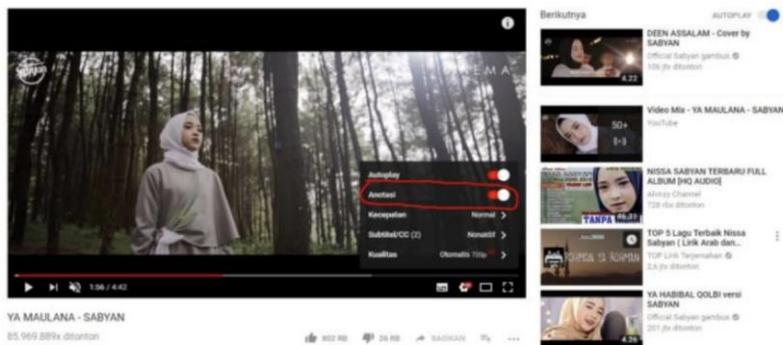
Media Sosial. Youtube. Pada dasarnya Youtube adalah sebuah website untuk berbagi video ataupun menonton video yang dibagikan oleh berbagai pihak. Banyak sekali yang bisa kita temukan di Youtube, mulai dari Vlog keseharian, tutorial, hiburan, trailer film, video klip musik dan lain-lain. Fitur YouTube terdiri dari: Autoplay, Anotasi, pengaturan Kecepatan Video, Subtitle, Download.

1. Autoplay



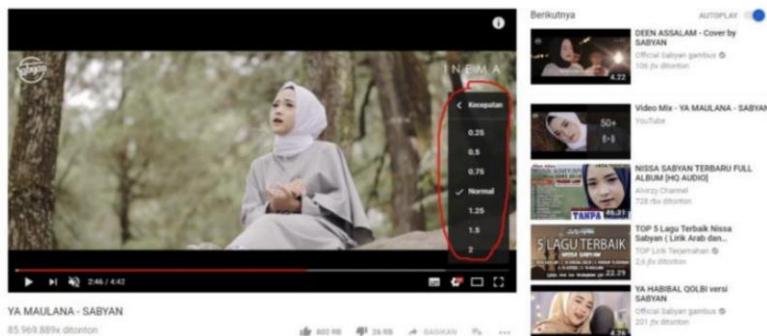
GAMBAR 2. FITUR YOUTUBE AUTOPLAY

2. Anotasi



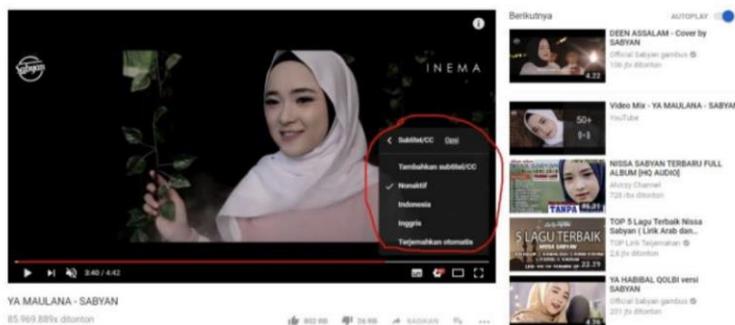
GAMBAR 3. FITUR YOUTUBE ANOTASI

3. Mengatur Kecepatan Video



GAMBAR 4. FITUR PENGATURAN KECEPATAN VIDEO

4. Subtitel



GAMBAR 5. FITUR SUBTITLE

5. Download Video



GAMBAR 6. FITUR DOWNLOAD

Media Sosial Youtube. Peserta mampu menggunakan YouTube. Peserta yang semula belum memaksimalkan youtube, dan belum mengerti cara YouTube bekerja menjadi mengerti dan memahami peranan dan mafaat YouTube. Peserta mampu mengerti Kelebihan Youtube. Peserta bisa menunjukkan pencarian youtube, dan cara menggunakan youtube. Peserta mampu menggunakan YouTube. Peserta mampu menggunakan YouTube dan fitur-fiturnya. Merencanakan dan Membuat Youtube. Peserta mampu membuat Plan. Peserta yang semula belum mengetahui plan Youtube, dan belum mengerti cara YouTube bekerja menjadi mengerti dan memahami plan youtube. Peserta mampu membuat Image, Text dan Video. Peserta mampu membuat Image dengan tampilan yang menarik. Text dengan benar dan serta membuat video. Peserta mampu mengikuti tahapan membuat YouTube. Peserta mampu mengikuti tahapan membuat Youtube dan mencoba mengimplementasikannya.

Memasarkan Youtube. Peserta mampu Pemasaran YouTube. Peserta yang semula belum mengetahui cara memasarkan menggunakan YouTube, dan belum mengerti cara YouTube bekerja menjadi mengerti dan mampu memasarkan produk menggunakan YouTube. Peserta mampu membuat Hastag YouTube. Peserta mampu mengerti tentang teknik hastag YouTube. Peserta bisa menunjukkan hastag, Cara menggunakan hastag. Peserta mampu membuat Hastag Komunitas. Peserta mampu menggunakan hastag komunitas dalam pemasaran dan mencoba mengimplementasikannya.

4. KESIMPULAN

Peserta pelatihan mampu memahami Online. Kelebihan dan kekurangan, serta mampu menggunakan tips online menggunakan YouTube. Peserta pelatihan mampu membuat youtube, mengetahui Kelebihan Youtube, dan Fitur Youtube untuk dioptimalkan. Peserta pelatihan mampu merencanakan YouTube, membuat YouTube, implementasi Plan, Image, Text dan Video. Peserta pelatihan mampu memasarkan produk dengan youtube, menggunakan hastag dan hastag persaingan.

Peserta sebaiknya membiasakan untuk banyak mencoba melihat video di YouTube yang memiliki banyak pengunjung untuk dihasilkannya video yang bagus. Peserta sebaiknya menggunakan fitur-fitur di youtube agar terbiasa dan bisa memanfaatkan untuk pemasaran produk. Peserta sebaiknya mengaplikasikan youtube sehari-hari, sehingga bisa diimplementasikan pengetahuan yang didapatkan pada pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

Durianto, Darmadi dkk. 2004. Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Enterprise, Jubile. 2009. Teknik Mengamati Tren dengan Google. Jakarta. Elex Media Komputindo.

- Greenstein, Marilyn & Feinman, Todd M. 2000. *Electronic Commerce: Security, Risk Management, and Control*, International Edition. Singapore: McGraw-Hill Book Co.
- Laudon, Kenneth C. & Jane P. Laudon. 2002. *Management Information System*. Seven Edition. United States of America. McGraw-Hill.
- Purbo, Onno W dan Aang Arif Wahyudi. 2000. *Mengenal e-Commerce*. Pt Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Said Hadjerrouit , 2005, *Designing a Pedagogical Model for Web Engineering Education: An Evolutionary Perspective* .Journal of Information Technology Education, Volume 4, 2005.
- Simarmata, Janner. 2010. *Rekayasa Web*. Yogyakarta. ANDI OFFSET Sidik, Bertha. 2009. *Pemrograman Web dengan HTML*. Bandung. Penerbit Informatika.