



Edupreneurship : Pemanfaatan Video Pembelajaran pada Platform Youtube

Qothrotun Nada^{1*}, Ishaq Nuriadin²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:
Submit : 28 Oktober 2022
Direvisi : 08 November 2022
Diterima : 10 November 2022
Diterbitkan : 31 Desember 2022

Kata Kunci

Edupreneurship, video pembelajaran, *Income*.

Koresponden

E-mail: qothrotunnada@uhamka.ac.id*

A B S T R A K

Edupreneur ditekankan pada usaha kreatif atau inovatif yang dilakukan oleh sekolah untuk memperoleh prestasi dan menambah *income*. Melihat realita saat ini, penggunaan media sosial sudah tidak asing di kalangan masyarakat. Salah satunya adalah *youtube*. Tentu sebagai pendidik diharapkan dapat menyebarkan kebaikan, sehingga sudah selayaknya jika pendidik mewarnai *platform youtube* dengan konten-konten yang bermanfaat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi video pembelajaran di *youtube* sebagai *edupreneur* bidang pendidikan. Untuk mendapatkan penghasilan di *platform youtube*, *content creator* harus memiliki banyak *subscriber* dan rutin mengunggah video. Top 5 *Youtube Channel* Indonesia didominasi dari kategori *entertain* sedangkan yang berkategori pendidikan berada peringkat ke 11 di Indonesia. Peluang para *content creator* di bidang pendidikan masih cukup besar dan menjadi tantangan tersendiri untuk membuat video pembelajaran yang menarik dan rutin sehingga para *views* lebih tertarik untuk menonton video di bidang pendidikan.

Abstract

Edupreneurs are emphasized on creative or innovative efforts made by schools to gain achievements and increase income. Seeing the current reality, the use of social media is no stranger to the public. One of them is *youtube*. Of course, as educators, they are expected to spread kindness, so it is appropriate for educators to color the *YouTube* platform with useful content. The purpose of this study was to analyze the potential of learning videos on *YouTube* as educators in the field of education. To earn on the *YouTube* platform, *content creators* must have a lot of *subscribers* and regularly upload videos. The Top 5 *Youtube Channels* in Indonesia are dominated by the entertainment category, while those in the education category are ranked 11th in Indonesia. The opportunity for *content creators* in the field of education is still quite large and becomes a challenge in itself to make interesting and routine learning videos so that *viewers* are more interested in watching videos in the field of education.

This is an open access article under the CC-BY-SA license



1. Pendahuluan

Sebagai seorang mahasiswa pendidikan matematika Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang diharapkan adalah memperoleh ilmu yang dapat dimanfaatkan sebagai profesi pendidik baik formal maupun informal. Dan sebagai manusia pada umumnya, seorang pendidik pun memiliki potensi dalam *edupreneurship* terutama di bidang pendidikan. Dalam (Sutrisno & Cokro, 2018) *Edupreneur* ditekankan pada usaha kreatif atau inovatif yang dilakukan oleh sekolah untuk memperoleh prestasi dan menambah *income*. Ada enam karakter yang harus dimiliki, yaitu percaya diri, orisinalitas, berorientasi manusia, merorientasi hasil kerja, berorientasi masa depan, dan berani ambil resiko (ANA, 2005).

Berangkat dari realita yang ada saat ini, tidak dipungkiri jika media sosial tidak asing di kalangan masyarakat. Terlebih di masa pandemi, yang memaksa masyarakat untuk membatasi

interaksi dan kerumbunan di luar rumah. Di sisi lain, agar aktivitas sehari-hari bisa tetap dilakukan dari rumah masing-masing, maka solusi yang hadir adalah pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi terutama aktivitas menggunakan internet. Bagi masyarakat yang jarang bahkan tidak pernah menggunakan internet, mereka dituntut untuk bisa menggunakannya, baik untuk komunikasi, belajar, hiburan, belanja, dan bekerja. Ada beberapa jenis platform yang dapat digunakan, seperti *zoom meeting*, *google meet*, *youtube*, *whats app*, dan masih banyak lagi.

Dari sisi pendidikan, pelajar dan guru harus melaksanakan pembelajaran daring atau sering disebut sebagai belajar dari rumah (BDR). Mengantisipasi BDR, guru dituntut untuk lebih aktif dan kreatif dalam menyajikan materi pembelajaran secara online. Untuk BDR (Ditjen GTK, 2016) ada dilakukan secara sinkronus dan asinkronus. Dimana pembelajaran sinkronus adalah interaksi pembelajaran antara guru dan peserta didik pada waktu yang bersamaan, menggunakan teknologi *video conference*, *video call*, atau *live chat*. Sedangkan pembelajaran asinkronus adalah interaksi pembelajaran yang dilakukan secara fleksibel dan tidak harus dalam waktu yang sama melalui forum atau *message*. Untuk pembelajaran asinkronus, guru harus menyiapkan materi terlebih dahulu sehingga peserta didik dapat belajar mandiri, diskusi, atau penugasan. Salah satu yang dapat disiapkan guru agar pembelajaran tetap menarik adalah video pembelajaran. Video pembelajaran ini dapat dibuat oleh guru ataupun bersumber dari video orang lain dengan cara menyertakan link.

Berdasarkan (Chandra, 2018) platform Youtube dirilis pada tahun 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Di platform Youtube ini semua orang dapat mengunggah maupun menonton video yang sangat beragam. Pada bulan Januari 2012, YouTube menerima kunjungan sebanyak empat miliar per hari. Tentu sebagai pendidik diharapkan dapat menyebarkan kebaikan, sehingga sudah selayaknya jika pendidik mewarnai youtube dengan konten-konten yang bermanfaat. Melihat realita ini, baik dari sisi kebermanfaatan dan luasnya sasaran, membuat video pembelajaran di platform youtube memiliki potensi dalam *edupreneurship* bidang pendidikan. Dalam (Barry et al., 2016) menyatakan bahwa media social khususnya youtube menjadi semakin lazim sebagai alat bantu belajar siswa dalam pendidikan anatomi. Dalam (Pratiwi & Puspito Hapsari, 2020) dinyatakan bahwa video YouTube membuat pembelajaran menarik, meningkatkan minat membaca siswa dan meningkatkan ide. Sehingga dapat merangsang kemampuan berpikir siswa, terutama kemampuan berpikir tingkat tinggi. Dari beberapa temuan-temuan tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi video pembelajaran di youtube sebagai edupreneur bidang pendidikan.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Hamdi & Bahrudin (2014) adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat lampau. Data penelitian ini diperoleh observasi. Observasi dilakukan melalui situs *sosialblade.com*.

3. Hasil dan Pembahasan






Platform Youtube terdiri dari beberapa kategori, yaitu mobil & kendaraan, komedi, pendidikan, hiburan, film, game, cara & gaya, dibuat untuk anak-anak, musik, berita & politik, nirlaba & aktivisme, orang & blog, hewan peliharaan & hewan, sains & teknologi, pertunjukan, olahraga, dan perjalanan.

Menurut (Romadhon, 2021) untuk mendapatkan penghasilan dari platform youtube, *content creator* harus bisa membuat konten yang menarik dan mengunggahnya secara rutin agar mendapatkan banyak subscriber. Kemudian apabila Channel youtubenya sudah mendapatkan 4.000 tayangan dalam 12 bulan terakhir dan paling sedikit memiliki 1.000 subscribers maka *content creator* dapat memonetisasi Channel Youtubenya tersebut. Selain dari jumlah klik dan tayangan pada iklan yang muncul di setiap video, ada beberapa sumber pendapatan lain yang bisa didapatkan para youtuber seperti *YouTube Ads*, *Affiliate Marketing*, menjual produk dan jasa, dan *endorsement*.

Penghasilan youtuber diperoleh langsung dari pihak YouTube sesuai kebijakannya. Indikator yang umumnya digunakan untuk menghitung pendapatan dari youtube adalah *Revenue per Impression* (RPM). RPM adalah penghasilan atau uang yang akan didapatkan dari setiap 1.000 penayangan iklan pada seluruh video yang ada di channel Youtube tersebut. RPM ini ditentukan dari beberapa faktor, seperti kualitas *traffic*, negara asal pemilik akun youtube, kategori video, harga iklan yang tayang, *adblock*, jumlah klik dan lainnya. Hal inilah yang menyebabkan RPM atau keuntungan yang dihasilkan tiap youtuber menjadi berbeda-beda. Namun, kita harus menghitung dahulu nominal yang dibebankan kepada pengiklan. Sebab penghasilan youtuber yang murni dari YouTube dihitung berdasarkan sistem bagi hasil dengan persentase 55 persen dikalikan beban tarif pengiklan. Seorang youtuber juga bisa memperoleh pendapatan dari cost per click (CPC). *AdSense* merupakan produk jaringan periklanan dari Google yang keuntungannya ditentukan oleh banyak faktor. Intinya seorang youtuber tetap harus memperoleh sebanyak-banyak subscriber. Karena semakin banyak subscriber, semakin besar kemungkinan orang yang mengklik konten video yang dibuat. Semakin banyak jumlah viewers, maka semakin besar peluang sponsor atau penawaran endorsement produk.

Melalui situs sosialblade.com, dapat diketahui *Top 100 Youtube Channels* keseluruhan, setiap negara, setiap kategori. Selain itu, ada juga analisis dari youtube channels, seperti banyak video, subscriber, video views, dan estimasi pemasukan. Berikut adalah lima youtuber dengan subscriber terbanyak di dunia, di Indonesia, dan di kategori pendidikan. Berikut adalah top 5 youtube channel di Indonesia.

Tabel 1 : 1. Youtube Channel Indonesia

Rank	Channel	Video	Subs
1	 Ricis Official	1,930	30.2M
2	 AH	1,745	29.7M
3	 Jess No Limit	1,876	24.7M
4	 Rans Entertainment	2,976	23.8M
5	 TRANS7 OFFICIAL	77,623	22.9M

Sumber: sosialblade.com (24 Juni 2022)

Dari Top 5 Youtube Channel dari Indonesia terlihat bahwa kategori entertain yang paling banyak subscriernya. Selain itu video yang diunggah pun juga banyak. Untuk channel youtube Indonesia pada kategori pendidikan yang memiliki subscriber terbanyak adalah BabyBus – Cerita & Lagu Anak-anak dengan peringkat ke 11 di Indonesia dan ke 17 pada kategori pendidikan. Channel youtube ini dibuat pada 14 Januari 2019, memiliki 17.8 M subscriber, 651 video, 9.980.502.476 views, dan estimasi pendapatan tahunan \$522,8K - \$8,4M.

Selanjutnya, channel youtube belajar yang cukup populer di Indonesia adalah Ruangguru Bimbel Online No. 1. Walaupun cukup populer, ternyata channel youtube yang dibuat sejak 2 September 2013 ini berada di peringkat ke 427 se-Indonesia dan peringkat ke – 500 pada kategori pendidikan. Channel youtube Ruangguru telah memiliki 1.04 M subscriber, mengunggah sebanyak 1.245 video dengan total 91.523.172 views, dan estimasi pendapatan tahunan \$1,2K - \$19K. Peluang para content creator di bidang pendidikan masih cukup besar. Dengan melihat peringkat channel youtube kategori pendidikan yang masih rendah menjadi tantangan tersendiri. Yaitu membuat video yang menarik sehingga para penonton lebih tertarik untuk menonton video pendidikan.

4. Kesimpulan

Untuk mendapatkan penghasilan dari platform youtube, content creator melalui beberapa tahap yaitu, harus bisa membuat konten yang menarik dan rutin agar mendapatkan banyak subscriber. Setelah mendapatkan 4.000 tayangan dalam 12 bulan terakhir dan minimal 1.000 subscribers maka content creator dapat memonetisasi Channel Youtubenya tersebut. Content creator akan mendapatkan penghasilan dari jumlah klik dan tayangan pada iklan yang muncul di setiap video, YouTube Ads, Affiliate Marketing, menjual produk dan jasa, dan endorsement. Dan tentu penghasilan youtuber diperoleh sesuai kebijakan dari Youtube. Intinya seorang youtuber tetap harus memperoleh sebanyak-banyak subscriber dan views.

Peluang para content creator di bidang pendidikan masih cukup besar. Dengan melihat peringkat channel youtube kategori pendidikan yang masih rendah menjadi tantangan tersendiri. Yaitu membuat video pembelajaran yang menarik sehingga para views lebih tertarik untuk menonton video pembelajarannya.

Daftar Pustaka

- ANA, D. N. (2005). *TEACHER PRENEUR SHIP (GAGASAN & UPAYA MENUMBUH KEMBANGKAN JIWA KEWIRAUSAHAAN GURU)*. Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo.
- Barry, D. S., Marzouk, F., Chulak-Oglu, K., Bennett, D., Tierney, P., & O'Keeffe, G. W. (2016). Anatomy education for the YouTube generation. *Anatomical Sciences Education*, 9(1), 90-96. <https://doi.org/10.1002/ase.1550>
- Chandra, E. (2018). YOUTUBE, CITRA MEDIA INFORMASI INTERAKTIF ATAU MEDIA PENYAMPAIAN ASPIRASI PRIBADI. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 406. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>
- Ditjen GTK. (2016). *Guru Pembelajar:Petunjuk Teknis Program Peningkatan Kompetensi Guru Pembelajar Moda Dalam Jejaring*. Kementetrian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Pratiwi, B., & Puspito Hapsari, K. (2020). Kemampuan Berpikir Tingkat Tinggi Melalui Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Ilmiah Sekolah Dasar*, 4(2), 282. <https://doi.org/10.23887/jisd.v4i2.24238>
- Sutrisno, W., & Cokro, S. (2018). Analisis Pengaruh Edupreneurship Dan Mentoring Terhadap Peningkatan Daya Saing Lulusan Perguruan Tinggi. *Research and Development Journal of Education*, 5(1), 114. <https://doi.org/10.30998/rdje.v5i1.3392>