

Pembuatan Dokumenter Mengenai Keberhasilan Pemanfaatan Youtube Sebagai Mata Pencaharian Melalui Konten Kreatif

Fiqih Hana Saputri¹, Rahmat Tullah², Dwiki Afrilian Koswara³
^{1,2,3} Program Studi Teknik Informatika STMIK Bina Sarana Global

Email: ¹fiqihhana@stmikglobal.ac.id, ²rahmattullah@stmikglobal.ac.id, ³dwikiafrilian@gmail.com

Abstrak - YouTube merupakan portal atau situs *video sharing* milik Google Inc. YouTube merupakan salah satu malah merupakan yang terbesar di dunia maya. Konten kreator pun semakin banyak di *platform* ini. Dikarenakan banyaknya peminat tontonan Youtube. Mereka berlomba-lomba untuk menunjukkan karyanya masing-masing. Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai bagaimana pembuatan konten di Youtube sehingga bisa menghasilkan uang dari konten yang di unggah. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah bagaimana membuat konten yang bagus dan bisa dinikmati banyak *viewers* dan memiliki nilai jual. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena didalamnya peneliti melakukan observasi, wawancara, dan juga dokumentasi. Hasil yang di dapatkan dari penelitian ini adalah sebuah dokumenter yang mengulas mengenai youtuber sukses. Dokumenter kemudian di unggah ke Youtube dan mendapatkan respon 90,8 % positif dari penonton.

Kata Kunci - Sosial Media, Youtube, Dokumenter, Konten Kreator, Fikri Fadlu

Abstract - YouTube is a portal or video-sharing site owned by Google Inc. YouTube is one of the biggest platforms in the world. Creator content is even more on this platform because of the many people watching Youtube. They are competing to show their content. Identification of the problem in this study is the little public knowledge about how to create content on Youtube and can make money from uploaded content. The purpose of this research is how to make good content that can be enjoyed by many viewers and has a sale value. This study uses a qualitative method because in it researchers, including observations, interviews, and also documentation. And the results from this study are a documentary that reviews the success YouTuber. The documentary was then uploaded to Youtube and received a 90.8% positive response from the audience.

Keywords - Social Media, Youtube, Documentary, Content Creator, Fikri Fadlu

I. PENDAHULUAN

Di era digital seperti saat ini, hampir semua orang telah merasakan hidup di dua dunia, dunia yang dimaksud tentunya adalah dunia nyata kehidupan sehari-hari sedangkan dunia lainnya yang dimaksud merupakan dunia maya dalam hal ini penggunaan internet^[1]. Dari tahun 2015 hingga 2016 perkembangan Youtube khususnya di Indonesia mulai melesat. YouTube merupakan portal atau situs *video sharing* milik Google Inc. YouTube merupakan salah satu malah merupakan yang terbesar di dunia maya. Jutaan video tersedia lengkap dan bisa dilihat secara gratis. Mulai dari video amatir karya para pengguna YouTube yang di *upload*, sampai dengan video-video musik karya para produsen industri musik dunia tersedia di portal YouTube ini^[2]. Konten kreator pun membludak di *platform* ini. Dikarenakan banyaknya peminat tontonan Youtube. Mereka berlomba-lomba untuk menunjukkan karyanya masing-masing. Konten yang mereka sajikan juga berbeda-beda. Ada *vlog*^[3], *gaming*, *short movie*, *prank*^[4] dan lain-lain. Dengan lebih dari satu miliar pengguna per bulan di seluruh dunia, hampir sepertiga dari jumlah pengguna internet secara keseluruhan. Perkembangan Youtube di Indonesia semakin pesat, Youtube menjadi salah satu *platform* atau media online paling populer saat ini. Popularitasnya diprediksi akan terus meningkat seiring dengan jumlah pengguna maupun pembuat konten. Bahkan, lembaga riset pasar Statista memperkirakan jumlah penggunanya akan mencapai angka 1,8 miliar orang pada tahun 2021 di seluruh dunia^[5].

Hasil wawancara awal dengan seorang youtuber bernama Fikri Fadlu mengemukakan informan memiliki 4 *platform* media sosial yaitu Instagram, Twitter, Facebook dan Youtube. Keempat platform tersebut tidak semuanya secara aktif digunakan oleh informan, hanya Instagram dan Youtube yang digunakan aktif oleh informan hingga tahun 2019 ini. Fikri Fadlu mengunggah atau membuat konten

komedi, *vlog*, dan lain-lain. Awal mula mereka membuat konten di Youtube adalah pada tahun 2016 ketika Youtube sedang ramai-ramainya. Di videonya ia sering membuat konten bersama adiknya yaitu Diwan. Ketika Fikri membuat videonya untuk pertama kali tidaklah mendapatkan uang sepeser pun. Namun karena konsistensinya dalam membuat konten. Ia sekarang bisa meraup penghasilan hingga puluhan juta perbulannya. Video dari channel Fikri Fadlu juga pernah menduduki *trending* 1 di Youtube Indonesia. Yaitu videonya yang berjudul “Diwan Beli Ikan Cupang”. Dari sanalah channel Fikri Fadlu bisa melesat naik jumlah subscriber nya.

Dari sana kita bisa melihat bahwa Youtube sangatlah berpotensi untuk menyebarkan karya atau kreativitas. Sosial media membebaskan si pengguna untuk meng-*upload* atau memposting apapun. Nilai tambah dari hasil pembuatan karya di Youtube adalah AdSense. Setiap video yang kita unggah akan ada iklan yang tayang. Maka dari iklan atau AdSense itulah seorang konten kreator bisa mendapatkan uang. Seperti yang telah dilakukan oleh Fikri Fadlu, ia telah sukses meraup banyak rupiah dari hasil karyanya.

Namun untuk bisa mencapai itu semua tidaklah mudah. Banyak yang harus dilewati untuk bisa mencapai popularitas tinggi dan juga mendapatkan penghasilan dari Youtube. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai cara pembuatan konten yang bagus agar bisa diminati oleh banyak viewers menjadi salah satu penghalang untuk masyarakat yang ingin terjun ke dunia Youtube. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk bisa membantu para konten kreator baru yang ingin membuat konten, mendapat penghasilan dari Youtube dan juga menjadikan Youtube sebagai mata pencaharian mereka.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena didalamnya peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

A. Observasi

Pada tahap ini penulis mendapatkan izin untuk mendokumentasikan cerita dari Fikri Fadlu yang menjadi seorang Youtuber. Sehingga penulis dapat mengembangkan konsep yang akan disajikan pada penelitian ini. Observasi atau pengamatan langsung berjalan dengan baik, karena penulis melakukan pendekatan dengan komunikasi yang baik sehingga bisa mendapatkan hasil data yang lengkap dan valid.

Tabel 2. Data Observasi

Nama Lengkap	: Ahmad Fikri Fadlurohman
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Tanggal Lahir	: 18 Mei 1998
Profesi	: Youtuber
Pendidikan Terakhir	: SMA
Alamat	: Jl. Hanjawar Pacet Kp. Cibengang Ds. Sukanagalih RT 02/09 Kec. Pacet Kab. Cianjur Jawa Barat. 43253.

B. Wawancara

Biasanya wawancara dalam penelitian kualitatif berlangsung dari alur umum ke khusus. Wawancara tahap pertama biasanya hanya bertujuan untuk memberikan deskripsi awal perihal masalah dan subjek yang dikaji. Tema-tema yang muncul pada tahap ini kemudian diperdalam, dan dikonfirmasi pada wawancara berikutnya, demikian seterusnya hingga mencapai kelengkapan informasi dalam pembahasan yang diinginkan oleh peneliti. Materi yang ditanyakan saat wawancara adalah perihal awal mula terbentuknya channel Youtube Fikri Fadlu dan perjuangan hingga sampai di titik yang seperti sekarang.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan

Narasumber	Daftar Pertanyaan
Fikri Fadlu	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana konten yang bisa disebut bagus dan memiliki nilai jual? - Awal mula bikin konten di Youtube? - Dapat ide dari mana? - Kok bisa bikin video sama Diwan? - Bagaimana bisa menghasilkan uang dari Youtube? - Apakah Youtube menjadi sumber mata pencaharian? - Alat apa saja yang digunakan saat <i>shooting</i>? - Bagaimana rasanya pernah trending nomer 1 di Youtube Indonesia?
Diwan Alfariz	<ul style="list-style-type: none"> - Kok mau Diwan diajak bikin video sama kak Fikri? - Biasanya Diwan minta dibelikan apa sama kak Fikri kalau mau take video?

C. Dokumentasi

Tujuan melakukan dokumentasi pada saat penelitian adalah untuk mendapatkan informasi yang mendukung dan informasi yang valid. Dokumentasi dalam penelitian ini juga digunakan sebagai bahan pembuatan film dokumenter dari subjek yang dikaji. Dokumentasi yang dilakukan berupa

pembuatan dokumenter yang didalamnya juga terdapat wawancara dengan narasumber, dan juga kegiatan dari subjek yang diteliti. Menurut Misbach Yusa Biran, film dokumenter adalah suatu dokumentasi yang diolah secara kreatif dan bertujuan untuk mempengaruhi penontonnya [6]. Film dokumenter merupakan film yang menunjukkan fakta dan data yang valid dari topik yang diangkat. Hal itu menjadi kelebihan film dokumenter dengan genre film lainnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut penelitian^[7] dalam melakukan pembuatan dokumenter baiknya melakukan beberapa tahap seperti pra produksi, produksi, pasca produksi. Tujuannya agar lebih memudahkan sutradara dalam melakukan *shooting*.

A. Pra Produksi

1. Sinopsis

Sinopsis ini adalah sebuah ringkasan cerita dari keseluruhan cerita dalam film dokumenter. Keseluruhan isi cerita di dalam film dokumenter yang telah di rangkum secara umum yang bertujuan untuk memudahkan khalayak untuk dapat mengikuti alur cerita dari film dokumenter yang dibuat.

Tabel 3. Sinopsis

<p>Dokumenter ini menceritakan tentang perjalanan Fikri Fadlu menjadi seorang konten kreator atau Youtuber yang sukses. Bagaimana ia memulai membuat konten sehingga bisa konsisten dan mendapat penghasilan dari konten yang dibuatnya. Konten unggahan Fikri yang berjudul ‘Diwan Beli Ikan Cupang’ juga pernah menduduki trending 1 Youtube Indonesia.</p>

2. Treatment

Treatment merupakan sebuah sketsa atau gambaran yang dapat acuan atau arahan untuk memperjelas dari keseluruhan yang ada dalam cerita. *Treatment* ini dapat mempermudah produser membuat shooting script sesuai alur cerita.

Tabel 3. Treatment

No	Segmen	Konten
1.	1	BUMPER OPENING [MENAMPILKAN KONTEN VIDEO FIKRI FADLU] PROLOG [EXT. ESTABLISH SHOT

FIKRI FADLU]

- NARASI VOICE OVER
 - INT. STATEMENT FIKRI FADLU
 - NARASI VOICE OVER

 - INT. RUMAH FIKRI FADLU
 - INT. KAMAR FIKRI FADLU (DEPAN KOMPUTER)
 - INT. STATEMENT FIKRI FADLU
 - NARASI VOICE OVER
2. 2
- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - INT. STATEMENT FIKRI FADLU - INT. RUMAH FIKRI FADLU (MEMPERLIHATKAN ALAT YANG DIGUNAKAN) - EXT. LUAR RUMAH (FIKRI MEMBUAT VIDEO) - INT. STATEMENT FIKRI FADLU - INT. KAMAR FIKRI (MENGEDIT VIDEO) - NARASI VOICE OVER |
|--|
3. 3
- INT. SHOT DIWAN
 - INT. STATEMENT DIWAN
 - INT. MENGUPLOAD VIDEO
 - EXT. FIKRI DAN DIWAN (MEMBUAT VIDEO)
 - INT. STATEMEN FIKRI (TRENDING 1 YOUTUBE)
 - NARASI VOICE OVER
 - INT. STATEMENT FIKRI FADLU (PERJUANGAN)
 - INT. SHOT MOBIL, RUMAH (HASIL YOUTUBE)
 - NARASI VOICE OVER
 - CLOSING

3. Shooting Script

Shooting script adalah seperti seseorang membawa sebuah peta ketika akan memulai sebuah perjalanan. Mereka mungkin akan menemukan banyak sekali hambatan yang tak terlihat serta kejutan-kejutan yang tak pernah mereka duga^[8].

Tabel 4. Shooting Script

Segmen	Shoot	Visual	Audio
1	<i>Footage</i>	- Bumper - Opening (Menampilkan Konten Fikri	Backsound & Audio Footage

	Fadlu)	
	- Establish Shoot (Fikri Fadlu)	
Medium & Long Shoot	- Ext. Orang-orang menonton Youtube	Narasi Voice Over
	- Trek Perjalanan	Narasi Voice Over
Time Lapse		
Medium Shoot	- Int. Shoot Fikri Fadlu	Narasi Voice Over
Medium Shoot	- Int. Statement Fikri Fadlu	Voice Statement
2 Close Up	- Int. Youtube channel Fikri Fadlu	Narasi Voice Over
	- Int. Fikri Fadlu mempersiapkan skrip	Narasi Voice Over
Medium Shoot & Close Up	- Int. Alat shooting Fikri	Statement Fikri Fadlu
3 Medium Shoot & Close Up	- Int. Shoot Diwan	Narasi Voice Over
	- Int. Statement Diwan	Voice Statement
Medium Shoot	- Int. Statement Fikri	Voice Statement
Long Shoot	- Ext. Rumah & Mobil	Narasi Voice Over
	- Closing	Narasi Voice Over

4. Working Schedule

Working schedule merupakan sebuah jadwal dari tahap pra produksi hingga tahap pasca produksi. Working schedule sangat membantu dalam melakukan sebuah keputusan karena working schedule ini merupakan jadwal kinerja saat melakukan perencanaan produksi hingga pasca produksi. Dan berikut working schedule dari program saya.

Tabel 5. Working Schedule

Tanggal	Kegiatan	Lokasi
06 Desember 2019	Observasi	Rumah Fikri Fadlu
07 Januari 2020	Shooting	Rumah Fikri Fadlu

08 Januari 2020	Shooting & Wawancara	Rumah Fikri Fadlu
14 Januari 2020	Editing	Rumah
01 Februari 2020	Pasca Produksi	Rumah

B. Produksi

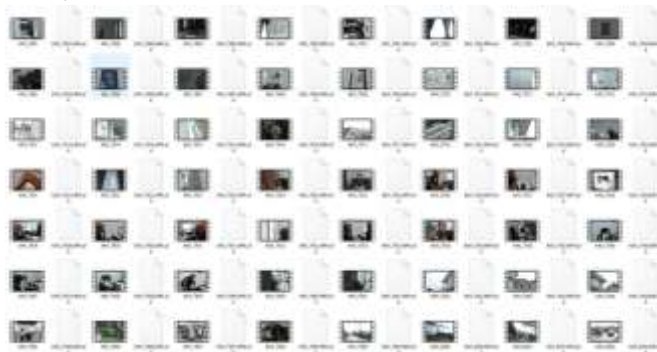
1. Shooting

Tahapan ini juga merupakan tahap untuk pelaksanaan shooting atau rekaman (audio visual) pada objek yang telah ditentukan, termasuk juga dalam pengambilan statement dari narasumber dan juga pihak-pihak pendukung. Akan dilakukan juga pengambilan gambar-gambar pendukung di tempat lain sebagai stock shot dalam dokumenter tersebut.

Proses shooting akan dilakukan sesuai dengan shooting schedule dan juga jadwal yang telah disepakati oleh tokoh serta narasumber yang bersangkutan. Pengambilan gambar kegiatan atau aktifitas penting dari tokoh dan narasumber lainnya yang tidak bisa dilakukan pada waktu dan hari yang sama, sehingga penulis bersama tim tidak bisa memaksa untuk menentukan waktu untuk shooting. Jadi penulis terlebih dahulu harus membicarakan dan membuat kesepakatan mengenai waktu dan ketersediaan narasumber untuk shooting yang akan dilakukan.

a. Mengumpulkan Stock Footage

Footage adalah sebuah rekaman video yang bisa dipergunakan berkali-kali untuk berbagai kebutuhan proyek video/film. Rekaman video (stock video) bermanfaat bagi pembuat video/film karena menghemat waktu dan biaya, dan tanpa harus “shooting” materi baru [9].



Gambar 1. Stock Footage

b. Wawancara

Sebelum wawancara dilakukan, tim mengadakan breafing terlebih dahulu dengan tokoh ataupun

narasumber mengenai pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Hal ini bertujuan agar tokoh dan narasumber dapat memahami pertanyaan dan sudah memiliki *statement* untuk dilontarkan. Dan berharap tidak terjadi kesalahan dalam penyampaianya pada saat *shooting* wawancara berlangsung.



Gambar 2. Wawancara

C. Pasca Produksi

1. Editing

Pada saat *editing* aplikasi yang digunakan adalah Sony Vegas Pro 13. Untuk *frame size* yang digunakan adalah 1980x1080 25fps. Konsep *editing* yang dilakukan adalah menyatukan narasi dan juga pernyataan dari sang narasumber yang dipadukan dengan *background* yang cocok dengan *stok shoot* yang di ditampilkan.



Gambar 3. Editing

2. Rendering

Penyelesaian pada saat editing sangatlah penting untuk di perhatikan. Karena jika tidak sesuai dengan format pada pengambilan gambar, maka video yang di hasilkan akan tidak sinkron. Maka untuk *rendering* dilakukan sesuai dengan pada saat pengambilan gambar yaitu menggunakan format Full HD 1080 25fps dengan format MP4.



Gambar 4. Rendering

3. Mixing

Proses dimana file yang sudah di *rendering* dipindahkan ke dalam media kaset, VCD, DVD atau media lainnya. Film dokumenter ini menggunakan media DVD.



Gambar 5. Cover Box DVD

4. Penyusunan Statement Narasumber dengan Inti Cerita

Tugas produser setelah melakukan produksi nantinya adalah ikut mengawasi jalannya proses pasca produksi seperti *editing*. Sebelum dilakukan *editing*, produser harus ikut menyeleksi gambar-gambar yang akan dimasukkan oleh editor untuk menyesuaikan dengan *treatment* dan *shooting script* yang sudah dibuat oleh produser dan sutradara. Penyusunan *statement* dari narasumber adalah bagian dari pasca produksi. Penyusunan *statement* dilakukan untuk menjadikan *statement-statement* tersebut menjadi sebuah inti cerita. Terlebih lagi untuk menyelaraskan antara gambar-gambar yang sudah direkam oleh kameramen dengan *statement-statement* tersebut apakah berkesinambungan.

5. Mengunggah Dokumenter

Penulis menggunakan media Youtube sebagai *platform* yang tepat sebagai media penyebarluasan. Tujuannya agar masyarakat luas dapat menyaksikan karya dokumenter yang telah dibuat dengan sangat mudah dan gratis. Karena

Youtube bisa diakses dimanapun, kapanpun dan oleh siapapun secara gratis. Dan Youtube juga menyediakan kolom komentar agar penonton bisa memberikan *feedback* terhadap dokumenter yang dibuat.



Gambar 6. Channel Youtube “Fikri Fadlu Documentary”

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dengan adanya film dokumenter ini bisa menjadi referensi masyarakat yg ingin membuat konten atau dokumenter. Film dokumenter ini juga diharapkan bisa memberikan motivasi kepada masyarakat yang ingin menjadikan Youtube sebagai mata pencaharian. Diambil dari statement Fikri dalam film dokumenter konten yang bagus adalah konten yang *relate* dan bisa diingat terus oleh penontonnya.

B. Saran

Terkadang saat ini konten kreator sudah jarang ada yang membuat sebuah dokumenter di Youtube. Kalaupun ada, pasti kalah saing dengan konten-konten yang kurang positif dan mengundang kontroversi. Karena memang di Indonesia banyak sekali video yang trending pada *platform* Youtube dan isinya mengandung banyak unsur negatif dan kurang memiliki nilai jual. Untuk yang ingin mencoba membuat konten di Youtube, cobalah membuat sebuah dokumenter. Agar bisa menginspirasi masyarakat dengan cerita yang di angkat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Maulhayat, A. I. Kesuma, and H. Amiruddin, “Peran Instagram di Kalangan Mahasiswa Angkatan 2015 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar,” pp. 1–18, 2018.
- [2] B. R. D. Kristianto and R. F. Marta, “Monetisasi Dalam Strategi Komunikasi Lintas Budaya Bayu Skak Melalui Video Blog Youtube,” *LUGAS J. Komun.*, vol. 3, no. 1, pp. 45–56, 2019, doi: 10.31334/ljk.v3i1.415.
- [3] E. R. David, M. Sondakh, and S. Harilama, “Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi,” *J. Acta Diurna*, vol. 6, no. 1, 2017.
- [4] A. M. Kuncoro, A. O. Putri, A. Pradita, P. S. Manajemen, F. Ekonomi, and U. Jember, “Vlogger Sebagai Saluran Menuju Generasi

Milenial Produktif Indonesia,” *Sinergitas Quadruple Helix E-bus. dan Fintech sebagai Daya Dorong Pertumbuhan Ekon. Lokal*, pp. 193–199, 2018.

- [5] D. Pradiya, “3 Fakta Menarik dari Riset Google tentang Perkembangan YouTube di Indonesia,” *id.techinasia.com*, 2018. [Online]. Available: <https://id.techinasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia>. [Accessed: 04-Mar-2020].
- [6] H. S. Mubarik, I. K. Buda, and N. K. Dwiyani, “Film Dokumenter ‘Nyama Selamat’ Dengan Gaya Expository,” vol. 22, pp. 23–30, 2018.
- [7] I. FAJAR, “Perancangan Video Promosi Cafe Ombrewok,” pp. 1–14, 2017.
- [8] E. Lukius, D. T. Ardianto, and J. Siwalankerto, “Perancangan Film Dokumenter Tentang Penggunaan Perangkat Elektronik Saat Take Off dan Landing.”
- [9] www.stokvideoindonesia.com, “Apa Itu Stock Footage?,” 2017. [Online]. Available: <http://www.stokvideoindonesia.com/about-stock-footage/>. [Accessed: 04-Mar-2020].