



Kerangka Konseptual Pengembangan Saluran Youtube Pemotivasi dari Penyandang Disabilitas

Muhammad Luthfi Hidayat
Rizky Kusumalestari Toyibah
Rigita Ardhiani Cahyaningtyas
Sucika Miftarul Anzila

Program Studi Pendidikan Biologi
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Muhammdiyah Surakarta
krisnaradityapratama@student.uns.ac.id

Abstract

YouTube is the most popular media, both as a medium of entertainment or information that is practical and affordable. YouTube can also be used as a means of education in the form of a channel that contains specific topics with specific visitors also in accordance with the topic. The topic raised in this study was the motivation of people with disabilities in the form of specific-themed videos. Persons with disabilities are often seen as marginalized groups of society. The disability of persons with disabilities in physical terms is seen as their inability to do the work of normal people. This stigma makes access to people with disabilities to work, education, or public services sometimes reduced. However, there are many success stories of people with disabilities that need to be published to the wider community. The purpose of this research is to develop a conceptual framework for developing motivational themed YouTube channels with content from persons with disabilities. Application development uses the DDR (Design Development and Research) model by Ritchey & Klein with stages of limited testing being open to Android applications. Data content was obtained from observations, interviews with disabled speakers, and literature studies. This conceptual framework aims to contribute to the development of YouTube channels for other educational purposes and to convert them into an Android-based application that can be downloaded through the marketplace.

Keyword: *The Disabled, Youtube, Motivation, Android, Channel*

Article Info

Naskah Diterima :
2019-10-30

Naskah Direvisi:
2020-01-16

Naskah Disetujui:
2020-02-25

Abstrak

Youtube merupakan media yang paling digemari, baik sebagai media hiburan ataupun informasi yang bersifat praktis dan terjangkau. Youtube dapat dimanfaatkan pula sebagai sarana edukasi dalam bentuk sebuah saluran (channel) yang berisi topik-topik yang spesifik dengan pengunjung yang khusus pula sesuai dengan topik tersebut. Topik yang diangkat dalam penelitian ini adalah motivasi dari penyandang disabilitas dalam bentuk video-video bertema spesifik. Penyandang disabilitas (kaum difabel) sering dipandang sebagai kelompok masyarakat yang terpinggirkan. Kekurangan kaum difabel dalam hal fisik dianggap sebagai ketidakmampuan mereka untuk mengerjakan pekerjaan layanya orang normal. Stigma tersebut membuat akses kaum difabel terhadap pekerjaan, pendidikan, atau layanan umum kadang berkurang. Namun demikian, ternyata banyak kisah keberhasilan dari penyandang disabilitas yang justru perlu dipublikasikan kepada masyarakat luas. Adapun penelitian ini bertujuan untuk menyusun suatu kerangka konseptual dari pengembangan saluran Youtube bertema motivasi tersebut dengan konten berasal dari para penyandang disabilitas. Pengembangan aplikasi menggunakan model DDR (Design Development and Research) oleh Ritchey&Klein dengan tahapan sampai uji terbatas terbuka pada aplikasi Android. Data konten diperoleh dari observasi, wawancara pada narasumber difabel berprestasi, serta studi literatur. Kerangka konseptual ini bertujuan memberikan kontribusi pengembangan saluran Youtube untuk tujuan edukatif lainnya dan mengkonversikannya menjadi sebuah aplikasi berbasis Android yang dapat diunduh melalui marketplace.

Kata Kunci : *Difabel, Saluran Youtube, Motivasi, Android, Disabilitas*

A. PENDAHULUAN

Penyandang disabilitas sering dipandang sebagai kelompok masyarakat yang terpinggirkan. Kekurangan kaum difabel dalam hal fisik dianggap sebagai ketidakmampuan untuk mengerjakan pekerjaan layaknya orang normal. Stigma tersebut membuat akses kaum difabel terhadap pekerjaan, pendidikan, atau layanan umum kadang berkurang (Yu et al., 2019). Namun demikian, ternyata banyak kisah keberhasilan dari penyandang disabilitas yang justru perlu dipublikasikan kepada masyarakat luas. Lebih daripada itu, kisah keberhasilan dari sisi pendidikan, pekerjaan, olahraga atau wirausaha dapat dikonversi dari cerita sedih menjadi motivasi yang menggugah.

Kisah-kisah penyandang disabilitas yang sukses mengubah keterbatasan menjadi prestasi memiliki banyak energi positif yang dapat disalurkan kepada orang-orang yang membutuhkan. Orang-orang yang membutuhkan tersebut adalah mereka yang kurang mampu dalam manajemen psikis, sehingga dapat mengakibatkan demotivasi yang disebabkan oleh tekanan hidup yang dialami (Kamim & Khandiq, 2019; Rubiyanti, 2008). Tekanan hidup tersebut bisa jadi karena faktor pekerjaan, kesulitan ekonomi, pergaulan, atau masalah hubungan antarsosial manusia.

Revolusi Industri 4.0 telah menggejala pada semua lini kehidupan. Revolusi Industri Keempat ini telah menciptakan pekerjaan-pekerjaan baru dengan kualifikasi yang lebih baik dan juga selektif (Rhenald, 2017). Dampak revolusi ini mengakibatkan sebagian orang mengalami tekanan hidup, tetapi di sisi lain ada manusia-manusia istimewa yang pandai memaknai hidup, sehingga mampu menjalani hidup dengan bahagia meski memiliki kekurangan. Segala keterbatasan yang dimiliki seorang difabel, diubahnya menjadi semangat untuk

berkiprah dalam hidup. Setiap kekurangan yang dialami menjadi pemantik untuk lebih bisa bersyukur. Oleh karena itulah, orang-orang istimewa yang secara fisik mungkin terlihat kurang ini, dapat lebih termotivasi untuk melakukan sesuatu untuk melengkapinya kekurangan mereka (Nasirin, 2010).

Namun demikian, semangat positif dari para difabel yang berhasil mengatasi permasalahan dan keterbatasannya kurang tersosialisasikan dengan massif. Oleh karena itu, seiring dengan di era teknologi informasi seperti saat, wajarlah jika muncul gagasan untuk mewujudkan membagi semangat positif para difabel yang sukses. Gagasan itu membutuhkan dukungan teknologi yang murah, mudah, dan memiliki efektifitas jangkauan tinggi. Pilihan mengerucut pada saluran video yang paling populer yaitu *Youtube* (Snelson, 2015). Situs unggah dan berbagi video tersebut dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan semangat positif pada generasi pra millennial, millennial, ataupun *post millennial*.

Video-video inspratif dari kaum difabel diharapkan dapat memotivasi masyarakat umum dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan teladan dan nilai-nilai motivasi positif. bagi orang-orang yang kurang mampu dalam hal managing *psychic*. Diharapkan pula saluran video tersebut dapat membentuk pemikiran bahwa keterbatasan fisik tidak menghalangi seseorang untuk berkarya juga memberi dampak positif kepada masyarakat.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Permasalahan Demotivasi sebagai Dampak Industrialisasi 4.0

Revolusi Industri 4.0 atau biasa disingkat IR 4.0 juga dikenal sebagai era *cyber physical system*, yang berarti dunia

maya dan dunia realita menyatu dalam sebuah sistem di dunia industri, contohnya berupa kecerdasan *artificial, self-drive car*, merupakan kemajuan di bidang industri dengan digitalisasi melalui penerapan sistem produksi cerdas tergabung antara IoT, teknologi komputasi awan, dan *big data* (Schwab, 2016).

Sebagaimana revolusi terdahulu, revolusi industri keempat berpotensi meningkatkan kualitas hidup masyarakat di seluruh dunia. Namun, kemajuan di bidang otomatisasi dan kecerdasan buatan telah menimbulkan kekhawatiran bahwa mesin-mesin akan mengambil alih pekerjaan manusia. Artinya, akan muncul jenis-jenis pekerjaan baru yang merubah peta dunia kerja serta menghilangkan sejumlah jenis pekerjaan tertentu, misal penjaga tiket tol, tenaga admin pengelolaan data, buruh pabrik, atau supir angkot (Rhenald 2017). Disrupsi ini akan menimbulkan tekanan atau stress bagi mereka yang tidak siap untuk berubah dengan cepat. Stres, dalam pengertian umum, adalah suatu tekanan atau sesuatu yang terasa menekan akibat ketidakseimbangan antara harapan dan kenyataan yang diinginkan oleh individu, baik keinginan yang bersifat jasmani maupun rohani (Setiawan et al., 2018).

Stress jika tidak dikelola dengan baik akan memunculkan permasalahan kejiwaan yang berujung pada melemahnya produktivitas. Hal ini harus diatasi dengan merubah *mindset* dan cara berpikir tentang menghadapi permasalahan. Perubahan pola pikir tersebut dapat diperoleh dari informasi dan motivasi yang datang dari dalam maupun luar diri. Tidak semua orang mampu memotivasi dirinya sendiri (*inner-motivation*) dengan informasi yang dimilikinya. Ketidakmampuan untuk self-motivated inilah yang memang menjadikan manusia adalah makhluk sosial. Mereka perlu saluran untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi

baru untuk menambah motivasinya (*outer motivation*) (Rubiyanti 2008).

Namun demikian, terdapat sebagian orang yang mampu memotivasi dirinya sendiri bahkan orang lain. Hasil dari pergulatan orang tersebut pada masalah untuk berhasil menemukan solusi, bertahan, dan bahkan bangkit dapat ditularkan sebagai inspirasi bagi orang lain. Waktu dan nilai perjuangan inilah yang kemudian oleh sebagian manusia menjadi sumber motivasi. Orang yang menularkan atau memiliki kemampuan untuk memotivasi disebut sebagai motivator.

2. Kebermaknaan Hidup Penyandang Disabilitas sebagai Sumber Motivasi

Kebermaknaan hidup menjadi penyandang disabilitas dapat dilihat dari perasaan berarti dan bahagia serta berusaha meningkatkan ibadah karena masih diberi kehidupan dan bersyukur dengan kehidupannya. Menjadi seorang penyandang disabilitas yang semula kurang percaya diri menjadi lebih percaya diri, humoris, berempati kepada orang lain yang lebih parah dari dirinya, mengasah potensi atau kemampuan yang dimilikinya serta memikirkan masa depan dan merasa hidupnya berarti (Rizki, 2018).

Menjadi difabel tidak selamanya membawa hambatan berdampak negatif, disisi lain berdampak positif dan membawa kebahagiaan tersendiri dari korbannya seperti kisah subjek berinisial S ia seorang difabel yang menciptakan kaki palsu sendiri, kreativitasnya tersebut membuat pemerintah untuk melakukan program seribu kaki palsu pada tahun 2009, ada juga yang dialami subjek beinisial RS seorang difabel karena kecelakaan tragis. Kedifabelan menyimpannya telah membawa kebahagiaan dan kebaikan tersendiri karena dulu sebelum difabel terkenal sebagai pemuda pemabuk, pemakai narkoba, *playboy* dan nakal sehingga

setelah mengalami amputasi kaki kehidupannya lebih disyukuri dan membawa kebaikan tersendiri (Nasirin 2010).

Lebih lanjut menurut Bastaman (2007), terdapat lima tahapan seseorang dapat meraih kebermaknaan hidupnya, berdasarkan urutannya yaitu

- a) Tahap derita, tahapan ini merupakan pengalaman tragis yang dialami seseorang yang menimbulkan penghayatan hidup tanpa makna. Tahapan ini ditandai dengan perasaan hampa, apatis, bosan, dan merasa tidak lagi memiliki tujuan hidup.
- b) Tahap penerimaan diri, yaitu tahap ini seseorang mulai menerima apa yang terjadi pada hidupnya, pemahaman diri, dan terjadinya perubahan pada sikap individu tersebut. Munculnya penerimaan ini biasanya karena beberapa dorongan sebagai contoh saat perenungan diri, konsultasi dengan ahli, berdoa atau ibadah, belajar dari oranglain dan sebagainya.
- c) Tahap penemuan makna hidup, yaitu tahapan yang ditandai dengan individu menyadari akan nilai-nilai berharga serta sangat penting dalam hidupnya. Hal-hal yang dianggap berharga dan penting itu mungkin saja berupa nilai-nilai kreatif, nilai-nilai penghayatan, dan nilai-nilai bersikap, dan nilai-nilai pengharapan.
- d) Tahap realisasi makna, yaitu tahap ketika seseorang mulai membuat komitmen pada dirinya dan melakukan kegiatan guna memenuhi makna hidupnya. Serta pada tahap ini individu juga mengalami semangat dan gairah dalam hidupnya.
- e) Tahap kehidupan bermakna, yaitu ketika seseorang akan merasa bahagia karena berhasil dalam menemukan dan memenuhi makna

hidupnya tersebut (Bastaman., H 2007).

3. Youtube sebagai Media Aplikatif Peningkat Motivasi

Youtube adalah aplikasi yang paling populer di Indonesia bahkan dunia (Snelson, 2015). CEO Youtube, Susan Wojcicki mengungkapkan aneka konten di platform video sharing tersebut disaksikan oleh lebih dari 2 miliar pengguna yang terdaftar setiap bulannya. Jumlah ini belum termasuk para pengguna internet lain yang kerap menonton video Youtube tapi tidak memiliki akun pada Youtube. Sebelumnya, Youtube mencatat jumlah penonton bulanan terdaftar (*logged-in monthly users*) sebesar 1,5 miliar pada pertengahan 2017 (Youtube 2019).

Pengguna Youtube sendiri juga terdiri dari hampir semua segmen, dari orang dewasa manula, usia produktif, remaja, sampai anak Taman Kanak-Kanak (TK). Youtube juga menjadi urutan pertama survey tentang sumber referensi yang paling digemari oleh pelajar dan mahasiswa (Putra & Patmaningrum, 2018). Oleh karena itulah, pemanfaatan Youtube bisa menjadi sangat kompleks baik sebagai saluran ekspresi, penyebarluasan informasi, hiburan, bahkan sumber belajar (Buzzetto, 2015). Youtube juga bisa sangat menghibur dan ditonton ulang sebanyak yang diinginkan pemirsanya. Inilah sebabnya mengapa situs web berbagi video Youtube dapat memberikan peluang tanpa batas untuk meningkatkan pembelajaran akan sesuatu (Youtube, 2019). Youtube juga memiliki kesitimewaan berupa jumlah video yang sangat banyak dengan berbagai pilihan informasi spesifik sesuai tujuan dan sasaran informasi yang ingin audiens miliki. Satu-satunya hal yang harus Anda perhatikan adalah memastikan bahwa video yang Anda gunakan selaras dengan hasil yang ingin dicapai dalam pembelajaran (Rosenthal, 2017).

Sejumlah riset mengenai efektifitas *Youtube* sebagai media belajar untuk meningkatkan motivasi belajar telah dilakukan. Hamim Tohari dkk, membuktikan bahwa penggunaan *Youtube* dalam mata kuliah Perancangan Basis Data untuk materi SQL di tahun akademik 2017/2018, mampu secara signifikan meningkatkan motivasi belajar mahasiswa yang berkarakter belajar auditoris. (Tohari, 2019).

Buzzeto (2015) menambahkan bahwa berdasarkan penelitiannya pada sejumlah mahasiswa menunjukkan bahwa *Youtube* sebagai alat pedagogis dapat meningkatkan pengalaman pembelajaran, minat, keterlibatan, serta wacana siswa dalam pembelajaran secara *online* mereka. Uniknya, Rosenthal (2017) menemukan bahwa, meski di dalam pembelajaran sains, siswa subjek penelitian tetap lebih senang memanfaatkan *Youtube* sebagai sumber hiburan, atau informasi yang menghibur mereka alih-alih menyaksikan video sains. Artinya, peluang *Youtube* untuk menjadi situs hiburan edukatif dan sarana *motivataintment* cukup tinggi.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian pengembangan *channel Youtube* ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model pengembangan *Design and Development Research* (penelitian desain dan pengembangan). *Design and Development Research* adalah studi sistematis tentang desain, pengembangan, dan proses evaluasi dengan tujuan membangun dasar empiris untuk menciptakan produk instruksional dan non instruksional dengan langkah-langkah pengembangan yang harus diikuti dari tahap awal sampai tahap menghasilkan produk berdasarkan Jones, Richey & Klein, (2007).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam karya tulis ini adalah

studi pustaka dan wawancara.

Model pengembangan *Design and Development Research (DDR)* (Richey, R.C., & Klein, 2007) mempunyai tahapan: *a. Identify the problem, b). describe the objectives, c). design and develop product, dan d). communicate the testing results.* Karena keterbatasan peneliti, maka penelitian ini dibatasi hanya sampai pada tahap *communicate the testing results*, pada sub tahap tanggapan dari pemirsa daring. Hal tersebut karena subjek dari penelitian ini adalah netizen umum dengan indikator keberhasilan adalah jumlah “like” dan “*subscribe*”. Tidak terdapat uji terbatas untuk mengetahui tanggapan subjek penelitian luar jaringan (*offline*) mengenai kualitas video.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dengan menggunakan model *DDR* menghasilkan tahap pengembangan berupa empat tahap utama, yaitu :

1) *Identify the problem*

Tahapan identifikasi masalah yaitu dengan melakukan pengumpulan informasi, identifikasi permasalahan yang dijumpai dan merangkum permasalahan untuk dijadikan langkah awal pengembangan produk. Permasalahan yang diperoleh yaitu:

- a) Belum banyaknya konten dari kaum difabel yang dapat dijadikan sumber motivasi dan inspirasi,
- b) Sedikitnya informasi bagi peneliti mengenai target market pemirsa *youtube* terkait tema motivasi dan hiburan inspiratif
- c) Konten video seperti apa yang sesuai untuk target sasaran pemirsa saluran *youtube*.

Identifikasi kebutuhan ini menjadi landasan dari pengembangan produk. Dengan mengetahui permasalahan dan kebutuhan pengembangan produk, sistem yang dirancang akan semakin tepat.

Identifikasi masalah ini mengacu pada hasil studi literatur, wawancara, dan observasi sebelum dianalisis untuk tahap selanjutnya.

Berdasarkan studi literatur dan penelitian serumpun mengenai pemanfaatan Youtube sebagai media edukasi (Snelson, 2015), akses dan kebutuhan akan media pemotivasi cukup tinggi. Motivasi tersebut lebih fokus pada motivasi pengembangan diri, kelanjutan studi, dan kemauan berprestasi.

Adapun berdasar wawancara dan observasi pada tokoh difabel berprestasi, diperoleh data bahwa aktivitas dari para difabel tersebut dapat dijadikan sebagai bahan konten yang menarik bagi video. Salah satu narasumber merupakan penyandang difabel yang mampu menyelesaikan studi strata 2 di sebuah kampus negeri dan menjadi Pegawai Negeri Sipil (guru) di sebuah SLB di Yogyakarta. Perjalanan hidup dan perjuangan narasumber dapat diolah menjadi sebuah video yang memotivasi, sesuai dengan tujuan pembuatan saluran video (*channel*).

2) Describe the objectives

Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan channel *Youtube* berisi konten video inspratif dan motivatif dengan narasumber para penyandang disabilitas dengan target pemirsa dan pendaftar yang terus meningkat dalam sebulan pertama mengudara.

Langkah pertama yang harus dilakukan berdasar (Anonim, 2018), adalah membuat channel/ saluran *Youtube* pertama kali dengan akun Google. Selanjutnya, berdasarkan Naufal (Ismail, 2019), *Youtube* adalah masalah kualitas konten. Artinya riset mengenai konten harus benar-benar diperhatikan oleh pengelola saluran *Youtube*. Perhatian yang utama adalah target pemirsa dan konten apa yang atraktif bagi prospek

pemirsanya. Kualitas konten diperoleh dengan memperhatikan: pemberian judul dan ikon gambar (*thumbnail*) yang menarik, video yang menarik dari sisi informasi dan tampilan (animasi dan grafis), serta konten video yang relevan dengan kebutuhan pemirsa, yaitu konten inspirasi yang tetap menghibur. Langkah terakhir adalah mengunggah video ke dalam saluran dengan ritme yang tepat (persisten dan adaptif terhadap kontekstualitas informasi) .

3) Design and develop product

Langkah berikutnya adalah tahap merancang dan mengembangkan produk. Prosedur pelaksanaannya antara lain membangun kerangka konseptual, merancang sistem konten, dan membuat sampel video untuk pengujian dan evaluasi. Setelah *channel* selesai, dilanjutkan dengan desain aplikasi Android menggunakan *AppGeyser*. Aplikasi ini berfungsi sebagai peluncur (*Launcher*) dari link *Channel Youtube* tersebut. Pengembangan saluran video ini tidak cukup dengan hanya mengunggah satu atau dua video saja, melainkan harus memiliki konsistensi.

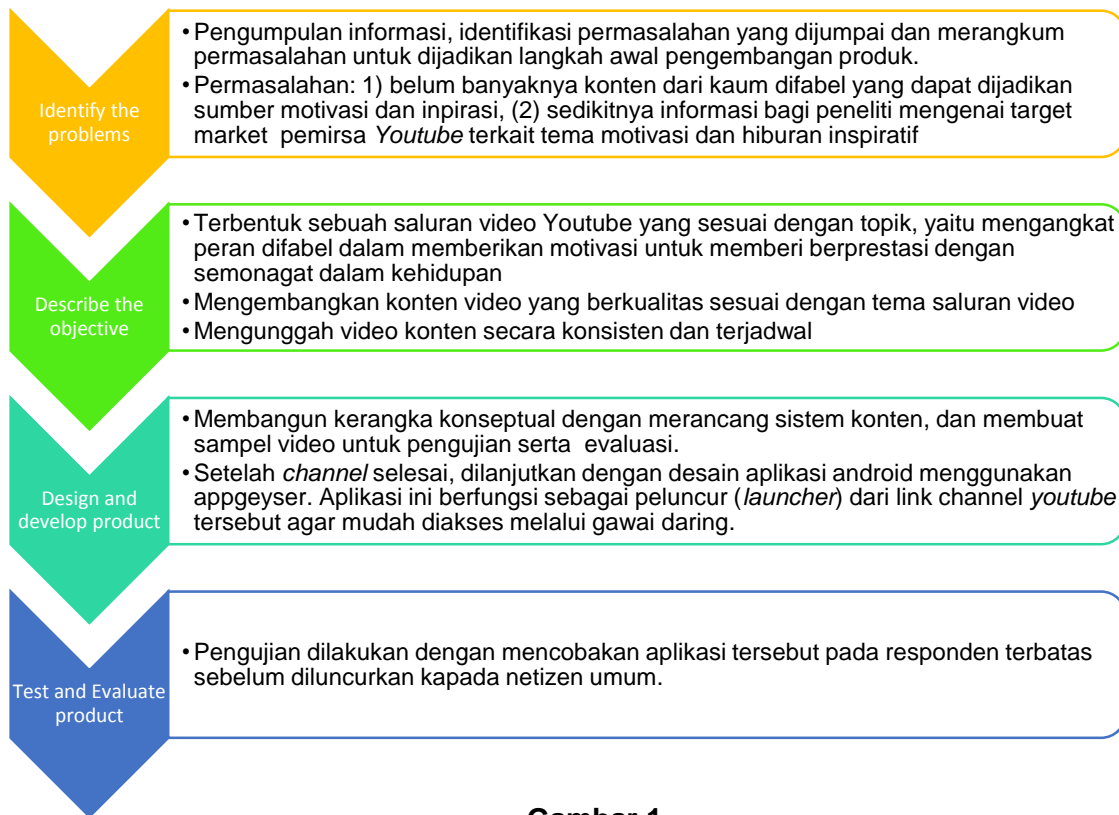
Konsistensi ini diperoleh dengan mengunggah konten yang berkualitas sesuai dengan tema saluran secara periodik dan terjadwal. Oleh karena itu perlu dilakukan suatu evaluasi terhadap produksi dan publikasi konten. Apabila pengembang membutuhkan tim dalam mengembangkan, mengelola, dan mengunggah konten secara periodik, maka perlu ditetapkan bahwa terdapat tenaga khusus untuk melakukannya, hal ini merupakan sisi evaluasi untuk sistem pendanaan dalam produksi.

4) Test and evaluate product

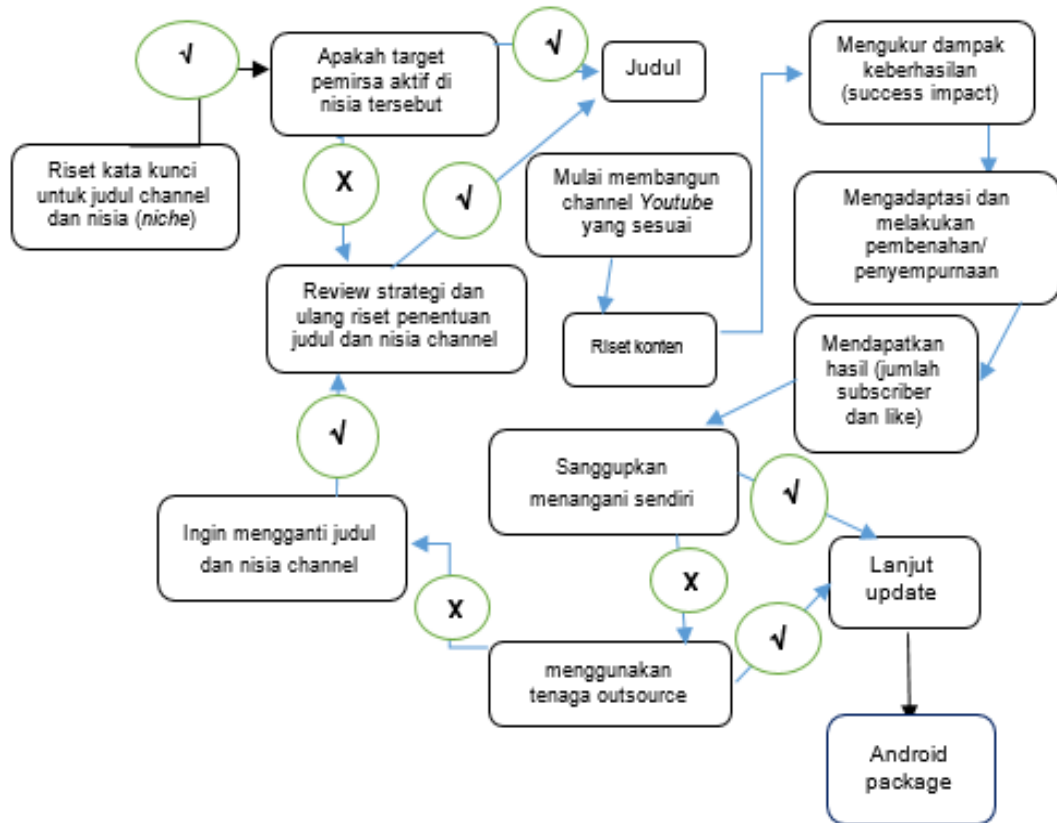
Tahapan ini bertujuan untuk menguji smengevaluasi produk yang dikembangkan. Pengujian dilakukan

dengan mencoba aplikasi peluncur aplikasi “1MM” tersebut pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Ujicoba terbatas ini akan dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui kinerja aplikasi serta memastikan media yang dikembangkan sudah sesuai dengan

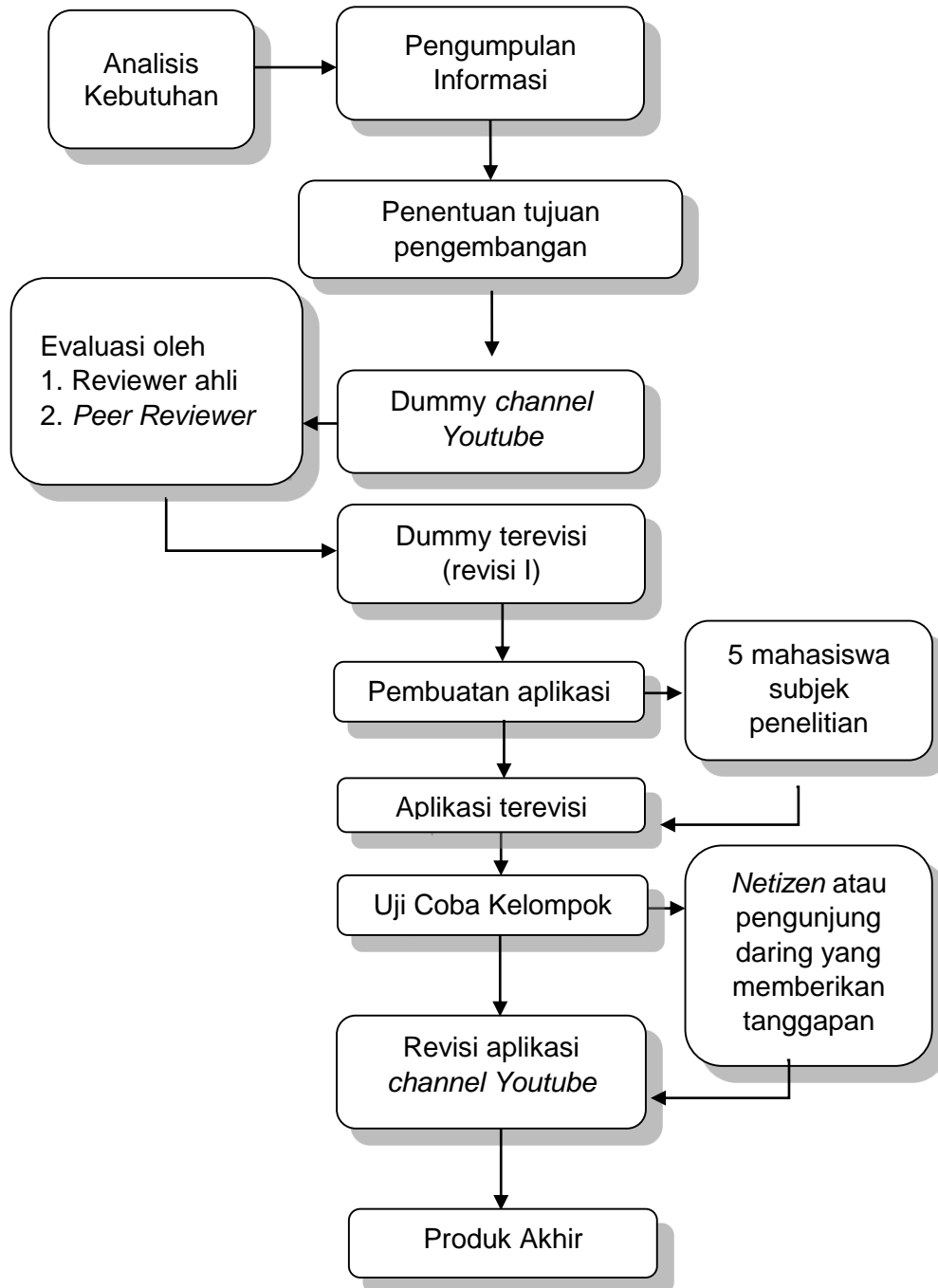
tujuan dan permasalahan yang ada. Instrumen pengujian berupa kemudahan pengaksesan, fitur-fitur didalamnya, serta isi dari video yang telah dibuat.



Gambar 1
Tahapan Pengembangan Produk *Design Development Research*



Gambar 2
Langkah-langkah Pengembangan *Design and Development Product*



Gambar 3
Diagram Alir Pengembangan Produk

| <input type="checkbox"/> Keyword (by relevance) ↓ | Avg. monthly searches | Competition |
|---|-----------------------|-------------|
| Keywords you provided | | |
| <input type="checkbox"/> inspiratif | 1K - 10K | Low |
| <input type="checkbox"/> motivasi | 10K - 100K | Low |
| <input type="checkbox"/> motivation | 100K - 1M | Low |
| <input type="checkbox"/> one minute | 1K - 10K | Low |
| <input type="checkbox"/> youtube | 1M - 10M | Low |

Gambar 4
Riset Kata Kunci Menggunakan Google Adwords
Berdasarkan Tujuan Pengembangan *Channel*



Gambar 5
Salah Satu Video Inspiratif dengan Narasumber Safrina Rovasita, Seorang Penyandang Disabilitas yang Sukses dan Berprestasi di Bidang Akademik



Gambar 4

Icon dan barcode Apk channel 1MM di Youtube

Secara umum, pembuatan video dalam *Youtube* mengikuti kaidah pembuatan video, yaitu menyusun sinopsis, naskah, dan *storyboard* (Arni, 2018). Dalam penelitian ini, ingin dikembangkan struktur konten video yang mengombinasikan antara alur umum pembuatan video dengan tahapan penerimaan berdasarkan Bastaman (2007).

Kerangka konseptual yang tersusun dalam bentuk bagan, merupakan hasil skematisasi dari studi literatur dan praktik pengembangan produk berdasarkan model DDR. Riset kata kunci merupakan langkah dasar yang peneliti lakukan. Hal tersebut berdasar ekstraksi *experience learning* dari praktisi (Anonim, 2018, Ismail, 2019). Riset kata kunci (*keywords*) merupakan salah satu langkah penting sebelum membuat konten baik konten *website* maupun *Youtube*. Hal itu karena saat ini pengunjung biasa mengetikkan kata kunci sebelum mencari video atau alamat laman sebuah situs (Statista Team, 2018).

Tanpa riset kata kunci, masalah yang akan timbul adalah sedikitnya *viewers* ketika tidak ada yang mencari kata kunci. Akibatnya jika kata kunci tersebut tidak banyak dicari, konsekuensi logisnya *traffic* atau kunjungan *organic* dari media ini akan sedikit. Sebagaimana tujuan awal

pengembangan saluran *Youtube* ini, yaitu menyebarkan inspirasi dan motivasi bagi masyarakat era IR 4.0 yang membutuhkan suplemen motivasi, maka kata kunci yang dimasukkan dalam mesin analisis kata kunci (*Google Adwords*) adalah "Motivation", "motivasi", "inspirasi", dan "*Youtube*". Pengaturan negara dan Bahasa dibuat untuk Bahasa Indonesia dan negara Indonesia.

Hasil pencarian menunjukkan data seperti tertera pada gambar 2. *The average monthly searches* (rata-rata jumlah kata kunci tersebut diketik) berada pada rentang sedang, yaitu antara 100.000 sampai 1 juta kali ketik. Jumlah ini cukup berpotensi untuk digarap lebih serius. Terlebih angka persaingan global untuk kata kunci ini masih rendah (*low*), artinya kata kunci ini masih berpeluang untuk menjadi *keywords brand* bagi channel ini kelak.

Berdasarkan kerangka konseptual pengembangan *Youtube*, dilakukan penelitian kata kunci pada *Google* untuk menentukan judul *channel* dan nisia (kumpulan topik bahasan konten) yang sesuai yaitu saluran yang berisi tentang video motivasi (*motivation*). Angka pencarian bulanan untuk kata kunci tersebut setiap bulannya berada di rentang antara 100.000 sampai dengan 1.000.000

pencarian (*Google adwords*). Berdasarkan riset kata kunci, diperoleh judul channel adalah 1MM (*one minute motivation*). Pemilihan judul tersebut untuk memberi kerangka pembuatan konten bahwa durasi video diusahakan tidak terlalu lama (kurang lebih satu menit) supaya pemirsa tidak terlalu jenuh dengan durasi video yang panjang.

Namun dalam hal teknis, ternyata video durasi satu menit terlalu pendek dan belum mengena pada inti konten. Oleh karena itu, nama *channel* dimodifikasi menjadi *One Million Motivations*, yang berarti saluran *Youtube* ini berisi banyak inspirasi motivasi yang berciri khusus, yaitu narasumber berasal dari kaum difabel yang berprestasi.

Video yang pertama diunggah adalah tentang profil Safrina Rovasita, seorang difabel yang sukses secara akademik (lulus Magister Pendidikan Luar Biasa dengan nilai memuaskan) dan menjadi salah satu penerima SCTV Awards untuk wanita yang membawa perubahan. Safrina juga tercatat sebagai guru PNS sebuah SLB di Yogyakarta (Gambar 3).

Tercatat, subscriber saluran ini dan angka *viewer* (pemirsa) video ini dalam satu bulan memiliki angka 18 *subscriber* dan 12 *like*. Hasil dari capaian ini menjadi bahan evaluasi untuk kemudian dianalisis. Analisis terhadap saluran, perlu diperbanyak lagi sumber-sumber video berasal dari difabel yang inspiratif dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya, baik dari dalam maupun luar negeri. Mengenai pembuatan konten video, tim

peneliti mempertimbangkan untuk modifikasi dan kompilasi video dari berbagai sumber, karena untuk pembuatan satu video dengan narasumber langsung memerlukan waktu dan anggaran yang cukup besar.

Hasil dari evaluasi, tim peneliti memutuskan untuk melanjutkan channel unggah video di dalam saluran ini dengan terus melakukan riset kata kunci dan tren yang sedang berlangsung. Akhirnya, tim peneliti, sesuai dengan kerangka konseptual pengembangan *Youtube Channel*, mengembangkan saluran ini menjadi sebuah aplikasi berbasis android. Pembuatan aplikasi Android (apk) menggunakan *software* daring www.Appgeyser.com hingga dihasilkan sebuah aplikasi yang dapat diunggah di *Google Playstore* untuk memudahkan akses (Gambar 4).

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan didapat kesimpulan bahwa kerangka konseptual pengembangan channel *Youtube* berpusat pada riset kata kunci mengenai minat atau nisia yang menjadi interest dari pengguna situs web/ media sosial, dalam hal ini adalah *motivation video* (video motivasi). Simpulan kedua, struktur konten video dalam channel 1MM ini mengikuti alur umum pembuatan video dengan model pengayaan alur, yaitu adegan utama yang paling ditonjolkan dilanjutkan dengan alur normal hingga apenutup dengan durasi waktu standar yang tidak terlalu panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, A. (2018). *7 Cara Menjadi Youtuber yang Sukses Mulai Dari Nol (0 Subscriber)*. <https://solusik.com/cara-menjadi-youtuber-yang-sukses/>
- Arni. (2018). *Konsep pembuatan video pra produksi*. Garuda Cyber Indonesia. <https://garudacyber.co.id/artikel/580-konsep-pembuatan-video-pra-produksi-sinopsis-naskah-dan-storyboard>
- Bastman., H, P. (2007). *Logoterapi: Psikologi Untuk Menemukan Makna Hidup dan Meraih*

- Hidup Bermakna*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Buzzetto-more, N. (2015). Student Attitudes Towards The Integration Of YouTube In Online , Hybrid , And Web-Assisted Courses : An Examination Of The Impact Of Course Modality On Perception. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, 11(1), 55–73.
- Ismail, N. (2019). 8 Cara Menjadi Youtuber Sukses Hanya Modal HP. Jalantikus. <https://jalantikus.com/tips/cara-menjadi-youtuber/>
- Kamim, A. B. M., & Khandiq, M. R. (2019). Gojek dan Kerja Digital : Kerentanan dan Illusi Kesejahteraan yang Dialami Oleh Mitra Pengemudi Dalam Kerja Berbasis Platform Digital. *Jurnal Studi Pemuda*, 8(1), 59.
- Nasirin. (2010). *Kebermaknaan Hidup*. Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga. UIN Sunan Kalijaga.
- Putra, A., & Patmaningrum, D. A. (2018). Pengaruh Youtube di smartphone Terhadap Perkembangan Komunikasi Interpersonal Anak. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 159.
- Rhenald, K. (2017). *Disruption* (6th ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Richey, R.C., & Klein, J. D. (2007). *Design and development research; strategies and issues*. Mahwah, NY: Lawrence Erlbaum associates, publisher.
- Rizki, A. (2018). *Makna Hidup pada Penyandang Disabilitas Daksa di BBRSD*. Dr. Soeharso Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rosenthal, S. (2017). Motivations to seek science videos on YouTube : free-choice learning in a connected society learning in a connected society. *International Journal of Science Education, Part B*, 0(0), 1–18.
- Rubiyanti, Y. (2008). *Motivasi dan manajemen stress*.
- Schwab, K. (World E. F. (2016). The Fourth Industrial Revolution. In *VINT research report*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Setiawan, W., Suud, F. M., Chaer, M. T., & Rahmatullah, A. S. (2018). Pendidikan Kebahagiaan dalam Revolusi Industri 4. *Al-Murabbi*, 5 (1), 115.
- Snelson, C. (2015). Integrating Visual and Media Literacy in YouTube Video Projects. *Essentials of Teaching and Integrating Visual and Media Literacy*. (165-183). Springer, Cham.
- Statista Team. (2018). *Market share of mobile operating systems in Indonesia from January 2012 to December 2017*. <https://www.statista.com/statistics/262205/market-share-held-by-mobile-operating-systems-in-indonesia/>
- Tohari, H., Mustaji, & Bachri, B. S. (2019). Pengaruh penggunaan youtube terhadap motivasi belajar dan hasil belajar mahasiswa. *Jurnal Teknologi Pendidikan Kwangsan*, 07(01), 1–13.
- Youtube. (2019). *Youtube in Statistics*. <https://www.youtube.com/about/press/>
- Yu, H., Goggin, G., Fisher, K., & Li, B. (2019). Introduction: disability participation in the digital economy. *Information Communication and Society*, 22(4), 467–473.