

**PENGEMBANGAN KANAL YOUTUBE SEBAGAI
STRATEGI PEMASARAN DIGITAL**

TATAN TAWAMI^{1*}, HANI ZAKKIYAH², dan VIVI NURFAUZIAH³

^{1,2,3} Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya,
Universitas Komputer Indonesia

e-mail : tatan.tawami@email.unikom.ac.id

ABSTRACT

The Community Service article entitled Development of Youtube Channels as a Digital Marketing Strategy (Pengembangan Kanal Youtube sebagai Strategi Pemasaran Digital) aims to implement digital skills in social media and train YouTube channel management as part of a digital marketing strategy. This article identifies the digital engineering process and blog writing used in managing the Youtube channel of Emaki Al-Ma'soem, Lembang in order to improve the company's digital recognition. Activities were carried out in its implementation through direct discussion methods and field surveys to determine the need for Youtube channel design and video content footage for non-subscriber viewers. The Emaki Al-Ma'soem Youtube channel was developed from March 1, 2022 to July 15, 2022, with channel adjustments made as needed. Manager of Emaki Al-Ma'soem, one Expert Lecturer from the English Department, and two English Department students participated in this development program. This activity resulted in the development of the Emaki Youtube Channel in terms of Layout, Branding, Basic Info, Video Snippets, Playlists, and Recommendation Channels affiliated with Al-Ma'soem Foundation. Courses in Blogging, Computer Applications for Graphic Design, Basic Animation, and combined courses in linguistics and literature such as creative writing provided the digital engineering skills used in developing the Youtube channel. These courses can be described as integrated courses that aid in the development of graduates' skills for businesses. In summary, the digital skills learned in the English Department have been beneficial in improving students' hard skills.

Keywords: Youtube Channel Development, Digital Skills, Digital Marketing Strategy

ABSTRAK

Artikel Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul Pengembangan Kanal Youtube sebagai Strategi Pemasaran Digital bertujuan untuk mengimplementasikan keterampilan digital dalam media sosial dan melatih pengelolaan kanal Youtube sebagai bagian dari strategi pemasaran digital. Artikel ini mengidentifikasi proses rekayasa digital dan penulisan *blog* yang diterapkan dalam pengelolaan kanal Youtube Emaki Al-Ma'soem, Lembang dalam rangka meningkatkan rekognisi digital dari bisnis yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Dalam implementasinya, kegiatan dilakukan melalui metode diskusi langsung dan survey lapangan untuk menentukan kebutuhan desain kanal Youtube dan konten video cuplikan untuk penonton yang belum menjadi pelanggan (*subscriber*). Pengembangan kanal Youtube Emaki Al-Ma'soem ini berlangsung dari tanggal 1 Maret 2022 sampai dengan 15 Juli 2022, dengan penyesuaian kanal sesuai dengan kebutuhan selama proses berjalan. Program pengembangan ini diikuti oleh Manager Emaki Al-Ma'soem, satu orang Dosen Ahli Program Studi Sastra Inggris, dan dua orang mahasiswa Program Studi Sastra Inggris. Kegiatan ini menghasilkan pengembangan Kanal Youtube Emaki dalam hal Tata Letak, Branding, Info Dasar, Video Cuplikan, Daftar Putar, dan Kanal Rekomendasi yang terafiliasi dengan Yayasan Al-Ma'soem. Keterampilan rekayasa digital yang digunakan dalam mengembangkan kanal Youtube tersebut diperoleh dari mata kuliah Blogging, Aplikasi Komputer untuk Desain Grafis, Animasi Aasar, dan mata kuliah gabungan linguistik dan sastra seperti menulis kreatif. Dapat dikatakan bahwa mata kuliah tersebut merupakan mata kuliah terintegrasi yang menunjang peningkatan keterampilan lulusan di dunia usaha. Secara singkat, keterampilan digital yang dipelajari di Program Studi Sastra Inggris telah membantu mahasiswa dalam meningkatkan *hard skill* yang dibutuhkan dalam dunia bisnis.

Kata-kata kunci: Pengembangan Kanal Youtube, Keterampilan Digital, Strategi Pemasaran Digital

PENDAHULUAN

Integrasi keterampilan digital dan kompetensi berbahasa berperan penting [1] dalam pengembangan platform sosial media, terutama untuk kepentingan bisnis atau pun pemasaran. Salah satu platform sosial media yang bisa digunakan sebagai sarana pemasaran digital adalah Youtube yang perannya berkembang menjadi media promosi produk yang strategis [2 dan 4], bukan hanya sebagai platform berbasis video.

Meski begitu, untuk menjadikan Youtube sebagai media promosi bisnis, diperlukan beberapa pengembangan pada fitur-fiturnya sebagai daya tarik bagi konsumen [3]. Selain menarik bagi konsumen, pengembangan fitur ini juga ditujukan untuk memperlihatkan keseriusan organisasi/individu dalam mengelola saluran tersebut dalam hubungannya dengan peningkatan rekognisi digitalnya. Mengelola saluran Youtube berarti menyiapkan proses perancangan pada beberapa fiturnya agar memenuhi persyaratan mendasar dari platform youtube itu sendiri. Beberapa fitur yang dimaksud adalah; *Layout, Branding, Basic Info, Video, Video Preview, Playlist, dan Channel (recommendation)* yang semuanya bisa digunakan sebagai penunjang materi pemasaran [10].

Fitur-fitur tersebut adalah fitur dasar yang harus dipenuhi oleh sebuah saluran Youtube agar diindikasikan sebagai saluran Youtube yang dapat diverifikasi (ditambah dengan nomor telepon). Untuk mengembangkan fitur-fitur Youtube tersebut, keahlian rekayasa digital dibutuhkan guna memodifikasi tampilan agar sesuai dengan resolusi yang ditetapkan. Selain itu, keahlian berbahasa juga dibutuhkan untuk membuat deskripsi (*branding*) saluran Youtube sebagai bagian dari strategi pemasaran [7].

Mencermati pentingnya pengembangan fitur-fitur tersebut untuk suatu organisasi/individu, mahasiswa Program Studi Sastra Inggris di bawah bimbingan Dosen berusaha untuk mengaplikasikan hasil belajarnya kepada sebuah organisasi yang bernama Emaki Al Masoem Tadabur Alam.

Hal ini menjadi peluang untuk membuktikan bahwa desain kurikulum Program Studi Sastra Inggris Universitas Ilmu Komputer Indonesia (UNIKOM) dapat memenuhi kriteria kelayakan kelulusan yang diprasyarkan di dunia kerja.

Pembuktian ini dilakukan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pendampingan kepada Emaki Al Masoem Tadabur Alam. Dalam prosesnya, setidaknya beberapa mata kuliah dianggap relevan dalam proses pengembangan saluran Youtube Emaki Al Masoem Tadabur Alam; yaitu: Aplikasi Komputer untuk Desain Grafis, Literasi Kritis (penggabungan kemampuan berbahasa dan sastra dalam suatu sistematisa berpikir kritis), dan Menulis Kreatif untuk Kreatif Industri (produksi bahasa dengan membuat tulisan kreatif).

Rancangan dan pengembangan saluran Youtube ini tentunya sangat diharapkan dapat membantu Emaki Al Masoem Tadabur Alam untuk memasarkan produk/jasa/program yang dimilikinya. Selain itu, pengembangan ini juga menjadi salah satu karya portofolio bagi mahasiswa Program Studi Sastra Inggris UNIKOM.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk Pendampingan ini dilakukan secara bertahap sesuai dengan kesepakatan pelaksana dan mitra. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini melibatkan beberapa pihak, di antaranya:

1. Tim PkM Program Studi Sastra Inggris yang diketuai oleh Tatan Tawami, M.Hum sebagai Tenaga Ahli dan dua orang mahasiswa Program Studi Sastra Inggris atas nama Hani Zakiyyah dan Vivi Nur Fauziah yang merupakan mahasiswa Angkatan 2020.
2. Emaki Al-Ma'soem Tadabbur Alam yang diwakili oleh Manajer Pemasaran atas nama Sandi Wahyudi.

Dalam melaksanakan kegiatan ini, digunakan metode penciptaan seperti yang diungkapkan Muljiyono [5] bahwa prosedur yang dimaksud adalah keseluruhan proses

penciptaan. Mulai dari pencarian subjek penciptaan, penetapan objek penciptaan, pencarian landasan teoretik atau pengalaman empirik sampai mencakupi metode penciptaan yang dibarengi eksplorasi teknik, bahan, dan akhirnya ke produk. Metode ini sejalan dengan Permana [6] yang menyatakan bahwa dalam proses penciptaan ini, dilakukan pendampingan guna memaksimalkan hasil yang sesuai dengan kebutuhan mitra, yaitu pengembangan Kanal Youtube Emaki Al-Ma'soem.

Tahapan kegiatan ini dilakukan melalui proses penjajakan yang dimulai tanggal 24 Februari 2022. Tahapan berikutnya adalah tahapan pendampingan selama tiga bulan mulai dari 1 Maret 2022 sampai dengan 31 Mei 2022. Pada tahapan ini dilakukan juga proses/tahapan evaluasi terhadap luaran/produk yang diminta supaya sesuai dengan permintaan mitra. Tahapan berikutnya adalah tahapan pembuatan luaran lainnya sebagai pendukung terhadap luaran yang dibuat untuk mitra.

Luaran yang diminta oleh mitra berupa Kanal Youtube terverifikasi beserta dengan fitur-fitur yang terintegrasi dengan akun sosial media yang dimiliki oleh mitra. Tata letak, *branding*, dan strategi pemasaran digital terintegrasi menjadi fokus pengembangan. Untuk merealisasikan hal tersebut, digunakan beberapa aplikasi rekayasa digital untuk mendukung pengembangan kanal Youtube Emaki. Aplikasi digital [9] seperti Photoshop, Canva, Corel Draw, dan Aplikasi online <https://wa.me> digunakan untuk mengembangkan kanal Youtube tersebut.

Mahasiswa merancang prototipe pengembangan di bawah supervisi dosen sebagai ketua pengabdian. Selanjutnya hasil supervisi tersebut disajikan kepada mitra untuk dievaluasi dan diperbaiki kesesuaiannya. Proses kerja ini berulang hingga diperoleh hasil yang sesuai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan dan Pengembangan Kanal Youtube Emaki Al Masoem Tadabur Alam diawali proses wawancara dengan pihak

Emaki Al Masoem Tadabur Alam untuk menentukan palet [8] warna yang menjadi ciri khas organisasi. Dari hasil diskusi diperoleh dua palet warna utama yang menjadi pilihan, coklat dan biru. Selain itu, desain juga diharapkan memiliki nuansa islami sebagai bagian dari identitas organisasi yang memberikan salah satu program islami melalui pesantren lansia.

Berangkat dari hasil diskusi tersebut, dibuatlah rancangan profil Youtube dan *banner* yang sesuai dengan permintaan organisasi. Berikut adalah tampilan dari Profil dan Banner Youtube Emaki Al Masoem Tadabur Alam.



Gambar 1. Tampilan Kanal Youtube Emaki Al-Masoem Tadabur Alam

Tampilan pada Gambar 1 memperlihatkan adanya profil, banner, deskripsi perusahaan, video profil, dan integrasi sosial media. Secara spesifik, proses perancangan dan pengembangan Kanal Youtube tersebut dilakukan pada beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Merancang logo profil
Perancangan logo profil disesuaikan dengan karakteristik mitra yang berbasis perusahaan ekowisata-religi, yaitu berwarna palet biru dengan latar belakang gambar Al-Quran.
2. Merancang *banner* profil
Hal serupa seperti di Langkah pertama juga dilakukan di tahap ini. Namun penambahan dibuat pada resolusi gambar dan tampilan untuk berbagai platform sehingga bisa tampil sesuai pada setiap perangkat. Banner memperlihatkan nama Emaki itu sendiri

dengan latar belakang gambar Al-Quran. Berikut adalah tampilan profil dan banner saluran Youtube Emaki:



Gambar 2. Penyesuaian Saluran Youtube

3. Merancang logo tanda air (watermark)
Logo tanda air menjadi sebuah identitas penting bahwa semua konten yang dipublikasikan di kanal Youtube adalah milik dari kanal tersebut. Berikut adalah tanda air dari saluran Youtube Emaki:



Gambar 3. Logo Tanda Air

4. Membuat tata letak
Pada tahapan ini, dibuat tata letak yang strategis; dalam artian bahwa setiap pengunjung akan langsung disajikan dengan video profil mitra sehingga dapat meningkatkan rekognisi digital. Selain itu, video-video lain juga ditampilkan di bawahnya guna menarik pengunjung menikmati konten video lainnya. Sebagai tambahan, dibuat juga daftar putar (*playlist*) untuk membuat klasifikasi untuk video-video tertentu.
5. Memverifikasi akun
Langkah ini perlu dilakukan sebagai upaya pendaftaran akun ke pihak Youtube sehingga akun youtube bisa dikelola oleh

beberapa orang serta mengaktifkan fitur-fitur yang tidak dimiliki oleh akun youtube yang tidak terverifikasi. Berikut adalah tampilan Branding dengan verifikasi akun:



Gambar 4. Branding

6. Mengintegrasikan sosial media
Pada tampilan beranda kanal Youtube Mitra, ditampilkan sosial media lainnya dan dapat langsung diakses untuk memudahkan interaksi penonton dengan mitra. Hal ini dilakukan untuk menarik sebanyak-banyaknya penonton menjadi konsumen. Sosial media lainnya diintegrasikan dalam saluran Youtube, begitu juga dengan proses reservasi untuk pelanggan. Berikut adalah tampilannya:



Gambar 5. Integrasi Sosial Media

7. Mengelola konten video
Setelah konten video tersedia, dibuatlah jadwal unggah yang regular untuk menjaga interaksi dengan penonton dan meningkatkan rekognisi digital.
8. Saluran Rekomendasi
Tahapan ini adalah menautkan beberapa saluran Youtube yang direkomendasikan

atau terafiliasi dengan Saluran Youtube Emaki. Berikut adalah tampilannya:



Gambar 6. Saluran Rekomendasi/Afiliasi

Dalam proses pengembangan Saluran Youtube Emaki Al-Masoem Tadabur Alam ini, tidak terjadi kendala berarti karena proses perancangan dan pengembangan saluran tersebut selalu dikomunikasikan dengan intensif. Saluran Youtube Emaki Al-Masoem Tadabur Alam yang sudah dikembangkan dapat diakses melalui tautan berikut: <https://www.youtube.com/channel/UCvzE0GwnDXKeC6c5GptpuyA>.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu terselenggaranya kegiatan pendampingan ini dalam rangka pengabdian kepada masyarakat. Pihak-pihak tersebut adalah: Divisi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat UNIKOM, Emaki Al-Masoem Tadabur Alam, Dosen Ahli, dan mahasiswa Program Studi Sastra Inggris UNIKOM yang turut serta dalam kegiatan yang telah dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] TAWAMI, T., & SARI, R. P. (2022). PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN: (PROGRAM PENDAMPINGAN BAGI HOTEL PENATARAN KEDIRI). *Jurnal Pengabdian Bidang Sosial dan Humaniora (ABSAH)*, 1(1).
- [2] Schwemmer, C., & Ziewiecki, S. (2018). Social media sellout: The increasing role of product promotion on YouTube. *Social Media+ Society*, 4(3), 2056305118786720.
- [3] Munaro, A. C., Hübner Barcelos, R., Francisco Maffezzolli, E. C., Santos Rodrigues, J. P., & Cabrera Paraiso, E. (2021). To engage or not engage? The features of video content on YouTube affecting digital consumer engagement. *Journal of consumer behaviour*, 20(5), 1336-1352.
- [4] Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 1(5), 69-80.
- [5] Muljiyono. 2010. Seni Rupa Dalam Perspektif Metodologi Penciptaan: Refleksi Atas Intuitif dan Metodis, VI (6).
- [6] Permana, I. Putu Hendika. "Analisis Rasio Pada Akun Youtube Untuk Penelitian Kualitatif Menggunakan Metode Ekploratif." *Jurnal Ilmiah Media Sisfo* 15.1 (2021): 40-48.
- [7] Purwana ES, Dedi, Rahmi, Aditya, S. 2017. Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1(1). 1-17.
- [8] Shugrina, M., Zhang, W., Chevalier, F., Fidler, S., & Singh, K. (2019, May). Color builder: A direct manipulation interface for versatile color theme authoring. In *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-12).
- [9] Alim, Z. (2020). *LKP: Perancangan Konten Digital Grafis di Sosial Media Instagram Event Jawa Timur yang Ditujukan Kepada Dinas Perindustrian Perdagangan Provinsi Jawa Timur* (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- [10] Reino, S., & Hay, B. (2011). The use of YouTube as a tourism marketing tool. In *Proceedings of the 42nd Annual Travel & Tourism Research Association Conference, London, Ontario, Canada.* Travel & Tourism Research Association.