

PEMDAMPINGAN PENGELOLAAN CHANNEL YOUTUBE UNTUK BRANDING KB DAN TK TIARA NUSA KLATEN

Istri Sulistyowati¹, Doni Setyawan², Mahmud Yusuf³, Niken Retnowati⁴, Agustinus Suradi⁵

¹Fakultas Teknologi dan Komputer, Universitas Widya Dharma Klaten
istri@unwidha.ac.id

²Fakultas Teknologi dan Komputer, Universitas Widya Dharma Klaten
doniset@unwidha.ac.id

³Fakultas Teknologi dan Komputer, Universitas Widya Dharma Klaten
mahmudysf@gmail.com

⁴Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Widya Dharma Klaten
niken.retnowati28@gmail.com

⁵Fakultas Teknologi dan Komputer, Universitas Widya Dharma Klaten
constitudeum@gmail.com

Article Info	Abstract
ARTICLE HISTORY Received: 03/01/2025 Reviewed: 06/01/2025 Revised: 08/01/2025 Accepted: 10/01/2025 DOI: 10.54840/widharma.v4i01.332	<i>This community service activity aims to provide information, and as a means of communication and documentation as well as in an effort to build school branding because in the ever-evolving landscape of social media platforms, YouTube stands out as a dynamic force that continues to expand its reach globally. The methods used in this activity are observation, communication, training and assistance in creating digital content and YouTube accounts. The result of this service activity is a variety of digital content, and a YouTube account contains has contains several digital pieces of and a YouTube account contained several digital pieces of and a YouTube account that contains has contained several digital contents that will be used to build the school's branding.</i> <i>Keywords: digital contents, branding, YouTube, social media</i>

PENDAHULUAN

YouTube merupakan situs berbagi (*media sharing*), yaitu jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi media jenis video maupun audio (Pratama, 2019). *YouTube* telah menjadi salah satu platform menonton video yang paling populer saat ini termasuk konten *prank* (Yasa & Wiguna, 2021). Media *YouTube* mengalami lonjakan pengguna dan *viewer* sejak pandemi covid-19, sebanyak 94% pengguna internet di Indonesia mengakses internet menduduki persentase paling tinggi dibandingkan media sosial lainnya (Lidwina, 2021). Masyarakat menggunakan *YouTube* baik dalam melihat berita terkini, mencari informasi, berinteraksi dengan sistem (Suradi, 2016), bahkan untuk hiburan seperti menonton film, mendengarkan lagu atau menonton berbagai tutorial dan digunakan sebagai media pembelajaran (Rahmatika et al., 2021). Salah satu manfaat dari *YouTube* adalah dapat digunakan sebagai media *branding* promosi sekolah.

Lembaga survei Nielsen menghitung terdapat 32 miliar menit waktu *streaming* dengan *YouTube* dibanding tahun sebelumnya yang hanya 15 miliar menit pada minggu yang sama (Nielsen, 2023). Media sosial saat ini sudah banyak digunakan oleh semua orang, bukan hanya orang dewasa, namun anak usia dini sudah banyak menggunakan sosial media untuk

mendapatkan informasi dan hiburan (Iskandar & Nadhifa, 2021). Dalam lanskap platform media sosial yang terus berkembang, *YouTube* menonjol sebagai kekuatan dinamis yang terus memperluas jangkauannya secara global (Permatasari, 2024).

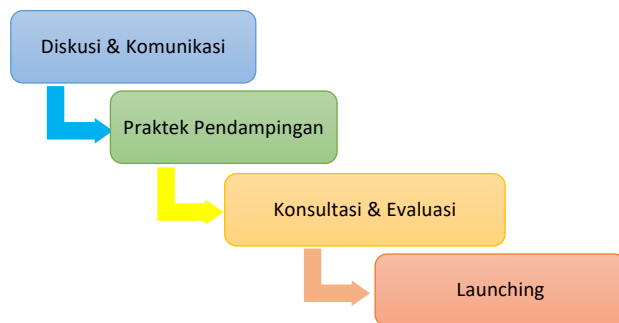
Menggunakan media digital *YouTube* sebagai media promosi menjadi hal yang sangat penting dalam mengenalkan ataupun mempromosikan sekolah. Hal ini merupakan upaya efektif sebagai bentuk penyesuaian kita terhadap majunya teknologi di era digital saat ini. Menggunakan media digital dalam melakukan promosi memiliki banyak keuntungan karena bisa dibuat dan dikembangkan sesuai keinginan kita, Mampu memadukan animasi, suara, gambar, grafik, audio dalam satu media yang menjadikan bahan promosi yang dikembangkan bervariasi, tidak membosankan, menarik dan mudah diterima masyarakat. Selain itu media promosi dalam bentuk digital dapat digunakan berulang-ulang dengan sedikit *update* sesuai kebutuhan, sehingga dapat meningkatkan kualitas promosi kepada masyarakat, juga memudahkan informasi dan komunikasi kepada seluruh anggota sekolah. Keuntungan yang lain adalah orang tua, guru dan siswa dapat berkolaborasi dalam membangun *branding* sekolah.

Kelompok Belajar (KB) dan Taman Kanak-Kanak (TK) Tiara Nusa di Kabupaten Klaten merupakan salah satu sekolah yang mengutamakan keberagaman di kabupaten Klaten. Saat ini sekolah tersebut telah menggunakan media sosial (*instagram dan facebook*) sebagai sarana atau media promosi. Dalam pengelolaannya sekolah terbatas kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola media sosial.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimaksudkan untuk memberikan kontribusi terhadap permasalahan di sekolah. Untuk memberikan kontribusi yang nyata di sekolah, pendampingan dilakukan dengan beberapa metode kegiatan pelaksanaan sebagai berikut:

1. Diskusi dan komunikasi, terkait konsep dari akun dan konten *Youtube*
2. Praktik lapangan untuk pengambilan gambar dan video
3. Praktik pengelolaan dan *editing* konten
4. Konsultasi dan evaluasi mengenai hasil *editing* yang akan di publikasikan
5. *Launching channel Youtube* KB dan TK Tiara Nusa Klaten.



Gambar 1. Alur kegiatan PKM

Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama 3 (tiga) bulan dengan jadwal sebagai berikut:

Tabel.1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PKM

Kegiatan	Waktu
Diskusi	Tanggal 2 Januari dan 6 Januari 2024
Pengambilan Gambar dan Video	Tanggal 8 Januari – 17 Februari 2024
Proses <i>Editing</i>	Tanggal 10 Januari – 28 Februari 2024
<i>Launching Youtube & Monitoring</i>	Tanggal 9 Maret 2024

Langkah-langkah kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut.

1. Persiapan

Persiapan merupakan tahap awal yang sangat penting yang perlu dilakukan, adapun tahap persiapan yang dilakukan terkait diskusi dan komunikasi kegiatan adalah sebagai berikut.

- a. Menentukan tema yang tepat yang akan dijadikan fokus kegiatan pengabdian kepada masyarakat
- b. Melakukan tahap *interview* dengan pihak sekolah agar pelaksanaan kegiatan pengabdian sesuai dengan kebutuhan dari KB dan TK Tiara Nusa
- c. Persiapan SDM demi terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat
- d. Persiapan alat yang dibutuhkan dan spesifikasi perangkat (baik *hardware* maupun *software*)

2. Pembuatan Konsep

Setelah tema ditetapkan pada tahap persiapan, selanjutnya tim pelaksana merencanakan konsep penamaan *channel YouTube* dan konten yang akan dipublikasikan, serta kebutuhan *hardware* (Laptop) dan *software* (*Adobe Premiere Pro*, *Adobe Ilustrator*, *Youtube Studio*, *Google Chrome*).

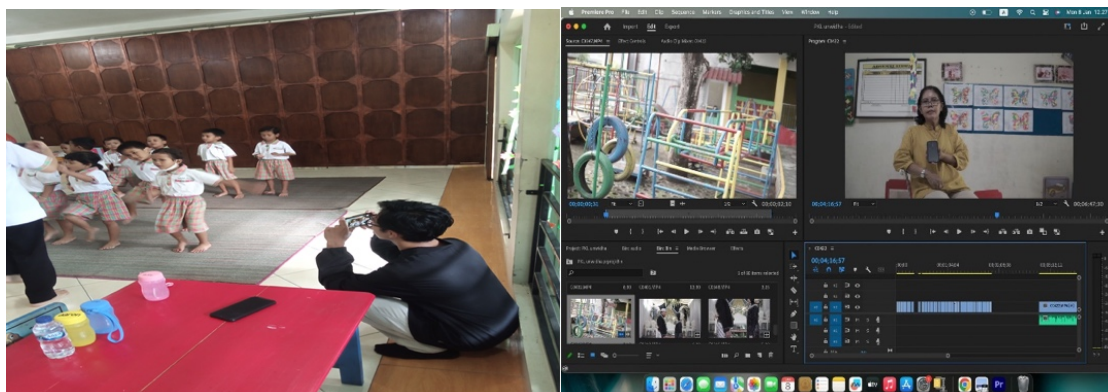
3. Pelaksanaan

- a. Pembuatan *channel YouTube* dengan nama KB dan TK Tiara Nusa Klaten.
- b. Pengambilan gambar dan video kegiatan sesuai jadwal kegiatan sekolah.
- c. Proses *editing* video.
- d. Koordinasi dan persetujuan konten dengan pihak sekolah.
- e. *Upload* video di *channel YouTube*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan program pengabdian kepada masyarakat dengan tema ‘Pendampingan Pengelolaan *channel YouTube* untuk *branding* KB dan TK Tiara Nusa Klaten’ dilaksanakan oleh 5 (lima) orang dosen dan 4 (empat) orang mahasiswa dengan melibatkan guru, karyawan, dan siswa. Adapun pesertanya yaitu seluruh guru, karyawan, dan siswa KB dan TK Tiara Nusa. Tim pelaksana kegiatan ini adalah Dosen dan mahasiswa Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi dan Komputer, dan Dosen Program Studi Pendidikan Matematika, FKIP, Universitas Widya Dharma Klaten. Hasil kegiatan ini adalah KB dan TK Tiara Nusa memiliki *channel YouTube* dan selanjutnya mampu untuk mengelolanya secara mandiri.

Dalam kegiatan pengabdian ini, sekolah memberikan respons yang positif terhadap kegiatan ini. Hal ini bisa dilihat dari antusias dan semangat guru dan karyawan saat terlibat dalam proses pembuatan dan *editing* konten.

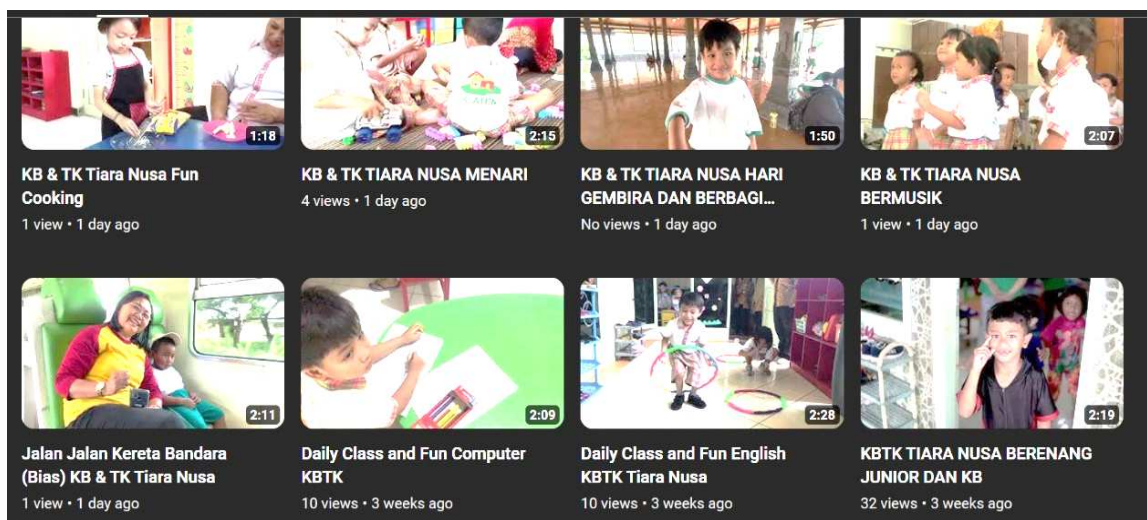


Gambar 1. Proses Pengambilan Video dan Rendering

Pengambilan video dengan menentukan tujuan dan target *audiens* di KB dan TK Tiara Nusa sesuai dengan *storyboard* untuk merencanakan setiap adegan. Pengambilan video ini merupakan proses kreatif yang memadukan perencanaan, teknis, dan estetika untuk menghasilkan

visual yang menarik dan informatif. Langkah ini dimulai dengan menentukan tujuan dan target *audiens*, memilih lokasi yang sesuai, serta menyiapkan peralatan seperti kamera, tripod, dan pencahayaan yang memadai. Selama pengambilan, penting untuk memperhatikan komposisi, stabilitas, serta kualitas audio dan video agar hasilnya maksimal.

Rendering konten merupakan proses akhir dalam produksi video di mana semua elemen, seperti video, audio, efek visual, animasi, dan grafis, digabungkan menjadi satu *file* yang siap untuk dipublikasikan. Proses ini membutuhkan perangkat lunak *editing* yang sesuai, seperti *Adobe Premiere Pro*, *Final Cut Pro*, atau *DaVinci Resolve*, serta spesifikasi perangkat keras yang memadai untuk memastikan hasil yang optimal. Meskipun sering kali memakan waktu, *rendering* yang dilakukan dengan pengaturan yang tepat memastikan bahwa konten akhir terlihat profesional dan berjalan lancar di berbagai perangkat.



Gambar 2. Contoh Konten yang telah diUpload

Adapun tahap evaluasi dilaksanakan pada tahap terakhir. Hal ini bermaksud untuk mengetahui respons pihak sekolah setelah memiliki *channel YouTube* dan diberi bekal pengelolaan. Hasil evaluasi kegiatan ini sebagai berikut.

1. Respons positif dari sekolah
Sekolah memberikan respons yang positif terhadap kegiatan ini. Hal ini bisa dilihat dari antusias dan semangat guru dan karyawan saat terlibat dalam proses pembuatan dan *editing* konten.
2. Peningkatan kemampuan sekolah
Beberapa guru di sekolah dapat dikaryakan untuk pengelolaan *YouTube* selanjutnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Kegiatan dilakukan sesuai dengan kebutuhan sekolah yaitu pendampingan pengelolaan *channel YouTube* KB dan TK Tiara Nusa. Sekolah memberikan respons positif terhadap pengabdian yang dilaksanakan. Kegiatan berjalan dengan lancar dan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Koordinasi dan kerja sama antara pihak tim pelaksana dan sekolah dapat berjalan dengan sangat baik dan lancar.

Kegiatan pengabdian bermanfaat sebagai media untuk *branding* KB dan TK Tiara Nusa. Beberapa saran yang bisa kami berikan adalah sebagai berikut.

1. Menugaskan SDM yang fokus untuk pengelolaan *channel YouTube*
2. Konsistensi untuk *upload* dan *share* kegiatan melalui *YouTube*
3. Kerja sama yang solid antara guru, karyawan, dan siswa juga orang tua, dalam menghasilkan konten yang menarik bagi masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Iskandar, T. P., & Nadhifa, R. A. F. (2021). Fenomena Penggunaan Youtube Channel Pada Anak Usia Dini Di Masa Pendemic Covid-19. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 7(2), 2442–4005.
<http://journals.telkomuniversity.ac.id/liski106JurnalIlmiahLISKI%0Ahttps://journals.telkomuniversity.ac.id/liski%0Ahttp://journals.telkomuniversity.ac.id/liski106JurnalIlmiahLISKI%0Ahttps://journals.telkomuniversity.ac.id/liski>
- Lidwina, A. (2021). *on an Banyak Dengan Harga Lebih Ekonomis ?* (pp. 1–8). Data Book.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik>
- Nielsen. (2023). Streaming meraih rekor 38,7% dari total penggunaan TV pada bulan Juli, dengan judul-judul yang diakuisisi melampaui judul-judul baru. In *Nielsen* (pp. 5–8).
<https://www.nielsen.com/id/insights>
- Permatasari, D. (2024). Village Youtuber in the Perspective of Glocalization. *Semantik: Journal of Social, Media, Communication, and Journalism*, 2(1), 1.
<https://doi.org/10.31958/semantik.v2i1.12074>
- Pratama, A. (2019). Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 1(1), 16–30.
<https://doi.org/10.33376/ic.v1i1.354>
- Rahmatika, R., Yusuf, M., & Agung, L. (2021). The Effectiveness of Youtube as an Online Learning Media. *Journal of Education Technology*, 5(1), 152.
<https://doi.org/10.23887/jet.v5i1.33628>
- Suradi, A. (2016). *Interaksi Manusia dan Komputer*. AG. Litera.
- Yasa, I. W. B., & Wiguna, G. Y. (2021). Konten Prank Youtuber Sebagai Tindak Pidana Berdasarkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang*, 7(2), 631–644.