

Kajian Bina Saluran Youtube Hingga Penuhi Syarat Google AdSense

Sulaiman Salleh

Jabatan Bahasa Inggeris dan Komunikasi, Universiti Islam Selangor

sulaiman@kuis.edu.my

ABSTRAK

Masa kini media sosial menjadi persaingan utama media perdana terutama di negara ini sebagai alat penyebaran maklumat kepada masyarakat. Antaranya saluran Youtube yang merupakan sebuah laman web penghosan video Amerika Syarikat yang beribu pejabat di San Bruno, California. Kajian lapangan ini dilakukan untuk melihat secara dekat adakah tempoh setahun memadai untuk seseorang Youtuber menerima bayaran daripada Google AdSense atau memenuhi syarat bergabung dengan Program Partner YouTube (YPP). Kajian ini juga dilakukan untuk melihat secara dekat permasalahan-permasalahan yang dihadapi sebaik memenuhi syarat yang ditetapkan oleh Google AdSense. Berdasarkan permasalahan-permasalahan berkenaan kajian ini berdasarkan objektif iaitu usaha sesuai memenuhi syarat yang ditetapkan oleh Google AdSense untuk bergabung dengan Program Partner YouTube (YPP). Skop kajian pula penyelidik menggunakan senarai main "Sewa Tanah Lot untuk pertanian" sebagai sample kajian utama bermula 30 April 2022 hingga 30 April 2023. Hasil dapatan data daripada saluran Youtube berkenaan dianalisa dan dinyatakan dalam bentuk data bagi memudahkannya dianalisa. Penyelidik menggunakan teori "Model Pemprosesan Maklumat Sosial" yang didapati sesuai untuk dijadikan sebagai sandaran. Teori yang digunakan juga didapati berupaya membantu penyelidik membentuk sesuatu kenyataan berhubung sesuatu fenomena yang dikaji. Hingga penyelidikan ini disiapkan, terdapat 207 video dihasilkan dan kebanyakan video berkenaan dikumpulkan dalam bentuk senarai main. Tempoh setahun kajian, sample saluran Youtube yang dikaji berjaya memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan oleh Google AdSense. Terdapat tayangan iklan di awal, pertengahan dan akhir video yang dihasilkan. Bagaimanapun, permohonan untuk bergabung dengan "Program Partner YouTube (YPP)" Google AdSense akan maklumkan seawal sebulan sebaik saluran yang dikaji selesai ditinjau dan kebiasaannya akan ditunda hingga dua bulan atau lebih daripada itu. Alasan yang diberikan kerana jumlah pengajuan permohonan yang tinggi, masalah sistem, atau keterbatasan sumber daya.

Kata Kunci: Saluran, syarat

1. PENGENALAN

Masa kini media sosial seringkali dianggap sebagai persaingan utama media perdana terutama sebagai alat penyebaran maklumat kepada masyarakat. Antaranya saluran *Whatsapp*, *Tiktok* dan *Youtube*. Berdasarkan tajuk kajian, penyelidik menggunakan sample saluran *Youtube* untuk memenuhi syarat-syarat bagi bergabung dengan "*Program Partner YouTube (YPP)*". Secara ringkasnya, saluran *Youtube* adalah sebuah laman web penghosan video Amerika Syarikat yang beribu pejabat di San Bruno, California.

Kajian lapangan ini dilakukan untuk melihat secara dekat adakah tempoh setahun memadai untuk seseorang *Youtuber* menerima bayaran daripada *Google AdSense* atau memenuhi syarat bergabung dengan "*Program Partner YouTube (YPP)*". Kajian ini juga dilakukan untuk melihat secara dekat permasalahan-permasalahan yang dihadapi sebaik memenuhi syarat yang ditetapkan oleh *Google AdSense*.

Berdasarkan permasalahan yang dinyatakan, penyelidik mendapati kajian yang dilakukan ini diyakini berupaya menyumbang kepada pemikiran baharu, terutama membabitkan media sosial. Berdasarkan permasalahan-permasalahan berkenaan penyelidik senaraikan dua tujuan kajian iaitu:

- i. Usaha memenuhi syarat yang ditetapkan oleh *Google Adsense* untuk bergabung dengan “*Program Partner YouTube (YPP)*”.
- ii. Melihat secara dekat permasalahan-permasalahan yang dihadapi sebaik memenuhi syarat yang ditetapkan oleh *Google Adsense*.

Penyelidik menggunakan senarai main “Sewa Tanah Lot untuk pertanian” di saluran https://www.youtube.com/channel/UCO5K5Ni_bRdrX2pB7Kmpj6g/ sebagai sampel kajian utama bermula 30 April 2022 hingga 30 April 2023. Apabila tempoh kajian dicapai, penyelidik mengumpulkan maklumat yang diperolehi daripada *Google Adsense*. Maklumat yang diperolehi diteliti bagi mendapatkan keperluan memenuhi tujuan kajian ini dilakukan.

2. SOROTAN LITERATUR

2.1. Imbasan Teori

Kajian yang dilakukan ini menggunakan teori “Model Pemprosesan Maklumat Sosial”. Teori ini didapati sesuai untuk dijadikan sebagai sandaran kepada tinjauan kajian lalu. Penyelidik mendapati teori yang digunakan ini berupaya membantu penyelidik membentuk sesuatu kenyataan berhubung sesuatu fenomena yang dikaji.

Secara ringkasnya, teori ‘Model Pemprosesan Maklumat Sosial’ ini diperkenalkan oleh Fulk, Schmit dan Stemfield pada tahun 1990. Teori ini sebenarnya juga berlandaskan ‘Teori Kekayaan Media’ yang diperkenalkan oleh L. Daft dan Robert Lengel pada tahun 1986. Teori ini menyatakan bahawa media berupaya memindahkan maklumat yang diperlukan iaitu ketika sesuatu maklumat kurang jelas. Contohnya, teori ini menyatakan media perdana berupaya menjelaskan sesuatu maklumat yang kurang jelas atau tepat di media sosial. Walaupun teori yang digunakan sebagai sandaran dilihat juga bergantung kepada penggunaan teknologi komunikasi yang digunakan, objektif sesuatu organisasi media, pengalaman silam, tahap pengetahuan, perbezaan individu yang berinteraksi, serta maklumat sosial yang perlu atau tidak perlu dikongsi.

Umumnya, komunikasi dan teknologi mempunyai hubungan saling berkait rapat dengan dengan kajian yang dilakukan ini kerana teknologi komunikasi berupaya mempengaruhi cara seseorang berkomunikasi. Selain itu, pengeluar sesuatu produk alat komunikasi juga seringkali mengeluarkan produk baharu dan lebih baik berbanding produk sebelumnya. Harganya pula seringkali mampu dimiliki oleh kebanyakan masyarakat terutama di negara ini, membuatkan peralatan komunikasi yang digunakan sentiasa terkini dan lebih berkesan.

2.2 Takrifan Konsep

Konsep perkataan saluran dan youtube perlu diperjelaskan bagi memberi kejelasan berkaitan konsep perkataan yang digunakan. Ringkasnya, istilah saluran berkaitan kajian ianya adalah stesen dalam saluran satelit. Penggunaan istilah saluran juga seringkali dikatakan mirip istilah rangkaian yang kebiasaannya digunakan untuk rangkaian televisyen bagi sesebuah negara.

Saluran Youtube adalah laman maya atau sesawang yang membolehkan pelayar laman sesawang samada individu, kumpulan, pemilik syarikat perniagaan memuat naik video. Seterusnya memberikan pandangan, promosi produk jualan, menonton dan hal-hal berkaitan video yang terdapat di saluran Youtube.

3. METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan

Metodologi kajian adalah kaedah atau teknik yang digunakan untuk mengumpul dan menganalisis data atau maklumat yang diperolehi. Seterusnya, data atau maklumat berkenaan dijadikan sandaran atau hasil kajian yang berupaya dianalisa secara lebih mendalam.

Metodologi yang digunakan dalam kajian ini adalah dengan mengumpul maklumat yang diperolehi dalam tempoh kajian. Maklumat yang diperolehi seterusnya dianalisa dengan lebih teliti dan dianalisa dengan kaedah yang sesuai. Sabitha (2006) menyatakan reka bentuk kajian adalah pelan tindakan yang memperlihatkan secara terperinci bagaimana sesuatu kajian dilakukan. Metodologi kajian berfungsi sebagai panduan dalam membantu penyelidik mengumpul, menganalisis dan membuat tafsiran hasil daripada penyelidikan yang sedang dilakukan. Reka bentuk kajian penyelidikan juga menjadi model bagi membolehkan penyelidik membuat inferens berkaitan pemboleh ubah yang dikaji.

Penyelidik melakukan kajian ini dengan menganalisa data yang diperolehi di saluran *Youtube* “Pertanian Bandar” yang dibina. Skop kajian pula penyelidik menggunakan laman sesawang facebook milik penyelidik dan saluran-saluran *Youtube* yang *subscribe* saluran *Youtube* yang dijadikan sebagai sampel kajian.

3.2 Pensampelan

Instrumen Kajian penyelidik menggunakan media sosial *facebook* milik penyelidik dan kumpulan *facebook* yang dikendalikan penyelidik iaitu Sulaimansallehkuis2.blogspot.com dan <http://sulaimansallehkuis2.blogspot.com> sebagai platform promosikan saluran *Youtube* milik penyelidik serta para *subscribe* saluran *Youtube* yang dikaji.

Selain itu, penyelidik juga perolehi data dan menganalisisnya dari emel penyelidik iaitu Sulaimansalleh1971@gmail.com. Setiap maklumat dan sebaran maklumat daripada *Youtube.com* atau peringatan daripada *Google Adsense* disampaikan ke alamat emel berkenaan.

4. HASIL KAJIAN

Hingga penyelidikan ini disiapkan, terdapat 207 video dihasilkan dan kebanyakan video berkenaan dikumpulkan dalam bentuk senarai main “Pertanian Bandar”. Tempoh setahun kajian, sample saluran *Youtube* yang dikaji berjaya memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan oleh *Google Adsense*.

Syarat yang ditetapkan oleh *Google Adsense* adalah minima 1,000 pelanggan dan 4,000 jam tontonan dalam tempoh setahun. Sebaik syarat-syarat berkenaan dipenuhi kelihatan terdapat tayangan iklan di awal, pertengahan dan akhir video yang dihasilkan. Bagaimanapun, permohonan untuk bergabung dengan “*Program Partner YouTube (YPP)*” *Google Adsense* akan dimaklumkan seawal sebulan sebaik saluran yang dikaji selesai ditinjau dan kebiasaannya akan ditunda hingga dua bulan atau lebih daripada itu. Alasan yang diberikan kerana jumlah pengajuan permohonan yang tinggi, masalah sistem, atau keterbatasan sumber daya.

Hingga penulisan ini dilengkapkan, penyelidik mendapati masih tiada sebarang bayaran diterima daripada *Google Adsense*.

5. PENUTUP DAN CADANGAN

Memenuhi syarat yang ditetapkan oleh *Google Adsense* kebiasaannya mampu dilakukan oleh seseorang *Youtuber*, tetapi penghasilannya perlu berterusan untuk mengelakkan ianya dinyah daripada “*Program Partner YouTube*.”

Berdasarkan maklumat daripada laman sesawang “*Program Partner YouTube*”, dinyatakan sesuatu saluran *Youtube* yang tidak aktif lebih enam bulan akan dinyah daripada program berkenaan.

Penyelidik mendapati, seseorang *Youtuber* tidak seharusnya bergantung kepada bayaran daripada *Google Adsense*, sebaliknya menggunakan media sosial ini sebagai medium promosi. Sesuatu produk yang dipromosi berupaya memberi pendapatan sampingan yang lebih cepat berbanding pendapatan daripada *Google Adsense*.

Kajian yang dilakukan ini adalah kajian awal dan kajian lanjutan seperti penggunaan media sosial sebagai promosi produk untuk meningkatkan hasil jualan adalah cara terbaik. Bagaimanapun, penyelidik mendapati perkembangan yang pesat dalam teknologi media sosial berupaya memberi kesan baik dan kesan buruk terutama kepada masyarakat.

RUJUKAN

- Abu Bakar Abdul Majeed, Siti Fatimah Abdul Rahman (penyunting) (2000) *Multimedia dan Islam*. Institut Kefahaman Islam Malaysia.
- Al-Quran, Mushaf Malaysia Rasm Uthmani (2000). *Terjemahan Sheikh Abdullah Basmeih*. Penerbitan Darulfikir. Kuala Lumpur.
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. 1998. *Foundations of qualitative research in education. Qualitative Research in Education: An Introduction to Theory and Methods*, 1-48.
- Dr. Hasrina Mustafa (2011). *Communication Campaign*. Universiti Terbuka Malaysia. Kuala Lumpur.
- Everett M. Rogers (1993), (penterjemah: Zulkarnaina Mohd. Mess). *Teknologi Komunikasi: Media Baru dalam Masyarakat*. Dewan Bahasa dan Pustaka. Kuala Lumpur.
- Massila Hamzah dan Arfah Yusof (2013). *Pengantar Komunikasi*. Universiti Terbuka Malaysia. Kuala Lumpur.
- Merriam, S.B. (2001). *Qualitative Research and Case Study Application in Education*. San Francisco: Jossey-Bass Pub.
- Mohd Baharudin Othman, Mohd Khairie Ahmad (2009). *Pengantar Komunikasi*. Penerbit Universiti Utara Malaysia. Sintok. Kedah.
- Siti Suriani Othman, Liana Mat Nayan, Lee Kuok Tiung & Nik Norma Nik Hassan (2018). *Masa hadapan akhbar Malaysia dalam masyarakat jaringan*. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*. Prof. Madya Dr. Saodah Wok, Dr. Narimah Ismail, Prof. Dr. Mohd. Yusof Hussain. (2003). *Teori-teori Komunikasi*. PTS Publications & Distributors Sdn Bhd. Pahang.
- [Wikipedia.org/wiki/YouTube](https://www.wikipedia.org/wiki/YouTube).