

Kajian Setahun Bina Saluran Youtube

SULAIMAN SALLEH
Fakulti Pengurusan dan Muamalah
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor
sulaiman@kuis.edu.my

ABSTRAK

Kajian ini dilakukan untuk mendapatkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi ketika membina saluran Youtube dalam tempoh setahun. Penyelidikan yang dilakukan ini diharap dapat merungkai persoalan berkaitan objektif kajian iaitu untuk melihat permasalahan-permasalahan yang dihadapi ketika bina saluran Youtube dan mendapatkan tempoh sesuai untuk mendapatkan pendapatan dari Google AdSense. Instrumen yang dilakukan menggunakan media sosial facebook milik penyelidik dan dua kumpulan facebook yang dikendalikan penyelidik iaitu Sulaimansallehkuis2.blogspot.com dan <http://sulaimansallehkuis2.blogspot.com> sebagai platform promosikan saluran Youtube yang dikaji. Kaedah analisis data pula diperolehi dari emel penyelidik iaitu Sulaimansalleh2015@gmail.com dan Sulaimansalleh1971@gmail.com. Kajian yang dilakukan dengan menggunakan pautan laman sesawang Pertanian Bandar ini dilakukan dalam tempoh setahun. Dalam tempoh kajian didapati saluran Youtuber yang dikaji mendapat 28,024 tontonan, jumlah langganan sebanyak 1028 (lepsi jumlah 1,000 langganan yang disyaratkan; 1040 jam tontonan umum berbanding 4,000 jam tontonan yang disyaratkan. Disebabkan jam tontonan masih di bawah 4,000, tayangan iklan di saluran Youtube yang dibina belum layak ditayangkan iklan. Penyelidik juga mendapati, tempoh masa video yang dihasilkan perlulah sekurang-kurangnya 10 minit dan sebaiknya 20 minit bagi membolehkan jam tontonan lepsi 4,000 dalam tempoh kurang daripada setahun. Didapati, kajian yang dilakukan ini berupaya membantu individu yang berminat membina saluran Youtube bagi tujuan tertentu hingga tercapai matlamat.

Kata Kekunci: Bina, Saluran.

1.0 PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Ketika kajian ini dilakukan media sosial menjadi sebahagian alat penyebaran maklumat kepada masyarakat di kebanyakan negara. Antaranya, dikenali sebagai Youtube dan penulis di media sosial berkenaan dikenali Youtuber.

Penerbitan secara maya yang dikenali Youtube ini adalah laman web yang berpejabat di San Bruno, California, Amerika Syarikat. Produk perkhidmatan maya ini dicipta oleh Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim pada tahun 2005. Setahun kemudian, produk maya ini dibeli oleh Google pada harga AS1.65 bilion.

Laman maya ini membolehkan pengguna secara peribadi, berkumpulan, pemilik sesuatu produk jualan atau pemilik syarikat memuat naik, menonton, mengulas dan beberapa perkara lain mengenai video yang dimuat naik atau ditonton. Malah, syarikat media massa milik swasta atau kerajaan di kebanyakan negara turut menyiarkan secara langsung berita, drama, program-program hiburan dan pelbagai program lain bagi menambah jumlah tontonan.

1.2 Permasalahan kajian

Pemerhatian lapangan penyelidik di media sosial kebanyakan mewarwarkan bahawa pemilik sesuatu saluran Youtube mempunyai pendapatan lumayan serta berupaya dijadikan sebagai pendapatan utama. Pemerhatian lapangan juga mendapati terdapat segelintir golongan muda berminat menjadikan saluran Youtube sebagai pendapatan utamanya.

Bagaimanapun, pemerhatian lanjutan lapangan, penyelidik dapati terdapat rungutan di kalangan Youtuber kerana tidak mendapat pendapatan yang sewajarnya selepas berusaha menghasilkan produk berkualiti seperti mana ditetapkan oleh Google AdSense.

Berdasarkan permasalahan itu, penyelidik melakukan penyelidikan secara lapangan ini untuk mendapatkan cabaran atau halangan yang dihadapi oleh Youtuber dalam tempoh setahun.

1.3 Tujuan Kajian

Kajian lapangan ini dilakukan untuk melihat secara dekat permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Youtuber yang mengharapkan bayaran daripada Google AdSense.

Sebaik kajian lapangan ini dilengkapi, diharap permasalahan-permasalahan yang dinyatakan dapat diatasi dan seterusnya membantu Youtuber mendapat hasil seperti mana diharapkan ketika membina saluran Youtube.

1.4 Persoalan kajian

Kajian ini dilakukan untuk melihat secara dekat permasalahan-permasalahan yang dihadapi ketika membina saluran Youtuber dalam tempoh setahun. Berdasarkan persoalan itu, penyelidik melakukan penyelidikan ini dan hasil penyelidikan diharap dapat merungkai persoalan berkenaan.

1.5 Objektif Kajian

Kajian yang dilakukan ini berdasarkan objektif:

1. Melihat permasalahan-permasalahan yang dihadapi ketika bina saluran Youtube.
2. Mendapatkan tempoh sesuai untuk mendapatkan pendapatan dari Google AdSense melalui saluran Youtube.

1.6 Skop Kajian

Penyelidik menggunakan saluran https://www.youtube.com/channel/UCO5K5Ni_bRdrX2pB7Kmpj6g/ sebagai sample kajian utama bermula 15 April 2021 hingga 15 April 2022. Hasil dapatan data daripada saluran Youtube berkenaan dianalisa dan dinyatakan dalam bentuk data bagi memudahkannya dianalisa.

2.0 TINJAUAN KAJIAN LALU

2.1. Imbasan Teori

Ketika kajian ini dilakukan, 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.

Teori ‘Model Pemprosesan Maklumat Sosial’ yang diperkenalkan oleh Fulk, Schmit dan Stemfield pada tahun 1990 ini berlandaskan ‘Teori Kekayaan Media’. Model-teori ini melihat penggunaan teknologi komunikasi yang bergantung kepada faktor tujuan tugas dan media yang ada, pengalaman silam, tahap pengetahuan, perbezaan individu yang berinteraksi, serta maklumat sosial yang perlu atau tidak perlu dikongsi.

Susulan teori yang digunakan itu adalah berdasarkan juga pandangan Saodah Wok, Narimah Ismail, Mohd Yusof Hussain (2005) menyatakan pengetahuan mengenai teori komunikasi diperlukan bagi membolehkan seseorang membuat jangkaan kemungkinan yang bakal berlaku dalam sesuatu situasi.

“... membuat perancangan bagi mengatasinya; dan menghadapi situasi dengan lebih bersedia demi membuahkannya kejayaan. Tidak kira sama ada dalam situasi pembelajaran; pertemuan antara kita dengan klien dalam konteks organisasi; perjumpaan di antara dua sahabat baik yang lama tidak bertemu; perbincangan ibu-bapa dengan anak; ataupun sepasang suami isteri yang ingin menyemarakkan rasa kasih sayang di antara mereka; ada teori-teori komunikasi untuk menerangkannya.”

Selain itu, dinyatakan juga bahawa pengetahuan seseorang terhadap teori-teori komunikasi berupaya membantu mencapai sesuatu kejayaan dalam pelbagai konteks dan situasi. Teori adalah kenyataan yang dibentuk bersifat sementara tetapi ia berupaya menentukan sesuatu kenyataan itu dibuktikan kebenaran atau sebaliknya.

Sementara itu, Massila Hamzah dan Arfah Yusof (2013) menyatakan teori dan model berupaya menjelaskan perkara-perkara tertentu yang berlaku.

“Dalam konteks komunikasi, model mewakili hubungan, aliran, struktur dan interaksi yang berlaku. Model membantu untuk memudahkan penjelasan idea dan proses yang kompleks. Ia digubal daripada yang paling mudah kepada yang lebih kompleks bergantung pada penyampaian proses komunikasi yang berlaku.”

Komunikasi dan teknologi mempunyai hubungan saling berkait rapat dengan hampir kajian yang dilakukan kerana teknologi komunikasi dilihat begitu mempengaruhi cara seseorang berkomunikasi. Fungsi alat komunikasi yang digunakan juga hampir setiap masa bertambah baik berbanding masa sebelumnya.

2.2 Takrifan Konsep

Kajian yang dilakukan ini memerlukan kejelasan konsep perkataan saluran dan youtube bagi memberi kejelasan mengenai konsep yang berkaitan perkataan yang digunakan.

Istilah saluran berkaitan kajian ianya adalah stesen dalam saluran satelit. Bagaimanapun, penggunaan istilah saluran juga hampir dengan istilah rangkaian yang kebiasaannya digunakan untuk rangkaian televisyen bagi sesebuah negara.

Sementara itu, Youtube adalah laman maya yang bolehkan pelayar laman maya samada individu, kumpulan, pemilik syarikat kecil dan besar memuat naik video, promosi produk jualan, mengulas, menonton dan beberapa hal berkaitan video.

3.0 METODOLOGI KAJIAN

3.1 Pengenalan

Metodologi kajian yang disediakan membolehkan penyelidik melihatkan kepentingan reka bentuk kajian bagi membolehkan objektif kajian ini dicapai, para penyelidikan mendapatkan sampel dan instrument pensampelan yang sesuai dan method penyelidikan 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.”

Susulan pandangan itu, penyelidik melakukan kajian ini dengan menganalisa data di saluran Youtube yang dibina. Kawasan kajian pula penyelidik menggunakan laman sesawang facebook milik penyelidik dan saluran-saluran Youtube yang subscribe saluran Youtube yang dijadikan sebagai sample kajian.

3.1.2 Pensampelan

Instrumen Kajian penyelidik menggunakan media sosial facebook milik penyelidik dan dua 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, kaedah analisis data diperolehi dari emel penyelidik iaitu Sulaimansalleh1971@gmail.com. Setiap maklumat daripada Youtube.com atau peringatan daripada Google Adsense disampaikan ke alamat emel berkenaan.

4.0 HASIL KAJIAN

Hingga penyelidikan ini disiapkan, terdapat 207 video dihasilkan dan kebanyakan video berkenaan dikumpulkan dalam bentuk senarai main.

Berikut adalah hasil penyelidikan yang menggunakan pautan laman sesawang Pertanian Bandar:

No.	Senarai main/lain-lain	Jumlah
1	Ternakan cacing tanah	3
2	Bina rak baharu untuk menjimatkan ruang	5
3	Bina kolam ternakan ikan dari simen	12
4	Ternakan ikan keli	1
5	Asas Penulisan	5
6	Baiki tapak semaian untuk tanam sayuran kekacang	8
7	Ternakan ikan dalam tangki ikan	10
8	Beli barang untuk kolam ternakan ikan	5
9	HITAM: Ketika bunting, melahirkan dan menjaga anak-anaknya.	10
10	Semai sayuran jagung dibekas simpan air	8
11	Bina bangunan baharu yang cantik	7
12	Nikmat menuai dan memasak tanaman sendiri	3
13	COMOT: Kucing luar biasa	26
14	Penambahbaikan tapak semaian, hasilnya memuaskan	6
15	Time-lapse: Pelbagai bentuk awan	5
16	Ubahsuai pagar lama menjadi kepungan tapak semaian baharu	21
17	Suasana pertanian bandar di waktu malam	2
18	Tanaman sayuran kucai	2
19	Ternak ikan dalam tangki	5
20	Pagar lama dijadikan tapak semaian baharu	7
21	Baiki sinki lama menjadi tempat simpan semaian	4
22	Time-lapse: Pelbagai pergerakan siput	3
23	Short video-Bina bangunan baharu	3
24	Matahari terbit di awal pagi	12
25	Matahari di pagi hari	3
26	Cantik, matahari terbit di sebalik gunung	7
27	Pemandangan awan dan alam	7
28	Lain-lain	17
	JUMLAH BESAR	207

Bagi mendapatkan bayaran daripada Google AdSense, pemilik saluran Youtube harus mempunyai syarat-syarat berikut iaitu minima 1,000 subscribe (pelanggan), Pengesahan 2 langkah perlu aktif, 4,000 jam tontonan umum dan tiada bantahan Garis Panduan Komuniti yang aktif.

Tempoh kajian yang dilakukan penyelidik saluran Youtuber yang dikaji mendapat 28,024 tontonan, jumlah langganan sebanyak 1028 (lempi jumlah 1,000 langganan yang disyaratkan; 1040 jam tontonan umum berbanding 4,000 jam tontonan yang disyaratkan. Bagaimanapun, jumlah tontonan didapati dikira dalam tempoh setahun sahaja dan jumlahnya akan ditolak setiap hari selepas tarikh berkenaan. Hasil penyelidikan mendapati, saluran Youtube yang dijadikan sebagai sample gagal capai jam tontonan umum yang ditetapkan dan masih tidak layak ditayangkan iklan pada setiap video yang dihasilkan.

Penyelidik dapati, tontonan video yang melebihi 100 tontonan akan ditayangkan iklan sebelum sesuatu video ditonton. Tayangan iklan hanya akan dibayar kepada Youtuber pada pertengahan tayangan video dan jika tayangan iklan tidak dilangkau oleh penonton.

Data di bawah menunjukkan pecahan umur dan jantina penonton:

Umur penonton / jantina	Perempuan (peratus)	Lelaki (peratus)	Jumlah (peratus)
13-17	0.3 %	0.6 %	0.9 %
18-24	1.5 %	5.6 %	7.1 %
25-34	2.2 %	3.6 %	5.8 %
35-44	4.4 %	3.9 %	8.3 %
45-54	1.5 %	71.3 %	72.8 %
55-64	1.2 %	2.3 %	3.5 %
65-ke atas	0.8 %	0.9 %	1.7 %
JUMLAH	11.9 peratus	88.2 peratus	100 peratus

Data di bawah menunjukkan jenis-jenis peranti yang digunakan semasa menonton saluran Youtube yang dikaji:

Jenis peranti/	Tontonan	Peratus
Komputer	15,798	55.6 %
Telefon mudah alih	11,067	39.9 %
Tablet	1,214	4.3 %
TV	330	1.2 %
Jumlah / peratus	28,409	100 peratus

5.0 PENUTUP DAN CADANGAN

Tempoh setahun kajian yang dilakukan ini, penyelidik dapati terdapat beberapa kaedah yang berupaya digunakan oleh seseorang youtuber untuk mendapatkan pendapatan daripada Google Adsense.

Antaranya, Youtuber harus berusaha memastikan setiap video yang dihasilkan perlulah minima 10 minit dan sebaiknya 20 minit. Jumlah penghasilan video kira-kira tiga hingga empat video seminggu bagi memastikan jam tontonan dapat dicapai dalam tempoh lapan hingga 10 bulan.

Selain itu, peruntukan masa yang dicadangkan adalah kira-kira enam jam sehari bagi menghasilkan dan mengedit video yang dihasilkan.

Penyelidik juga mencadangkan penyelidikan lanjutan dilakukan bagi mendapatkan data yang lebih baik untuk membolehkan produk video yang sesuai hingga berupaya menarik perhatian penonton serta jam tontonan yang diperlukan dapat dicapai dalam tempoh kurang daripada setahun, hingga sesuai ditayang iklan di tengah-tengah tayangan video. Tayangan iklan di tengah-tengah video berupaya memberi pendapatan kepada seseorang Youtuber dan memberi sumber pendapatan utama atau sampingan.

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).