

**KONTEN KREATIF PADA AKUN *YOUTUBE* SEBAGAI MEDIA INSPIRASI BAGI
MAHASISWA DI BANJARMASIN
(Studi Kasus *YouTuber* Agung Hapsah)**

Muhammad Azhar Firdaus¹, Sanusi², Lieta Dwi Novianti³

¹Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 18110064

²Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 19056202

³Ilmu Komunikasi, 70201, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan
Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1126117402

Email : azharfirdaus30@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana membuat konten kreatif pada akun *YouTube* sebagai media inspirasi terhadap mahasiswa, kemudian mencari hambatan apa saja yang terdapat dalam membuat konten kreatif pada akun *YouTube* sebagai media inspirasi terhadap mahasiswa, dan solusi apa saja yang dapat dilakukan dalam membuat konten kreatif pada akun *YouTube* sebagai media inspirasi terhadap mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi bersama dengan 5 orang informan dari berbagai Universitas yang ada di Banjarmasin. Peneliti memilih informan berdasarkan kriteria yang sesuai dengan peneliti mau. Hasil penelitian menunjukkan banyak sekali mahasiswa yang menonton *YouTube* sehari-harinya sebagai media hiburan dan pembelajaran salah satunya dengan menonton konten di akun *channel YouTube* Agung Hapsah. Namun terdapat beberapa hambatan yang terjadi Ketika mereka terinspirasi untuk membuat konten *YouTube* seperti alat yang kurang siap untuk membuat konten yang bagus. Dan ada beberapa solusi agar mahasiswa dengan mudah membuat konten seperti tidak perlu memakai alat yang bagus bisa saja menggunakan *handphone*.

Kata Kunci : Media Sosial *YouTube*, Konten Kreatif, Agung Hapsah.

ABSTRACT

The purpose of this research is how to create creative content on YouTube accounts as a medium of inspiration for students, then find out what obstacles are there in creating creative content on YouTube accounts as a medium of inspiration for students, and what solutions can be done in creating creative content on YouTube. YouTube account as a medium of inspiration for students. This study uses descriptive qualitative research methods, using data collection techniques of observation, interviews, and documentation together with 5 informants from various universities in Banjarmasin. Researchers choose informants based on criteria that are in accordance with the researchers want. The results of the study show that many students watch YouTube every day as a medium of entertainment and learning, one of which is by watching content on Agung Hapsah YouTube channel account. But there are some obstacles that occur when they are inspired to create YouTube content such as tools that are not ready to create good content. And there are several solutions so that students can easily create content such as not needing to use good tools, they can just use cellphones.

Keywords: *YouTube* Social Media, Creative Content, Agung Hapsah.

sehari-hari. Di *YouTube* mereka bisa memilih tayangan atau konten yang ingin mereka tonton. Dan bisa ditonton kapan saja dan dimana saja, dengan menggunakan *smartphone*. *YouTuber* Agung Hapsah juga menjadi salah satu pembuat konten di *YouTube* yang membuat kontennya sebagai media hiburan sekaligus pembelajaran. Banyak orang yang terinspirasi setelah menonton konten-konten di akun *YouTube channel* Agung Hapsah tersebut. Orang yang menontonnya pun akan menjadi terinspirasi untuk membuat konten *YouTube* serupa.

2) Hambatan dalam pembuatan konten video di *YouTube*. Seperti kurangnya kesiapan seperti alat-alat untuk pembuatan videonya kurang dan juga kurang kesiapan ide-ide untuk menjadikan konten yang menarik sehingga susah untuk menarik perhatian para penonton di *YouTube*

3) Solusi dari hambatan yang terjadi dalam pembuatan konten video di *YouTube* dengan membuat konten tidak memerlukan alat-alat yang lengkap, karena di zaman sekarang *handphone* sudah bisa digunakan untuk merekam gambar dan sekaligus mengedit videonya. Kita bisa *upload* apa saja di *YouTube* jadi tidak masalah ide yang kita buat kurang siap asal tidak video yang berunsur negatif.

Bahkan kebanyakan para *YouTuber* di Indonesia semua video pertama yang mereka buat untuk diunggah ke *YouTube* itu tidak menggunakan kamera yang mahal dengan kualitas bagus, bahkan menggunakan alat yang seadanya saja dengan yang mereka punyai karena mereka semua juga berawal dari nol, tidak ada orang yang baru pertama kali membuat video langsung bisa mendapatkan hasil yang sangat bagus hingga banyak disukai orang, karena semua itu ada prosesnya karena kita harus melewati semua itu sehingga kita ahli dalam profesi yang kita tekuni tersebut.

SARAN

Berdasarkan dari hasil kesimpulan dan penjelasan dari bab-bab sebelumnya maka peneliti dapat memberikan saran yaitu :

- 1) Agar nantinya bisa bermanfaat dan dapat dipakai untuk masukan kepada peneliti selanjutnya seperti lebih memperdalam faktor-faktor lain yang bisa menjadi media inspirasi dalam membuat konten yang kreatif.
- 2) Kemudian lebih memperlihatkan gambaran yang lebih lengkap dan luas mengenai topik ini.
- 3) Dan bisa juga membuat penelitian dengan konsep yang sama namun subjek yang berbeda atau permasalahan yang berbeda juga.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Faisal. 2015. *Bakat dan Kreativitas*. Palembang. Noer Fikri Offset.
- Ahmadi, A., Prasetya, J.T. 2015. *Strategi Belajar Mengajar*. Bandung. CV. Pustaka Setia.
- A Muri Yusuf. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Penelitian Gabungan (Pertama)*. Jakarta. Renika Cipta.
- Ardianto, Elvinaro, dkk. 2012. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung. Simbiosis.
- Cangara, Hafied. 2021. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Edisi 5 Jakarta. Rajawali Pers.
- Darmadi, Hamid. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung. Alfabeta.
- Denis McQuail. 2012. *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Edisi 6 Buku 1. Jakarta. Salemba Humanika.

- Fisip Team. 2019. *Panduan Penulisan Skripsi*. Banjarmasin. UNISKA MAB Banjarmasin.
- Gede Lingga Ananta Kusuma Putra. *Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media YouTube*. 2019. Jurnal Senada. Vol. 2. Sekolah Tinggi Desain Bali. ISSN: 2655-2329.
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Managemen*. edisi 14. Global edition. Pearson Education.
- Little John, Foss. 2014. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Nurudin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Nurudin. 2017. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*. Jakarta. PT Raja GrafindoPersada.
- Sianipar, Aritas Puica. 2013. *Pemanfaatan YouTube di Kalangan Mahasiswa*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 2.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung. Alfabeta.
- , 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. PT Alfabet.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan*. Cet.12. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Sutrisno, E. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. Kencana.