



# Youtube Media Komunikasi dan Bisnis Milenial

Moh Saifulloh, Didik Hariyanto\*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

\*Correspondence: Didik Hariyanto  
Email: [Didikhariyanto@umsida.ac.id](mailto:Didikhariyanto@umsida.ac.id)



**Copyright:** © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstrak:** : Studi ini mengkaji fungsi ganda YouTube sebagai media komunikasi sekaligus peluang bisnis bagi generasi milenial. Dengan menggunakan metodologi deskriptif kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menguraikan manfaat, kekurangan, dan implikasi praktis dari pemanfaatan YouTube untuk tujuan tersebut. Temuan menunjukkan bahwa YouTube berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif, memfasilitasi berbagai bentuk ekspresi seperti vlog, tutorial, dan ulasan produk. Secara bersamaan, YouTube juga muncul sebagai jalur bisnis yang menguntungkan, asalkan ada keterlibatan yang konsisten dan komitmen terhadap penciptaan konten berkualitas tinggi. Implikasi dari temuan ini signifikan, menunjukkan bahwa YouTube tidak hanya merupakan platform untuk penyebaran media, tetapi juga merupakan lanskap kewirausahaan yang layak bagi individu muda. Kemampuan ganda ini menegaskan potensi YouTube untuk mempengaruhi strategi komunikasi dan inisiatif bisnis milenial secara positif.

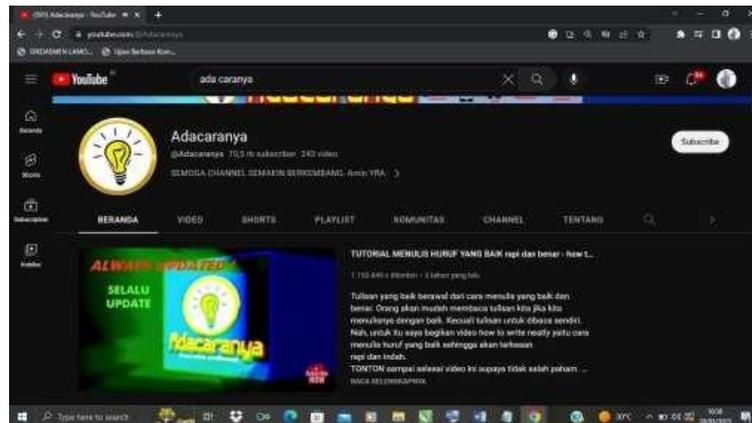
**Kata Kunci :** YouTube, Komunikasi Milenial, Kewirausahaan Digital, Pembuatan Konten, Platform Media Sosial

**Abstract :** This study examines the dual functionality of YouTube as both a communication medium and a business opportunity for millennials. Employing a qualitative, descriptive methodology, the research aims to delineate the benefits, drawbacks, and practical implications of leveraging YouTube for these purposes. Findings suggest that YouTube serves as an effective communication tool, facilitating varied expressions such as vlogs, tutorials, and product reviews. Simultaneously, it emerges as a lucrative business avenue, provided there is consistent engagement and a commitment to high-quality content creation. The implications of these findings are significant, indicating that YouTube is not only a platform for media dissemination but also a viable entrepreneurial landscape for young individuals. This dual capability underscores YouTube's potential to impact millennial communication strategies and business initiatives positively.

**Keywords :** YouTube, Millennial Communication, Digital Entrepreneurship, Content Creation, Social Media Platforms.

## Introduction

Komunikasi adalah sarana yang digunakan manusia untuk menyampaikan pikiran, pendapat, pandangan dan gagasan kepada sesama manusia dengan tujuan agar pesan yang dikomunikasikan dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Sebagai makhluk sosial, kita tidak dapat menyampaikan informasi tanpa berkomunikasi[1]. Perlu juga diperhatikan bahwa komunikasi tidak hanya dilakukan dengan berbicara secara langsung. Namun juga dapat dilakukan melalui sarana tidak langsung seperti media[2].



Gambar 1 : Dasbor Youtube akun @adacaranya

Youtube adalah platform video online yang sangat populer di dunia[3]. Platform ini memungkinkan pengguna mengunggah video, berinteraksi dengan pemirsa, dan mendapatkan uang melalui iklan dan sponsor. Media YouTube dapat menjadi media komunikasi dan peluang bisnis yang menarik. Di satu sisi, YouTube bisa membuka peluang bisnis yang sangat besar bagi anak muda yang menyukai video dan kreativitas. [4] Di sisi lain, Youtube juga merupakan media komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan, ide, dan informasi yang ingin disampaikan. Namun, sebelum mulai memproduksi konten, kreator harus memahami kelebihan dan kekurangan Youtube sebagai media distribusi dan peluang bisnis, serta menyesuaikan dengan aturan dan etika yang berlaku pada platform tersebut.[5]

Perkembangan Youtube saat ini telah memiliki berbagai macam fitur-fitur layanan yang dibutuhkan penggunaannya[6]. Dengan memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet dari setiap hari orang yang menonton ratusan juta jam video di Youtube dan menghasilkan miliaran kali penayangan.

Media YouTube berperan sebagai pusat informasi dan komunikasi, di sisi lain YouTube juga merupakan tempat penghasilan bagi pembuatnya karena jumlah penghasilannya sangat bagus dan bahkan menyebarkan ide-ide sehingga bermanfaat bagi penikmat/penonton. Situs berbagi video didirikan pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal. Situs ini dapat digunakan untuk mengunggah, menonton dan berbagi video dan HTML untuk menampilkan berbagai konten video yang dibuat oleh youtuber/pembuat video[7].



Gambar 2 : platform video online yang sangat populer di dunia

Dengan menguasai 43% dari penjualan video online di Amerika Serikat dan bahkan di seluruh dunia, YouTube sekarang menjadi situs video paling dominan di dunia[8]. Sekitar 20 jam video diunggah ke YouTube setiap menit, dengan 6 miliar views setiap hari. Dengan kemajuan teknologi saat ini, YouTube sekarang dapat memenuhi berbagai kebutuhan penggunanya. Fitur-fiturnya telah memenuhi berbagai kebutuhan pengguna.[3]

Dengan lebih dari satu miliar pengguna, YouTube menghasilkan miliaran penayangan dan menonton ratusan juta jam video setiap hari, yang merupakan hampir sepertiga dari semua pengguna online[9]. Secara keseluruhan, YouTube sudah mencapai lebih banyak pemirsa dari demografi 18-34 dan 18-49 tahun daripada jaringan kabel mana pun di dunia

Sebagian besar pengunggah adalah kaum milenial yang berkreasi dan berkomunikasi melalui media ini, menjadikan YouTube sebagai sarana utama dalam kegiatan berkesenian dan berkarya di media sosial (khususnya YouTube)[10]. Fasilitas YouTube ini memicu banyak generasi milenial untuk mulai membuat materi edukasi yang dibuat langsung untuk mereka.

Inovasi yang dibawa oleh kompleksitas internet telah beralih dari Google untuk menciptakan layanan untuk memfasilitasi penggunanya mengunggah video dan membuatnya dapat diakses secara bebas oleh pengguna lain dari seluruh dunia. Layanan tersebut lebih dikenal dengan YouTube. Dibandingkan dengan metode komunikasi lainnya, keunggulan komunikasi massa adalah jumlah komunikator yang dijangkau relatif banyak dan tidak terbatas. Pesan diterima oleh koresponden pada waktu yang sama dan mendapatkan pesan yang sama pada waktu yang sama.[15] Di sisi lain, komunikasi massa memiliki kelemahan salah satunya adalah stimulasi indra manusia sebagai penerima atau penyampai informasi. Dibandingkan dengan komunikasi interpersonal, komunikator dan komunikator dapat berkomunikasi secara tatap muka, yang dapat memaksimalkan indera yang ada, karena kedua belah pihak memang dapat melihat, mendengar, mencium, menyentuh bahkan merasakan secara langsung[11].

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana YouTube menjadi media komunikasi dan peluang bisnis di kalangan milenial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana manfaat dan kelemahan serta kelebihan menggunakan YouTube sebagai sarana komunikasi terhadap Sarana media komunikasi dan peluang bisnis milenial.

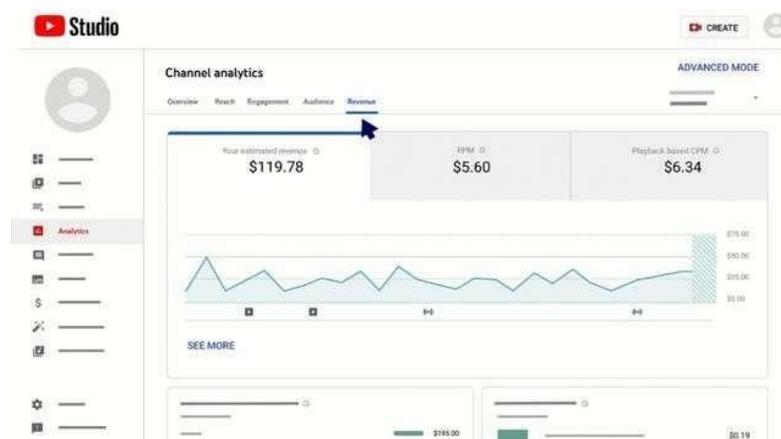
## **Methodology**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. (Darmadi, 2014) Penelitian deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang berusaha menggambarkan sesuatu sebagaimana adanya dalam kata-kata, bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas, objektif, sistematis, dan terperinci tentang topik-topik yang kemudian diajukan sebagai pertanyaan. Oleh karena itu, penelitian ini hanya mendeskripsikan dan menggambarkan cara penggunaan media YouTube sebagai media komunikasi dan peluang bisnis dengan sampel pada akun youtube adacaranya[12].

Berikut langkah-langkah pengumpulan data dalam penelitian deskriptif kualitatif menurut Darmadi (2014), yaitu (1) reduksi data, (2) penyajian data, dan (3) penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, data yang tidak sesuai dengan rumusan masalah dipilah. Pada tahap penyajian data, data disajikan dalam bentuk uraian singkat hasil pengumpulan data yang diperoleh dari observasi dan wawancara sesuai dengan rumusan pertanyaan. Pada tahap akhir ditarik kesimpulan untuk menjawab semua pertanyaan yang diajukan dalam penelitian, langkah-langkah yang dilakukan anak muda dalam menggunakan media youtube sebagai media komunikasi dan peluang bisnis, keuntungan dan kerugian menggunakan media youtube sebagai media komunikasi dan bisnis peluang[13].

## Result and Discussion

YouTube adalah platform berbagi video yang sangat populer di seluruh dunia. Seiring dengan semakin mudahnya akses internet dan peningkatan teknologi pada kamera video, youtube menjadi salah satu sarana media komunikasi yang sangat efektif. Tak hanya sebagai sarana komunikasi, youtube juga dapat dijadikan peluang bisnis bagi para milenial[14].



Gambar 3 : Dasbor Penghasilan Youtube

Berikut adalah pembahasan tentang youtube sebagai sarana media komunikasi dan peluang bisnis anak muda:

### 1. Sebagai sarana media komunikasi

Para Kreator dapat menggunakan media youtube sebagai sarana untuk mengkomunikasikan gagasan atau pandangannya. Kreator juga dapat membuat dan membagikan video tentang topik yang mereka minati, seperti pakaian, musik, film, makanan, atau olahraga. Video-videonya dapat dilihat oleh orang-orang yang memiliki minat yang sama di seluruh dunia. Video mereka bisa menjadi sarana untuk memperluas jaringan sosial dan meningkatkan pengaruh mereka di media sosial.

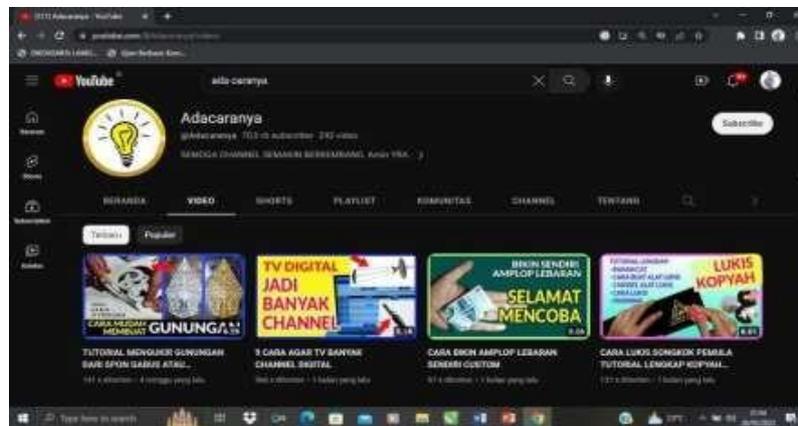
Anak muda tidak perlu menyewa studio mahal atau memiliki kamera canggih untuk membuat video berkualitas. Dengan kamera smartphone, sudah cukup untuk memulai. Bahkan, banyak youtube yang berhasil dan populer memulai dengan hanya menggunakan kamera smartphone saja.

### 2. Sebagai peluang bisnis

Youtube juga dapat dijadikan sebagai peluang bisnis bagi kalangan milenial. youtuber yang mempunyai banyak pengikut bisa menghasilkan uang dari iklan youtube Selain itu,

mereka bisa mendapatkan sponsor dari perusahaan-perusahaan yang ingin mempromosikan produk mereka di saluran mereka.

Anak muda yang ingin memulai bisnis di Youtube harus konsisten dan berkomitmen. Hal ini mengharuskan mereka untuk menghasilkan konten berkualitas secara rutin agar terus mendapat pengikut. Mereka juga harus memahami bagaimana menarik perhatian audiens mereka dengan cara mengoptimalkan judul, thumbnail, dan deskripsi video.



Gambar 4 : Konten youtube akun @adacaranya

Pada akun adacaranya ini memberikan banyak manfaat serta menjadi inovasi bagi kalangan milenial sebagai sarana komunikasi, hiburan, peluang bisnis, meningkatkan keterampilan, dan mempromosikan bisnis. Oleh karena itu, sebagai pengguna, penting untuk memanfaatkan youtube secara bijak untuk memperoleh manfaat yang maksimal. Ada banyak manfaat yang bisa didapatkan dari penggunaan youtube sebagai sarana komunikasi dan peluang bisnis bagi kalangan milenial, di antaranya:

1. Komunikasi: Youtube memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk berkomunikasi dengan orang-orang dari seluruh dunia. Dengan membuat video dan mengunggahnya di youtube, pengguna dapat berbagi ide, pengalaman, dan pendapat mereka dengan audiens yang luas, dan memperoleh umpan balik dan dukungan dari orang-orang yang memiliki minat yang sama.
2. Hiburan: Youtube juga merupakan platform hiburan yang sangat populer bagi kalangan milenial

Berbagai jenis konten tersedia di youtube, seperti video musik, vlog, komedi, dan lain-lain. Pengguna dapat menikmati konten ini secara gratis dan kapan saja, sehingga YouTube menjadi alternatif yang sangat menarik bagi televisi kabel atau layanan streaming berbayar.

1. Peluang bisnis: Youtube juga menyediakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan bagi kalangan milenial. Dengan membuat konten yang menarik dan bermanfaat, pengguna dapat membangun pengikut yang besar dan memonetisasi konten mereka melalui iklan, sponsor, atau penjualan produk. Hal ini menjadi salah satu cara bagi kalangan milenial untuk memperoleh penghasilan tambahan atau bahkan menjadi pekerjaan utama mereka.
2. Meningkatkan keterampilan: Youtube juga merupakan sarana yang sangat baik bagi kalangan milenial untuk meningkatkan keterampilan mereka. Ada banyak tutorial dan video pembelajaran yang tersedia di Youtube, mulai dari memasak, belajar bahasa asing, hingga keterampilan teknis seperti desain grafis atau coding. Hal ini

memungkinkan pengguna untuk belajar hal-hal baru dan meningkatkan keterampilan mereka dengan cara yang mudah dan terjangkau.

3. Mempromosikan bisnis: Selain memonitisasi konten, YouTube juga dapat digunakan sebagai sarana promosi bagi bisnis milenial. Dengan membuat video yang menarik dan informatif tentang produk atau layanan mereka, bisnis dapat memperoleh perhatian dari audiens yang lebih luas dan membangun merek mereka secara online.

Berikut adalah beberapa kelebihan dan kelemahan dari YouTube sebagai sarana media komunikasi dan peluang bisnis untuk anak muda:

#### A. Kelebihan

1. Membuka peluang bisnis. Youtube memberikan kesempatan bagi anak muda untuk memperoleh penghasilan dengan membuat dan mengunggah video yang berkualitas. Dengan menjadi seorang YouTuber, anak muda bisa mendapatkan uang dari iklan, sponsor, dan kerja sama bisnis.
2. Meningkatkan keterampilan kreatif. Youtube menawarkan kebebasan kreatif bagi anak muda untuk membuat konten video yang mereka inginkan dan berkreasi dengan ide-ide baru. Hal ini membantu anak muda untuk mengembangkan keterampilan kreatif dan storytelling.
3. Jangkauan yang luas. Youtube memiliki audiens global yang sangat besar dan tiap harinya terdapat jutaan orang yang mengakses platform ini. Konten yang diproduksi oleh anak muda dapat menjadi semakin populer dan mudah diterima oleh siapa saja di seluruh dunia.

#### B. Kelemahan

1. Persaingan yang keras. Saat ini, kompetisi di platform Youtube sangat tinggi. Anak muda harus memproduksi konten yang menarik dan berkualitas tinggi guna menarik perhatian audiens. Unless mereka mempunyai keunggulan tersendiri dalam menghasilkan konten.
2. Risiko menerima backlash dan hate speech. Ketika menghasilkan konten video, Youtube bukan masalah hanya bagi kesuksesan, namun juga memperoleh komentar negatif yang bisa merugikan psikologis anak muda. Ini bisa menghasilkan beberapa, yang tidak siap dengan hal ini, mengalami kekecewaan dan mungkin berhenti dalam memproduksi konten mereka.
3. Masalah hak cipta. Anak muda harus berhati-hati saat menggunakan materi atau musik sebelum mengunggahnya ke YouTube, karena bisa membuat mereka terjerat masalah hak cipta yang merugikan. Hal ini dapat berpotensi pada konten video dihapus, channel ditutup atau bahkan sanksi hukum.

## Conclusion

YouTube merupakan sarana media komunikasi yang sangat efektif dan bisa dijadikan peluang bisnis untuk di kalangan milenial. Sebagai sarana media komunikasi, Youtube memungkinkan kreator membagikan gagasan dan pandangan mereka dengan orang-orang di seluruh dunia. Sebagai peluang bisnis, Youtube bisa menjadi sumber penghasilan yang sangat menguntungkan jika dijalankan dengan konsisten dan komitmen

dalam menghasilkan konten berkualitas. baik itu berupa vlog, tutorial, review produk, dan lainnya. Oleh karena itu, Youtube dapat dijadikan sebagai wadah untuk berekspresi sekaligus mencapai kesuksesan bisnis.

Secara keseluruhan, Youtube dapat dianggap sebagai sarana yang sangat bermanfaat dalam hal media komunikasi dan peluang bisnis bagi anak muda. Selain itu youtube juga memberikan keleluasaan bagi para milenial untuk memulai karir di bidang video dan kreativitas serta membuka peluang untuk menghasilkan uang melalui pengiklanan dan sponsor. Selain itu, Youtube juga menjadi sarana media komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan, ide, dan informasi yang ingin disampaikan. Namun, perlu diingat bahwa YouTube sebagai sarana bisnis membutuhkan dedikasi dan kerja keras yang kontinu dan konsisten. Anak muda perlu menyesuaikan diri dengan aturan dan etika yang berlaku di platform ini dan terus mempelajari dan meningkatkan keterampilan mereka dalam memproduksi konten yang menarik dan berharga bagi audiens. Oleh karena itu, YouTube bisa menjadi alternatif yang menarik bagi anak muda yang memiliki passion di bidang video dan kreativitas serta memanfaatkan peluang bisnis di era digital.

### **Acknowledgement**

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penelitian ini, terutama kedua orang tua, dosen pembimbing yang telah mendukung, membimbing dan memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini, peneliti sampaikan terimakasih kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah memberikan support sehingga penelitian ini lancar.

### **References**

- A. V. E. Reynata, "Penerapan YouTube sebagai Media Baru dalam Komunikasi," *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 2022.
- M. Sistadewi, "Penggunaan Media YouTube dalam Pembelajaran Bahasa," *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa*, p. 9, 2021.
- A. V. E. Reynata, "Penerapan YouTube sebagai Media Baru dalam Komunikasi," *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, p. 6, 2022.
- F. Faiqah, "YouTube sebagai Sarana Komunikasi Bagi," *Jurnal Komunikasi Kareba*, p. 14, 2016.
- I. Hajar, "YouTube sebagai Sarana Komunikasi Dakwah di Kota Makassar," *Jurnal Al-Khitabah*, vol. V, no. 2, p. 15, 2018.
- F. A. D. M. Y. Didik Hariyanto, "Pemanfaatan Teknologi Integrated Marketing Communication Bagi Pelaku Usaha Mikro Sayur Organik Terdampak Pandemi," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, pp. 780-788, 2022.
- N. Q. H. Z. and M. Y. M. Zulfa, "Konten Kreatif YouTube sebagai Sumber Penghasilan Ditinjau dari Etika Bisnis Islam," *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, pp. 110-120, 2021.
- R. A. Rifhano and M. S. Abdurrahman, "Pengaruh Intensitas Mengakses YouTube Terhadap Aktivitas Belajar Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Telkom University," *Dialektika*, pp. 25-52, 2018.

- R. Zakiyah, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama Bisnis Advertising pada Google Adsense di YouTube," Diss., UIN Sunan Ampel Surabaya, pp. 105-155, 2019.
- G. e. a. Cahyono, "YouTube Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran," Jurnal Dakwah, pp. 23-38, 2019.
- D. M. J. N. Rahmawan, "The Potential of YouTube as Educational Media for Young People," Edulib, vol. 8.1, pp. 81-98, 2018.
- M. Sanchia, "YouTube sebagai Sarana Komunikasi Persuasi (Studi Dokumentasi Vlog Boy William)," Disertasi, Universitas Brawijaya, pp. 155-186, 2019.
- B. R. D. and M. R. F. Kristianto, "Monetisasi dalam Strategi Komunikasi Lintas Budaya Bayu Skak melalui Video Blog YouTube," Lugas Jurnal Komunikasi, pp. 45-56, 2019.
- F. A. Didik Hariyanto, "Pemanfaatan Teknologi Integrated Marketing Communication bagi Pelaku Usaha Mikro Sayur Organik Terdampak Pandemi," Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, pp. 780-788, 2022.
- H. R. and S. H. Yuniyanto, "Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Pengguna YouTube dengan Brand Recognition sebagai Variabel Intervening," Jurnal Bisnis dan Manajemen, pp. 21-28, 2018.