

YOUTUBE RUANG TERBUKA BEREKSPRESI

Leluasa Menghasilkan Karya

BAGI yang mendadak jadi YouTuber dan ingin secara instan mendapat uang berlimpah, siap-siaplah kecewa. Sebab untuk mendapatkan uang dari konten di YouTube sejatinya tidak semudah membalikkan telapak tangan. Ibarat kata, ada syarat dan ketentuan yang berlaku. Tidak bisa serta merta. Meski jika memang ditekuni dan konsisten, akan ada imbal balik yang diterima.

"Kalau terjun di YouTube dengan mainset dapat uang dan cepat kaya, ya siap-siap kecewa. Tapi memang tidak dipungkiri jika di kemudian hari ada penghasilan yang bisa diperoleh sesuai aturan mainnya," ucap komedian Yogya, Setyawan Tiada Tara yang belakangan juga aktif membuat konten YouTube kepada KR<, Rabu (3/3).

Dijelaskan Setyawan, ada sejumlah ketentuan di YouTube yang harus dipenuhi ketika ingin mendapatkan *income*. Misalnya saja harus ada minimal berapa ribu subscribe atau minimal berapa ribu jam dalam setahun. Ketika dalam setahun sudah dapat memenuhi kriteria tersebut, barulah dapat menerima imbalan dari media sosial tersebut.

Bagi pemilik Channel PLATABTV ini, memproduksi konten kreatif di YouTube bukan semata untuk mengejar materi. Tapi lebih sebagai media ekspresi sekaligus menjadi referensi curriculum vitae (CV) yang dapat mendukung potensi diri di masa mendatang.

"Sarana ekspresi diri, menjalin hubungan dengan teman, komunitas dan lainnya. Dengan begitu, mereka akan tertarik mencari channel kita," kata punggawa kelompok humor Plat AB tersebut.

Ditambahkan, stigma YouTube mudah mencari penghasilan juga bisa dipatahkan dengan realita lain. Kadang atau malah seringkali konten kreatif YouTube justru diproduksi dengan biaya yang tidak sedikit. Bukan tidak mungkin jika biaya produksi ini tidak sebanding dengan penghasilan yang diterima dari YouTube.

Untuk mensiasati hal tersebut, Setyawan membagikan pengalaman selama aktif di YouTube. Mengawali dari sesuatu yang dimiliki, baik untuk peralatan maupun konten kreatif. Jangan memaksakan memakai kamera mahal jika memang tidak punya. Cukup dengan apa yang



Setyawan Tiada Tara, Aldo Iwak Kebo, dan Iwan To Be A Millionaire syuting di kawasan Tugu Yogya.

ada. Misalnya saja memanfaatkan gawai yang dimiliki.

"Untuk konten juga begitu. Mulai saja dengan apa yang kita miliki. Tidak perlu memaksakan diri. Tapi akan lebih bagus jika bisa diwujudkan dalam bentuk video grafis. Karena bukan tidak mungkin ada yang tertarik sehingga ketika kita diajak kerja sama membuat grafis tidak kesulitan," ungkapnya.

Selain itu, jangan sampai lupa mengamati ceruk atau pangsa pasar yang ada. Hal itu dapat diselaraskan dengan potensi diri yang dimiliki sehingga nantinya tidak terlalu kesulitan ketika ingin membuat konten kreatif.

"Misal kalau saya ceruk lebih besar pada segmen guyonan atau humor. Karena itu guyon keliling (guling) cukup banyak diapresiasi. Atau juga podcast dengan sejumlah tokoh yang ternyata banyak diminati," ungkapnya.

Ketika konten sudah jadi dan diunggah pun ternyata tantangan tidak langsung habis. Masih ada tantangan lain yang perlu disikapi. Dengan durasi yang cukup panjang misalnya, bagaimana membuat viewer betah menonton. Sebab biasanya netizen tidak terlalu suka melihat konten yang terlalu panjang dan lama.

"Nah, harus ada kreativitas sehingga mereka betah *mantengin*

channel kita," sebut Setyawan.

Untuk mencapai hal tersebut, Setyawan menegaskan minimal tiga hal yang harus dipegang, konsisten, fokus pada pangsa pasar dan kreativitas. Butuh juga persiapan jika nanti konten yang diunggah akhirnya viral. Sebab tidak sedikit YouTuber justru bingung ketika kontennya booming atau viral karena memang tidak siap untuk materi selanjutnya.

Soal nama tenar yang harus dimiliki ketika ingin menjadi YouTuber, Setyawan mengatakan, hal itu tidak mutlak tapi bisa menjadi salah satu unsur pendukung. Sebab nama besar saja belum dapat mendukung untuk viralnya suatu konten. Butuh juga faktor keberuntungan ketika memutuskan terjun di dunia tersebut.

"Nama beken bukan utama, karena semua tergantung kreativitasnya," ungkap Setyawan.

Komedian Yogya lainnya yang juga turut mewarnai dunia YouTube, Aldo Iwak Kebo mengakui melalui YouTube bisa dimanfaatkan untuk mendapat uang ataupun tidak, semua tergantung dengan kreativitas dan sesuatu yang sedang viral saat ini.

"Kreativitas yang utama dan sangat menentukan. Kalau viewer dan subscriber bisa dicari meski juga tidak dengan mudah," kata Aldo.

Ia mengatakan, ketika masuk ke YouTube awalnya menyalurkan hobi. Terlebih saat pandemi, banyak jobnya yang batal. Karena itulah kegiatan dan kreativitasnya disalurkan dengan membuat konten anekdot dengan durasi kurang dari lima menit bersama Sugeng Iwak Bandeng melalui channel Duo ASShow.

"Dari awal tidak berpikir viewer atau subscriber. Tujuannya sebagai media promosi bahwa kami masih eksis. Tapi seiring waktu juga tidak menutup kemungkinan itu meski gampang-gampang susah mencari viewer dan subscriber dalam jangka waktu lama," ungkapnya.

Meski demikian, Aldo juga tidak memungkiri jika nama tenar dapat mempengaruhi seseorang untuk melihat konten. Kendati akhirnya, kreativitas konten yang akan berpengaruh. "Mereka yang sudah terkenal ketika main YouTube sebenarnya tinggal memanfaatkan kreativitas saja untuk membuat konten. Tapi jika tidak mampu, ya akan susah. Banyak artis yang ternyata viewer dan subscriber tidak sebanyak yang dibayangkan karena kontennya dinilai biasa saja," sebutnya.

Terpisah, pengamat seni budaya Purwadmad menjelaskan, ketika ruang ekspresi dan mobilitas terbatas, wajar kalau kreator

melakukan katalisasi untuk menemukan peluang ekspresi melalui pilihan ruang media yang masih tersedia. Aplikasi dan fitur media sosial video menjadi pilihan yang cepat tersedia, praktis, mudah dan relatif murah. Mobilitas ruang ekspresi menemukan saluran dan jaringannya. Hasrat berekspresi dapat tersalurkan.

"Kanal-kanal komunikasi melalui aplikasi media sosial berbasis teknologi informasi dan komunikasi video, menjadi ruang terbuka untuk berekspresi. Sebagai media ekspresi, lokus kanal medsos video itu tetap saja memerlukan pertimbangan penting tentang modus, tujuan, khalayak sasaran dan konten atau isi materi ekspresi yang dikomunikasikan," paparnya.

Dikatakan, perihal konten, materi ekspresi yang dikomunikasikan dalam tradisi medsos dirancang, diproduksi dan didistribusikan oleh kreator pelaku sendiri tidak lewat sistem lembaga keredaksian/pranata siaran dan sensor. Bahkan proses kurasi kelayakan konten dan penentuan standar proses editorial konten siaran dilakukan sendiri, tanpa broadcaster. "Kadang tidak ada proses standar keredaksian yang memadai. Ada sejumlah langkah kurasi yang terpangkas, padahal dari sudut peruntukan konten ekspresinya dikonsumsi khalayak ramai," jelasnya.

Produsen konten video di era medsos cukup leluasa menghasilkan karya, termasuk longgar luwes untuk mengunggah dan tersebar luas melalui kanal aplikasi medsos. Bahkan, ada kanal yang memberi fasilitasi imbalan insentif berupa dana dengan syarat dan ketentuan berbasis volume, frekuensi, durasi ketertontonan dan iklan pendukung yang masuk. Yang perlu diingat, lanjut Purwadmad, kualitas ekspresi dan standar konten terkursi harus lebih mengedepan ketimbang modus mengejar insentif finansial. Modus dan tujuan tidak boleh mengorbankan kualitas konten ekspresi dan risiko dampak bagi khalayak. (Febriyanto)

Gratis - Arko

KANDHA RAHARJA

DAGING BUAH TEBAL, BIJI KECIL

UGM Kembangkan Kelengkeng Super Sleman

PENELITI Universitas Gadjah Mada (UGM) berhasil mengembangkan varietas kelengkeng unggul yang dinamai Kelengkeng Super Sleman. Keunggulan kelengkeng ini memiliki ukuran buah relatif lebih besar dengan daging buah tebal dan biji kecil.

Peneliti Kelengkeng Super Sleman sekaligus Dekan Fakultas Biologi UGM Prof Budi S Daryono SSI MAgrSc mengatakan, kelengkeng ini potensial dibudidayakan mulai dari pesisir pantai hingga dataran menengah dengan ketinggian sekitar 700 mdpl. "Kelengkeng Super Sleman juga dapat dikembangkan di lahan karst," terang Prof Budi, Senin (8/2). Kelengkeng Super Sleman ini merupakan inovasi Prof Budi bersama Yusuf Sulaiman SIP.



Kelengkeng Super Sleman.



KR-Istimewa

Budi menjelaskan, Kelengkeng Super Sleman telah dikembangkan sejak tahun 2015 silam. Kelengkeng ini berasal

dari persilangan antara kelengkeng KD dengan kelengkeng LD. Sementara untuk pangkal stek

menggunakan kelengkeng lokal.

"Kelengkeng jenis ini memiliki cita rasa manis dengan kadar gula 22-23 brix. Berat perbuah mencapai 9,74-10 gram. Adapun diameter biji 1,1-1,3 cm dan berat biji 0,96-1,53 gram," ujarnya.

Ditambahkan Budi, varietas Kelengkeng Super Sleman ini dapat berbuah sepanjang waktu atau tidak terpengaruh musim dengan pemberian induksi fitohormon/POC untuk pembungaan dan pembuahan. Dalam sekali panen dari satu pohon berusia 2 tahun bisa mencapai 2-4 kilogram dan 3 tahun 4-6 kilogram.

"Setelah umur 4 tahun akan mencapai 10-25 kilogram per pohon tergantung jumlah pembungaan dan penyerbukan menjadi buah," terang katanya.

Kelengkeng Super Sleman ini memiliki pangsa pasar yang

luas untuk dibudidayakan. Varietas ini juga telah lama dibudidayakan oleh masyarakat binaan Fakultas Biologi UGM di Condongcatur Sleman, Kemadang Gunungkidul, Hargowilis Kulonprogo, serta Balikpapan Kalimantan Timur.

Sebelumnya pada 28 Januari 2021, Tim Peneliti Fakultas Biologi UGM melakukan pemanenan buah Kelengkeng Super Sleman bersama masyarakat Dusun Gejayan, Condongcatur Depok Sleman dihadiri Dukuh Gejayan H Nuryanto SPd dan Kepala Desa Condongcatur Reno Candra Sangaji SIP. Selain itu turut hadir pula perwakilan masyarakat dari Desa Kebonallas, Manisrenggo Klaten yang tertarik dengan budidaya Kelengkeng Super Sleman.

(Dev)

Gratis - Arko



KR-Istimewa

Panen Kelengkeng Super Sleman Fakultas Biologi UGM bersama warga Gejayan.