

Pelatihan Pembuatan Video Pembelajaran Sebagai Media Publikasi Sekolah Melalui Media *YouTube*

Mukaromah^{1*}, Mutia Rahmi Pratiwi², Egia Rosi Subhiyako³

^{1,2,3}Universitas Dian Nuswantoro

e-mail: mukaromah@dsn.dinus.ac.id¹, egia@dsn.dinus.ac.id², mutia.rahmi.pratiwi@dsn.dinus.ac.id³

* Penulis Korespondensi: E-mail: mukaromah@dsn.dinus.ac.id

Abstract

This community service embraces MI Al Hikmah Semarang partners. This partner has limited skills related to making learning videos with limited equipment for teachers and school promotion staff as part of school learning media and at the same time school branding media. The advantages of YouTube media that have the potential to benefit from monetization are also a separate opportunity for service partners. The purpose of this service is to increase knowledge and skills for partners regarding shooting techniques using their smartphones and editing with the vlognow application. The method used is by making initial observations regarding the ability of participants, providing knowledge and training related to media variations, shooting techniques and Vlognow editing applications, as well as conducting literacy related to monetization on the school's YouTube media channel. The results obtained by participants after conducting question and answer process as feedback on mentoring activities, participants felt more confident and able to make learning videos, how to take picture angles, editing using the VN or VlogNow application and getting to know YouTube and learning video content as part of soft selling for school

Keywords: Learning Media, Publication Media, YouTube.

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini merangkul mitra sekolah dasar atau Madrasah Ibtidaiyah (MI) Al Hikmah Semarang. Mitra pengabdian memiliki kendala keterbatasan keterampilan terkait pembuatan video pembelajaran dengan keterbatasan peralatan bagi guru dan tenaga promosi sekolah sebagai bagian media pembelajaran sekolah dan sekaligus media *branding* sekolah. Kelebihan media *YouTube* yang memiliki potensi mendapatkan keuntungan dengan adanya monetisasi juga menjadi peluang tersendiri bagi mitra pengabdian. Tujuan pengabdian ini ingin menambah pengetahuan dan keterampilan bagi mitra terkait teknik pengambilan gambar dengan menggunakan telepon pintar yang dimiliki dan *editing* dengan aplikasi *vlognow*. Metode yang digunakan dengan melakukan observasi awal terkait kemampuan peserta, memberikan pengetahuan dan pelatihan terkait variasi media, teknik pengambilan gambar dan aplikasi *editing Vlognow*, sekaligus melakukan literasi terkait monetisasi pada *channel media YouTube* yang dimiliki sekolah. Hasil yang didapatkan peserta setelah melakukan proses tanya jawab sebagai umpan balik kegiatan pendampingan, peserta merasa lebih percaya diri dan mampu dalam membuat video pembelajaran, cara mengambil *angle* gambar, editing menggunakan aplikasi VN atau *VlogNow* dan lebih mengenal *YouTube* dan konten video pembelajaran sebagai bagian *soft selling* promosi sekolah.

Kata kunci: Media Pembelajaran, Media Publikasi, *YouTube*.

PENDAHULUAN

Media *YouTube* mengalami lonjakan pengguna dan *viewer* saat pandemi *covid-19*. Berdasarkan data *we are Social* pada Januari 2021 yang diunggah katadata.co.id sebanyak 94% pengguna internet di Indonesia mengakses internet menduduki persentase paling tinggi dibandingkan media sosial lainnya (Lidwina, 2021). Pada minggu pertama April

2020, lembaga *survey nielsen* menghitung terdapat 32 miliar menit waktu *streaming* dengan *YouTube* dibanding tahun sebelumnya yang hanya 15 miliar menit pada minggu yang sama (Nielsen, 2020). Data ini mengindikasikan banyak kegiatan baik kerja maupun sekolah dilakukan dari rumah atau *work from home (WFH)* selama masa pandemi *covid-19*. *YouTube* digunakan sebagai pilihan media dengan variasi isi yang tersaji bagi masyarakat. Penggunaan media *YouTube* dapat digunakan sebagai media *branding* tertentu produk tertentu. *Branding* terkait sekolah yang pada masa pandemi *covid-19* termasuk salah satu bidang yang mengalami kendala dalam metode pemberian pengajaran dari yang biasanya tatap muka dikelas beralih bentuk menjadi pembelajaran dalam jaringan (*online*). Video pembelajaran yang diunggah secara daring merupakan salah satu solusi bagi sekolah untuk memberikan materi pembelajaran kepada siswa dan sekaligus sebagai variasi media pembelajaran. Daryanto dalam Alamsyah (2018) mengemukakan tentang kelebihan pemanfaatan media video, antara lain: (1) video memberikan suatu dimensi baru dalam pembelajaran, video menyajikan gambar bergerak dengan suara yang menyertainya, (2) video dapat menampilkan fenomena yang sulit digambarkan secara nyata.

Adaptasi terkait perkembangan media pembelajaran dan melakukan perpindahan dari media konvensional (tatap muka secara langsung) ke digital secara cepat harus dikuasai baik oleh guru sebagai bagian dari adaptasi sekolah dengan kondisi dan perkembangan teknologi berbasis *internet*. Guru dituntut untuk mengetahui tidak hanya spesifikasi media, namun juga pengetahuan dan ketrampilan yang berhubungan dengan multimedia seperti teknik penggunaan kamera, teknik pemotongan gambar (*editing*), teknik menyusun pesan / skrip materi pembelajaran. Ketrampilan ini bisa jadi dulu perlu dimiliki oleh seseorang yang berprofesi sebagai *videografer*, atau penulis naskah sehingga materi pembelajaran diharapkan makin menarik bagi peserta didik.

Hal ini sebagaimana yang dialami oleh mitra pengabdian yaitu MI AL Hikmah Semarang. Dari hasil wawancara dengan kepala sekolah dan beberapa guru sekolah mendapatkan data bahwa sekolah khususnya guru mengalami kendala saat mengajarkan materi kepada siswa pada masa pandemi *covid-19* kepada siswanya karena keterbatasan pengetahuan siswa dan orang tua dalam menggunakan media berbasis *internet*. Keterbatasan kuota juga mempengaruhi proses pembelajaran secara daring dengan menggunakan aplikasi tatap muka *online* seperti *zoom* maupun *G-meet*. Guru juga perlu beradaptasi dengan memberikan variasi pembelajaran dalam bentuk video yang dapat diputar atau diunduh oleh siswa saat mereka memiliki koneksi internet.

Diperlukan adanya solusi bagaimana menyampaikan materi pembelajaran yang dapat diakses kapan saja oleh peserta didik dalam bentuk *audio visual* yang memudahkan dalam proses transfer ilmu. Terlebih pada rentang usia tertentu keberadaan video sebagai bagian dari pembelajaran visual akan mudah dipahami oleh anak (Kiftiyah et al., 2017) karena faktor *audio* dan visual dapat merangsang sisi kognitif anak dalam belajar.

Media *YouTube* menjadi salah satu media yang mudah diakses bagi siswa dan guru dalam menjelaskan proses belajar mengajar. *YouTube* di sisi lain juga dapat digunakan sebagai sarana promosi sekolah kepada calon siswa tentang muatan dan sistem pembelajaran yang dilakukan di MI Al Hikmah Semarang. *YouTube* juga memiliki keuntungan terkait monetisasi yang dapat mendatangkan profit yang lain dengan sumber daya siswa dan orang tua siswa sebagai *subscriber* dan *views channel YouTube* sekolah (Myvalue.id, 2020).

Madrasah ibtidaiyah (MI) AL Hikmah Semarang yang terletak di JL Gayamsari Selatan No, 4 Kelurahan Sendangguwo Semarang adalah sekolah swasta setingkat sekolah dasar yang berada di bawah kementerian agama yang masih memiliki keterbatasan dalam sarana promosi sekolah maupun sumberdaya manusianya. Sebagai sekolah swasta kebutuhan mencari siswa adalah hal yang penting setiap tahun ajaran. Selama ini siswa

yang mendaftar kebanyakan masih warga lingkungan sekitar sekolah dan melihat informasi pendaftaran dari brosur atau spanduk MMT pendaftaran yang dipasang pihak sekolah. Terdapat kebutuhan dari mitra untuk lebih meningkatkan performa media promosi melalui *YouTube* sebagai media promosi tambahan, diluar media yang telah ada sebelumnya. Media promosi yang dibalut dalam media pembelajaran sebagai bagian strategi *soft selling* bagi sekolah. *Soft selling* dalam materi pembelajaran yang berkaitan dengan *branding* sekolah berkaitan dengan materi komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung. Bentuk ini dapat terlihat dari sisipan ucapan dari pemateri (guru) yang memberikan materi, logo sekolah yang ditempatkan pada sudut sudut tertentu materi video pembelajaran, maupun simbol melalui kostum atau sarana prasarana sekolah yang ditampilkan di video.

Menyajikan video pembelajaran melalui media *YouTube* memerlukan strategi tersendiri untuk dipelajari oleh guru atau tenaga pendidik agar menyesuaikan dengan adanya tuntutan perkembangan teknologi. Dengan video pembelajaran yang variatif maka kelas pun akan lebih menyenangkan meski dilakukan secara *online* atau daring (Dasar, 2021). Hal ini akan berdampak pada *worth of mauth* dari peserta didik atas proses belajar mengejar yang diterimanya sehingga menaruh kepercayaan lebih bagi institusi sekolah itu sendiri.

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh tim Pengabdian Masyarakat dari Universitas Dian Nuswantoro antara dosen dan mahasiswa yang memiliki kepedulian terkait pemanfaatan video pembelajaran bagi promosi bagi sekolah karena tim merupakan gabungan dari dosen ilmu komunikasi dan dosen teknik informatika yang memiliki kemampuan terkait ilmu komunikasi, penyajian pesan media, pengelolaan media digital. Pengabdian ini harapannya dapat memberikan solusi bagi mitra terkait kebutuhan bertambahnya ketrampilan bagi guru dan tenaga promosi sekolah dan optimalisasi penggunaan media *YouTube* sebagai bagian media pembelajaran sekaligus media promosi.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada masyarakat ini berkaitan dengan kebutuhan untuk menambah ketrampilan bagi guru dan tenaga pengelola media promosi sekolah melalui unggahan berbentuk video di media *YouTube* bagi mitra pengabdian. Adapun metode yang digunakan diawali dengan tahapan melakukan observasi atas media sekolah dan melihat kemampuan peserta pengabdian terkait pembuatan video pembelajaran. Peserta pengabdian ini adalah guru dan tenaga sekolah yang mengurus media promosi. Selain itu wawancara dengan kepala sekolah dan pengelola media promosi sekolah terkait permasalahan yang dihadapi mitra. Setelah melakukan diskusi dengan tim dan mitra diambil topik pengabdian terkait optimalisasi akun *YouTube* yang telah dimiliki mitra yaitu *channel YouTube SD-MI Al Hikmah Tembalang* dengan menambah keterampilan teknik pengambilan gambar dan keahlian bagi guru terkait *editing* dan optimalisasi *channel* agar termonetisasi.

Tahap kedua, tim pelaksana melakukan koordinasi internal untuk proses pelaksanaan kegiatan pengabdian seperti pembuatan materi kegiatan, pengambilan gambar/*footage* terkait sekolah yang berkaitan dengan pembuatan video *profile* sekolah sebelum kegiatan berlangsung. Persiapan materi pelatihan bagi peserta dan kelengkapan administratif seperti undangan, penentuan tempat kegiatan, peralatan penunjang, surat tugas dan lain sebagainya.

Tahap ketiga sebelum pelaksanaan kegiatan mitra atau peserta diminta membawa contoh video pembelajaran pribadi yang dimiliki sebelumnya, kemudian sebelum kegiatan peserta diminta membawa telepon pintar/*smarthphone* untuk dipakai dalam belajar pengambilan gambar, editing saat pengabdian berlangsung bersama tim dan dapat diunggah ke media *YouTube* sekolah.

Tahap keempat adalah melakukan kegiatan pengabdian di waktu dan tempat yang disepakati dengan mitra pengabdian, yaitu di sekolah MI AL Hikmah Semarang pada hari Kamis, 6 Januari 2022 dengan jumlah guru yang di batasi hanya 10 peserta agar agar proses tetap berjalan dengan baik. Tahapan ini dilakukan dengan pertama: memberikan materi mengenai beragam media promosi, pentingnya *brand awareness* dan *brand image* melalui video pembelajaran. Kedua: pemberian materi terkait pentingnya teks dalam video pembelajaran. Selanjutnya pelatihan mengenai dasar pengambilan gambar, seperti *angle* kamera, sudut pengambilan obyek gambar (teknik *close up*, *medium close up*, *long shoot* dll), dan *editing* dengan aplikasi *Vlog Now*. Tahapan selanjutnya, melakukan evaluasi dengan peserta pelatihan dengan melakukan tanya jawab untuk mendapatkan umpan balik dan melihat langsung penambahan keterampilan yang dimiliki oleh peserta pengabdian.

Solusi dan target luaran yang diharapkan dalam kegiatan pengabdian ini secara keseluruhan antara lain yaitu: 1)memberikan pelatihan dalam pengambilan gambar, *editing* foto atau video yang menarik sebagai bagian dari konten kreatif promosi sekolah. 2)Pemahaman terkait media *YouTube* dan monetisasi. Rangkaian kegiatan ini harapannya dapat menambah pengetahuan dan memberikan *skill* bagi sumber daya manusia yang tersedia terkait pengelolaan media promosi sekolah dengan optimalisasi laman digital *YouTube* dari segi pesan persuasif yang menarik *stakeholder* internal maupun eksternal.

HASIL dan PEMBAHASAN

Proses kegiatan pengabdian dilaksanakan secara langsung di salah satu ruang kelas dan halaman mitra MI AL Hikmah Semarang dengan alamat Jalan Gayangsari Selatan nomor 04 kelurahan Sendangguwo kecamatan Tembalang-Semarang. Kegiatan ini tetap menerapkan proses dan pembatasan jumlah peserta yang hanya terdiri dari 10 guru dan tenaga operator media promosi sekolah pada Kamis 6 Januari 2022.

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian diperoleh hasil berdasarkan observasi sebelum pelaksanaan kegiatan dengan melakukan uji sederhana melalui penyebaran *pre-post test* yang diberikan kepada peserta pengabdian sebelum dan sesudah pendampingan kegiatan yang dilanjutkan dengan tanya jawab dengan peserta. Temuan yang didapatkan bahwa para peserta sebelumnya terbatas pengetahuan terkait perkembangan media. Dalam pembelajaran daring, paradigma media telah mengalami perubahan baik dalam jumlah maupun dalam karakteristik khas yang dimiliki beragam media berbeda. Peserta kegiatan menyadari bahwa harus menambah pengetahuan terkait media digital dan perkembangannya agar tidak ketinggalan. Para peserta pengabdian menyadari bahwa perlu mengetahui pentingnya media komunikasi sekolah yang dapat digunakan untuk membuat video pembelajaran yang sekaligus dapat mempromosikan sekolah. Media komunikasi sekolah yang digunakan oleh pihak sekolah beragam salah satunya memiliki *channel YouTube* dan *Instagram* hanya saja pengelolaannya selama ini belum optimal. Peserta pelatihan belum memahami keterampilan teknis pengambilan gambar untuk video dan teknis *editing* dengan aplikasi yang mudah digunakan dengan perangkat gawai yang dimiliki oleh peserta.

Berdasarkan atas hasil *pre test*, peserta perlu diberi materi terkait pemahaman pengetahuan terkait memaksimalkan media publikasi yang dimiliki sekolah dengan topik materi pembelajaran sebagai usaha media pembelajaran melalui unggahan video sekaligus bermanfaat bagi berpromosi bagi sekolah. Media pembelajaran merupakan sesuatu saluran atau perantara yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan (bahan pembelajaran) sehingga dapat merangsang perhatian, minat, pikiran, dan perasaan pembelajar(siswa) dalam kegiatan belajar untuk mencapai tujuan pembelajaran tertentu (Sudatha, 2015). Dalam bagian ini dijelaskan bagaimana posisi media *YouTube* di

tengah perkembangan media sosial lainnya yang saling melengkapi dengan isi utamanya yang berwujud video dengan pengguna yang makin meningkat.

Kemudian disampaikan juga materi yang berkaitan dengan pentingnya menyusun pesan dalam narasi (*voice over*) dalam video maupun dalam deksripsi pesan pada *channel YouTube* milik sekolah dengan materi yang berjudul pendekatan personal dalam media promosi. Personalisasi pesan ini sangat penting untuk lebih mendekatkan diri dengan segmentasi khalayak yang dituju terkait upaya marketing atau promosi sekolah. Pengelolaan video juga perlu didukung dengan pengelolaan pesan yang tersaji didalamnya agar menyajikan pesan pesan yang dapat mempersuasi tanpa adanya unsur paksaan dan bersifat *soft selling* bagi khalayak lain yang juga disasar atau biasa disebut dengan stakeholder lain bagi sekolah yang bisa jadi ikut melihat unggahan video. (Mukaromah et al., 2021).

Materi yang ketiga terkait penyampaian ketrampilan sekaligus pengetahuan tentang peluang menjadi *Youtuber* dan monetisasi dari video pembelajaran bagi institusi sekolah. Hal ini memungkinkan sekali mengingat dengan rajin mengunggah video termasuk video pembelajaran sekolah, maka besar kemungkinan akan di akses dan dilihat oleh siswa siswi sekaligus orang tua, atau calon orang tua siswa sehingga meningkatkan *views* atas video yang diunggah. Sebagaimana diketahui *YouTube* memungkinkan memberikan monetisasi berupa iklan di dalam suatu video atau *channel* dengan syarat-syarat tertentu seperti melakukan verifikasi atas akun *YouTube*, memiliki minimal 1000 *subscriber*, harus memiliki total 4000 jam waktu tonton/ *views* dalam 12 bulan terakhir (Yusuf, 2018). Syarat ini guna memastikan bahwa *subscriber channel* merupakan *subscriber* yang aktif menonton.

Dalam sesi kedua pengabdian ini peserta pengabdian juga diajarkan bagaimana mengambil video yang baik menggunakan *smartphone* yang dimiliki dengan cara penempatan kamera *handphone* yang lebih terarah sehingga menghasilkan hasil gambar layaknya teknik pengambilan gambar oleh kameraman yang profesional seperti teknik *close up*, teknik *medium close up*, teknik *long shoot*, teknik *panning camera* dan lain sebagainya.

Setelah sesi materi teknik pengambilan gambar, dilanjutkan dengan rangkaian proses *editing* menggunakan aplikasi yang tersedia di *playstore* secara gratis. *Editing* adalah proses terakhir dalam proses pembuatan video pembelajaran sebelum digunakan ataupun diunggah di media *YouTube*. Contoh aplikasi *editing* praktis yang diajarkan dalam pengabdian ini yaitu aplikasi *editing VN* atau *VlogNow* yang memiliki kelebihan mudah dan tidak terdapat *watermark* diatas video yang berhasil di *edit* meskipun aplikasi tersebut tidak *premium* alias gratis. Berikut ini adalah gambar pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan pada MI Al Hikmah Semarang :



Gambar 1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Sumber: Dokumen penulis

Hasil evaluasi setelah pelaksanaan kegiatan pelatihan yang didapatkan dari respon peserta antara lain yaitu: Peserta menyadari adanya penambahan kesadaran bahwa penggunaan media sosial termasuk *YouTube* penting dalam upaya melakukan kegiatan pembelajaran bagi siswa dan salah satu media untuk publikasi kegiatan sekolah sekaligus sebagai promosi kepada calon siswa. Perlunya optimalisasi *channel YouTube* dengan sering memperbarui unggahan video atau isi media sehingga meningkatkan *views* atau penonton.

Pada level kognitif peserta bertambah pengetahuannya terkait karakteristik beragam media digital yang tengah berkembang, mengetahui pentingnya sudut pandang atau *angle* dalam proses pengambilan gambar dalam pembuatan video, tujuan pembuatan video, dan personalisasi tema tertentu yang akan diunggah.

Sementara dalam level *behavioral*, peserta merasakan telah mendapatkan keterampilan terkait teknik pengambilan gambar yang variatif dalam pengambilan gambar video seperti teknik *medium shoot*, *extreme shoot*, *long shoot*, *panning*, *til up till down* kamera dengan perlengkapan sederhana dengan menggunakan *smartphone* yang mereka miliki. Selain itu peserta juga mengetahui cara mengatur komposisi video dan teknik *editing* menggunakan aplikasi *editing VN (VlogNow)* sehingga dapat mempercepat gambar yang diambil (*speed*) memotong video bahkan menggabungkan beberapa video menjadi satu. Diajarkan pula dalam teknik *editing* ini terkait pemberian teks dan penambahan stiker atau gambar animasi yang tersedia pada fitur aplikasi VN sehingga video yang dihasilkan lebih menarik dan variatif.

Hasil luaran yang diperoleh dalam pengabdian masyarakat ini selain nilai praktis yang didapat oleh peserta, kegiatan ini juga telah dipublikasikan dalam portal *website* berita *mediaini.com* dengan link <https://mediaini.com/info-terkini/2022/01/07/67482/udinus/> dan untuk video kegiatan telah diunggah di chanel *YouTube* dengan link <https://www.YouTube.com/watch?v=UadC5aI8Ohs> dengan judul *Abdimasku - Pelatihan & Pendampingan Pembuatan Video Profil Sekolah MI Al Hikmah Tembalang -Semarang*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil tanya jawab (*pre-post test*) kepada peserta sebagai bagian untuk mendapatkan umpan balik kegiatan, menyampaikan bahwa yang didapatkan oleh peserta dari kegiatan pengabdian masyarakat terkait pelatihan pembuatan video sekolah pembelajaran sebagai bagian media promosi melalui media *YouTube*, sebanyak delapan peserta merasa lebih percaya diri dan mengetahui variasi teknik pengambilan gambar dalam membuat video, sementara dua peserta masih merasa kurang percaya diri jika diminta praktek mengambil gambar, dan keterampilan cara mengambil *angle* gambar. Untuk teknik *editing* menggunakan aplikasi VN atau *VlogNow* terdapat 7 dari 10 peserta merasa aplikasi *editing VN* sangat mudah digunakan bahkan bagi orang yang masih awam sekalipun. Hal ini menurut pengakuan peserta dikarenakan adanya tutorial dan langsung dapat dipraktikkan.

Terkait pemahaman kognitif seputar pengetahuan media, seluruh peserta menyadari bahwa pengetahuan dan ketrampilan terkait media harus dipelajari dengan cepat oleh guru sebagai bagian dari perubahan kondisi. Tujuh peserta bertambah ketrampilan terkait monetisasi pada media *YouTube* dan isi unggahan video sebagai bagian cara sekolah dalam mempromosikan lembaganya. Dan delapan peserta mengetahui pentingnya variasi teknik pengambilan gambar, dan teknik mengedit video dan cara mengunggahnya di media *YouTube* sehingga dapat digunakan sebagai media pembelajaran sekaligus promosi sekolah.

Kegiatan ini kedepannya diharapkan dapat dikembangkan dengan melihat lebih jauh optimalisasi atas unggahan video pembelajaran dan sosialisasi *channel YouTube* yang dimiliki sekolah agar lebih diperhatikan oleh pihak mitra, peserta didik, orangtua/wali murid bahkan *stakeholders* yang lain.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian masyarakat Univeritas Dian Nuswantoro di MI Al Hikmah Semarang mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang membantu terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini kepada: 1) Universitas Dian Nusawantoro Semarang dan pihak LPPM Udinus. 2) Kepada mitra pengabdian kepada masyarakat yaitu Kepala Sekolah MI Al Hikmah Semarang, juga kepada para Guru dan tenaga teknis pengelola media promosi sekolah 3) Terimakasih juga kepada seluruh anggota tim pelaksana pengabdian dan mahasiswa yang terlibat membantu kegiatan ini sehingga berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Riski; Toenlloe, Anselmus J E; Husna, Arafah. (2018) Pengembangan Video Pembelajaran Kepenyiaran Materi Produksi Program Televisi Untuk Mahasiswa Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Malang. *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan (JKTP)*. Vol.1 No.3
- Dasar, D. S. (2021). *Wujudkan Kelas yang Menyenangkan Melalui Video pembelajaran*. Direktorat Sekolah Dasar. <https://ditpsd.kemdikbud.go.id/artikel/detail/wujudkan-kelas-yang-menyenangkan-melalui-video-pembelajaran>
- Kiftiyah, I. N., Sagita, S., & Ashar, A. B. (2017). Peran Media *YouTube* Sebagai Sarana Optimalisasi Perkembangan Kognitif Pada Anak Usia Dini. *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu Di Era Revolusi Informasi*, 199–208. https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/9276/Iva_Nur_Kiftiyah.pdf?sequen
- Lidwina, A. (2021). *94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir*. Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-YouTube-dalam-satu-bulan-terakhir>
- Mukaromah, M., Yanuarsari, D. H., & Pratiwi, M. R. (2021). Pengelolaan Desain Dan Pesan Persuasif Pada Media Promosi Sekolah. *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 304–309. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31100/matappa.v4i1.1066>
- Myvalue.id. (2020). *Monetisasi YouTube Channel, Fitur Penambah Penghasilan dari Internet*. Myvalue.Id. <https://www.myvalue.id/article/monetisasi-YouTube-channel-fitur-penambah-penghasilan-dari-internet/>
- Nielsen. (2020). *Covid-19 dan Dampak pada Tren Konsumsi Media*. Nielsen.Com. <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media/>
- Sudatha, Wawan I Gede dan I Made Teguh. (2015). *Desain Multimedia Pembelajaran*. Yogyakarta: Media Akademi
- Syarifah, Aziz ;Lisdiantini.(2022) Pengaruh Soft Selling Dalam Media Sosial Instagram Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen.Vol 6 Nomor 1*

- Wisada,Putu Darma;Sudarma,I Komang, Yuda S, Adr. I Waya Iliia.(2019) Pengembangan media video pembelajaranBerorientasi Pendidikan Karakter.Journal of education technology. Vol.3 No.3.
- Yusuf, O. (2018). *Resmi, Syarat dapat uang dari YouTube makin berat*. Tekno.Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2018/01/17/19303157/resmi-syarat-untuk-dapat-uang-dari-YouTube-makin-berat?page=all>