

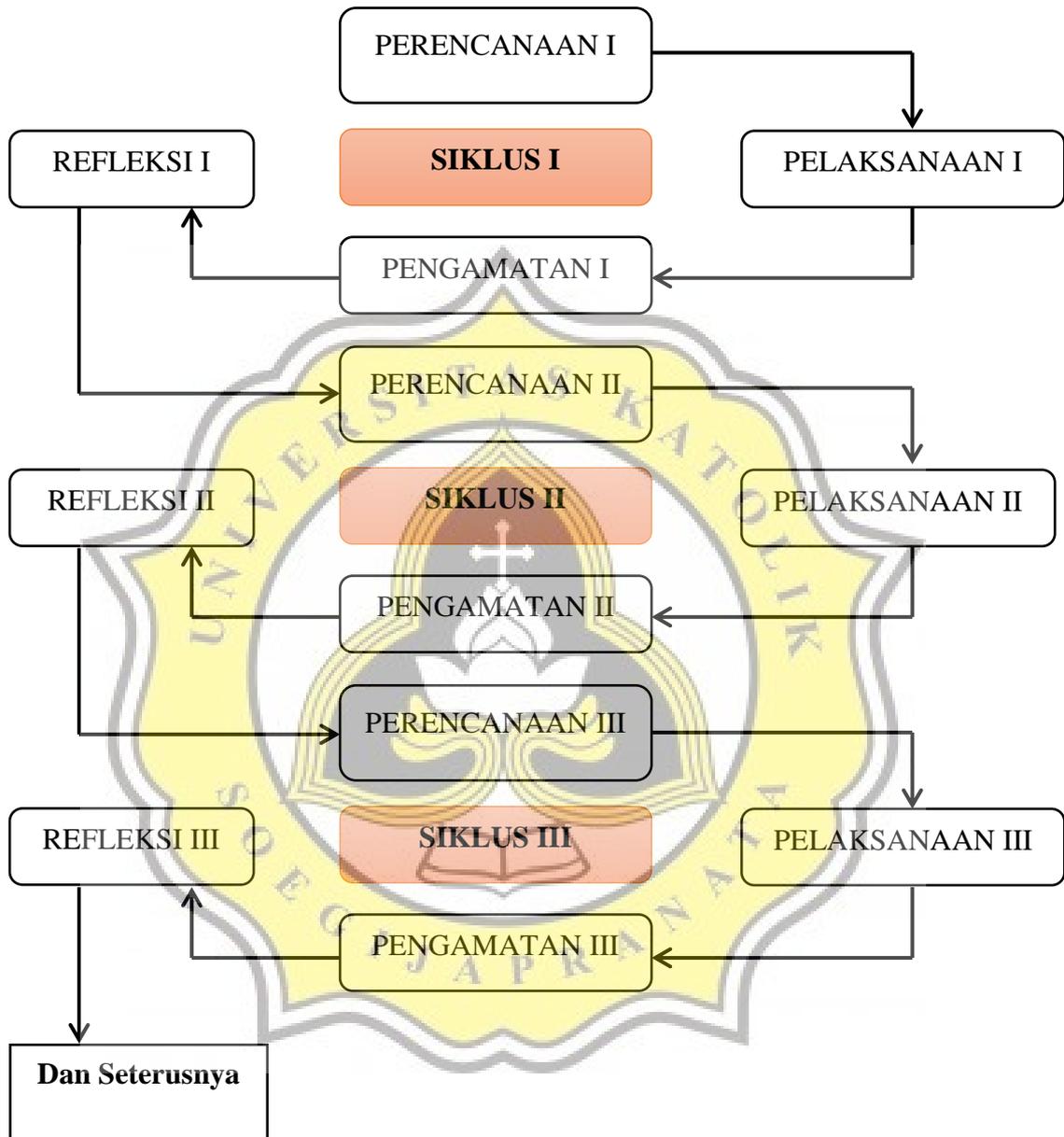
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

1.1. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Tindakan Kelas (Action Research) yang disingkat menjadi PTK. Menurut (Kemmis dan Taggart dalam Wiriaatmadja, 2006:66) yang diakses dari Jurnal pendidikan Konvergensi, Penelitian tindakan (*action research*) merupakan penelitian pada upaya pemecahan masalah atau perbaikan yang dirancang menggunakan metode penelitian tindakan (*classroom action research*) yang bersifat reflektif dan kolaboratif. Prosedur pelaksanaan penelitian tindakan berupa suatu siklus atau daur ulang bentuk spiral (*aspiral of steps*) yang setiap langkahnya terdiri dari empat tahap, yaitu perencanaan, tindakan, observasi, dan refleksi .

Berikut alur penelitian tindakan kelas (PTK):



Gambar 3.1: Alur Penelitian Menggunakan Action Research Menurut

Kemmis dan Tagart

Penjelasan alur di atas adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan awal, sebelum mengadakan penelitian peneliti menyusun rumusan masalah, tujuan dan membuat rencana tindakan.
2. Kegiatan dan pengamatan, meliputi tindakan yang dilakukan oleh peneliti tentang peluang kewirausahaan melalui kanal Youtube.
3. Refleksi, peneliti mengkaji, melihat dan mempertimbangkan hasil atau dampak dan tindakan yang dilakukan berdasarkan lembar pengamatan yang diisi oleh pengamat tentang kanal Youtube Herdito Tamami
4. Rancangan/rencana yang direvisi, berdasarkan hasil refleksi dan pengamat membuat rancangan yang direvisi untuk dilaksanakan pada siklus berikutnya.

Observasi dibagi dalam setiap siklus, yaitu siklus 1, 2, dan seterusnya, dimana masing siklus dikenai perlakuan yang sama (alur kegiatan yang sama) dan membahas satu sub pokok bahasan yang diakhiri dengan tes formatif di akhir masing putaran. Siklus ini berkelanjutan dan akan dihentikan jika sesuai dengan kebutuhan dan dirasa sudah cukup.

Metode penelitian tindakan kelas ini menggunakan penelitian campuran atau metode penelitian *mix method*. Data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder (Indratno, 2018). Data primer didapatkan peneliti dengan melakukan wawancara langsung terhadap para pelaku dan penikmat musik *Jazz* serta wawancara melalui email kepada Youtuber Indonesia untuk mendapatkan data penelitian yang dibutuhkan. Observasi langsung terhadap kanal Youtube musik *Jazz* Herdito Tamami juga dilakukan. Sementara itu data sekunder

didapatkan peneliti dengan studi pustaka dan media elektronik untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini (Indratno, 2018).

1.2. Setting dan Subjek Penelitian

1.2.1. Setting Penelitian

Setting penelitian ini meliputi tempat penelitian, waktu penelitian dan siklus penelitian tindakan kelas sebagai berikut

a. Tempat Penelitian

Penelitian tindakan kelas ini dilaksanakan di reguler musik *Jazz* ngisoringin yang berada di kota Semarang dan berbagai event musik *Jazz* di Sekitar kota Semarang. Lokasi Penelitian tindakan kelas adalah di Damai Residence Jalan Mataram no 1 Semarang saat acara reguler *Jazz* berlangsung, kemudian di Bentara Budaya Yogyakarta tempat reguler komunitas *Jazz* mben senen Yogyakarta.

b. Waktu Penelitian

Peneliti melakukan waktu penelitian selama 4 bulan dari bulan Oktober 2019 sampai Januari 2020 dalam waktu sebulan 2 kali. Setiap hari Senin minggu pertama dan minggu ketiga setiap bulannya di Damai Residence. Serta di Bentara budaya Yogyakarta setiap hari Senin acara reguler *Jazz* komunitas *Jazz* mben senen berlangsung.

c. Siklus Penelitian Tindakan Kelas

PTK ini dilakukan melalui dua siklus, setiap siklus dilaksanakan mengikuti prosedur perencanaan, aksi atau tindakan, observasi, dan refleksi. Melalui kedua siklus tersebut dapat diamati peluang kewirausahaan melalui kanal Youtube.

1.2.2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian di dalam penelitian ini adalah pengikut (*subscriber*) atau penonton (*Viewer*) di kanal Youtube Herdito Tamami dengan jumlah 49 orang.

1.3 . Variabel yang diselidiki

Dalam Penelitian tindakan kelas ini variabel-variabel yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Variabel Input : pengikut (*Subscriber*) dan penonton (*Viewer*) di kanal Youtube Herdito Tamami
2. Variabel Proses: penerapan peluang kewirausahaan melalui kanal Youtube Herdito Tamami
3. Variabel Output: peningkatan penghasilan tambahan melalui kanal Youtube

1.4 . Rencana Tindakan

Pada penelitian tindakan kelas ini dilaksanakan dengan siklus, jika siklus pertama belum tuntas maka diadakan siklus kedua dan seterusnya.

Penelitian ini menggunakan model penelitian Kurt Lewin yang terdiri dari empat siklus, yakni perencanaan (*planning*), Tindakan (*action*), pengamatan (*Observation*), dan refleksi (*reflection*).

1. Perencanaan

Dalam melakukan penelitian, peneliti melakukan perencanaan sebagai berikut:

- Menyusun rencana kewirausahaan berbasis digital melalui kanal Youtube.
- Menyiapkan peralatan rekam untuk Youtube.
- Menyiapkan konten video yang akan diunggah di Youtube.
- Membuat konten video yang berhubungan tentang music *Jazz*.
- Observasi tentang proses menghasilkan uang lewat Youtube
- Menyiapkan evaluasi untuk kanal Youtube
- Analisis kanal Youtube melalui Youtube analisis dan featurenya

2. Pelaksanaan tindakan

Dalam pelaksanaan tindakan, peneliti melakukan hal seperti berikut:

- Membuat atau merekam video music *Jazz*
- Menyiapkan ijin untuk merekam video *Jazz* apabila di suatu konser musik *Jazz*

- Menyiapkan peralatan yang digunakan untuk mendukung perekaman video
- Melakukan inovasi dan kreatifitas dalam edit video

3. Pengamatan terhadap tindakan

Pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah seluruh kegiatan yang berkaitan tentang kewirausahaan berbasis digital melalui kanal Youtube, peneliti terlibat langsung sebagai observer, instrument yang digunakan untuk menghimpun data hasil kewirausahaan berbasis digital di Youtube, dengan memberikan kuesioner kepada viewer Youtube Musik *Jazz* Herdito Tamami, baik yang subscribe maupun tidak subscribe tetapi sering melihat video musik *Jazz* di kanal Youtube Musik *Jazz* Herdito Tamami. Peneliti mengirim kuesioner dengan link google form atau kuesioner cetak kepada subscriber kanal Youtube Musik *Jazz* Herdito Tamami, dan memperoleh data hasil kuesioner Youtube Musik *Jazz* Herdito Tamami.

4. Refleksi terhadap tindakan

Setelah melakukan tindakan dan pengamatan peneliti melakukan refleksi yang mencakup analisis dan penilaian. Hasil dari refleksi memungkinkan munculnya suatu masalah yang perlu mendapat perhatian. Sehingga peneliti melakukan perencanaan ulang, tindakan ulang, dan juga refleksi ulang. Tahapan ini dilakukan berulang dan

berkelanjutan sampai permasalahan sudah bisa diatasi dengan siklus , rencana, tindakan, observasi, dan refleksi.

1.5. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para penikmat musik *Jazz* baik musisi , pemerhati dan pecinta musik *Jazz*.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh Populasi tersebut. Bila Populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada Populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari Populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk Populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari Populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini sampelnya adalah para pecinta musik *Jazz* yang Subscribe di kanal Youtube Herdito Tamami.

1.6. Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Sumber	Alat Ukur
Perencanaan bisnis	Studi kelayakan bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menilai apakah suatu proyek bisnis layak untuk dijalankan atau tidak	Kasmir, Dr. dan Jakfar. (2013). Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.	
Inovasi	Serangkaian aktivitas pengembangan dan penelitian yang dilakukan untuk mengembangkan nilai ilmu pengetahuan yang baru atau suatu cara baru dalam menerapkan ilmu pengetahuan ke	Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002	

	dalam suatu produk baik berupa barang maupun jasa		
Jangkauan Pemasaran	Sejauh mana kanal Youtube Musik <i>Jazz</i> Herdito Tamami dapat menjalin hubungan dengan konsumen yang baru di tempat dan situasi yang baru, serta menjangkau pasarnya yang diharapkan dapat menembus pasar internasional.	Diadaptasi dari (Kotler & Armstrong, 2001) dan (Kotler & Keller, 2009)	Melihat dari negara mana saja penonton kanal Youtube musik <i>Jazz</i> Herdito Tamami berasal, melalui Youtube Analytic – Geography
Keunggulan Kompetitif	Keunggulan yang dimiliki kanal Youtube music <i>Jazz</i> Herdito Tamami dalam hal original content, great communication,	Diadaptasi dari (Mohr & Al., 2010) dan (Boroughf, 2014)	Pemberian skor terhadap 3 hal keunggulan kanal Youtube melalui kuesioner yang dibagikan ke 49 subjek.

	<p>dan creativity yang mampu memperkuat posisinya dibandingkan dengan bisnis sejenis.</p>		
Event	<p>Kegiatan yang dilakukan setiap hari, bulan atau tahun oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka mendapatkan suatu informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diselenggarakan oleh penyelenggara.</p>	<p>Diadaptasi dari (Shone dan Parry, 2004)</p>	
Original Content	<p>Isi, topik, atau tema dari video yang</p>	<p>(Boroughf,2014)</p>	<p>Pemberian skor terhadap tingkat original content</p>

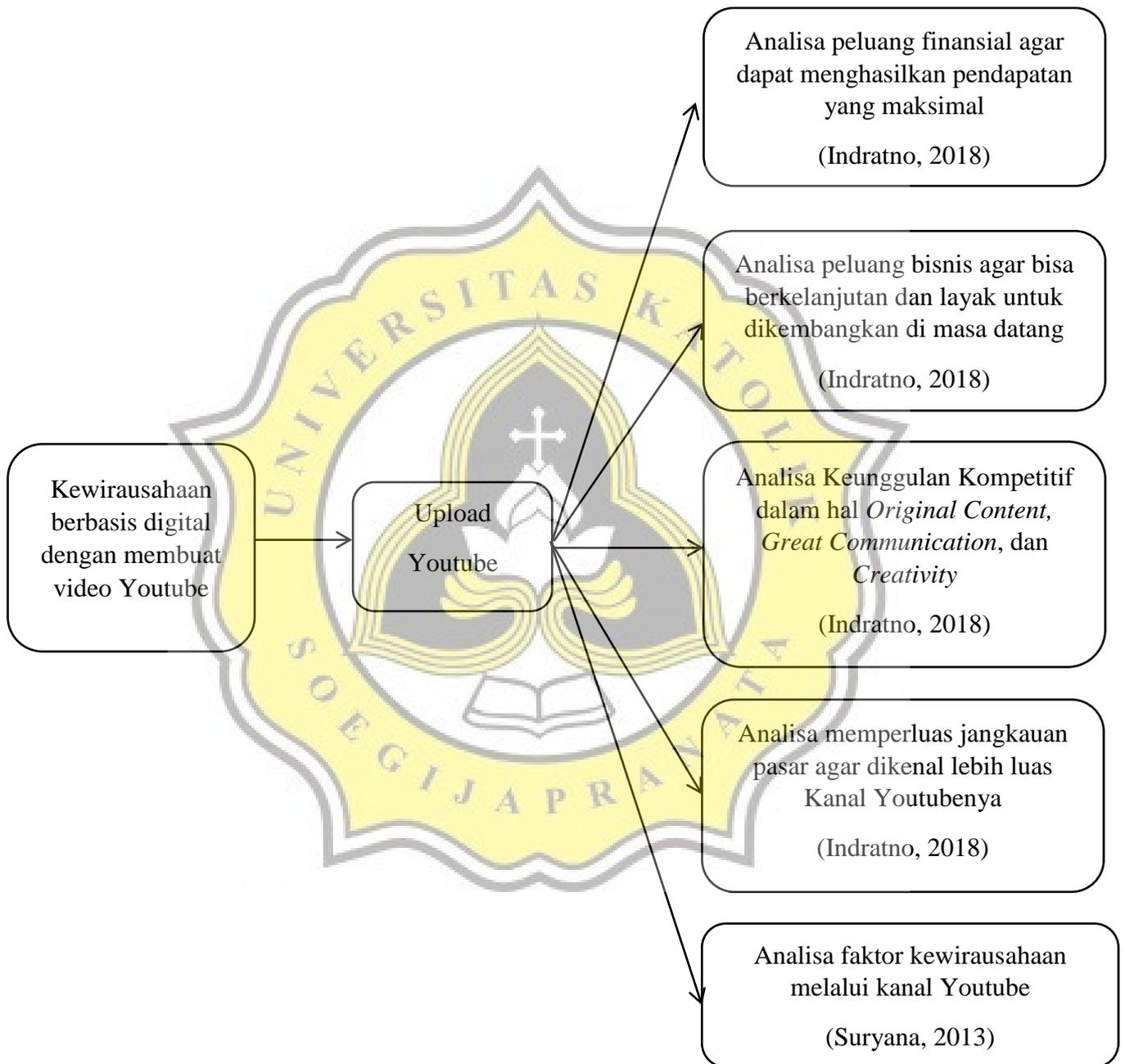
	diunggah adalah asli bukan merupakan tiruan dari video lain		pada kanal Youtube Music <i>Jazz Herdito Tamami</i> oleh 49 subjek melalui kuesioner.
Great Communication	Menjalin dan menjaga komunikasi yang terjadi antara penonton dan pemilik kanal Youtube.	(Boroughf,2014)	Pemberian skor terhadap tingkat komunikasi pada kanal Youtube Musik <i>Jazz Herdito Tamami</i> oleh 49 subjek melalui kuesioner
Creativity	Bagaimana penyampaian pesan atau informasi dan pengolahan dari video yang diunggahnya dapat dibuat menarik dan kreatif	(Boroughf,2014)	Pemberian skor terhadap tingkat kreativitas pada kanal Youtube Musik <i>Jazz Herdito Tamami</i> oleh 49 subjek melalui kuesioner.
Kelayakan Inovasi	Sejauh mana kelayakan inovasi bisnis yang dilakukan melalui kanal	(Albernathy & Utterback, 1978), (Akrich, et. All, 2002)	Observasi kanal Youtube Musik <i>Jazz Herdito Tamami</i> , data sekunder dan

	Youtube musik <i>Jazz</i> ini. dalam kegiatan operasional, pendapatan finansial, serta dikenal dan digunakan oleh banyak orang.		hasil wawancara terhadap kegiatan operasional, pendapatan finansial, dan semakin dikenal dan digunakan oleh banyak orang
Kewirausahaan	Bagaimana menciptakan peluang Kewirausahaan di kanal Youtube Herdito Tamami, sehingga bisa menghasilkan pendapatan finansial dari kanal Youtubanya	(Suryana, 2013)	Observasi dengan berbagai inovasi dan terus mengembangkan kreatifitas dalam mengunggah video, antara lain dibantu dengan beberapa orang yang membantu proses edit video, perekaman, grafis, dan lain-lain

Sumber : Data Diolah, 2019.

1.7. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dari penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 3.2 Kerangka Pikir Penelitian

1.8. Konsep Penelitian

Inovasi yang akan dilakukan melalui Kanal Youtube music *Jazz* ini dengan mengunggah video secara rutin tentang musik *Jazz* ke para subscriber Youtube di kanal Youtube Herdito Tamami.

Penulis akan mengunggah satu video ke kanal Youtube nya. Setelah berhasil membuka kanal Youtube, akan dilakukan proses observasi selama empat bulan untuk melihat dan menganalisa dampak yang terjadi selama pengaktifan kanal Youtube Herdito Tamami yaitu pada bulan Januari, Febuari, Maret, dan April (Indratno, 2018).

Setelah observasi selama empat bulan, kemudian dilakukan analisa untuk menjawab rumusan masalah penelitian melalui fitur Youtube Analytic dan analisa perbandingan (Indratno, 2018).

1.9. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara dan kuesioner. Pengumpulan data melalui wawancara akan dilakukan dengan para musisi *Jazz* , para penikmat music *Jazz*, pemerhati music *Jazz*, serta para Youtuber lokal.

Menurut Arikunto (2010), kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada subjek (responden). Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi dari responden dalam arti laporan tentang segala sesuatu dan hal-hal

yang mereka ketahui. Setelah diisi, angket dikembalikan ke peneliti yang selanjutnya diolah untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan peneliti.

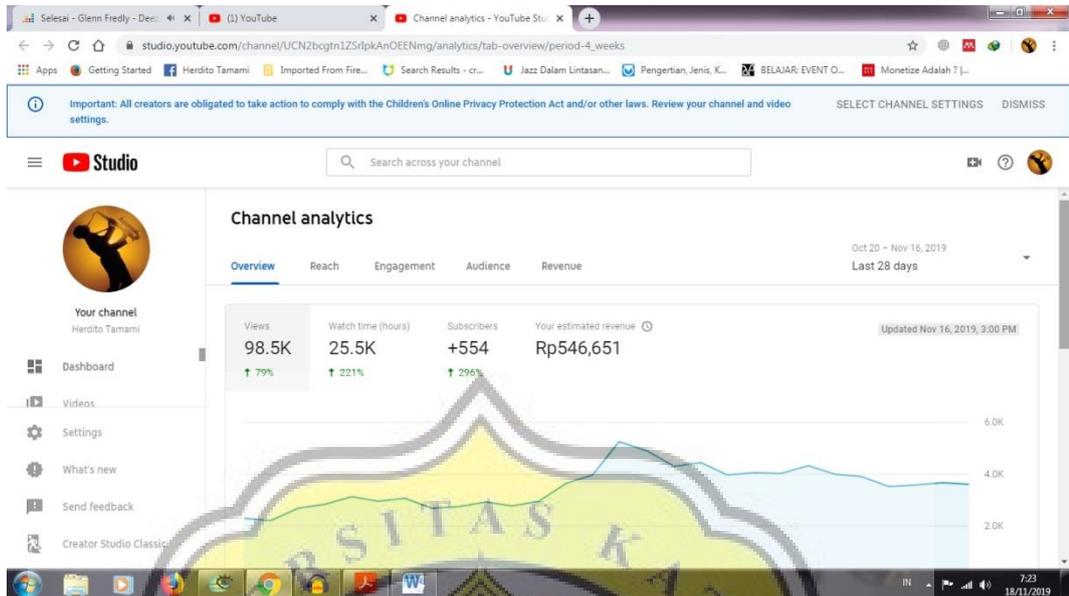
Metode yang digunakan untuk pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner yang berisi daftar pertanyaan kemudian dibagikan kepada responden penelitian yaitu orang-orang yang yang bergabung atau Subscribe di kanal Youtube Musik *Jazz* Herdito Tamami.

Pengumpulan kuesioner akan dilakukan dengan 49 subjek yang menyukai music *Jazz* dengan umur remaja hingga orang tua. Selain itu pengamatan langsung terhadap kanal Youtube Herdito Tamami juga dilakukan, terutama dalam bagian Youtube Analytic pada geography, estimated earning, dan ringkasan.

1.10. Analisa Data

Analisa data yang didapat dalam penelitian ini selanjutnya akan dianalisa menggunakan fitur yang terdapat dalam kanal Youtube yaitu Youtube Analytics.

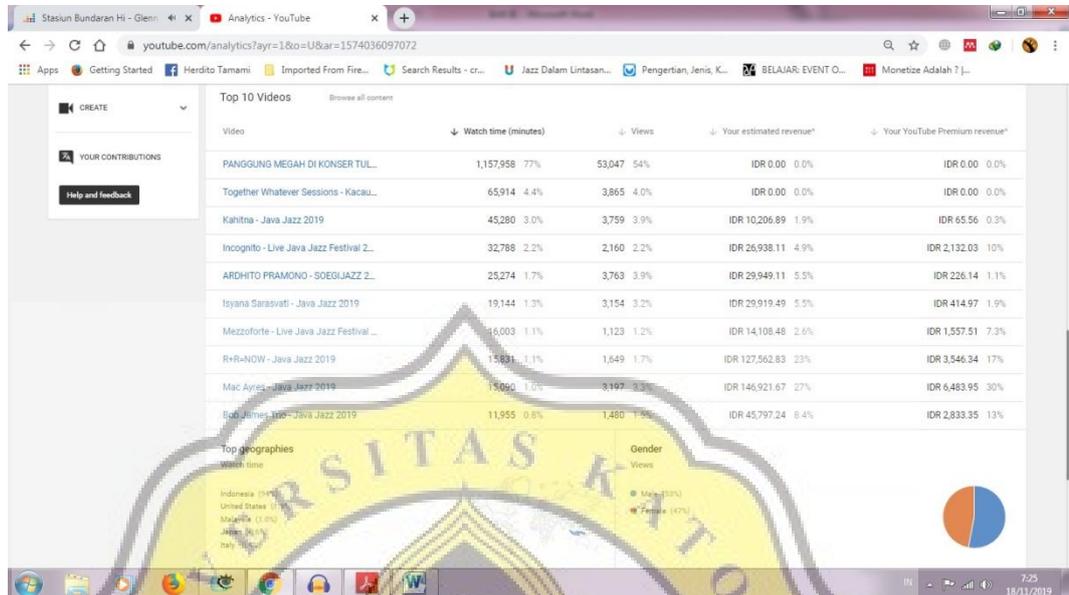
Youtube Analytic adalah fitur yang tersedia di setiap akun kanal Youtube yang akan mengevaluasi kinerja dari aktivitas–aktivitas yang selama ini dilakukan oleh pemilik kanal Youtube itu sendiri (Rohman, 2017). Biasanya bisa berupa grafik atau angka-angka yang menunjukkan peningkatan atau penurunan dalam video penonton (Indratno, 2018).



Gambar 3.3 Tampilan Youtube Analytic



Gambar 3.4 Grafik Youtube Analytic

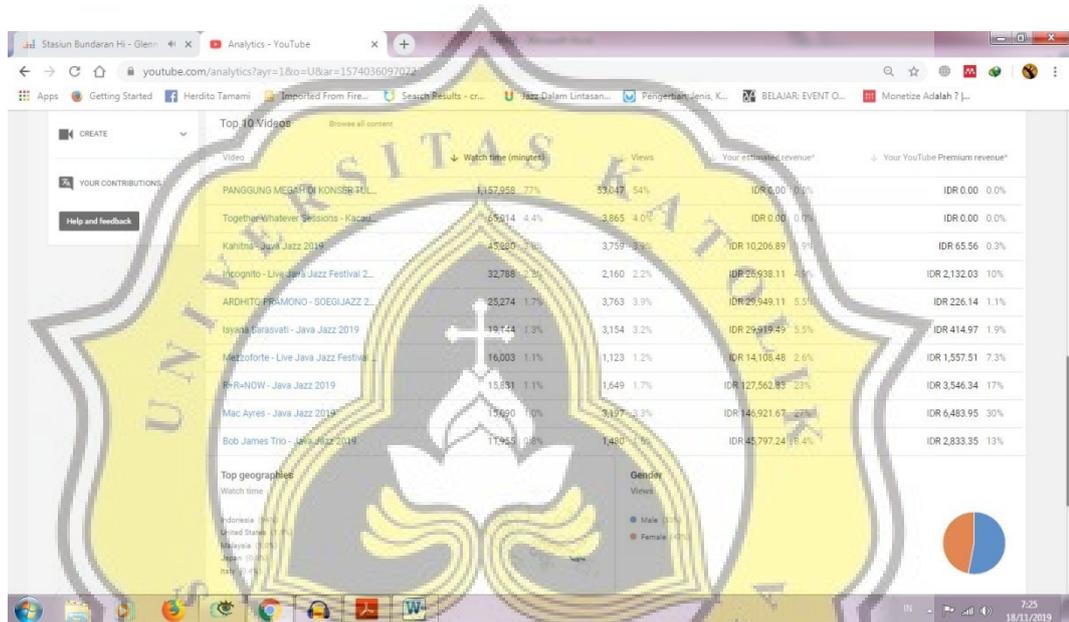


Gambar 3.5 Geografi dan Video yang Sering Ditonton di Youtube Analytic

1. Inovasi Bisnis Herdito Tamami melalui Kanal Youtube dapat Menjadi Peluang Finansial

Peneliti akan melihat bagian total *estimated earning* pada fitur Youtube Analytic untuk melihat penghasilan yang didapatkan melalui kanal Youtube. Bagian total *estimated earning* ini akan menunjukkan suatu angka apabila akun kanal Youtube berhasil dimonetasi dan terdaftar sebagai Youtube musik *Jazz*. Namun angka yang tertera dalam halaman Youtube Analytic bukanlah jumlah sebenarnya yang akan diterima. Untuk mengetahui pendapatan yang diterima maka harus dilakukan penghitungan RPM (*Revenue Per Miles*) terlebih dahulu yaitu: $RPM = (total\ estimated\ earning / jumlah\ tampilan\ laman\ iklan) \times 1000$. Semakin besar angka yang

dihasilkan dalam RPM, maka penghasilan tambahan yang akan diterima Youtube Musik *Jazz* akan lebih besar. Sebaliknya, jika pada total *estimated earning* tidak tertera angka, maka kanal Youtube Musik *Jazz* Herdito Tamami belum menghasilkan dan belum berhasil mendapatkan sumber penghasilan baru.



Gambar 3.6 Perhitungan Pendapatan Video Melalui RPM (Revenue PerMiles)

2. Analisa Kelayakan Inovasi Bisnis Youtube Herdito Tamami Menjadi Peluang Bisnis Dan Layak Dikembangkan Di Masa Yang Akan Datang

Peneliti akan melakukan observasi, pengamatan langsung, dan wawancara untuk mengetahui kelayakan inovasi kanal Youtube Musik *Jazz* Herdito Tamami.

a. Kelayakan Inovasi Bisnis Musik *Jazz* melalui Kanal Youtube dalam Kegiatan Operasional

Inovasi kanal Youtube Musik *Jazz* Herdito Tamami dikatakan layak untuk terus ditingkatkan dan dikembangkan jika kanal Youtube ini mampu digunakan sebagai sarana dalam proses penawaran dan negosiasi dengan konsumen. Selama ini komunitas *Jazz* Ngisoringin selalu membawa laptop atau flasdisk guna mempromosikan kepada konsumennya, tetapi sekarang bisa dilakukan dengan menggunakan ponsel ataupun tablet dengan fasilitas kuota internet.

b. Kelayakan Inovasi Bisnis Musik *Jazz* melalui Kanal Youtube dalam Pendapatan Finansial

Dalam mengukur kelayakan finansial peneliti akan menggunakan metode wawancara yang akan dilakukan kepada Youtuber lokal dan pengolahan data sekunder tentang penghasilan yang didapatkan melalui Youtube dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar potensi yang bisa didapatkan dalam menjalankan kanal Youtube setelah terdaftar sebagai Youtube Partner. Metode wawancara yang digunakan adalah metode wawancara tidak langsung, dimana peneliti akan menghubungi dan memberikan pertanyaan kepada Youtuber melalui email. Sementara untuk Youtuber yang dipilih adalah Youtuber yang telah aktif menjalankan kanal Youtubena selama minimal 1 tahun dan telah terdaftar sebagai Youtube Partner (Indratno, 2018). Sementara untuk pokok pertanyaan yang akan peneliti tanyakan adalah sebagai berikut:

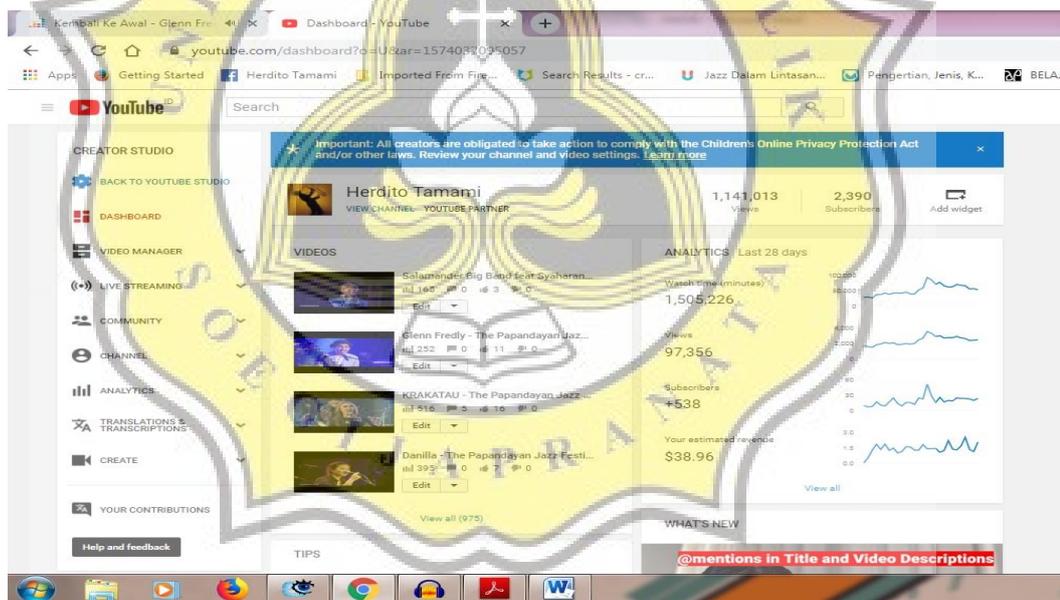
- 1) Isi, topik, judul atau tema dari video yang diunggah

- 2) Seberapa sering mengunggah video ke kanal Youtube
- 3) Apakah sudah terdaftar sebagai Youtube Partner
- 4) Kisaran pendapatan yang didapatkan melalui Youtube

Sementara itu data sekunder juga didapatkan melalui media-media elektronik yang membahas penghasilan pemilik kanal Youtube setelah terdaftar sebagai Youtube Partner. Kanal Youtube yang akan dipilih untuk diobservasi adalah kanal Youtube yang telah berumur minimal 1 tahun dan telah terdaftar sebagai Youtube Partner. Dalam mengolah data sekunder, peneliti juga akan melihat seberapa besar penghasilan yang didapatkan, seberapa sering para Youtuber lokal tersebut mengunggah videonya, serta usaha-usaha apa saja yang mereka lakukan setelah diterima sebagai Youtube Partner untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan penghasilannya (Indratno, 2018). Melalui data-data yang didapatkan dari Youtuber lokal dan data-data sekunder yang didapatkan, peneliti akan membandingkan dan menggunakan data tersebut untuk mengetahui seberapa besar potensi penghasilan yang akan didapatkan ketika sebuah akun kanal Youtube terdaftar sebagai Youtube Partner. Inovasi ini dianggap layak untuk ditingkatkan dan diperjuangkan jika hasil dari wawancara dan observasi data sekunder mengatakan potensi penghasilan yang didapatkan dari Youtube Partner adalah melebihi atau seimbang dengan rata-rata penghasilan (Indratno, 2018).

c. Kelayakan Inovasi Musik Jazz melalui Kanal Youtube dalam hal Kanal Youtube yang Semakin Dikenal dan Digunakan Semua Orang

Kanal Youtube Musik Jazz dikatakan layak untuk ditingkatkan dan dikembangkan jika mampu mendapatkan pengikut sejumlah minimal 1000 orang dan total waktu menonton selama 4000 jam. Hal ini sesuai dengan syarat yang diberikan Youtube kepada para penggunanya apabila ingin mendapatkan penghasilan dari iklan melalui Youtube Partner Program (Indratno, 2018).



Gambar 3.7 Dashboard Youtube yang Menunjukkan Jumlah Subscriber dan

Jam Tayang di Youtube

3. Inovasi Bisnis Herdito Tamami melalui Kanal Youtube dapat Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Dalam menganalisa keunggulan kompetitif, peneliti akan membagikan kuesioner kepada 41 responden subjek untuk mengetahui pendapat mereka dalam hal keaslian video , komunikasi dengan yang menonton Kanal Youtube, dan kreatifitas yang terjadi antara kanal Youtube Herdito Tamami, dan kanal Youtube Margo Friday *Jazz*. Kanal Youtube Margo Friday *Jazz* terpilih karena dari antara semua Youtuber yang sering upload music *Jazz* Adalah Margo Friday *Jazz*.

Kuesioner ini adalah Subjek yang berusia antara 15 – 50 tahun yang terdiri dari Subscriber Youtube Musik *Jazz* Herdito Tamami. Sementara itu jumlah 30 Subjek ditentukan berdasarkan pendapat Roscoe (1975) yang mengatakan bahwa jumlah sampel yang tepat untuk mewakili Populasi yang ada adalah paling sedikit 30 Subjek atau lebih (Hill, 1998).

Pada kuesioner yang dibagikan Subjek akan diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memberikan skoring antara 1-5, dimana skor 5 untuk hasil yang sangat baik (SB), skor 4 untuk hasil yang baik (B), skor 3 untuk hasil yang cukup (C), skor 2 untuk hasil yang kurang baik (KB), dan skor 1 untuk hasil yang sangat kurang baik (SKB).

Kuesioner yang dibagikan, akan diisi oleh para Subjek dengan panduan sebagai berikut (Indratno,2018):

a. Panduan Penilaian *Original Content*

1. Sangat Kurang Baik: tema atau isi dari video yang diunggah ke kanal Youtube adalah hasil cuplikan atau tiruan dari video orang lain
2. Kurang Baik: tema atau isi dari video yang diunggah merupakan hasil modifikasi dari tema atau video orang lain yang dibuat hampir mirip dengan mengubah beberapa elemen – elemen yang terkait.
3. Cukup: tema atau isi dari video yang diunggah merupakan hasil modifikasi dari tema atau video orang lain yang disesuaikan dengan gaya pemilik kanal sendiri dan temanya sudah berkembang lebih luas dari tema asli.
4. Baik: tema atau isi dari video yang diunggah ke kanal Youtube adalah hasil dari ide sendiri, walau sebenarnya sudah pernah ada sebelumnya video dengan tema atau isi yang hampir sama.
5. Sangat Baik: tema atau isi dari video yang diunggah ke kanal Youtube adalah murni dari buatan sendiri atau hasil ciptaan sendiri hingga memunculkan tren baru di kalangan para pengguna baru / menjadi yang pertama dalam menggunakan tema atau isi tersebut.

b. Panduan Penilaian *Great Communication*

1. Sangat Kurang Baik: tidak ada komunikasi yang terjadi antara penonton dengan para pemilik kanal Youtube baik dalam kolom komentar dan juga like / dislike

2. Kurang Baik: tidak ada komunikasi yang terjadi pada kolom komentar tetapi para penonton telah memilih like / dislike terhadap video yang diunggahnya.

3. Cukup: terjadi komunikasi antara penonton dan pemilik kanal Youtube tetapi tidak di semua video yang diunggahnya dan tidak semua komentar diberi tanggapan oleh pemilik kanal, serta penonton juga telah memilih like / dislike terhadap video tersebut.

4. Baik: ada komunikasi yang terjadi pada kolom komentar, dan juga ada tanggapan dari pemilik kanal Youtube, tetapi tidak semua komentar. Penonton juga telah memilih like / dislike terhadap video tersebut.

5. Sangat Baik: terjadi komunikasi pada setiap video yang diunggahnya dan pemilik kanal selalui memberikan tanggapan terhadap komentar penonton tersebut. Penonton juga telah memilih like / dislike terhadap video tersebut.

c. Panduan Penilaian Creativity

1. Sangat Kurang Baik: video yang diunggah dibuat dengan sederhana dan minimalis, serta tidak melalui proses edit video, topik dan tema yang dipilih juga kurang menarik atau sesuatu yang sudah ada.

2. Kurang Baik: video yang diunggah dibuat dengan sederhana dan minimalis, melalui proses edit video yang sederhana, tetapi topik yang dipilih kurang beragam.

3. Cukup: video yang diunggah dibuat dengan alat – alat yang cukup memadai, melalui proses edit video yang cukup, dan topik yang dipilih cukup beragam.

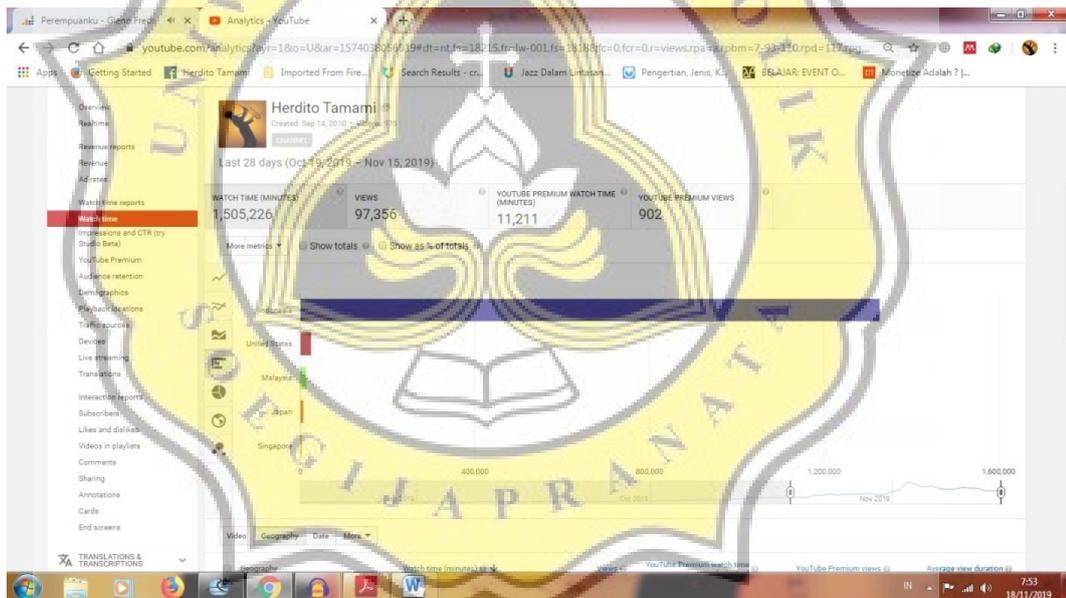
4. Baik: video yang diunggah dibuat dengan alat – alat yang memadai, melalui proses edit video yang baik dan topik yang sangat menarik.

5. Sangat Baik: Video yang diunggah dibuat dengan maksimal, melalui proses edit video yang menarik, topik yang dipilih menarik, serta menggunakan gambar thumbnail yang menarik.

Setelah pengisian kuesioner selesai akan dilakukan penjumlahan hasil skoring kemudian dihitung rata-rata nya dan akan dilihat mana yang lebih unggul. Analisa yang akan dilakukan oleh peneliti adalah analisa dari Kotler dan Amstrong yang dikemukakan dalam buku “Prinsip-Prinsip Pemasaran” (2001). Dalam buku “Prinsip-Prinsip Pemasaran” (2001) Kotler dan Amstrong mengungkapkan bahwa skor yang didapatkan melalui analisa keunggulan kompetitif dapat dijadikan dasar untuk kemudian ditentukan tingkatan apa yang sebaiknya disarankan bagi perusahaan tersebut apakah perlu ditingkatkan kembali, dipertahankan, atau diawasi dengan mempertimbangkan beberapa aspek yang terkait.

4. Inovasi Bisnis Herdito Tamami melalui Kanal Youtube Dapat Memperluas Jangkauan Pasar

Dalam menganalisa jangkauan pasar, peneliti akan melihat hasil analisa Youtube pada bagian *geography*. Dalam *geography* akan terlihat di negara manakah video yang diunggah tersebut dilihat. Selain itu dapat dilihat juga persentasi dari setiap negara yang telah menonton video tersebut. Semakin banyak penonton dari negara lain selain Indonesia, maka bisa dikatakan Kanal Youtube Musik Jazz Herdito Tamami telah mempeluas jangkauan pasarnya melalui kanal Youtube.



Gambar 3.8 Top 5 Negara yang Penontonnya Sering Melihat kanal Youtube

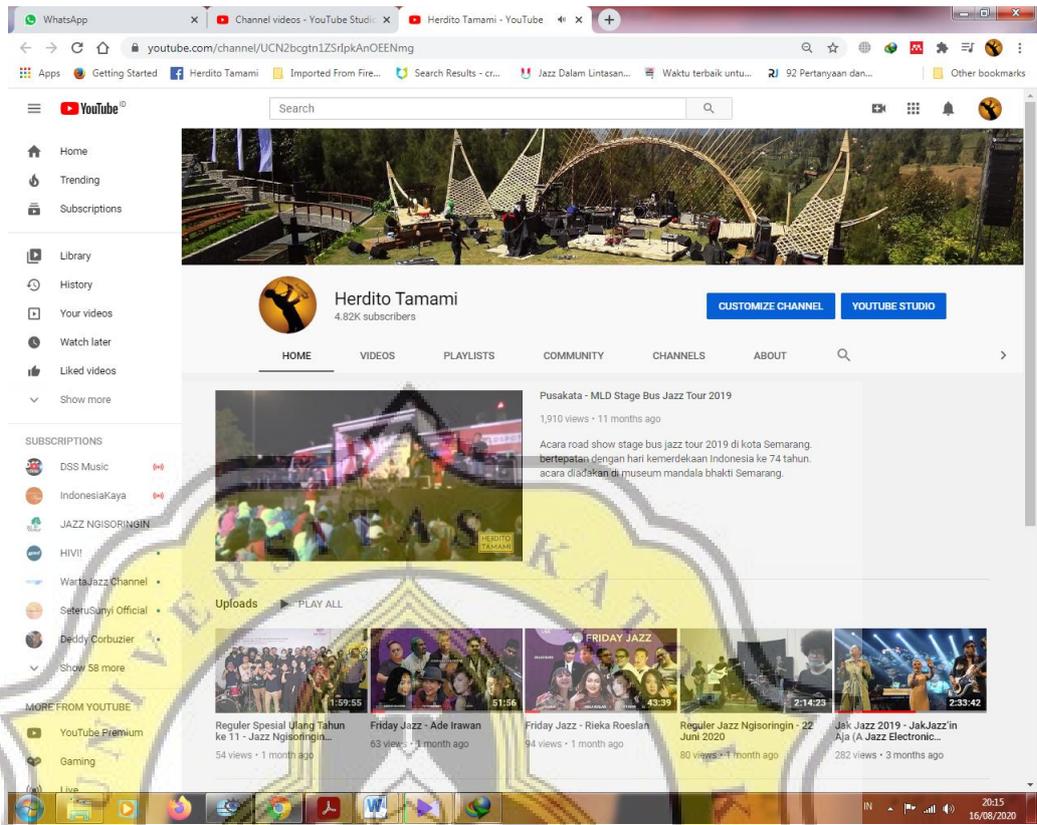
Musik Jazz Herdito Tamami

Geography	Watch time (minutes) ↓	Views	YouTube Premium watch time (minutes)	YouTube Premium views	Average view duration
Indonesia	1,321,690 (88%)	81,420 (84%)	3,626 (32%)	179 (20%)	16:13
United States	25,345 (1.7%)	2,377 (2.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	10:39
Malaysia	13,246 (0.9%)	860 (0.9%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	15:24
Japan	7,590 (0.5%)	736 (0.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	10:18
Singapore	4,648 (0.3%)	196 (0.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	23:42
Italy	4,467 (0.3%)	402 (0.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	11:06
Germany	3,745 (0.2%)	403 (0.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	9:17
Brazil	3,350 (0.2%)	375 (0.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8:56
France	3,031 (0.2%)	351 (0.4%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8:38
Netherlands	2,146 (0.1%)	252 (0.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8:31
Philippines	1,950 (0.1%)	264 (0.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	7:23
Australia	1,932 (0.1%)	106 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	18:13
United Kingdom	1,751 (0.1%)	182 (0.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	9:37
Taiwan	1,611 (0.1%)	78 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	20:39
Spain	1,407 (0.1%)	186 (0.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	7:33
South Africa	1,350 (0.1%)	153 (0.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	8:49
South Korea	1,013 (0.1%)	235 (0.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	4:18
Mexico	869 (0.1%)	70 (0.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	12:24
Thailand	466 (0.0%)	149 (0.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2:15

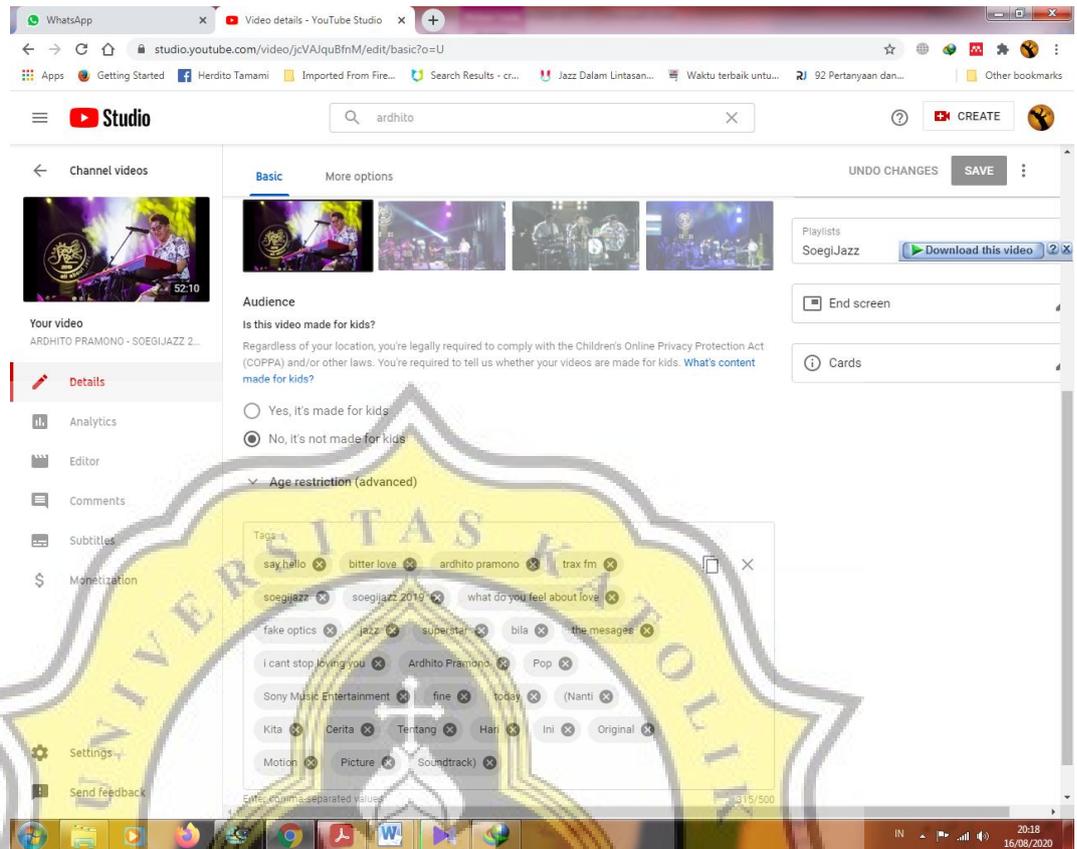
Gambar 3.9 Beberapa Negara yang Sering Menonton kanal Youtube

Musik Jazz Herdito Tamami

Yang dilakukan peneliti dalam meningkatkan pendapatan dan lebih dikenal orang banyak kanal Youtubanya adalah dengan membuat judul video youtube yang menarik, memakai *Hastag* (#) untuk mempermudah pencarian di youtube, menggunakan *Thumbnail* gambar yang menarik untuk video youtube, serta mempromosikannya di akun media sosial lainnya seperti *Instagram*, *Whatsapp*, *Facebook* dan *Twitter*.



Gambar 3.10 Beberapa Thumbnail gambar video di kanal Youtube Herdito Tamami



Gambar 3.11 Penggunaan Hastag di salah satu video di akun Youtube

Herdito Tamami

5. Analisa faktor kewirausahaan Youtube Herdito Tamami melalui kanal Youtube

Pengusaha adalah orang yang bukan bekerja sebagai karyawan, melainkan memikirkan ide dan menemukan bisnis kecil yang menanggung semua risiko dan imbalan perusahaan. Seorang wirausahawan juga bisa menjadi inovator, orang dengan ide bagus dan orang yang dapat melaksanakan ide-ide ke dunia nyata. Seperti dikutip dari Suryana (2013), perkembangan teori kewirausahaan dapat dibagi menjadi tiga tahapan yaitu:

1) Teori ekonomi

Teori yang mengutamakan peluang usaha. Wirausaha akan muncul dan berkembang apabila ada peluang ekonomi.

2) Teori sosiologi

Teori yang mengutamakan tanggapan orang terhadap peluang. Teori sosiologi mencoba menerangkan mengapa beberapa kelompok sosial menunjukkan tanggapan yang berbeda terhadap peluang usaha dan sisi psikologi dengan menjawab karakteristik perorangan yang membedakan wirausaha dan bukan wirausaha serta karakteristik perorangan yang membedakan wirausaha berhasil dan tidak berhasil.

3) Teori perilaku

Teori yang mengutamakan hubungan antara perilaku wirausaha dengan hasilnya. Teori perilaku digunakan agar dapat memahami pola perilaku wirausaha. Kewirausahaan dapat dipelajari dan dikuasai karena kewirausahaan bisa merupakan pilihan kerja, pilihan karir.

Sesuai dengan inti dari jiwa kewirausahaan yaitu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang, maka seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan kreatif di dalam mengembangkan ide dan pikirannya terutama di dalam menciptakan peluang usaha dalam dirinya, sehingga dapat mandiri menjalankan usaha tanpa harus bergantung pada orang lain. Seorang wirausaha

dituntut untuk selalu mengembangkan teknologi baru dan memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Suryana, 2013).

