

TREND YOUTUBER DI GENERASI MILLENNIAL DALAM PENGEMBANGAN KREATIVITAS

Tuty Mutiah

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bahasa Universitas Bina Sarana Informatika

tuty.ttt@bsi.ac.id

Abstrak - Youtube sebagai salah satu bentuk baru media massa dalam pengembangan teknologi yang semakin canggih memiliki beragam pemirsa yang memenuhi kebutuhan sehari-harinya akan informasi. Dengan fenomena youtube ini juga memunculkan pekerjaan baru seperti yang biasa disebut YouTube pengguna. Yououtubers adalah orang yang membuat konten yang kemudian ditayangkan di YouTube. Seseorang dapat dipanggil atau dikatakan sebagai youtuber, jika ia menjadikan youtube sebagai media untuk berbagi video tentang dirinya. Konten di Youtube sangat gratis. Kebebasan ini bisa menjadi kekuatan dan kelemahan. keuntungannya adalah sebagai pemirsa kita bebas untuk menonton informasi apa pun yang ada di Youtube, sebagai pembuat kita bebas untuk membuat tanpa batasan tidak seperti televisi di Indonesia, yang sebagian besar adalah sensor. Kerugiannya adalah anak-anak bebas menonton hal-hal negatif seperti pornografi. Sebagai pembuat konten, ada pembuat konten yang tidak bertanggung jawab seperti membuat konten yang dapat membuat informasi palsu, pornografi, dan pembajakan yang nantinya akan muncul dari aspek kognitif, afektif, dan perilaku yang dapat mengembangkan kreativitas. Kreativitas adalah hal penting dalam kehidupan. Perkembangan kreativitas sangat penting untuk berkembang sejak usia dini karena kreativitas sangat berpengaruh dalam mengembangkan aspek pengembangan kreativitas.

Kata kunci: YouTube pengguna, kreativitas

PENDAHULUAN

Istilah generasi millennial memang sedang akrab terdengar, generasi millennial menjadi topik yang cukup hangat dikalangan masyarakat. Hal ini berkaitan dengan pesatnya perkembangan dan munculnya teknologi-teknologi yang baru. Begitu juga dengan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi membantu manusia dalam berkomunikasi. Dalam hal ini terlihat bahwa penggunaan teknologi komunikasi yang semakin canggih membuat perubahan besar pula bagi komunikasi manusia itu sendiri.

Salah satu yang menyebabkan hal ini terjadi adalah *new media*. *New media* merupakan sebuah istilah untuk menggambarkan kemunculan era baru dalam berkomunikasi atau berinteraksi, komputer, jaringan informasi dan komunikasi. Segala sesuatu yang sedang dibicarakan, Disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada saat tertentu yang berdampak menjadi trend yang merupakan suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata-rata perubahan tersebut bisa bertambah bisa berkurang. Jika rata-rata perubahan bertambah disebut trend positif atau trend mempunyai kecenderungan naik. Sebaliknya, jika rata-rata perubahan berkurang disebut trend negatif atau trend yang mempunyai kecenderungan menurun.

Trend menunjukkan perubahan nilai suatu variabel yang relatif stabil perubahan populasi, perubahan harga, perubahan teknologi, dan peningkatan produktivitas. Menurut Narafin (2013:196) mengatakan ramalan pendapatan (penjualan) merupakan proses aktivitas memperkirakan produk yang akan dijual atau disewakan di masa yang akan datang dalam keadaan tertentu dan dibuat

berdasarkan data historis yang pernah terjadi atau mungkin terjadi dan dapat membuat manusia lebih produktif. Selain itu juga meningkatkan kualitas hidup serta dapat mempermudah mencari jalan keluar dari sebuah permasalahan.

Salah satu contoh dari *new media* adalah Youtube. Youtube sebagai salah satu bentuk media massa baru dalam perkembangan teknologi yang kian canggih memiliki beragam *viewers* yang setiap hari memenuhi kebutuhan untuk mendapatkan informasi dari situs ini. Menurut Baskoro (2009:58) YouTube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa 'gambar bergerak' dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Kita juga bisa berpartisipasi mengunggah video ke server YouTube dan membaginya ke seluruh dunia.

Sosial media telah menjamur ke setiap kalangan, terutama anak-anak muda di dunia tidak terkecuali juga di Indonesia. Di mulai dari aplikasi chatting, update status, update foto, hingga maraknya vlog di situs jejaring sosial video seperti youtube. Dengan fenomena youtube ini juga memunculkan pekerjaan-pekerjaan baru seperti yang biasa disebut *youtubers*. *Youtubers* adalah orang yang membuat konten yang kemudian ditayangkan di youtube. Saking besarnya fenomena ini muncul cita-cita baru di dunia anak-anak. Jika dulu anak-anak ditanya kalau besar mau jadi apa jawabannya Pilot, Dokter, Guru dan Astronot tidak sedikit saat ini anak-anak menjawab *Youtubers*.

Seseorang dapat disebut atau dikatakan sebagai seorang youtuber, apabila dia telah menjadikan youtube sebagai media untuk berbagi video tentang dirinya. (Berupa kreativitasnya: baik itu adalah film pendek (Short Movie), Video Review, Video Klip Lagu, Tutorial, Daily Vlog) dll. Selain itu umumnya mereka telah banyak dikenal orang dan telah memanfaatkan youtube sebagai salah satu media online untuk memperoleh uang terutama dari pengiklanan *google adsense*.

Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa Youtuber dapat disematkan sebagai seseorang yang bekerja secara mandiri atau berkelompok untuk berbagi video dan memperoleh uang dari pengiklanan adsense atau jenis pengiklanan lain, serta menjadi terkenal dari video yang diunggahnya di youtube. Konten di Youtube sangatlah bebas. Kebebasan ini bisa menjadi kelebihan dan kelemahan. kelebihan adalah sebagai penonton kita bebas menonton informasi apa saja yang ada di Youtube, sebagai pembuat konten kita bebas berkreasi tanpa ada batasan tidak seperti Televisi di Indonesia yang kebanyakan sensor. Kelemahannya adalah sebagai penonon, saking bebasnya anak-anak bisa menonton hal-hal yang negatif seperti pornografi.

Sebagai pembuat konten, ada pembuat konten yang tidak bertanggung jawab seperti membuat konten bisa membuat informasi bohong, pornografi dan pembajakan yang nantinya akan timbul efek dari segi kognitif, afektif dan behavioral yang dapat mengembangkan kreativitas. Kreativitas merupakan hal penting dalam kehidupan. Pengembangan kreativitas sangat penting dikembangkan sejak usia dini karena kreativitas sangat berpengaruh sekali dalam pengembangan aspek-aspek perkembangan kreativitas.

Perkembangan kreativitas yang membuka pikiran dan menjadikan motivasi hidup lebih tinggi. Orang kreatif bisa menciptakan peluang sendiri. Dia

tidak takut menghadapi masalah. Karena orang kreatif memiliki kemampuan menyelesaikan masalah yang tinggi dan juga tidak hidup dalam kebosanan, karena bisa menciptakan berbagai hal yang membuat dirinya tidak bosan. maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “trend youtuber di generasi millennial dalam pengembangan kreativitas”.

RUMUSAN MASALAH

1. Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.
2. Bagaimana trend youtuber di generasi millennial dalam pengembangan kreativitas?
3. Seberapa besar trend youtuber di generasi millennial dalam pengembangan kreativitas?

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui Bagaimana trend youtuber di generasi millennial dalam pengembangan kreativitas
2. Untuk mengetahui Seberapa besar trend youtuber di generasi millennial dalam pengembangan kreativitas?
3. Manfaat Penelitian
4. Bagi Penulis. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis terkait dengan trend youtuber di generasi millennial dalam pengembangan kreativitas.

Bagi youtuber, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi trend youtuber di generasi millennial dalam pengembangan kreativitas

Bagi Masyarakat penelitian ini dapat menjadi sumber acuan penelitian sejenis yang akan dilakukan dimasa yang akan datang serta menjadi tambahan khazanah ilmu dibidang komunikasi.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Analisis Tren *Trend*

Menurut Maryati (2010:129) menyatakan *trend* adalah suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata-rata perubahan tersebut bisa bertambah bisa berkurang. Jika rata-rata perubahan bertambah disebut *trend* positif atau *trend* mempunyai kecenderungan naik. Sebaliknya, jika rata-rata perubahan berkurang disebut *trend* negatif atau *trend* yang mempunyai kecenderungan menurun.

Trend menunjukkan perubahan nilai suatu variabel yang relatif stabil perubahan populasi, perubahan harga, perubahan teknologi, dan peningkatan produktivitas. Menurut M. Narafin (2013:196) mengatakan ramalan pendapatan (penjualan) merupakan proses aktivitas memperkirakan produk yang akan dijual atau disewakan di masa yang akan datang dalam keadaan tertentu dan dibuat berdasarkan data *historis* yang pernah terjadi atau mungkin terjadi.

Menggambarkan *trend* dengan metode bebas ini sangat mudah dan sederhana. Hanya dengan mengamati sebaran data bisa diketahui kecenderungan garis *trend* dari pola data tersebut. Tentu saja dengan cara ini hasilnya kurang bisa dipertanggung jawabkan.

KEGUNAAN ANALISIS *TREND*

Secara umum, semua anggaran termasuk analisis tren peramalan (*forecasting*) anggaran pendapatan (penjualan), mempunyai tiga kegunaan pokok yaitu :

1. pedoman kerja;
2. sebagai alat pengkoordinasi kerja;
3. sebagai alat pengawasan kerja yang membantu manajemen dalam mencapai tujuan perusahaan.

Secara khusus, anggaran pendapatan (penjualan) berguna sebagai dasar penyusunan semua anggaran dalam perusahaan, sebab bagi perusahaan yang menghadapi pangsa pasar yang sedang bersaing, anggaran pendapatan (penjualan) dalam penyusunannya menjadi prioritas utama yang harus disusun paling awal dari semua *budget* yang lain.

Menurut M. Munandar (2011:11) Dengan melihat uraian di atas anggaran pendapatan (penjualan) memiliki manfaat yakni dalam hal perencanaan, pedoman, koordinasi, pengawasan dan evaluasi :

1. Perencanaan (*Planing*). Adanya perencanaan terpadu. Anggaran perusahaan dapat digunakan sebagai alat untuk merumuskan rencana perusahaan dan untuk menjalankan pengendalian terhadap berbagai kegiatan perusahaan secara menyeluruh. Dengan demikian, anggaran merupakan suatu alat manajemen yang dapat digunakan baik dalam keperluan perencanaan maupun pengendalian.
2. Pedoman (*Dispacing*). Sebagai pedoman pelaksanaan kegiatan perusahaan. Anggaran dapat memberikan pedoman yang berguna baik manajemen puncak maupun manajemen menengah. Anggaran yang disusun dengan baik akan membuat bawahan menyadari bahwa manajemen memiliki pemahaman yang baik tentang operasi perusahaan dan bawahan akan mendapatkan pedoman yang jelas dalam melaksanakan tugasnya. Disamping itu, penyusunan anggaran memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi defisit dalam pengelolaan anggaran sehingga kinerja menjadi lebih baik.
3. Organisasi (*Coordination*). Sebagai alat pengkoordinasi kerja. Penganggaran dapat memperbaiki koordinasi kerja perusahaan. Sistem anggaran memberikan ilustrasi operasi perusahaan secara keseluruhan, oleh karena itu sistem anggaran memungkinkan para manager divisi untuk melihat hubungan antar bagian (divisi).
4. Pengawasan (*Controlling*). Sebagai alat pengawasan kerja. Anggaran memerlukan serangkaian standar prestasi atau target yang bisa dibandingkan dengan realisasinya sehingga pelaksanaan setiap aktivitas dapat dinilai kinerjanya. Dalam menentukan standar acuan diperlukan pemahaman yang realistis dan analisis yang seksama terhadap kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Penentuan standar yang sembarangan tanpa didasari oleh

pengetahuan dapat menimbulkan lebih banyak masalah daripada manfaat. Hal ini mengingat standar dalam anggaran yang ditetapkan secara sembarangan tersebut mungkin merupakan target yang mustahil untuk dicapai karena terlalu tinggi atau terlalu rendah. Standar yang ditetapkan terlalu tinggi akan menimbulkan frustrasi ketidakpuasan. Sebaliknya penetapan standar yang terlalu rendah akan menjadikan biaya menjadi tidak terkendali, menurunkan laba dan semangat kerja.

5. Evaluasi (*Evaluation*). Sebagai alat evaluasi kegiatan perusahaan. Anggaran yang disusun dengan baik menerapkan standar yang akan memberikan pedoman bagi perbaikan operasi perusahaan dalam menentukan langkah-langkah yang ditempuh agar pekerjaan bisa diselesaikan dengan cara yang baik, artinya menggunakan sumber-sumber perusahaan yang dianggap paling menguntungkan. Terhadap penyimpangan yang mungkin terjadi dalam operasionalnya perlu dilakukan evaluasi yang dapat masukan untuk menentukan keputusan manajemen di masa depan.

PERKEMBANGAN TEORI PERBEDAAN GENERASI

Dalam literatur tentang perbedaan generasi digunakan kriteria yang umum dan bisa diterima secara luas diberbagai wilayah, dalam hal ini kriteria yang dipakai adalah tahun kelahiran dan peristiwa – peristiwa yang terjadi secara global (Twenge, 2006). Beberapa hasil penelitian secara konsisten membandingkan perbedaan generasi, dengan sampel mulai dari tahun 1950an sampai dengan awal tahun 2000, menunjukkan perbedaan karakteristik dari 3 kelompok generasi, yaitu generasi baby boomers, generasi X dan generasi Y (Millennial). Hasil penelitian lain menunjukkan hasil yang secara umum memiliki kesamaan. Veteran generation atau sering juga disebut sebagai silent generation adalah generasi yang konservatif dan disiplin (Howe & Strauss, 1991), Baby boom generation adalah generasi yang materialistis dan berorientasi waktu (Howe & Strauss, 1991).

Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun – tahun awal dari perkembangan teknologi dan informasi seperti penggunaan PC (personal computer), video games, tv kabel, dan internet. Ciri – ciri dari generasi ini adalah: mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik dan disebut sebagai generasi yang tangguh, memiliki karakter mandiri dan loyal, sangat mengutamakan citra, ketenaran, dan uang, tipe pekerja keras, menghitung kontribusi yang telah diberikan perusahaan terhadap hasil kerjanya (Jurkiewicz, 2000).

Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi millennial atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instant messaging dan media sosial seperti facebook dan twitter, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming (Lyons, 2004). Lebih lanjut (Lyons, 2004) mengungkapkan ciri – ciri dari generasi Y adalah: karakteristik masing-masing individu berbeda, tergantung dimana ia dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarganya, pola komunikasinya sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi,

sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya, memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan. Bangkitnya Generasi Z. Kemajuan jaman juga menyebabkan komposisi penduduk tiap generasi akan berubah, komposisi kelompok baby boomers mulai menurun, jika terkait dengan usia produktif dan komposisi angkatan kerja maka jumlah kelompok generasi X

Generasi paling muda yang baru memasuki angkatan kerja adalah generasi Z, disebut juga Generation atau generasi internet. Generasi Z memiliki kesamaan dengan generasi Y, tapi generasi Z mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (multi tasking) seperti: menjalankan sosial media menggunakan ponsel, browsing menggunakan PC, dan mendengarkan musik menggunakan headset. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil generasi ini sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada perbedaan karakteristik yang signifikan antar generasi Z dengan generasi lain, salah satu faktor utama yang membedakan adalah penguasaan informasi dan teknologi. Bagi generasi Z informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, karena mereka lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya global, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap nilai – nilai, pandangan dan tujuan hidup mereka. Bangkitnya generasi Z juga akan menimbulkan tantangan baru bagi praktek manajemen dalam organisasi, khususnya bagi praktek manajemen sumber daya manusia.

KREATIVITAS

Kreativitas menurut para ahli psikologi penjelasannya masih berbeda-beda sesuai sudut pandang masing-masing. Menurut Semiawan kreativitas adalah suatu kemampuan untuk membentuk gagasan baru dan penerapan dalam pemecahan masalah. Sedangkan Amien menyatakan bahwa kreativitas diartikan sebagai pola berpikir atau ide yang timbul secara spontan dan imajinatif yang mencirikan hasil yang artistik, penemuan ilmiah, dan menciptakan secara mekanik. Sehingga dapat dikatakan bahwa kreativitas merupakan ide atau pemikiran dan penemuan yang mendatangkan hasil yang baru atau relatif baru yang berkisar pada berpikir kreatif dan hasil kreatif (dalam Suryosubroto, 2009: 220-221).

Kreativitas (berpikir kreatif dan divergen) adalah kemampuan berdasarkan data-data informasi yang tersedia menentukan banyak kemungkinan jawaban terhadap suatu masalah, penekanannya pada kuantitas, ketepatangunaan dan keragaman jawaban. Semakin banyak jawaban berkualitas yang diberikan terhadap suatu masalah, maka kreatiflah siswa tersebut (Munandar dalam Suryosubroto, 2009: 221).

Kreativitas pada hakikatnya berhubungan dengan penemuan sesuatu mengenai hal yang menghasilkan sesuatu baru dengan menggunakan sesuatu yang telah ada. Dengan demikian kreativitas dibatasi sebagai perwujudan sesuatu yang baru dalam kenyataan (Rahmawati, 2010: 3).

Kreativitas merupakan salah satu tolak ukur potensi kualitas sumber daya manusia, kreativitas menempati urutan yang sederajat dengan potensi sumber

daya manusia lainnya seperti kecerdasan, kepribadian dan keuletan. Kreativitas sebagai suatu potensi perkembangannya tidak terlepas dari aspek psikologi yang melekat berkaitan dengan pola pikir, sikap maupun mental. Kreativitas juga dapat dipandang sebagai suatu proses yang melibatkan pengorganisasian pengalaman sedemikian rupa dalam menghasilkan gagasan baru yang sebelumnya tidak dipikirkan oleh yang bersangkutan (Mustaji, 2005: 6).

Ciri-ciri kreativitas dikemukakan oleh Semiawan (dalam Suryosubroto, 2009: 223) yaitu “dorongan ingin tahu yang besar; sering mengajukan pertanyaan yang baik; memberikan banyak gagasan atau usul terhadap suatu masalah; bebas dalam menyatakan sesuatu pendapat; menonjol dalam salah satu bidang seni; mempunyai pendapat sendiri dan dapat mengungkapkannya; tidak mudah terpengaruh orang lain; daya imajinasi kuat; orisinalitas tinggi (tampak dalam ungkapan gagasan, karangan, dan sebagainya serta menggunakan cara- cara orisinal dalam pemecahan masalah); dapat bekerja sendiri ataupun bekerjasama dan senang mencoba hal-hal baru”.

Kreativitas memiliki ciri yang berhubungan dengan kognisi (proses berfikir) meliputi:

1. keterampilan mengolaborasikan/merinci, adalah mampu memperkaya dan mengembangkan suatu gagasan atau produk,
2. keterampilan menilai/ mengevaluasi, adalah menentukan patokan penilaian dan menentukan apakah suatu pertanyaan benar, suatu rencana sehat, atau suatu tindakan bijaksana,
3. rasa ingin tahu, adalah selalu terdorong untuk mengevaluasi lebih banyak,
4. bersifat ingin aktif, adalah kemampuan memperagakan atau membayangkan hal-hal yang tidak/ belum pernah terjadi,
5. merasa tertantang oleh kemajemukan, adalah terdorong untuk mengatasi masalah yang sulit dan rumit,
6. sikap berani mengambil resiko, adalah berani memberikan jawaban meskipun belum tentu benar, tidak takut gagal atau mendapat kritik,

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan penulis ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2014:21) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi serta menggambarkan suatu realitas, menjelaskan proses-proses yang terjadi di dalamnya, serta menjelaskan berbagai konteks yang melatar belakangi peristiwa tersebut.

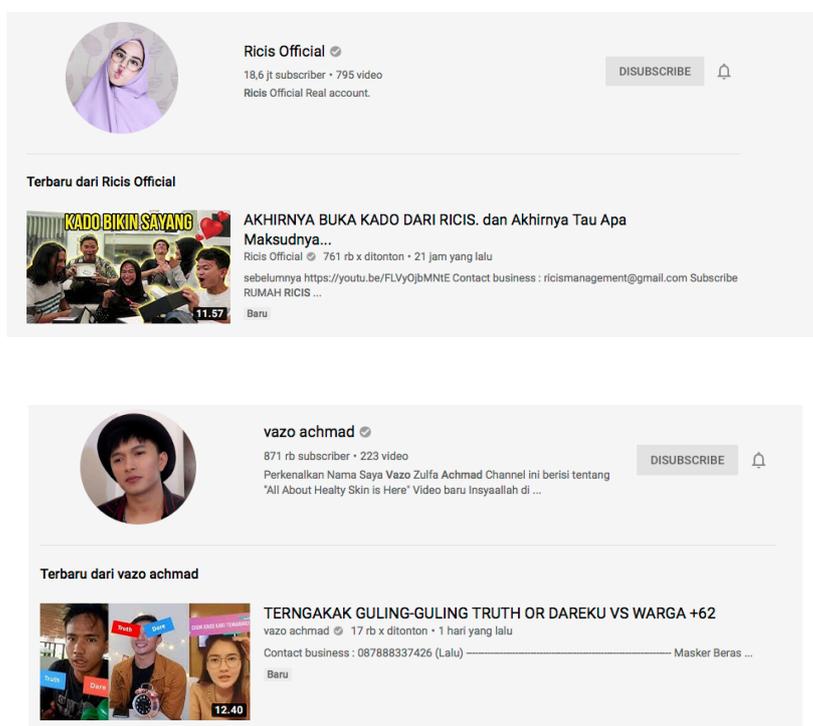
Jadi deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian yang digunakan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat suatu situasi, kondisi atau fenomena dengan menggunakan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan

perilaku objek yang diamati secara utuh dengan tujuan untuk tidak mencari atau menjelaskan hubungan, juga bukan mengkaji hipotesis atau membuat prediksi.

Bila dikaitkan dengan penelitian ini, maka penulis ingin memaparkan secara deskriptif tentang trend youtuber di generasi millennial dalam pengembangan kreativitas. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan tehnik wawancara mendalam dalam data primernya. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

Penulis melakukan analisis data sebagai upaya mengungkap trend youtuber di generasi millennial dalam pengembangan kreativitas. Dengan menguji jawaban-jawaban pertanyaan berkaitan dengan pengalaman dan pengetahuan mereka. Berikutnya adalah menguji dan memfasilitasi pengungkapan yang lebih detail. Berdasarkan penjelasan diatas, maka disini penulis menentukan subjek penelitian ini adalah youtubers muda yang menggunakan media sosial Youtube.

Gambar 1.1



HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seorang youtuber yang bernama Vazo Zulfa Achmad yang memiliki 871 ribu subscribe dan Ria Ricis yang memiliki 18,6 jt subscribe , Dengan menguji jawaban-jawaban pertanyaan berkaitan dengan pengalaman dan pengetahuan mereka. Berikutnya adalah menguji dan memfasilitasi pengungkapan yang lebih detail. Berdasarkan

penjelasan diatas, maka disini penulis menentukan subjek penelitian ini adalah youtubers muda yang menggunakan media sosial Youtube.

1. Alasan dan tujuan menjadi youtuber

Pada umumnya menjadi youtuber hanya untuk mendapatkan uang dan harta kekayaan. Karena memang youtuber merupakan sebuah profesi pekerjaan di era modern ini. Jadi seorang youtuber tidak pantas jika disebut sebagai seorang pengangguran. Selain ingin mendapatkan uang dari hasil periklanan, seperti iklan dari *google*. Tentunya, seorang youtuber memiliki alasan dan tujuan lain dibalik kegiatan ngeyutubnya tersebut. Diantaranya seperti:

a. Youtuber ingin tenar dan terkenal

Selain ingin mendapatkan penghasilan, tentunya seorang youtuber ingin tenar dan dikenal oleh banyak orang. Jika anda sukses menjadi seorang youtuber tentunya seorang artis dunia maya, akan menjadi banyak dikenal oleh banyak orang. Apalagi jika anda membuat vlog di youtube, dan menjadi terkenal karenanya. Mungkin di dunia nyata akan banyak orang yang minta foto bersama dan minta tanda tangan anda.

Selain menjadi terkenal dan mendapatkan banyak fans, tentunya seorang youtuber juga ada saja yang mendapatkan banyak haters. Apalagi jika kualitas video atau vlog yang mereka unggah sangat buruk dan memancing kontroversi di kalangan para netizen. Pasti banyak yang akan nyinyir, menghujat dan mau menjotos muka anda. Mungkin tipe youtuber ini.

b. Karena keadaan yang memaksa

Daripada nganggur ngak jelas. Ada kalanya, seorang yang kreatif dan imajinatif akan memanfaatkan youtube sebagai media pelampiasan hasrat nya. Dari pada bengong, diem, tidur saja dirumah.

c. Mengisi waktu luang

Bagi para pekerja di dunia nyata dan banyak memiliki waktu luang di sela pekerjaan atau waktu istirahatnya. Daripada dimanfaatkan untuk hal yang sia-sia. Mungkin mereka akan berusaha mendapatkan penghasilan tambahan dengan jalan menjadi seorang youtuber.

d. Mengadu domba/ propaganda

Bagi yang memiliki jiwa yang busuk. Mungkin mereka akan memanfaatkan berbagai isu, perpecahan, skandal, aib orang lain, dan segala berita buruk, hoax dan ngak jelas lain nya. Untuk mendapatkan uang dan keuntungan yang sebesar-besarnya. Tanpa memperdulikan akibat dari hasil video yang di unggahnya. Mereka akan dengan senang mendapatkan banyak viewer dari berbagai pengunjung yang sedang haus dengan berita yang cocok dengan pendapat/ kubu/ golongan nya.

e. Wadah Berekspresi dan Pamer Skill ke Seluruh Dunia

YouTube mengembalikan kekuasaan berekspresi di tangan semua orang, siapapun, dan bukan cuma perusahaan- perusahaan media raksasa saja. Karenanya, buat seorang YouTuber, upload video seperti apapun bisa dianggap karya, dan sah-sah saja bagaimana pun caranya menyampaikannya.

Passion dan bakat yang selama ini terpendam, tertahan, dan nggak tahu kemana menyalurkannya, kini bisa disalurkan lewat YouTube. Bahkan bisa menyalurkannya bukan cuma ke Indonesia, tapi ke seluruh dunia.

f. Lebih Murah Untuk Mempromosikan Usaha

Punya brand, bisnis, dan produk? YouTube adalah salah satu media promosi paling oke buat saat ini! Anda nggak perlu buang uang dan bayar mahal-mahal buat pasang slot iklan di TV. Atau mondar mandir nyetrika aspal jalan naek gojek untuk mempromosikan jualan

Think creative! Dengan biaya yang nggak mahal, tapi dampaknya bisa luar biasa. Kalaupun bukan Anda yang jual, bisa minta endorse ke sesama YouTube yang lebih punya banyak followers dan viewers. Lebih asik sih bikin video promosi sendiri, atau berkolaborasi.

2. Berbagi Ilmu Dengan Cara Yang Menyenangkan

Apabila mencari tutorial, pilihan mudah pasti buka YouTube. Ini yang jadi kebiasaan orang-orang di era digital. Mending nonton YouTube daripada baca buku petunjuk manual. Banyak orang di seluruh dunia melakukan hal yang sama. Bahkan saat menemukan sesuatu hal yang baru, menemukan tips dan trik dari hal yang selama ini belum terpecahkan, atau membuat suatu hal kalau nggak dishare ke orang lain, seringkali nggak tahan untuk bahas, cerita, ngomongin, atau pengen nyobain langsung. Selain itu bisa memulai dengan membuat tutorial, info, resep, atau trend paling baru ke YouTube.

Oleh karena itu, sebagai generasi penerus bangsa, generasi millennial di Indonesia tidak boleh kalah dalam persaingan dengan anak-anak muda dari negara lain. Pendidikan yang tinggi saja ternyata tidak cukup, anak muda Indonesia *zaman now* harus dibekali dengan berbagai pengalaman dan *soft skills* yang baik. Dan menjadi pribadi yang kreatif, aktif, dan inovatif tentu harus dimiliki dalam jiwa anak muda. Itu adalah syarat utama bagi generasi millennial untuk dapat bersaing dan menghadapi berbagai tantangan di dunia yang semakin dinamis ini. Lalu, bagaimana sih cara agar kita bisa menjadi generasi millennial yang kreatif, aktif, dan inovatif di era modern saat ini? Oke, untuk menjadi anak muda *zaman now* yang kreatif, aktif, dan inovatif, kita perlu membiasakan diri untuk melakukan aktivitas-aktivitas/ pola hidup berikut ini di dalam kehidupan:

1. Perbanyak Membaca Buku:

Membaca buku secara rutin sangat dianjurkan bagi generasi millennial saat ini, apalagi minat baca dari anak muda di Indonesia masih sangat rendah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Most Littered Nation In the World 2016, dari total 61 negara, minat baca di Indonesia berada di peringkat 60. Hal ini tentu menjadi keprihatinan bersama, padahal dengan membaca buku setiap hari, wawasan yang diperoleh menjadi lebih luas dan hal tersebut akan merangsang kemampuan untuk berpikir secara kreatif. Apabila sulit untuk memulai kebiasaan membaca buku, kita bisa memilih buku-buku yang sederhana terlebih dahulu, seperti novel atau majalah-majalah remaja untuk lebih membiasakan diri.

2. Menggunakan Internet dan Media Sosial Secara Bijak:

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi dan internet bisa membawa dampak positif maupun dampak negatif bagi anak muda. Apabila tidak hati-hati dalam penggunaannya, kita sebagai anak-anak muda dapat terjerumus ke hal-hal yang negatif, seperti mengunjungi situs-situs pornografi, membuka situs-situs radikalisme, atau salah dalam memilih teman dan komunitas di internet. Selain itu, generasi millennial juga harus bijak dalam menggunakan media sosialnya. Jangan sampai media sosial justru menjadi sarana untuk saling menghujat dan menjatuhkan satu sama lain atau untuk menyebarkan informasi *hoax*. Maka dari itu, kita sebagai generasi penerus bangsa harus mengambil dampak positifnya saja. Kita bisa menggunakan internet untuk mencari ide-ide kreatif di Google, mencoba menulis artikel di Kompasiana, melihat tutorial kreatif di Youtube, membuat foto-foto menarik untuk ditampilkan di Instagram atau Facebook, membagikan info-info yang bermanfaat di Twitter dan masih banyak lagi. Pada dasarnya, dampak positif dari kemajuan teknologi akan kita rasakan ketika kita juga menggunakannya secara positif.

3. Bersikap Terbuka Terhadap Berbagai Pengalaman Baru:

Di dunia yang semakin dinamis dan modern seperti saat ini, kita sebagai anak muda perlu membiasakan diri untuk terbuka dengan berbagai pengalaman baru. Kita bisa mengikuti berbagai macam aktivitas yang bermanfaat bagi kita, seperti bergabung dengan organisasi sosial, menjadi relawan bagi orang-orang miskin, atau mengikuti ajang-ajang perlombaan. Aktivitas-aktivitas tersebut akan melatih diri kita untuk dapat berpikir lebih kreatif dan bergerak lebih aktif. Oiya, selain itu kita dapat membiasakan diri untuk lebih tanggap dan kritis dengan masalah-masalah yang terjadi di sekeliling kita.

4. Membangun Ide dan Visi ke Depan:

Hal berikutnya yang dapat dilakukan oleh anak muda adalah mencoba mengembangkan ide-ide kreatif yang ada di benaknya. Kita bisa memulai dengan ide-ide yang sederhana terlebih dahulu. Siapa tahu dari ide yang sederhana tersebut, kita justru dapat membentuk sebuah *startup* baru yang dapat memecahkan masalah-masalah yang ada sekitar kita dan membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Selain mencoba mengembangkan ide-ide yang ada di pikiran kita, generasi millennial juga harus memiliki visi dalam kehidupannya. Visi ini harus jelas dan realistis. Jangan sampai kita sebagai generasi penerus bangsa tidak memiliki visi dan cita-cita yang membuat kita hidup tanpa target dan tujuan.

5. Rajin Berolahraga dan Membiasakan Diri untuk Bangun Pagi:

Kelihatannya memang sepele, tetapi dua aktivitas tersebut memiliki dampak yang sangat positif untuk membantu kita menjadi anak muda yang lebih aktif, kreatif, dan inovatif. Dengan rajin berolahraga, kita memiliki banyak energi yang dibutuhkan untuk meningkatkan daya kreativitas. Selain itu, kita menjadi lebih semangat dan terhindar dari rasa *mager* (malas gerak). Bangun pagi pun demikian, kebiasaan ini akan membantu otak kita menjadi lebih segar sehingga dapat memunculkan ide-ide yang kreatif. Dengan bangun lebih pagi,

kita memiliki banyak waktu untuk beraktivitas secara positif dan mengembangkan berbagai ide yang ada di pikiran kita.

KESIMPULAN

Dari penjabaran diatas sudah jelas dan dapat disimpulkan dari hasil penelitian trend youtuber di generasi millennial dalam pengembangan kreativitas adalah:

1. Salah satu keunggulan yang dimiliki youtube dari media penyiaran pendahulunya adalah kebebasan. Penonton bisa memperoleh informasi yang tidak disediakan di media penyiaran lainnya. Pembuat konten juga bisa berkreasi bebas tanpa ada batasan.
2. Pada umumnya menjadi youtuber hanya untuk mendapatkan uang dan harta kekayaan. Karena memang youtuber merupakan sebuah profesi pekerjaan di era modern ini. Jadi seorang youtuber tidak pantas jika disebut sebagai seorang pengganggu.
3. Youtuber merupakan sebuah profesi pekerjaan di era modern ini. Jadi seorang youtuber tidak pantas jika disebut sebagai seorang pengganggu.
4. Dengan membuat channel tentang Passion Anda, Anda jadi terpaksa meluangkan waktu untuk menggali, mempelajari, mengikuti perkembangan, dan terus mencoba dan mempraktekkan Passion Anda, yang selama ini mungkin terbengkalai dengan alasan “nggak ada waktu” atau “nggak sempat”, ataupun “nggak tahu caranya!”
5. Ini akan membuat Anda mengembangkan Passion Anda dengan rutin. Dan lebih keren lagi, membangun follower dan fans Anda dalam bidang Passion yang memang Anda sukai sejak dini!

DAFTAR PUSTAKA

- Baskoro, Adi. 2009. Panduan Praktis Searching di Internet. Jakarta : PT Trans Media
- Elmore, T. (2014). How Generation Z Differs from Generation Y. Retrieved July 01, 2015, from <http://growingleaders.com/blog/generation-z-differs-generation-y/>.
- Howe, N., & Strauss, W. (1991). Generations: the history of America's future, 1584 to 2069.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). Millennials rising: The next great generation. New York: Vintage.
- M Munandar. 2001. Budgeting: Perencanaan kerja, Pengkoordinasian kerja, Pengawasan kerja. Yogyakarta : BPFE
- M Nafarin. 2013. *Penganggaran Perusahaan*. Jakarta : Salemba empat.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Rakhmat, Jalaluddin dan Ibrahim. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi*
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryosubroto. 2009. *Proses Belajar Mengajar di Sekolah*. Jakarta: Rhineka Cipta.
- Usman. User. 2008. *Menjadi Guru Profesional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.