

Kode/ Nama Rumpun Ilmu \* : 622/Ilmu Komunikasi

**LAPORAN AKHIR  
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
SKIM IPTEKBERBASIS DOSEN DAN MASYARAKAT**



**Workshop Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Promosi Kota  
Wisata Tambang Sawahlunto (*Ombilin Coal Mining Of Heritage*)  
Pada Siswa SMA N 1 Sawahlunto**

**TIM PENGABDIAN**

**Ketua :** Revi Marta, S.Sos., M.I.Kom (10110384)

**Anggota :**

1. Alna Hanana, M.Sc (0010088804)
2. Dr. Elvaronaning Roem (0030038003)
3. Annisa Anindya, M.Si (1005109002)
4. Diego M.I.Kom (1002078403)
5. Novi Elian, M.Si
6. Ongky Andriawan
7. Annisa Marlina

**UNIVERSITAS ANDALAS  
2019**

**HALAMAN PENGESAHAN  
PROPOSAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**Judul** : Workshop Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Promosi Kota Wisata Tambang Sawahlunto (*Ombilin Coal Mining Of Heritage*) Pada Siswa SMA N 1 Sawahlunto

**Kode>Nama Rumpun Ilmu** : 622 / Ilmu Komunikasi

**Ketua Pengabdian**

a. Nama Lengkap : Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom  
b. NIDN : 1011038403  
c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli  
d. Program Studi : Ilmu Komunikasi  
e. Nomor HP : 081328504118  
f. Alamat Surel(e-mail) : unirevi@gmail.com

**Anggota Pengabdian** : 6 (Enam) orang

1. Alna Hanana (0010088804)
2. Dr. Elvaronaning Roem (0030038003)
3. Annisa Anindya, M.Si (1005109002)
4. Novi Elian, M.Si
5. Diego, M.I.Kom (1002078403)
6. Ongky Andriawan (1610862010)
7. Annisa Marlina (1710861002)

**Biaya Pengabdian** : Rp. 10.000.000,00  
**Biaya Luar Tambahan** : -

Mengetahui,  
Ketua Jurusan



Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom  
NIP.196208021988111001

Padang, 4 Oktober 2019  
Ketua Pengabdian

Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom  
NIP.198403112014042001

Mengetahui,  
Dekan Fisip Unand



Dr. Alfian Miko, M.Si  
NIP.196206211988111001

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	
DAFTAR ISI.....	
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Analisis Situasi.....	
1.2 Fokus dan Capaian Pengabdian .....	
BAB II SOLUSI DAN TARGET LUARAN.....	
2.1 Tujuan Pengabdian.....	
2.2 Target Luaran Pengabdian .....	
BAB III METODE PELAKSANAAN .....	
3.1 Teknis Pelaksanaan Kegiatan.....	
BAB IV PELAKSANAAN DAN EVALUASI KEGIATAN .....	
4.1 Pelaksanaan Kegiatan.....	
4.2 Evaluasi Kegiatan.....	
DAFTAR PUSTAKA .....	

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Google merupakan salah satu perusahaan yang berkekhurusan pada jasa dan produk internet. Salah satu layanan yang diberikan oleh Google adalah menyediakan wadah bagi setiap orang untuk berbagi video dan dapat diakses oleh semua orang di seluruh dunia setiap saat secara gratis. Layanan berbagi video tersebut dinamakan Youtube. Hingga tahun 2019 ini dapat dikatakan Youtube merupakan media baru berbasis video yang paling populer di dunia internet karena paling lengkap dan bervariasi. Menurut (McQuil, 2011) dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada dimana-mana.

Video pertama yang diupload di Youtube adalah video tentang seseorang bernama Jawed Karim yang sedang berjalan-jalan di sebuah kebun binatang. Video ini diupload pada 23 April 2005. Sejak saat itu, banyak bermunculan *content creator* yang ikut menyumbangkan karya mereka di Youtube. Sampai hari ini semakin banyak orang-orang yang menggunakan Youtube sebagai media untuk mendapatkan hiburan secara audio-visual layaknya televisi. Youtube semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Tidak hanya digunakan secara individu, Youtubepun mulai digunakan oleh komunitas dan perusahaan untuk mempromosikan sesuatu. Tidak aneh memang mengingat sebagian besar pengguna youtube saat ini memanfaatkan media ini untuk menguatkan sebuah produk atau jasa yang sedang dikelola. Para pebisnis online juga banyak memanfaatkan youtube untuk mempromosikan dan menjual produknya. Bermodalkan gadget, saat ini semua orang bisa memanfaatkan youtube untuk menghasilkan profit. Selain itu, youtube juga dapat digunakan sebagai media untuk melakukan kegiatan *branding* oleh lembaga pemerintahan. Salah satunya untuk membranding pariwisata sebuah kota dan kota Sawahlunto yang menjadi fokus pengabdian ini merupakan salah satu kota yang memanfaatkan Youtube untuk membranding pariwisata yang mereka tawarkan.

Kota Sawahlunto terkenal sebagai kota bekas tambang batu bara yang sekarang ini bertransformasi menjadi kota wisata dan budaya. *Ombilin Coal Mining of Heritage Sawahlunto* (OCHMS) telah diakui oleh UNESCO sebagai warisan dunia pada sidang WHC-UNESCO 6 Juli 2019 di Baku, Azerbaijan. Pengakuan oleh UNESCO ini adalah sebuah penghargaan yang ditunggu oleh kota Sawahlunto semenjak tahun 2015. Kota Tambang yang sukses bertransformasi menjadi kota wisata dan budaya menjadi sebuah ciri khas kota bekas tambang sehingga kekuatan ini harus bisa terpromosikan dengan baik kepada seluruh stakeholder.

Promosi memerlukan media komunikasi untuk mencapai target yang diinginkan. Salah satu media promosi yang bisa digunakan sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini yaitu Youtube. Jangkauan promosi tidak hanya dalam skala lokal, nasional saja namun dapat mencapai internasional sehingga nantinya siapapun dapat mengetahui pengakuan UNESCO tersebut. Namun, apabila pemerintah kota Sawahlunto tidak memanfaatkan media baru sebagai sarana promosi maka bisa dipastikan pengakuan tersebut tidak bisa membranding pariwisata kota Sawahlunto sebagai kota wisata dan budaya.

## **1.2 Fokus dan Capaian Pengabdian**

Saat ini siapapun bisa menggunakan gadget dan mengakses youtube. Peluang ini menjadi kekuatan dalam mempromosikan sebuah kota. Setiap stakeholder harus berperan positif membantu pemerintahan kota Sawahlunto, termasuk siswa SMA. Siswa SMA bisa menjadi corong pemerintah dalam promosi, dengan catatan mereka harus paham dan memiliki skill tentang media baru sehingga mampu mengaplikasikan pemanfaatan youtube dalam segala bidang.

Fokus kegiatan ini merupakan workshop mengenai Youtube sebagai media promosi kepada siswa SMA N 1 Kota Sawahlunto. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan tentang pemanfaatan youtube sebagai salah satu media promosi.

## **BAB II**

### **SOLUSI DAN TARGET LUARAN**

#### **2.1 Tujuan Pengabdian**

Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan solusi dan mewujudkan keinginan pelaku UMKM untuk mempromosikan produk mereka di media digital. Adapun solusinya adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pengenalan *Youtube* kepada siswa dan manfaatnya Sebagai Media Promosi Kota Wisata Tambang Sawahlunto (*Ombilin Coal Mining Of Heritage*)
2. Membuat akun *Youtube* dan pengelolaannya
3. Memberikan pelatihan fotografi untuk dokumentasi sehingga siswa dapat mengunggah foto dengan kualitas terbaik untuk ditampilkan di akun dan media sosial lainnya
4. Memberikan pelatihan pembuatan video kreatif yang nantinya dapat diupload pada akun *youtube*, minimal mengetahui cara menggabungkan, memutar, memotong, slow motion
5. Melakukan evaluasi dari kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh siswa

#### **2.2 Target Luaran Pengabdian**

Adapun target luaran kegiatan pengabdian ini adalah :

1. Publikasi pada jurnal ber ISSN/Prosiding
2. Publikasi pada media cetak/online

Kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman siswa akan media baru dalam membantu promosi world heritage yang telah diraih oleh kota Sawahlunto. Melalui *youtube* memungkinkan siswa secara otodidak, belajar mengupload video dan menambah kualitasnya. Misalnya dapat dilihat dalam fitur *youtube editor*. Meskipun fitur yang ditawarkan jauh lebih sederhana dan sedikit jika dibandingkan dengan aplikasi video lainnya. Selain itu, melalui kegiatan ini diharapkan akan lahir *youtuber* terkenal dari Kota Sawahlunto.

## **BAB III**

### **METODE PELAKSANAAN**

#### **3.1 Teknis Pelaksanaan Pengabdian**

Pengabdian ini dilaksanakan dengan menyampaikan beberapa materi kepada Siswa SMAN 1 Sawahlunto, yang di antaranya :

1. Pemberian materi melalui pengenalan Youtube kepada siswa dan manfaatnya Sebagai Media Promosi Kota Wisata Tambang Sawahlunto (Ombilin Coal Mining Of Heritage).
2. Mengenalkan youtube sebagai media baru yang sangat digemari saat ini, baik dari segi bisnis, pemberitaan, dan bahkan sebagai media branding. Sesi pertama ini menjelaskan tentang pengenalan perkembangan youtube di Indonesia.
3. Menjelaskan manfaat youtube sebagai sosial media yang memiliki jaringan yang sangat luas, meningkatkan visibilitas brand, membantu proses belajar dan menambah pengetahuan (informasi dalam bentuk audio visual video) meningkatkan perhatian dan kepercayaan masyarakat dengan konten-konten yang bermanfaat, serta sebagai sarana layanan masyarakat. Beberapa tips yang berguna untuk membangun sosial media yang baik diantaranya membangun manajemen yang handal, mempunyai kualitas produk yang baik, jaringan infrastruktur serta keamanan web yang terjaga, serta desain web yang menarik dan didesain secara profesional yang dikemas dengan video menarik yang di unggah pada youtube.
4. Pelatihan kepada siswa mengenai pembuatan akun youtube (sebelumnya bagi yang sudah memiliki google mail sudah langsung terhubung ke akun youtube, tinggal melakukan aktivasi) lalu menjelaskan sudah menjadi bagian dari user youtube.
5. Setelah siswa diberi pemahaman membuat akun pribadi youtube, tim pelatihan mengajarkan siswa untuk mengunggah video singkat ke akunnya masing-masing. Pemateri dalam pelatihan ini adalah Ibu Revi Marta, M.I.Kom selaku dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Andalas yang menekuni komunikasi promosi.

6. Tim pelatihan melanjutkan dengan memberi gambaran konten-konten berkualitas atau menarik bagi masyarakat saat ini. Mengajarkan bagaimana pembuatan konten video menarik yang terdapat di youtube sehingga memiliki nilai yang tinggi.
7. Tahapan edukasi berkelanjutan dilakukan sebagai upaya peningkatan pemahaman masyarakat terutama masyarakat dengan spesifikasi umur milenial yang sangat dekat dengan media social namun memiliki pemahaman yang luas dalam menggunakan berbagai macam media social yang efektifitas. Pemateri dalam pelatihan ini adalah Alna Hanana, M.Sc selaku ketua Labor TV dan Film Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Andalas.
8. Setelah pemberian pelatihan berlangsung, pemateri langsung memandu siswa-siswa untuk membuat akun youtube dan membuat video singkat menggunakan gadget namun memiliki nilai yang tinggi disertai cara cepat mengedit sebuah video menarik. Pemateri Tim Labor TV dan Film Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Andalas.

### **3.2 Lokasi dan Sasaran Kegiatan**

Pengabdian ini dilaksanakan di salah satu sekolah di kota Sawahlunto, yaitu SMAN 1 Sawahlunto dengan sasaran kegiatan ini adalah siswa-siswi SMA tersebut. Pihak sekolah memutuskan pengurus OSIS SMAN 1 Sawahlunto yang menjadi sasaran kegiatan pengabdian ini.



## **BAB IV**

### **PELAKSANAAN DAN EVALUASI KEGIATAN**

#### **4.1 Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan ini dilaksanakan pada Kamis, 7 November 2019 di SMAN 1 Sawahlunto. Peserta mengikuti kegiatan ini dari jam 09.00 hingga 12.00 WIB. Kegiatan ini terdiri dari 3 sesi, yaitu 2 sesi pemaparan materi dan sesi terakhir adalah pelatihan melalui kelompok kecil yang dibina oleh Dosen dan Mahasiswa.

Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, tim pengabdian melakukan beberapa persiapan agar kegiatan ini dapat berlangsung sesuai dengan apa yang diinginkan, yaitu dengan melakukan persiapan, survey, dan barulah melaksanakan kegiatan ini.

##### **4.1.1 Tahap Persiapan**

Sebelum melakukan pengabdian, tim pengabdian melakukan beberapa kegiatan persiapan untuk mendukung kelancaran kegiatan ini. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan kegiatan rapat dengan anggota tim pengabdian untuk membahas teknik pelaksanaan kegiatan pengabdian. Selain itu, tim pengabdian juga membahas hal-hal penting lainnya yang dibutuhkan selama kegiatan pengabdian ini berlangsung, seperti jadwal survei lokasi, lobi dan negosiasi dengan pihak SMAN 1 Sawahlunto sebagai lokasi pengabdian. Tim pengabdian juga mengurus kebutuhan administrasi yang diperlukan dengan pihak SMAN 1 Sawahlunto pada tahap ini. Setelah segala urusan dengan pihak SMAN 1 Sawahlunto dirampungkan, tim pengabdian mulai mempersiapkan materi-materi yang akan disampaikan kepada sasaran pengabdian selama kegiatan ini berlangsung. Selanjutnya, tim pengabdian menentukan narasumber yang kompeten dan merencanakan jadwal pertemuan untuk membahas materi pelatihan yang telah dipersiapkan dan disesuaikan dengan sasaran pengabdian dan masukan dari narasumber. Selanjutnya tim pengabdian mempersiapkan kebutuhan kegiatan seperti rundown kegiatan, desain spanduk kegiatan, dan mempersiapkan hal teknis lainnya untuk kelancaran kegiatan.

#### 4.1.2 Tahap Survei

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan survei ke SMAN 1 Sawahlunto sebanyak 1 kali. Untuk membahas teknis kegiatan pengabdian yang akan dilaksanakan. Hal-hal yang dibahas selama tahap ini adalah seperti teknis acara, jumlah siswa yang menjadi peserta pada kegiatan pengabdian ini. Pada tahap ini juga tim pengabdian mulai membagi tugas masing-masing anggota tim pengabdian mulai dari pra kegiatan hingga pasca kegiatan pengabdian ini. Selain itu tim pengabdian juga membahas teknis persiapan tempat untuk kebutuhan pelaksanaan kegiatan ini dengan pihak SMAN 1 Sawahlunto.

#### 4.1.3 Pelaksanaan Kegiatan

Tim pengabdian berangkat dari kota Padang sehari sebelum kegiatan dilaksanakan pada pukul 16.00 WIB dan sampai pada pukul 21.00 WIB. Pada keesokan harinya, yaitu hari kegiatan, tim pengabdian melakukan persiapan dari pukul 07.30 WIB dan berangkat ke lokasi kegiatan. Sesampainya di lokasi, tim pengabdian menemui pihak sekolah untuk memulai kegiatan pengabdian ini.

##### a. Pembukaan dan Perkenalan

Kegiatan ini dibuka oleh Annisa Anindya selaku MC pada pukul 09.00 WIB. Pada kegiatan ini pihak SMAN 1 Sawahlunto yang diwakili oleh Kepala Sekolah menyampaikan harapan-harapan yang nantinya dapat terlaksana setelah kegiatan pengabdian ini dilaksanakan. Setelah kegiatan pembukaan selesai, tim pengabdian menyerahkan plakat kepada SMAN 1 Sawahlunto dan melakukan foto bersama.

##### b. Kegiatan Sesi 1

Kegiatan sesi 1 dimulai pada pukul 09.25 WIB. Pada sesi 1 ini, siswa/i diberikan materi mengenai *New Media* dan Manfaatnya oleh Revi Marta. Siswa/i diperkenalkan mengenai internet sebagai *new media* yang muncul di masa sekarang ini. Dengan hadirnya internet, informasi yang dapat diperoleh dapat berasal dari mana saja dan dapat diakses di mana dan kapan saja. Ciri-ciri mulai terbukanya informasi pada era internet ini adalah :

a) Berita tidak lagi hanya berasal dari media mainstream

- b) Berita tidak hanya bersifat searah
- c) Anggota masyarakat dapat menjadi narasumber maupun pencari/penyebar berita
- d) Institusi harus siap diapresiasi maupun dikritik secara langsung
- e) Kinerja pegawai publik (institusi) lebih transparan
- f) Butuh strategi komunikasi yang lebih piawai, lebih responsif, & lebih cepat

Seperti halnya inovasi-inovasi terdahulu, internet juga memiliki dampak positif dan negative, yang di antaranya :

**Dampak Positif :**

- a) Perkembangan teknologi yang sangat pesat,
- b) Semakin berkembangnya layanan dan fasilitas berbasis internet,
- c) Memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi.

**Dampak Negatif :**

- a) Pencurian data dan informasi rahasia terhadap suatu perusahaan, organisasi dan negara,
  - b) Meningkatnya pelanggaran privacy seseorang,
  - c) Meningkatnya penipuan secara digital,
  - d) Pornografi, kekerasan yang ditampilkan untuk konsumsi public.
- c. Kegiatan Sesi 2

Pada sesi ke dua ini, siswa/i diibiberikan materi mengenai Youtube sebagai media promosi oleh Alna Hanana. Kegiatan ini dimulai pada pukul 09.40 WIB. Selama ini masyarakat awam menggunakan Youtube untuk menonton video yang disuguhkan melalui platform yang disediakan oleh Google ini. Akan tetapi, Youtube dapat dimanfaatkan lebih dari itu, seperti sebagai media pembelajaran dan media promosi bagi perusahaan ataupun pemerintah. Hal ini dikarenakan jumlah pengguna Youtube yang banyak dan arena Youtube

merupakan pilihan utama masyarakat ketika mereka mencari konten berbentuk video di internet. Terdapat beberapa tips untuk memanfaatkan Youtube sebagai media promosi ini, yaitu :

- a) Membuat konten yang unik dan berbeda
- b) Membuat judul video yang menarik
- c) Melakukan pemetaan pada deskripsi dan *thumbnail*
- d) Memiliki pembawaan personal yang menarik

d. Kegiatan Sesi 3

Sesi 3 ini dimulai pada pukul 10.00 WIB. Namun sebelum sesi ke tiga ini dimulai, siswa/i terlebih dahulu dibagi menjadi 5 kelompok sembari *break* setelah pemaparan materi. Pembagian kelompok ini dilakukan untuk memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan Youtube dalam kelompok kecil agar siswa/i lebih mengerti dan dapat mempraktekkannya secara langsung. Masing-masing kelompok dibina oleh satu orang dosen dan satu orang mahasiswa. Berikut pembagian dosen dan mahasiswa sebagai pembina pada masing-masing kelompok :

<b>Nama Kelompok</b>	<b>Dosen</b>	<b>Mahasiswa</b>
Kelompok 1	Sarmiati	Annisa Marlina
Kelompok 2	Annisa Anindya	Iftitah
Kelompok 3	Diego	Angga
Kelompok 4	Ilham	Alfaridzi
Kelompok 5	Novi Elian	Febriyetti

e. Penutupan

Setelah kegiatan ini selesai dilaksanakan, tim pengabdian dan siswa/i SMAN 1 Sawahlunto melakukan foto bersama. Lalu, tim pengabdian pun pamit dengan pihak SMAN 1 Sawahlunto.

#### **4.2 Evaluasi Kegiatan**

Kegiatan pengabdian yang sudah dilaksanakan ini masih memiliki beberapa kekurangan. Diantaranya, semua peserta pelatihan memiliki gadget yang layak untuk mengakses internet. Hal ini disebabkan oleh peraturan sekolah yang melarang siswanya untuk membawa gadget ke sekolah.

Kekurangan ini menjadi kendala bagi tim, karena hanya menggunakan gadget yang dibawa oleh tim pengabdian untuk dapat mempraktekkan langsung. Tidak hanya itu, keterbatasan sinyal juga menjadi kendala bagi tim untuk mengakses dan mempraktekkan langsung bagaimana cara mengupload video ke Youtube.

Untuk mendapatkan gambar yang bagus dan menjual untuk digunakan sebagai video promosi pariwisata ini, dibutuhkan juga alat-alat yang mumpuni seperti kamera. Akan tetapi, alat-alat ini juga tidak dimiliki oleh peserta kegiatan pengabdian. Selain itu, kegiatan ini hanya dilakukan satu kali pertemuan karena keterbatasan waktu. Keterbatasan diatas akan menjadi evaluasi bagi tim pengabdian untuk perbaikan kedepannya sehingga siswa/i bisa melakukan praktek pemanfaatan Youtube untuk mempromosikan lokasi wisata di kota Sawahlunto. Kegiatan ini diharapkan dapat menjaring kerjasama dengan pihak-pihak sekolah yang ada di kota Sawahlunto terkait untuk pelatihan selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Cresswell, John. W, 2010. Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hermawan, Agus. Komunikasi Pemasaran. 2012. Penerbit Erlangga: Jakarta

Jacobsen, Bjorn P (2009), Investor Creativity. Journal of Place Management and Development Vol 2 No 1

Kriyantono, Rakhmat, 2007. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta : Prenada Kencana

McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi Massa Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika

Rangkuti, Freddy. Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus IMC. 2009. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Sulaksana, 2007. Integrated Marketing Communication, Jakarta: Quantum.

Saputra, Wahidin, 2011, Public Relations Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber, Depok: Gramata Publishing.

Tjiptono, Fandy, 2009. Strategi Pemasaran: Manajemen Jasa, Yogyakarta: Andi Publisher.

Wiley, Yoeti. A. Oka, 1996. Manajemen Pemasaran, Jakarta : Perca.

Yananda, M Rahmat. Branding Tempat Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas. 2011. PT Makna Informasi Indonesia: Jakarta

### **Internet**

Ardhoyo, T.E, Juni 2013, "Peran dan Strategi Humas ( Public Relation ) dalam Mempromosikan Produk Perusahaan" Jurnal Volume 1. Akses 4 Oktober 2019.

## DOKUMENTASI



