

## **VLOGGER SEBAGAI SALURAN MENUJU GENERASI MILENIAL PRODUKTIF INDONESIA**

Amelia Murti Kuncoro, Alvina Octaviani Putri, dan Yulia Ayu Pradita  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jember  
alvinaoctaviani@gmail.com

### **Abstrak**

Pada dasarnya, manusia suka diperhatikan. Terutama di era ini di mana internet telah menjadi kebutuhan dasar, media sosial telah berkembang dengan cepat dan ada berbagai jenis media sosial. Hal ini tentunya membuat orang berlomba untuk menunjukkan kualitasnya melalui berbagai media sosial seperti *Facebook, Instagram, Line, Path, Twitter*, dan *YouTube*. Di *youtube*, mereka membuat video sekreatif mungkin sehingga mereka dapat menarik banyak pemirsa dan menjadi lebih terkenal. Ada berbagai konten video. Mulai dari berita, politik, hiburan, dan salah satunya adalah blog video (*vlog*). Pencipta konten *vlog (vlogger)* membuat berbagai jenis *vlog* seperti harian, perjalanan, makanan, permainan, ulasan dan *unboxing*, dan kecantikan. Dari *vlog* yang mereka buat, *vlogger* akan mendapatkan bagian dari pendapatan *youtube* untuk iklan yang terdapat dalam video mereka dan popularitas mereka membuat banyak merek yang menawarkan kerjasama sehingga produk mereka dipromosikan. Ini membuat para *vlogger* mendapat banyak uang. Sekarang, *vlogger* menjadi salah satu pekerjaan yang menjanjikan bagi generasi muda. Dalam jurnal ini kita akan membahas tentang potensi ekonomi seorang *vlogger* yang akan mempengaruhi kemajuan generasi muda Indonesia menjadi generasi produktif.

**Kata kunci: Ekonomi, Generasi, Media, Produktif, Sosial, Vlogger.**

### **Abstract**

*In essence, humans like to be noticed. Especially in this era where the internet has become a basic need, social media has develops rapidly and there are various types of social media. This certainly makes people compete to show their quality through various social media such as Facebook, Instagram, Line, Path, Twitter, and YouTube. On youtube, they make videos as creative as possible so that they can attract a lot of viewers and become more famous. The are various video contents. Starting from news, politics, entertainment, and one of them is a video blog (vlog). The creator of vlog content (vlogger) makes various types of vlogs such as daily, travel, food, gaming, review and unboxing, and beauty. From the vlog they made, the vloggers will get a share of the youtube revenue for the ads contained in their videos and their popularity makes many brands that offer cooperation so that their products are promoted. This makes the vloggers get a lot of money. Now, vlogger becomes one of the promising jobs for young generation. In this journal we will discuss about the economic potential of a vlogger that will affect the progress of Indonesia's young generation into a productive generation*

**Keywords: economic, generation, media, productive, social, vlogger**

## **PENDAHULUAN**

Di zaman yang serba digital ini, sosial media semakin berkembang dan digemari masyarakat salah satunya adalah situs youtube. Di situs youtube, mereka dapat menemukan konten-konten video yang mereka suka. Tren youtube yang mulai merebak sejak tahun 2014 ini memiliki banyak konten mulai dari pendidikan, berita, politik, sampai hiburan. Dibalik konten-konten yang dinikmati masyarakat tersebut, terdapat orang-orang kreatif yang membuatnya. Mereka membuat konten sesuai dengan bidang dan kemampuan mereka, salah satunya adalah Vlog. Google Indonesia pun mencatat sejak tahun 2016 konten video yang diunggah ke Youtube naik sebesar 600 persen. Hal

ini disebabkan oleh salah satu konten video yang bernama vlog. Vlog atau video *blogger* adalah kegiatan *blogging* dengan menggunakan media *audio visual*. Pembuat vlog atau yang biasa disebut *vlogger* biasanya merekam kegiatan mereka dengan menggunakan *handphone* ataupun kamera. Biasanya, para *vlogger* mempertontonkan aktivitas mereka sehari-hari atau acara penting yang mereka hadiri. Durasi dari vlog bermacam-macam, mulai dari sekitar 15 menit hingga sekitar satu jam. Mereka akan berusaha membuat vlog yang semenarik mungkin untuk menarik minat penonton. Dari jumlah penonton yang minimal 1000, mereka akan mendapat bagi hasil dari youtube sehingga para *vlogger* akan membuat berbagai konten vlog sekreatif mungkin untuk menarik penonton. Diketahui bahwa sebagian besar vlogger dan penontonya merupakan anak muda atau disebut dengan generasi milenial. Generasi Milineal selama ini dianggap menjadi generasi muda yang hanya mementingkan diri sendiri, kurang bekerja keras karena semua sudah dimudahkan oleh teknologi dan kurang memiliki kepekaan sosial. Namun melalui artikel ilmiah ini, pembaca akan diberikan pemahaman bahwa generasi milineal merupakan komponen penting dalam membangun Negara menjadi lebih maju melalui beberapa hal yaitu potensi dan teknologi. Oleh karena itu, artikel ilmiah ini akan membahas mengenai potensi yang dimiliki dari seorang vlogger, dan pengaruhnya terhadap upaya mendorong generasi muda Indonesia menjadi generasi yang produktif.

## METODOLOGI

Dalam melakukan analisis ini, kami menggunakan metode deskriptif dengan memberikan uraian tentang *vlogger*. Kami menghimpun informasi dengan cara literasi. Dalam melakukan literasi, kami mencari sumber bacaan dari beberapa berita, data dan artikel yang dipublikasi di internet untuk mendukung penulisan artikel ilmiah ini. Metode yang kami gunakan dalam menulis artikel ilmiah ini adalah hasil pemikiran. Sebagai mahasiswa, kami melihat dan mengalami sebagian besar fenomena yang dibahas didalam artikel ini. Kami mengamati dari lingkungan terdekat kami dimulai dari kebiasaan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Jember yang setiap hari berinteraksi dengan internet.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pekerjaan sebagai vlogger

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan dari metode literasi, kami menyimpulkan bahwa terdapat beberapa jenis konten vlog yang populer di Indonesia, antara lain:

1. *Daily*

Jenis vlog ini termasuk yang paling populer. Vlog ini berisi tentang kegiatan keseharian kreator dalam beberapa jam bahkan selama sehari yang diringkas menjadi beberapa menit dalam video. Salah satu *youtuber* yang sering membuat vlog ini adalah Awkarin. Dengan vlognya yang bernama Kvlog, Awkarin dapat menarik hingga 2 juta *viewers* tiap satu video yang diupload.

2. *Travel*

Kreator akan membagi informasi mengenai tempat-tempat yang dikunjungi. Informasi tersebut mulai dari tempat wisata, biaya, fasilitas, serta kepuasan mengunjungi tempat tersebut. Melalui *travel vlog* ini, penonton akan merasa

seperti ikut menjelajahi tempat tersebut. Salah satu kreator yang membuat *travel* vlog ini adalah Gita Savitri Devi (Gitasav). Untuk satu video, gitav mampu mendapatkan ratusan ribu penonton.

3. *Food*

Vlog jenis ini memiliki konten yang hampir mirip dengan *travel* vlog karena kreator akan *travelling* untuk mencari makanan yang unik, lezat dan menarik. Perbedaan konten food dengan travel adalah kreator food vlog hanya membahas makanan dan tempat makan yang dikunjungi. Tetapi creator food tidak hanya selalu berkunjung ke tempat makan. Terdapat pula kreator yang membuat video vlognya di rumah. Jadi kreator akan membuat atau membeli makanan tersebut dan memakannya di rumah. Beberapa vlog juga mempertontonkan dirinya saat makan dalam jumlah yang sangat banyak, ini juga biasa disebut mukbang. *Vlogger* yang sering membuat vlog ini adalah MGDALNAV yang videonya ditonton hingga 3.1 juta kali.

4. *Gaming*

Untuk para *gamers*, mereka akan mendapatkan rekomendasi *games* yang menarik melalui vlog ini. Para *vlogger* akan menunjukkan aksinya ketika memainkan *game* yang dipilih dan menjelaskan beberapa hal tentang game tersebut. *Game vlogger* yang terkenal di Indonesia adalah rezaoktavian. Kreator ini akan merekam kegiatannya saat bermain *game* dan videonya ditonton hingga 4.9 juta kali.

5. *Beauty*

*Beauty* vlog biasanya tidak lepas dari *vlogger-vlogger* berpenampilan menarik. Biasanya, mereka akan menunjukkan tutorial dalam berdandan dan produk-produk *make up* yang direkomendasikan. Selain itu, terkadang ada beberapa tantangan *make up* untuk mereka yang disarankan oleh penonton maupun mereka sendiri. Salah satu *beauty vlogger* yang terkenal di Indonesia adalah tasya farasya. *Beauty vlogger* ini banyak disukai penonton khususnya wanita karena penonton akan mendapat ilmu mengenai kemampuan tata rias wajah yang tinggi dan mendapat informasi mengenai rekomendasi peralatan *make up* yang berkualitas sehingga menghasilkan hasil riasan yang bagus. Tasya Farasya bergabung di youtube selama 2 tahun terakhir dan videonya telah ditonton hingga 1.4 juta kali.

6. *Review dan Unboxing*

Konten yang terakhir adalah *review dan unboxing*. Di konten ini, para *vlogger* akan membeli barang lalu ketika barang tersebut telah sampai mereka akan mempertontonkan ketika mereka membuka kemasan dan menunjukkan barang tersebut kepada penonton serta menjelaskan tentang kekurangan dan kelebihan barang tersebut. Salah satu *vlogger* yang sering melakukan unboxing dan review adalah istri dari *youtuber* Raditya Dika, Annisa Azizah.

### **Cara *vlogger* mendapatkan penghasilan dari youtube**

Sebelum mengupload vlog, kreator terlebih dahulu melakukan monetisasi video kanal youtube. Caranya yaitu dengan mengaktifkan AdSense pada status akun di youtube. Monetisasi berarti memberikan izin pada youtube atau google untuk menempatkan iklan pada video. Sebagai timbal balik, para *vlogger* akan mendapat bagian 55% dari hasil perolehan iklan tersebut. Ada tiga jenis iklan yang dapat menjadi pemasukan. Iklan yang muncul pada awal sebelum video (*in-stream ads*), iklan pada pojok kanan atas

halaman browser (*display ads*), dan iklan pada bawah video (*overlay ads*). Para *vlogger* akan mendapatkan 1 USD tiap 1000 *view* video yang mengandung iklan tersebut.

Setelah mendapatkan banyak *subscribers* dan *viewers*, *vlogger* akan semakin terkenal. Hal ini membuat *brand-brand* terkenal tertarik untuk melakukan kerja sama dengan *vlogger* tersebut. Biasanya, *vlogger* akan dibayar untuk dijadikan brand ambassador atau sekedar mempromosikan produk tersebut. Selain itu, para *vlogger* juga menjual video mereka pada website komersial, hal ini tentu semakin menambah pemasukan bagi para *vlogger*.

### **Generasi yang produktif**

Di masa yang akan datang, generasi muda menjadi penyambung estafet dari generasi yang lalu untuk menjadi penentu masa depan suatu bangsa. Generasi muda selalu identik dengan berbagai hal mengenai keaktifan. Dimulai dari memiliki kreatifitas tinggi, inovasi yang revolusioner, dan ide-ide cemerlang lainnya. Kelebihan-kelebihan generasi muda tersebut akan menjadi salah satu saluran untuk memajukan bangsa ini. Hingga saat ini, Negara kita Indonesia masih berstatus sebagai Negara berkembang, padahal jika ditelaah, Indonesia merupakan Negara yang besar. Tidak hanya wilayah dan rakyat, tetapi juga sumber daya alam yang melimpah. Dengan besarnya SDM dan SDA, sangat memungkinkan bagi Indonesia menjadi Negara Maju. Kuantitas menjadi unsur yang penting untuk dapat menjadi Negara maju, namun ada unsur yang lebih penting selain kuantitas, yaitu unsur kualitas. Jika diperhatikan, di beberapa Negara maju seperti Singapura, Jepang, dan lain-lain, jumlah penduduknya tidak terlalu banyak tetapi kualitas SDM Negara tersebut sangatlah tinggi. Sehingga untuk melakukan suatu kebijakan pemerintah, proyek, atau kegiatan yang bertujuan membangun negara, maka Negara tersebut tidak mengalami kendala dan kegiatan berjalan dengan lancar. Salah satu penyebab rendahnya tingkat SDM di Negara berkembang khususnya Indonesia yaitu rendahnya tingkat pendidikan dan tingginya tingkat pengangguran. Tingkat pengangguran di Negara-negara maju juga sangat rendah jika dibandingkan dengan Negara berkembang. Hal ini tentu saja disebabkan oleh berbagai faktor, namun faktor terbesarnya adalah kesadaran rakyat akan pentingnya suatu produktivitas didalam pendidikan, pekerjaan, maupun kegiatan sehari-hari. Produktivitas diartikan sebagai keaktifan atau peran aktif dari seseorang yang bertujuan meningkatkan kemampuan, menambah pengalaman, dan mengembangkan potensi diri. Seseorang yang produktif akan memiliki jadwal kegiatan yang cukup padat namun mampu memajemen waktunya sehingga tidak ada waktu yang terbuang sia-sia karena seseorang ini mampu memanfaatkan waktu yang dimiliki sebaik-baiknya.

### **Vlogger sebagai saluran mendorong generasi milenial menjadi generasi yang produktif**

Diketahui dari beberapa ulasan diatas, pekerjaan seorang vlogger merupakan pekerjaan yang sebagian besar dilakukan oleh anak muda atau yang disebut generasi milineal. Meskipun pekerjaan tersebut terbilang mudah dan instan, namun vlogger memiliki potensi dan pengaruh yang besar terhadap karakter generasi muda. Generasi milineal memiliki potensi yang besar pula dalam upaya memajukan bangsa melalui kegiatan-kegiatan yang produktif. Hal ini disebabkan karena generasi milineal merupakan

generasi yang berada di lingkungan serba teknologi. Di era globalisasi seperti saat ini, tidak mudah bagi suatu Negara atau komunitas untuk dapat menolak penggunaan teknologi, tidak ada waktu untuk tertinggal karena saat ini dunia hidup berdampingan dengan teknologi. Teknologi yang canggih akan dapat mendukung proses pemerintahan, pendidikan, kesehatan, dan bidang-bidang lainnya termasuk ekonomi.

Salah satu contoh penggunaan teknologi yang digunakan generasi milenial adalah internet dan *smartphone*. Saat ini, hampir semua remaja mulai dari usia sekitar 12-17 tahun pasti memiliki *smartphone*. Hal ini juga berlaku bagi orang dewasa yang sebagian besar menggunakan *smartphone* untuk kegiatannya sehari-hari. Dengan bertambahnya jumlah pengguna internet dan *smartphone* maka akan berpengaruh pada pola hidup generasi milenial. Pola hidup generasi milenial saat ini adalah ketika semua kebutuhan dan kegiatannya dilakukan secara cepat dan mudah atau bisa disebut dengan serba internet. Bahkan, untuk beberapa remaja *smartphone* dan internet menjadi kebutuhan primer yang harus terpenuhi. Meski terdapat sisi negatif, namun penggunaan teknologi ini memiliki kelebihan yaitu mendorong generasi milenial menjadi generasi yang produktif. Melalui teknologi seperti internet dan *smartphone*, generasi muda akan terdorong melakukan banyak inovasi dibidang masing-masing. Contohnya yaitu vlogger. Video blogger ini menjadi salah satu saluran generasi milenial dalam mengembangkan potensi yang mereka miliki. Subyek dari vlog adalah creator itu sendiri dan obyeknya tergantung konten video. Konten video yang akan dibuat juga tergantung pada masing-masing karakter creator vlog. Diketahui terdapat 2 jenis kepribadian manusia yaitu *extrovert* dan *introvert*. *Extrovert* merupakan tipe kepribadian yang terbuka dan senang untuk tampil di depan banyak orang, orang dengan kepribadian ini memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi. Namun sebaliknya dengan *introvert*, kepribadian ini cenderung tertutup namun orang dengan kepribadian *introvert* ini memiliki kemampuan yang lebih dalam mengenai mendengarkan orang lain. Biasanya seseorang yang *introvert* tidak terlalu senang tampil di depan umum dan memilih mencari tempat dan keadaan yang nyaman untuk dirinya. Disinilah timbul permasalahan, seseorang dengan kepribadian *extrovert* akan mudah melakukan kegiatan yang berhubungan dengan orang banyak dan cenderung terlihat produktif. Kemudian untuk seseorang yang *introvert*, mereka yang tidak mudah tampil di depan umum bisa mengekspresikan diri melalui dunia maya atau internet. Melalui internet, seseorang *introvert* tidak perlu berhadapan langsung dengan orang banyak dan tetap mampu mengembangkan potensi yang dimiliki. Terdapat bermacam-macam konten video yang bisa dipilih sesuai dengan potensi yang dimiliki. Dan vlogger tentu saja juga tidak hanya untuk seseorang dengan kepribadian *introvert* tetapi juga *extrovert*. Vlogger menjadi media bagi generasi milenial untuk dapat selalu produktif. Misalkan seseorang yang menyukai memasak akan terdorong untuk menciptakan karya vlog yang berisikan konten mengenai cara memasak, dan lain-lain. Tidak hanya seni, vlogger juga bisa memilih konten pendidikan serta inovasi. Konten pendidikan bisa diisi dengan video mengenai tips dan trik mengerjakan soal, dan lain-lain. Vlog menjadi media yang tidak memiliki batas mengenai tema dan konten selama masih di dalam batas norma-norma yang berlaku. Dan tentu saja, vlog menjadi saluran mampu memberikan informasi dan inspirasi kepada penonton. Semakin banyak respon positif mengenai vlog seseorang, maka akan semakin berpengaruh pada orang banyak serta diri sendiri. Selain itu, vlogger yang memiliki *viewers* yang banyak akan mendapat penghasilan yang cukup. Hal ini sebanding dengan

banyaknya *viewers* yang menonton dan respon baik dari *viewers* tersebut. Secara tidak langsung, pekerjaan vlogger akan mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang tidak hanya unggul dalam praktik di lapangan tetapi juga dalam teknologi. Salah satu contoh vlogger yang memulai usahanya sejak muda dan kini telah menjadi seorang yang sukses adalah Rachel Venya. Jika diperhatikan cerita masa mudanya, Rachel Venya muda merupakan seseorang yang tidak mudah menyerah. Saat ini Rachel memiliki berbagai bisnis *online* dan *offline*. Kesuksesannya dimulai dari dunia maya dan online shop. Rachel juga memiliki channel youtube yang menunjukkan bahwa dirinya juga seorang vlogger. Selain Rachel, ada juga Raditya Dika dan Ria Ricis. Kedua komedian ini bekerja sekitar 80% melalui channel youtube mereka dan menjadi seorang vlogger. Pendapatan mereka juga terbilang fantastis dan mereka mampu menghibur penonton serta memberikan banyak informasi sehingga penonton mereka selalu menunggu vlog selanjutnya yang akan diunggah. Tidak hanya generasi milineal yang mengawali, terdapat pula tokoh inspiratif Merry Riana yang sebelumnya membagikan kisahnya melalui blog dan kini aktif di berbagai media social serta youtube. Kisahnya yang fenomenal dalam berusaha mencapai cita-cita di negeri orang, banyak menjadi inspirasi generasi muda. Dan contoh terakhir yaitu idola generasi muda Gita Savitri atau yang dikenal dengan nama gitav. Gitav merupakan mahasiswa yang kuliah di Jerman program studi kimia. Gitav memulai karir vlognya dengan bercerita pengalaman kuliahnya di luar negeri. Setelah mendapat banyak respon positif, kini gitav mendapat banyak tawaran iklan dan menjadi salah satu ambassador dari media belajar online yaitu RuangGuru. Berdasarkan kisah gitav, kita bisa menyimpulkan bahwa seorang vlogger memiliki pengaruh yang besar dan berperan penting dalam usaha meningkatkan produktivitas masyarakat khususnya generasi milineal. Selain itu, diketahui pula vlogger-vlogger tersebut juga sering melakukan seminar motivasi untuk membagikan kisah inspiratif mereka. Jika mereka mampu menjadi vlogger yang hebat, maka orang lain pun memiliki kesempatan yang sama. Oleh karena itu, kegiatan seperti vlogger berpengaruh terhadap dorongan menjadi generasi yang produktif. Jika generasi milineal menjadi produktif, maka upaya pembangunan Negara dapat berjalan dengan baik diberbagai bidang seperti IPTEK, ekonomi, pendidikan, dan lain-lain. Saat ini, ilmu dan informasi tidak hanya didapat dari bangku sekolah formal, tetapi juga berbagai media. Sehingga, generasi milineal tidak hanya mendapat ilmu di institusi pendidikan namun mereka juga mampu berkontribusi membangun bangsa melalui potensi mereka yang disalurkan melalui vlogger.

## KESIMPULAN

Generasi Milineal merupakan generasi yang “melek” teknologi. Di jaman serba teknologi canggih seperti sekarang generasi milineal adalah pelaku utama yang akan mendorong kemajuan bangsa melalui produktivitas mereka. Produktivitas generasi milineal yang sekarang sedang banyak dilakukan adalah vlog. Menjadi seorang vlogger artinya seseorang tersebut menjadi *influencer* bagi masyarakat banyak khususnya penonton vlog. Menjadi panutan dan inspirator banyak orang, vlogger menjadi salah satu saluran yang paling berpengaruh dalam meningkatkan produktivitas generasi milineal di jaman yang milineal ini. Ada bermacam-macam jenis vlog para vlogger seperti *daily*, *travel*, *food*, *gaming*, *beauty*, dan *review and unboxing*. Jenis-jenis tersebut dibuat tentunya berdasarkan minat dan bakat para *vlogger* untuk menarik banyak penonton. Dari

banyaknya penonton yang para *vlogger* dapatkan, mereka akan mendapat banyak keuntungan dan pemasukan. Hal ini menunjukkan bahwa menjadi seorang *vlogger* merupakan pekerjaan yang memiliki peluang ekonomi yang bagus. Pembaca dapat menambah pemasukan dengan menjadi *vlogger* dan menentukan jenis vlog apa yang akan dibuat sesuai dengan bidang anda. Apabila menjadi seorang *vlogger*, pembaca harus mampu menghasilkan video yang semenarik mungkin dan tentunya bermanfaat agar dapat menarik minat para penonton.

## KETERBATASAN

Di dalam artikel ilmiah ini, terdapat keterbatasan-keterbatasan mengenai data statistik penggunaan teknologi dan internet secara nyata. Akan lebih baik jika penulis melakukan penelitian secara nyata di lapangan. Sehingga pembahasan artikel ilmiah ini dapat mengandung hasil penelitian yang konkrit.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kelancaran dalam proses menyelesaikan artikel ini, selain itu penulis sangat berterima kasih kepada pihak –pihak yang telah membantu dalam proses penulisan artikel ilmiah ini. Terima kasih kepada dosen mata kuliah manajemen keuangan Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si. yang telah menjadi sumber informasi mengenai lomba artikel, serta teman-teman kelas bilingual angkatan 2017 yang telah membantu . memberikan referensi serta menjadi *partner* diskusi dalam penulisan artikel ilmiah ini.

## DAFTAR PUSTAKA

[https://id.wikipedia.org/wiki/Blog\\_video](https://id.wikipedia.org/wiki/Blog_video)

<https://today.line.me/id/pc/article/7+Jenis+Video+Vlog+yang+Populer+di+Youtube+Indonesiab48f11f97f38db955945e28db1791197f681682af4ac964b7976301151ab11c1>

<http://haho.co.id/media/tutorial/vlogger/tipe-vlog-kekinian-yang-bisa-kamucoba/>

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3344362/begini-cara-mudah-raup-jutaan-rupee-dari-menjadi-vlogger>