

Analisis Minat Menonton Edukasi Ekonomi Syariah di Youtube (Survei pada Masyarakat di Kota Bandung)

M Amin Akbar

Jurusan Ekonomi Syariah – STEMBI Bandung
aminakbar534@gmail.com

P Pulung Puryana

Jurusan Ekonomi Syariah – STEMBI Bandung
pulungpuryana@stembi.ac.id

Abstrak

Tujuan_ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat minat masyarakat kota Bandung dalam menonton edukasi ekonomi syariah di YouTube serta mengetahui faktor apa yang mempengaruhi tinggi dan rendahnya minat tersebut.

Desain/Metode_ Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode Mix Method yaitu penggabungan antara kualitatif dan kuantitatif

Temuan_ Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu minat masyarakat kota Bandung dalam menonton edukasi ekonomi syariah di YouTube adalah tinggi. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor keingintahuan dan juga faktor tuntutan pendidikan

Implikasi_ Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat kota Bandung dalam menonton edukasi ekonomi syariah adalah tinggi hal tersebut diketahui berasal dari faktor keingintahuan dan tuntutan pendidikan

Originalitas_ Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner, melakukan wawancara dan observasi kepada para masyarakat kota Bandung yang sesuai dengan target penelitian untuk dijadikan sumber informasi

Tipe Penelitian_ Studi Empiris

Kata Kunci : Minat Menonton, Edukasi Ekonomi Syariah, YouTube

I. Pendahuluan

Meningkatnya perkembangan teknologi dalam beberapa tahun terakhir ini membuat penggunaan internet di seluruh dunia mencapai hingga 4,95 miliar jiwa pada awal tahun 2022 (Katadata, 26 Januari 2022). Hal tersebut pun terjadi di negara Indonesia, terutama saat pandemi berlangsung per-2019 akhir menyebabkan banyak aktivitas terpaksa harus dilakukan dari dalam rumah. Tak hanya pekerja, bagi para pelajar mulai dari taman pendidikan kanak-kanak hingga para mahasiswa pun dipaksa untuk dapat beradaptasi memulai pembelajaran secara *online* (Suara, 16 Agustus 2021). Sementara itu, *platform* yang kerap kali digunakan dalam pembelajaran online tersebut salah satunya adalah YouTube (Kumparan, 4 Februari 2022). Hal itu disebabkan karena media YouTube merupakan salah satu web berbagi video yang dapat memudahkan bagi para pelajar, terutama dari daerah pelosok dengan jaringan yang kurang stabil untuk melakukan tatap muka melalui media online seperti Zoom Meeting, ataupun Google Meet. Tak hanya itu, YouTube pun dapat digunakan sebagai media edukasi dalam berbagai bidang, melalui akses kemudahan yang

ditawarkan, media berlogo merah tersebut menjadi wadah kedua seseorang mengakses informasi maupun edukasi setelah Google. Namun dalam hal edukasi secara teknis dan praktik, YouTube dinilai akan lebih unggul ketimbang Google. Kendati demikian, tak sedikit pula para YouTuber yang membuat konten seputar edukasi dengan jutaan pelanggan dan penonton, misalnya seperti Fiki Naki dengan konten edukasi bahasa, Jerome Pollin dengan edukasi matematika, Felicia Putri Tjiasaka dengan konten seputar ekonomi dan keuangan, dan beberapa kanal YouTube lainnya seperti Kok Bisa, Satu Persen dan lain-lain yang juga membahas seputar edukasi. Lantaran begitu, ternyata tak semua jenis kanal YouTube tentang edukasi di Indonesia yang memiliki jumlah peminat yang banyak. Salah satu edukasi yang sepi peminat yaitu edukasi ekonomi syariah, hal tersebut dibuktikan dengan daftar 100 kanal YouTube terbesar di Indonesia (**Socialblade, 25 Februari 2022**) yang diantaranya tak terdapat satupun kanal yang membahas tentang edukasi ekonomi syariah. Selain itu, beberapa kanal YouTube yang menurut penulis, aktif dalam membahas tentang edukasi ekonomi syariah pun jika ditelisik lebih dalam, memiliki jumlah *viewers* dan *Pelanggan* yang terbilang masih sangat sedikit jika dibandingkan dengan kanal YouTube yang membahas konten edukasi lainnya. Beberapa kanal YouTube yang membahas tentang edukasi ekonomi syariah (per-25 Februari 2022) yaitu: **RENI MARLINA** (6,91 ribu pelanggan dengan rata-rata penonton 200-300 perhari), **Tazkia TV** (4,81 ribu pelanggan dengan rata-rata penonton 47-230 perhari), **Masyarakat Ekonomi Syariah** (5 ribu pelanggan dengan rata-rata penonton 17-158 perhari), **Ngaji Ekonomi Syariah** (pelanggan 2,06 ribu dengan rata-rata penonton 64-445 perhari), **SMART SKILL SKOOL** (pelanggan 81,3 ribu dengan rata-rata penonton 3,63 ribu - 24,2 ribu perhari), **Qazwa IDE** (pelanggan 4,5 ribu dengan rata-rata penonton 58-330 perhari), **Muhammad Syafii Antonio** (pelanggan 6,5 ribu dengan rata-rata penonton 122-904 perhari), **Mang Amsi** (Pelanggan 10 ribu dengan rata-rata penonton 322-1,19 ribu perhari), **Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah** (pelanggan 2,9 ribu dengan rata-rata penonton 24-613 perhari). Sehingga, jika dijumlahkan total dari seluruh penonton yang aktif, maka rata-rata perharinya hanya memperoleh jumlah penonton berkisar 3,130 perhari dan 93,900 penonton perbulan. Melihat hal tersebut, penulis pun menyimpulkan bahwa peminat konten edukasi tentang ekonomi syariah di Indonesia hanya berkisar 0,093% jika dibandingkan dengan total seluruh penonton YouTube di Indonesia yaitu lebih dari 100 juta orang perbulannya. Berdasarkan dari uraian diatas, terdapat beberapa tujuan mengapa penelitian ini dilaksanakan yaitu: untuk mengetahui bagaimana minat masyarakat kota Bandung dalam menonton edukasi ekonomi syariah di YouTube, selain itu peneliti juga ingin mengetahui bahwa apa saja faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menonton edukasi ekonomi syariah di YouTube serta mengetahui tentang solusi apa saja yang dapat dilakukan agar konten edukasi ekonomi syariah dapat diminati oleh masyarakat secara luas.

II. Kajian Teori

Pengertian Minat

Pada dasarnya, kebanyakan dari individu yang menganggap bahwa minat dan perhatian adalah sesuatu yang sama dan tak terdapat perbedaan. Namun, jika lebih ditelisik lagi, antara keduanya memang memiliki kemiripan, serta dalam praktek sehari-hari pun sering dilakukan bergandengan antara satu dengan yang lain, akan tetapi pada dasarnya mereka berdua adalah sesuatu yang berbeda. Melihat hal tersebut dalam **Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)** Minat diartikan sebagai kecenderungan hati atau gairah dan keinginan yang tinggi terhadap sesuatu. Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan **Sumadi Suryabrata (2002)** bahwa minat adalah sebuah perasaan suka dan rasa ketertarikan yang lebih terhadap suatu hal atau aktivitas tanpa ada perintah atau permintaan dari orang lain. Selain itu, **Sabilillah & Maryani (2021:32)** juga mengungkapkan bahwa minat pada dasarnya merupakan sebuah penerimaan terhadap suatu hubungan dengan diri sendiri dan sesuatu hal

yang diluar diri sendiri, maka dari itu semakin kuat atau dekat sebuah jarak hubungan tersebut maka akan semakin besar pula minatnya.

Pengertian Menonton

Sardji yang dikutip oleh **Naratama (2004)** mengungkap bahwa menonton didefinisikan sebagai proses yang entah itu disadari ataupun tidak, yang mana kegiatan menonton tersebut diletakan di dalam alam yang samar yang berhadapan pada tumpuan cahaya serta dapat membantu memunculkan sebuah ilusi yang berada diatas layar sehingga dapat menimbulkan emosi, sebuah pikiran dan juga berupa perhatian seseorang akibat pengaruh dari tayangan-tayangan yang telah ditonton.

Aspek-aspek Minat menonton

Setiap aktivitas yang individu kerjakan berdasarkan minat, tentu menimbulkan kebahagiaan atau rasa senang saat melakukannya. Pasalnya, minat terhadap sesuatu apapun pada dasarnya terdiri dari 2 aspek yaitu aspek kognitif dan aspek afektif (**Hurclock, 2004 dalam Ahsan, 2012**). Adapun penjelasan tentang kedua aspek tersebut yaitu sebagai berikut:

a. Aspek Kognitif

Aspek kognitif minat merupakan konsep yang diperoleh seorang anak pada bidang tertentu sesuai dengan minatnya. Hurclock menyampaikan bahwa dalam mengukur tingkat aspek kognitif minat dapat dilihat dari 2 sisi yaitu: Pertama, disebabkan karena kebutuhan akan informasi; Kedua, disebabkan karena rasa ingin tahu.

b. Aspek Afektif

Aspek Afektif minat menurut **Hurclock (2004)** yaitu sebuah ketertarikan yang muncul berdasarkan hasil pengalaman yang muncul dari sikap orang-orang terdekat kepada individu, misalnya dari orang tua, teman dekat, guru terhadap aktivitas yang dilakukan dan memiliki kaitan dengan minat tersebut (**Ahsan, 2012**).

Maka dari itu, berdasarkan aspek-aspek penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat minat seseorang dalam menyaksikan sebuah tayangan, tak hanya dipengaruhi dari aspek internal berupa keinginan dari diri pribadi, tapi juga teman dekat, keluarga, dan guru dapat berpengaruh, sehingga peran keluarga, lingkungan dan guru juga akan mempengaruhi kecenderungan minat seseorang dalam menyaksikan sebuah tayangan yang bermanfaat.

Edukasi

Menurut **Suliha (2002)** Edukasi adalah sebuah proses belajar dari yang awalnya tidak mengetahui tentang nilai sesuatu hal hingga akhirnya menjadi tahu. Sedangkan **Notoadmojo (2003)** menjelaskan bahwa edukasi dapat didefinisikan sebagai upaya yang telah direncanakan dalam mempengaruhi seseorang, baik secara individu maupun secara kelompok dan masyarakat dengan tujuan agar mereka melaksanakan segala apa yang diharapkan oleh pelaku edukasi.

Ekonomi Syariah

Dalam menjalankan kehidupan di dunia, setiap manusia membutuhkan sebuah sistem yang disebut sebagai ekonomi. Abdullah Zaky al-Kaf di dalam bukunya berjudul "Ekonomi Dalam Perspektif Islam" mendefinisikan ekonomi sebagai sebuah kebutuhan manusia dalam menghasilkan, memenuhi dan membagi-bagikannya (harta) (**al Kaf, 2002:12**). Sementara itu, menurut **Yusuf (2014)** ekonomi Islam atau ekonomi syariah jika didefinisikan secara sederhana yaitu ekonomi yang dikembangkan berdasarkan asas-asas keagamaan dengan berorientasi kekinian.

YouTube

Siswa (2015) juga menjelaskan bahwa YouTube merupakan sebuah situs web yang didirikan oleh tiga orang mantan karyawan PayPal yaitu Chad Hurley, Steven Chen, dan Jawed

Karim pada tahun 2005, yang sampai saat ini telah menjadi sangat populer bagi masyarakat, karena fitur video *sharing* atau berbagi video yang dimilikinya. YouTube sendiri hingga kini telah memperbarui dan menambah berbagai macam fitur-fitur terbaru, seperti misalnya fitur YouTube Music, YouTube Short, dan YouTube Premium yang menawarkan berbagai fasilitas terbaru, sehingga menambah tingkat kepopuleran YouTube sebagai situs web berbagi video sebab memiliki pengguna dan kreator aktif yang semakin bertambah, dan terus meningkatkan kenyamanan para pengguna dalam mengakses segala fitur di YouTube.

III. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan jenis penelitian *mix methods*, yaitu suatu langkah penelitian dengan menggabungkan dua bentuk pendekatan dalam penelitian, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian campuran ini merupakan sebuah pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif (**Creswell dalam Hamidah, 2015:32**). Sementara itu, menurut **Sugiyono dalam Hamidah (2015:32)** *mix methods* adalah metode penelitian dengan menggunakan antara dua metode penelitian sekaligus, kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga akan diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif. Selain itu, perlu diketahui pula bahwa pendekatan *mix methods* ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang telah terangkum dalam bab I, rumusan masalah pertama digunakan pendekatan kuantitatif sederhana berupa survei dengan cara menyebarkan kuesioner, sedangkan rumusan masalah kedua digunakan pendekatan kualitatif. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menemukan fakta di lapangan yang akan memberikan pemahaman baru bagi para kreator konten edukasi ekonomi syariah di YouTube.

IV. Hasil Dan Pembahasan

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu minat masyarakat kota Bandung dalam menonton edukasi ekonomi syariah di YouTube adalah tinggi. Hal tersebut diperoleh dari kuesioner yang telah disebarakan sebanyak total responden yang mengisi kuesioner adalah 137 responden dengan bobot tertinggi dari setiap pertanyaan bernilai 5 dan terdapat sebanyak 26 pertanyaan. Sehingga berdasarkan dari data tersebut, untuk menghitung rentang skor dalam perhitungan interval pada setiap pernyataan digunakan rumus $1 \times 137 = 137$ untuk skor terendah, dan $5 \times 137 = 685$ untuk skor tertinggi. Dengan demikian, rentang yang diperoleh menggunakan rumus interval tersebut yaitu 109.6 dan dibulatkan menjadi 109. Berikut perolehan persentase skor disetiap intervalnya.

Tabel 4.1 Interval setiap pernyataan responden

No.	Klasifikasi		
	Rentang Skor	Rentang Skor %	Kategori
1	577 - 685	≥ 85	Sangat Tinggi
2	467 - 576	69 - 84	Tinggi
3	357 - 466	53 - 68	Sedang
4	247 - 356	37 - 52	Rendah
5	137 - 246	≤ 36	Sangat Rendah

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa rentang skor total seluruh pertanyaan yang berada pada nilai 137 - 246 masuk dalam kategori “Sangat Rendah”, 247- 356 masuk dalam kategori “Rendah”, 356- 468 masuk dalam kategori “Sedang”, 467-576 masuk dalam kategori “Tinggi” dan 578 – 685 masuk dalam kategori “Sangat Tinggi”.

Sementara itu, berdasarkan dari perhitungan rekapitulasi pernyataan mengenai tingkat minat masyarakat dalam menonton edukasi ekonomi syariah dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

No	Indikator	Total	Persentase	Klasifikasi
1	Minat disebabkan kebutuhan informasi	567	21%	Tinggi
2	Minat disebabkan rasa ingin tahu	546	21%	Tinggi
3	Minat disebabkan tuntutan pendidikan	509	19%	Tinggi
4	Minat akibat pengaruh lingkungan	508	19%	Tinggi
5	Minat akibat pengaruh pertemanan	529	20%	Tinggi
Total		2659	100%	Tinggi
Rata-Rata		532		

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa skor rata-rata dari total seluruh jumlah pernyataan mengenai tentang tingkat minat masyarakat kota Bandung dalam menonton edukasi ekonomi syariah di YouTube mendapatkan nilai sebesar 532 dari total bobot yaitu 2659, sehingga dapat disimpulkan bahwa klasifikasi tingkat minat masyarakat kota Bandung dalam menonton edukasi ekonomi syariah di YouTube adalah “tinggi” sesuai dengan perhitungan interval pada tabel 4.1. Selain itu, dapat diketahui juga bahwa poin dengan indikator tertinggi yaitu berasal dari minat yang disebabkan karena kebutuhan informasi dengan persentase 21% dan minat yang disebabkan karena rasa ingin tahu dengan persentase 21%.

Sementara itu, berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan kepada informan, diketahui bahwa faktor yang dapat menghambat atau mempengaruhi rendahnya minat masyarakat dalam menonton edukasi ekonomi syariah di YouTube yaitu kualitas visual yang masih rendah, penjelasan kreator yang kaku dalam menyampaikan materi, tidak terdapat contoh kasus dalam penjelasan materi, tingkat konsistensi membuat konten video para kreator yang masih rendah, desain thumbnail yang kurang menarik, dan kreator dalam membuat konten belum mengikuti trend yang sedang viral.

Sehingga solusi yang diusulkan oleh peneliti kepada para kreator berdasarkan penelitian yaitu menciptakan konten edukasi ekonomi syariah di YouTube yang belum pernah dibuat oleh para kreator lainnya, memproduksi video-video yang dapat menarik minat para penonton dengan cara memperbaiki segi visual dari konten yang dibuat, mengunggah konten edukasi ekonomi syariah di YouTube yang berkualitas secara rutin, membawakan penyampaian materi yang lebih rileks dan tidak kaku, membuat desain thumbnail video yang lebih menarik, membahas trend yang sedang viral dalam membuat konten-konten edukasi ekonomi syariah, menciptakan sebuah konten edukasi yang dibungkus dengan hiburan.

V. Penutup

Berdasarkan hasil dari pembahasan di atas ditarik kesimpulan bahwa tingkat minat masyarakat kota Bandung dalam menonton edukasi ekonomi syariah di YouTube adalah tinggi, hal ini disebabkan karena faktor akan kebutuhan informasi serta rasa ingin tahu yang tinggi mengenai ekonomi syariah. Sementara itu, dari wawancara yang peneliti lakukan diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi rendahnya minat menonton masyarakat kota Bandung yaitu karena penjelasan kreator yang kaku, tak terdapat contoh kasus dalam video, visual yang kurang menarik, konsistensi rendah, desain thumbnail kurang menarik, dan kreator belum mengikuti trend yang sedang viral dalam membuat video. Sehingga solusi yang

dapat diterapkan oleh para kreator agar konten edukasi ekonomi syariah yaitu menciptakan konten edukasi ekonomi syariah di YouTube yang belum pernah dibuat oleh para kreator lainnya, memperbaiki segi visual dari konten, mengunggah konten edukasi ekonomi syariah di YouTube yang berkualitas secara rutin, membawakan penyampaian materi yang lebih rileks dan tidak kaku, membuat desain thumbnail video yang lebih menarik, membahas trend yang sedang viral dalam membuat konten-konten edukasi ekonomi syariah, menciptakan sebuah konten edukasi yang dibungkus dengan hiburan.

Sehingga berdasarkan dari kesimpulan diatas peneliti merekomendasikan bagi para konten kreator untuk memperbaiki kelemahan berdasarkan dari faktor yang dapat menjadi penyebab rendahnya minat masyarakat dalam menonton edukasi ekonomi syariah dan mempertahankan faktor yang menjadi penyebab tingginya minat masyarakat dalam menonton edukasi ekonomi syariah. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya direkomendasikan agar dapat mengkaji lebih dalam tentang minat masyarakat menonton edukasi ekonomi syariah di YouTube, baik di kota yang berbeda maupun di seluruh Indonesia.

Daftar Pustaka

- Al-Kaf, Abdullah Zaky. 2022. *Ekonomi dalam Perspektif Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ahsan, Zuhdi. 2012. *Hubungan Hubungan minat fotografi dengan motivasi bekerja pada anggota organisasi jhepret club universitas islam negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*. Tidak diterbitkan. Fakultas Psikologi. UIN Maulana Malik Ibrahim: Malang.
- Kumparan.com. Pemanfaatan Podcast Sebagai Media Pembelajaran Di SD Muhammadiyah Kronggahan. Melalui <<https://kumparan.com/sd-muhammadiyah-kronggahan/pemanfaatan-podcast-sebagai-media-pembelajaran-di-sd-muhammadiyah-kronggahan-1xR4lUWh4O2>> [3/4/22].
- Socialblade.com. TOP 100 YOUTUBERS IN INDONESIA SORTED BY SB RANK". Melalui <<https://socialblade.com/youtube/top/country/id>> [13/4/22].
- Suara.com. 2022. Jumlah Pengguna Internet Indonesia Capai 204,7 Juta di Tahun 2022. Melalui <<https://www.suara.com/teknologi/2022/02/21/163932/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-2047-juta-di-tahun-2022#:~:text=Laporan%20tersebut%20berisi%20rincian%20terkait,populasi%20pada%20awal%20tahun%202022>> [13/4/22].
- Suara.com. 2021. Jokowi Sebut Pandemi Covid-19 Mengubah Aktivitas Masyarakat Menjadi Lebih Daring. Melalui <<https://www.suara.com/teknologi/2021/08/16/154456/jokowi-sebut-pandemi-covid-19-mengubah-aktivitas-masyarakat-menjadi-lebih-daring>> [13/4/22].
- Suryabrata, Sumadi. 2002. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Grafindo Perkasa. Rajawali.
- Tek.id. 2021. Jumlah penonton Youtube di Indonesia naik 30%. Melalui <<https://www.tek.id/tek/jumlah-penonton-youtube-di-indonesia-naik-30-b2cCg9mtF>> [13/4/22].
- Notoadmojo. 2003. *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suliha, Uha. 2002. *Pendidikan Kesehatan*. EGC Buku Kedokteran: Jakarta