

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Internet menjadi populer sejak runtuhnya rezim Presiden Suharto di tahun 1998.¹ Hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bekerja sama dengan Pusat Kajian Komunikasi (Puskakom) Universitas Indonesia menunjukkan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia terus meningkat. Pengguna internet di Indonesia mencapai 88, 1 juta pada tahun 2014, mengalami peningkatan sebesar 6, 3 persen dari tahun sebelumnya dimana jumlah pengguna internet hanya 71, 2 juta. Jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2012 adalah 63, 0 juta.²

Peningkatan jumlah pengguna internet di setiap tahun, memberikan pengaruh terhadap sektor perdagangan dan jasa (bisnis) sebagai aktivitas penggunaan internet terbesar di Indonesia.³ Penggunaan internet dalam dunia bisnis, berubah dari fungsi dasarnya sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk mengaplikasikan strategi bisnis, seperti pemasaran, penjualan, pelayanan pelanggan, dan sebagainya.

¹Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), *Profil Pengguna Internet Indonesia 2014*, (Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan (KDT), (2015), h. 10

²Ibid. h. 22

³Ibid. h. 15

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran. Promosi pada hakikatnya merupakan suatu komunikasi pemasaran. Tjiptono mengartikan promosi sebagai:

“aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.”⁴

Promosi bisnis dapat dilakukan melalui internet, seperti pemanfaatan *website* atau *blog*, aplikasi *chatting* dalam media social, dan sebagainya. Cara-cara tersebut menjadi *trend* di era bisnis saat ini. Namun begitu, masih terdapat beberapa kekurangan pada kegiatan promosi produk bisnis melalui aplikasi *chatting* dalam media social. *Pertama*, di media social, biasanya yang dibagikan adalah foto dari produk bisnis. Produk yang ditampilkan dengan produk asli, terkadang tidak sama persis sehingga tidak jarang membuat konsumen kecewa. *Kedua*, kegiatan promosi terkesan monoton, dimana hanya gambar produk dan tulisan statis yang ditampilkan sehingga produk yang dipromosikan kurang menarik perhatian calon konsumen. *Ketiga*, jumlah pesaing atau kompetitor sangat banyak sehingga hanya produk-produk *branded* yang sering muncul di halaman awal mesin pencari (*search*

⁴Denny Bagus, “Strategi Promosi Penjualan”, 2009, diakses dari <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/strategi-promosi-penjualan-definisi.html> pada 12 April 2015

engine). Hal ini memperkecil kesempatan bagi pebisnis pemula untuk *dilirik* produknya oleh calon konsumen.

Situs *youtube* merupakan cara lain untuk mempromosikan produk bisnis melalui media *online*. Popularitasnya meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir setelah *youtube* diakuisisi *Google* pada 9 Oktober 2006.⁵ Pemanfaatan *youtube* dalam promosi bisnis terbilang masih sedikit kompetitornya, terbukti dengan masih sedikitnya hasil pencarian dalam bentuk video di mesin pencari *google* (*google search engine*) tentang berbagai produk bisnis. Keuntungan menggunakan situs *youtube* untuk pemasaran, diantaranya:

1. Gratis. Video *youtube* tampil secara gratis.
2. *Audiens global*. Promosi melalui *youtube* menjadikan *website* Anda dapat dilihat oleh orang di seluruh dunia.
3. Efek Viral. Video *youtube* yang menarik akan membangkitkan segala jenis respon positif dari pemirsa yang biasanya akan terus membagikan kepada teman-teman dan anggota keluarga mereka. Akibatnya, popularitas segera menghampiri video Anda.
4. Naik tangga Google SERP (*Search Engine Result Pages*). Sebagaimana dalam video di *youtube* menyertakan URL dari situs *website*, banyak pemirsa sering diminta untuk mengunjungi situs untuk mengetahui lebih lanjut tentang layanan atau produk yang ditawarkan. Jadi, pengunjung yang masuk ke *website* Anda akan meningkat dengan pesat. Pemasaran *youtube* juga akan meningkatkan peringkat di mesin pencari.
5. Membuat saluran atau *channel* sendiri atau basis pelanggan. Setiap kali video ditambahkan ke akun *youtube*, Anda akan diarahkan pada pembuatan saluran atau *channel* dengan sendirinya. Pemirsa yang tertarik biasanya merupakan bagian

⁵ Yudha Qirana, "Penemu Youtube", 2012, diakses dari <https://clickyudhaqirana.wordpress.com/2012/01/25/penemu-youtube/> pada tanggal 17 April 2015

dari saluran atau *channel*. Selain itu mereka juga bisa berlangganan.⁶

Pengoptimalan situs *youtube* sebagai media promosi produk bisnis perlu dilakukan karena banyaknya keuntungan penggunaan *video* di situs *youtube* tersebut. Pelaku bisnis, terutama badan usaha perseorangan, masih banyak yang belum mengerti bagaimana cara mengoptimalkan situs *youtube* dalam dunia *marketing* sehingga kebanyakan dari pelaku bisnis masih mempertahankan cara yang sangat umum dalam pemanfaatan internet seperti yang telah disebutkan sebelumnya atau bahkan masih menggunakan cara-cara konvensional.

Realitas-realitas di atas adalah latar belakang dari penyelenggaraan Pelatihan Pemasaran Berbasis *Youtube (Youtube Marketing)* di Graha Inspirasi yang berlokasi di Rawamangun, Jakarta Timur, sebagai salah satu penyelenggara pelatihan bisnis. Pelatihan diperuntukkan bagi orang dewasa yang berniat atau sedang menjalankan suatu usaha/ bisnis dalam berbagai bidang kehidupan.

Pelatihan didefinisikan oleh Smith dan Ragan sebagai berikut: “.
*.those instructional experiences that are focused upon individuals
acquiring very specific skills that they will normally apply almost*

⁶ Bambang Raman, “5 Manfaat Youtube Marketing”, 2015, diakses dari <http://inilah-manfaat.blogspot.com/2015/02/inilah-5-manfaat-menggunakan-youtube.html> pada tanggal 12 April 2015

*immediately.*⁷ Program pelatihan dapat dimaknai sebagai pengalaman pembelajaran yang memfokuskan pada upaya individu untuk memperoleh keterampilan spesifik yang dapat segera digunakan. Pelatihan *youtube marketing* akan membantu para pebisnis menguasai teknik-teknik pemasaran, khususnya promosi melalui aplikasi *youtube*, mulai dari melakukan riset pasar melalui media online hingga pembuatan video promosi yang dapat tampil di halaman pertama mesin pencari *google*.

Heinich dan kawan-kawan mengemukakan salah satu indikator atau kriteria yang dapat digunakan untuk menilai efektivitas suatu program pelatihan, yaitu memfasilitasi peserta dalam mencapai tujuan atau kompetensi program pelatihan atau disebut juga hasil belajar.⁸ Hasil belajar sebagai salah satu indikator pencapaian tujuan pembelajaran di kelas, tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi hasil belajar itu sendiri. Sugihartono, dkk., menyebutkan dua faktor yang mempengaruhi hasil belajar, yaitu:

(1) faktor internal, yang meliputi: faktor jasmaniah dan faktor psikologis; dan (2) faktor eksternal, yang meliputi: faktor keluarga, faktor sekolah, faktor masyarakat, dan faktor penyelenggara kegiatan pembelajaran.⁹

⁷Benny A. Pribadi, *Desain dan Pengembangan Program Pelatihan Berbasis Kompetensi* (Pamulang: Prenada Media Group, 2014), h. 3

⁸ Ibid. h. 9

⁹Sugihartono, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: UNY Press, 2007), h. 3

Model pembelajaran merupakan salah satu factor eksternal yang mempengaruhi hasil belajar. Model pembelajaran mencerminkan penerapan suatu pendekatan, strategi, metode, teknik, ataupun taktik pembelajaran secara sekaligus untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Untuk orang dewasa, model pembelajaran yang diterapkan oleh instruktur di Graha Inspirasi yang diamati selama ini, dinilai kurang tepat. Instruktur masih menerapkan model dengan pendekatan *teacher centered training*, yang selanjutnya berpengaruh terhadap strategi dan metode pembelajaran yang digunakan.

Prinsip-prinsip pembelajaran orang dewasa (andragogi) dalam model tersebut tidak banyak diaplikasikan, padahal sasaran peserta pelatihan ini adalah orang dewasa di atas usia 17 tahun. Model pembelajaran yang telah diterapkan selama ini tidak sejalan dengan pendapat Malcomn S. Knowles yang menyatakan jika warga belajar telah berumur 17 tahun, penerapan prinsip andragogi dalam kegiatan pembelajarannya telah menjadi suatu kelayakan.¹⁰

Model pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) adalah salah satu model pembelajaran yang sesuai dengan prinsip andragogi.¹¹ *Association for Experiential Education (AEE)*

¹⁰Fahmi Sitompul, "Penerapan Andragogi dalam Kegiatan Pembelajaran", 2014, diakses dari <https://12056fis.wordpress.com/2014/04/17/penerapan-andragogi-dalam-kegiatan-pembelajaran/> pada tanggal 12 April 2015

¹¹Miftahul H., *Model-model Pengajaran dan Pembelajaran*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h.33

mendefinisikan "*experiential education is a process through which a learner construct knowledge, skill, and value from direct experiences.*"¹²

Pendidikan berbasis pengalaman merupakan sebuah proses dimana para warga belajar membangun pengetahuan, keterampilan dan nilai dari pengalaman langsung.

Myers berpendapat bahwa ketika prinsip pembelajaran bagi orang dewasa menurut Knowles direfleksikan ke dalam model *experiential learning*, maka hasilnya antara lain:¹³

- 1) Orang dewasa diikutsertakan dalam perencanaan dan pengaturan instruksi mereka sendiri. EL dapat mencapai hal ini melalui fase-fase observasi reflektif (*reflective observation*), konseptualisasi abstrak (*abstract conceptualisation*) dan eksperimentasi aktif (*active experimentation*);
- 2) Pengalaman penting dalam pengajaran orang dewasa. Fase pengalaman yang kongkret (*concrete experience*) dan eksperimentasi aktif (*active experimentation*) menyajikan pengalaman bagi para peserta;
- 3) Orang dewasa lebih peduli pada bahan ajar yang secara langsung dan segera berhubungan dengan dirinya. EL dapat dapat mencapai hal ini jika para instruktur atau fasilitator menemukan karakteristik dan kebutuhan para pembelajar yang akan mengikuti proses pembelajaran;
- 4) Orang dewasa lebih menyukai pembelajaran dengan pendekatan penyelesaian masalah (*problem solving*) daripada pendekatan yang berdasarkan pada konten (*content-base*). EL dapat dengan mudah digunakan untuk mengembangkan lingkungan pembelajaran yang *problem-based*.

¹²ERIC Development Team, "*Outdoor, Experiential, and Environmental Education: Converging or Diverging Approaches?*", ERIC Digest, 2008, h. 3

¹³Rahayu S. Purnami, Rohyati, "*Implementasi Metode Experiential Learning dalam Pengembangan Softskills Mahasiswa yang Menunjang Integrasi Teknologi, Manajemen dan Bisnis*", Jurnal Penelitian Pendidikan, Vol. 14, 2013, h.100

Relevansi positif yang terdapat di antara model *experiential learning* dengan prinsip pembelajaran orang dewasa, serta pertimbangan permasalahan dalam kegiatan pelatihan seperti yang telah dijelaskan di atas, menimbulkan ketertarikan bagi penulis untuk melaksanakan penelitian eksperimen dengan mengembangkan program pelatihan berbasis *experiential learning* untuk meningkatkan kompetensi pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* berdasarkan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*) bagi peserta pelatihan di Kelas *Youtube Marketing*, Graha Inspirasi, Rawamangun, Jakarta Timur.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Masalah penelitian yang teridentifikasi adalah sebagai berikut:

- a. Apakah peserta mengalami kesulitan membuat video pemasaran melalui aplikasi *youtube*?
- b. Apakah program pelatihan berbasis *experiential learning* mempermudah peserta dalam membuat video pemasaran melalui aplikasi *youtube*?
- c. Apakah proses pelatihan berbasis *experiential learning* dapat diikuti peserta?
- d. Apakah program pelatihan berbasis *experiential learning* mampu meningkatkan kompetensi pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* berdasarkan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*) bagi peserta

pelatihan di Kelas *Youtube Marketing*, Graha Inspirasi, Rawamangun, Jakarta Timur?

C. PEMBATASAN MASALAH

Masalah penelitian yang teridentifikasi tidak dapat peneliti teliti semua karena keterbatasan waktu, biaya, tenaga, dan pemikiran sehingga masalah penelitian dibatasi pada program pelatihan berbasis *experiential learning* untuk meningkatkan kompetensi pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* berdasarkan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*) bagi peserta pelatihan di Kelas *Youtube Marketing*, Graha Inspirasi, Rawamangun, Jakarta Timur.

D. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah program pelatihan berbasis *experiential learning* mampu meningkatkan kompetensi dalam pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* berdasarkan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*) bagi peserta pelatihan di Kelas *Youtube Marketing*, Graha Inspirasi, Rawamangun, Jakarta Timur?”

E. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini merujuk pada rumusan masalah di atas. tujuan penelitian eksperimen ini adalah untuk mengetahui apakah program pelatihan berbasis *experiential learning* mampu meningkatkan kompetensi dalam pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube*

berdasarkan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*) bagi peserta pelatihan di Kelas *Youtube Marketing*, Graha Inspirasi, Rawamangun, Jakarta Timur.

F. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi:

- a. Jurusan Pendidikan Luar Sekolah**, dalam memperkaya khazanah keilmuan pendidikan luar sekolah, terutama yang berkaitan dengan pelatihan dan pembelajaran bagi orang dewasa.
- b. Penyelenggara Kegiatan Pelatihan**, dalam menyelenggarakan kegiatan yang efektif dan menarik sesuai dengan karakteristik peserta pelatihan yang umumnya adalah orang dewasa.
- c. Peserta Pelatihan**, dalam mengikuti kegiatan pelatihan dan pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik dirinya sebagai orang dewasa yang sedang belajar.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kerangka Teori

1. Hakikat Pelatihan

a. Pengertian Pelatihan

Pelatihan merupakan salah satu aktivitas dalam dunia pendidikan luar sekolah. Pelatihan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah proses, cara, perbuatan melatih; kegiatan atau pekerjaan melatih: pelatihan yang diberikan belum cukup; di bidang industri, perusahaan itu sudah mulai melakukan pelatihan sendiri.¹⁴

Oemar Hamalik mendefinisikan pelatihan sebagai berikut:

“suatu proses yang meliputi serangkaian tindak (upaya) yang dilaksanakan dengan sengaja dalam bentuk pemberian bantuan kepada tenaga kerja yang dilakukan oleh tenaga profesional kepelatihan, dalam satuan waktu tertentu yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kerja peserta dalam bidang pekerjaan tertentu serta meningkatkan efektivitas dan produktivitas dalam suatu organisasi.”¹⁵

Faustino Cardoso Gomes dalam bukunya Manajemen

Sumber Daya Manusia yang mengatakan bahwa:

¹⁴Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 643

¹⁵Oemar Hamalik, *Pengembangan Sumber Daya Manusia Manajemen Pelatihan Ketenagakerjaan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2000), h.14 – 15

“pelatihan adalah setiap usaha untuk memperbaiki kualitas kerja pada suatu pekerjaan tertentu yang sedang menjadi tanggung jawabnya, atau suatu pekerjaan yang ada kaitannya dengan pekerjaannya. Idealnya pelatihan harus di desain untuk mewujudkan tujuan-tujuan organisasi, perusahaan, lembaga ataupun instansi yang ada pada waktu bersamaan juga, mewujudkan tujuan-tujuan dari para pekerja perorangan.”¹⁶

Definisi lain tentang pelatihan dikemukakan oleh Smith dan Ragan (dalam Benny, 2014) sebagai berikut: *“those instructional experiences that are focused upon individuals acquiring very specific skills that they will normally apply almost immediately”*.¹⁷

Program pelatihan dapat dimaknai sebagai pengalaman pembelajaran yang memfokuskan pada upaya individu untuk memperoleh keterampilan spesifik yang dapat segera digunakan.

Kesimpulan dari definisi pelatihan yang diberikan para ahli di atas adalah kegiatan yang sengaja dirancang, dilaksanakan, dan dievaluasi untuk mencapai tujuan pelatihan, dalam hal ini penguasaan pengetahuan, sikap, dan keterampilan spesifik yang ditargetkan.

¹⁶Faustino Cardoso Gomes, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), h. 17

¹⁷Benny A. Pribadi, *Desain dan Pengembangan Program Pelatihan Berbasis Kompetensi* (Pamulang: Prenada Media Group, 2014), h. 2

b. Indikator Program Pelatihan yang Efektif

Program pelatihan pada dasarnya berisi aktivitas pembelajaran yang dilakukan agar peserta mampu menguasai pengetahuan, sikap dan keterampilan yang dilatihkan. Heinich dan kawan-kawan mengemukakan empat indikator atau criteria yang dapat digunakan untuk menilai efektivitas suatu program, yaitu:

- 1) Mampu memfasilitasi peserta dalam mencapai tujuan atau kompetensi program pelatihan;
- 2) Mampu memfasilitasi peserta dalam melakukan proses belajar secara berkesinambungan;
- 3) Mampu meningkatkan daya ingat atau retensi peserta terhadap pengetahuan dan keterampilan yang telah dilatihkan;
- 4) Mampu mendorong peserta untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah dikuasai dalam dunia kerja.¹⁸

Kesimpulan dari empat indikator di atas yaitu suatu pelatihan dikatakan efektif jika setelah peserta selesai mengikuti sebuah program pelatihan, mereka akan lebih berpengetahuan, lebih positif dalam bersikap, dan lebih terampil bekerja sesuai dengan bidang yang digeluti.

¹⁸ibid. h. 9.

c. Pemasaran Berbasis *Youtube (Youtube Marketing)* sebagai Salah Satu Program Pelatihan Bisnis di Graha Inspirasi

Internet di era modern ini, banyak memberikan pengaruh di berbagai kehidupan, termasuk dalam bidang pemasaran bisnis. Promosi sebagai salah satu komponen dalam pemasaran, mengalami perkembangan ke dunia *online*, seperti melalui *website*, *blog*, dan media sosial.

Penggunaan situs *youtube* merupakan cara lain promosi melalui media *online*. Popularitasnya meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir setelah *Youtube* diakuisisi *Google* pada 9 Oktober 2006.¹⁹ Pemanfaatan *Youtube* dalam promosi bisnis, terbilang masih sedikit kompetitornya, terbukti dengan masih sedikitnya hasil pencarian dalam bentuk video di mesin pencari *google (google search engine)* tentang berbagai produk bisnis. Promosi bisnis melalui situs *youtube* memiliki banyak keuntungan. Untuk itu, optimalisasi situs *youtube* perlu dilakukan dalam mempromosikan bisnis.

Para pebisnis masih banyak yang belum dapat membuat video promosi di situs *Youtube*. Oleh sebab itu, Graha Inspirasi sebagai salah satu penyelenggara pelatihan bisnis,

¹⁹Bambang Raman, "5 Manfaat *Youtube Marketing*", 2015, diakses dari <http://inilah-manfaat.blogspot.com/2015/02/inilah-5-manfaat-menggunakan-youtube.html> pada tanggal 12 April 2015

menyelenggarakan Pelatihan Pemasaran Berbasis *Youtube* (*Youtube Marketing*) yang berlokasi di Jalan Waru, Rawamangun, Jakarta Timur. Pelatihan *Youtube marketing* akan membantu para pebisnis menguasai teknik-teknik pemasaran, khususnya promosi melalui aplikasi *Youtube*, mulai dari melakukan riset pasar melalui media online hingga pembuatan video promosi yang dapat tampil di halaman pertama mesin pencari *google*.

2. Hakikat Model Pembelajaran Berbasis Pengalaman (*Experiential Learning*)

a. Pengertian Model Pembelajaran

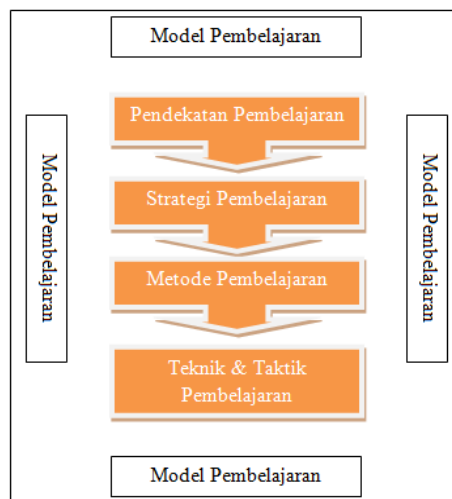
Joyce dan Weil (dalam Rusman, 1993) mengungkapkan bahwa model pembelajaran adalah suatu rencana atau pola yang dapat digunakan untuk membentuk kurikulum (rencana pembelajaran jangka panjang), merancang bahan-bahan pembelajaran, dan membimbing pembelajaran di kelas atau yang lain.²⁰

Model pembelajaran menurut Mulyatiningsih, merupakan suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan penyelenggaraan proses belajar mengajar dari awal sampai akhir. Model pembelajaran mencerminkan penerapan suatu

²⁰Rusman, *Model-Model Pembelajaran Mengembangkan Profesionalisme Guru* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011), h. 133

pendekatan, strategi, metode, teknik, ataupun taktik pembelajaran secara sekaligus untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.²¹

Kesimpulan model pembelajaran berdasarkan definisi yang diberikan oleh para ahli di atas adalah suatu pola rencana pembelajaran yang disusun sebagai usaha mencapai tujuan pembelajaran. Sederhananya, model pembelajaran dapat divisualisasikan dalam bagan berikut:



Gambar II. 1
Visualisasi Model Pembelajaran

b. Ciri – ciri Model Pembelajaran

Istilah dalam pembelajaran yang perlu diberi batasan karena memiliki arti yang hampir sama dengan model pembelajaran yakni pendekatan, strategi, metode, teknik, dan

²¹Ending Mulyatiningsih, *Penelitian Terapan*. (Yogyakarta: UNY Press, 2011), h. 211

taktik pembelajaran. Usaha pembatasan arti tersebut, dilakukan Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas) (dalam Sugiharto, 2010) dengan memberi keempat ciri khusus bagaimana sesuatu dapat dikatakan sebagai model pembelajaran. Keempat ciri tersebut yaitu sebagai berikut:²²

- 1) Rasional teoritik yang logis, yang disusun oleh para pencipta atau pengembangnya;
- 2) Landasan pemikiran tentang apa dan bagaimana peserta didik (tujuan pembelajaran yang akan dicapai);
- 3) Tingkah laku mengajar yang diperlukan agar model tersebut dapat dilaksanakan dengan baik; dan
- 4) Lingkungan belajar yang diperlukan agar tujuan pembelajaran itu dapat tercapai.

Trianto menambahkan satu cirri khusus lagi sebagai indikator sebuah model pembelajaran. Ciri khusus tersebut adalah memiliki dampak sebagai akibat terapan model pembelajaran: (a) dampak pembelajaran, yaitu hasil belajar yang dapat diukur; dan (b) dampak pengiring, yaitu hasil belajar jangka panjang.²³

Kesimpulan dari cirri – cirri model pembelajaran yang dipaparkan para ahli di atas adalah (1) disusun berdasarkan teori tertentu; (2) memiliki orientasi belajar; (3) memiliki rangkaian pembelajaran; (4) memiliki penciptaan lingkungan belajar yang

²²Husamah, *Pembelajaran Bauran (Blended Learning)*, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2014), h. 68

²³Trianto, *Mengembangkan Model Pembelajaran Tematik*, (Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2010), h. 74

mendukung pencapaian tujuan belajar; dan (5) memiliki dampak pembelajaran.

c. Dasar Pertimbangan Pemilihan Model Pembelajaran

Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan sebelum menentukan model pembelajaran yang akan digunakan dalam pembelajaran, yaitu:²⁴

- 1) Pertimbangan dari segi tujuan yang hendak dicapai;
- 2) Pertimbangan yang berhubungan dengan bahan atau materi pembelajaran;
- 3) Pertimbangan dari sudut peserta didik; dan
- 4) Pertimbangan lainnya yang bersifat nonteknis.

Model pembelajaran yang dipilih oleh pendidik dalam melaksanakan kegiatan pembelajaran, diharapkan, sesuai dengan kebutuhan peserta sehingga tujuan belajar dengan tepat dan cepat tercapai.

d. *Experiential Learning* sebagai Model Pembelajaran

Experiential learning dikatakan sebagai model pembelajaran karena memenuhi ciri-ciri model pembelajaran seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Tabel berikut mempermudah kita untuk memahami alasan dikatakannya *Experiential learning* sebagai model pembelajaran.

²⁴Dimiyati dan Mudjiono. *Belajar dan Pembelajaran*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2009)

Tabel II. 1
***Experiential Learning* sebagai Model Pembelajaran**

Ciri-ciri model pembelajaran	<i>Experiential learning</i>
Rasional teoritik yang logis, yang disusun oleh para pencipta atau pengembangnya.	<i>Experiential learning</i> model David Kolb memanfaatkan pemikiran dari berbagai pakar seperti John Dewey, Jean Piaget, Carl Jung, dan Kurt Lewin, dan lain-lain tentang kaitan antara pendidikan dengan pengalaman pribadi.
Landasan pemikiran tentang apa dan bagaimana peserta didik (tujuan pembelajaran yang akan dicapai).	Fokus penting dalam model ini adalah bagaimana meningkatkan minat dan keterlibatan peserta. Semakin banyak kontribusi dari peserta, semakin besar kemungkinan " <i>transfer of learning</i> " tercapai maksimum.
Tingkah laku mengajar yang diperlukan agar model tersebut dapat dilaksanakan dengan baik.	Teori belajar eksperiensial menggambarkan kegiatan belajar sebagai lingkaran dengan 4 tahap: 1) <i>concrete experiencing</i> , 2) <i>observations and reflections</i> , 3) <i>formation of abstract concepts and generalizations</i> , dan 4) <i>testing implications of concepts in new situations</i> .
Lingkungan belajar yang diperlukan agar tujuan pembelajaran itu dapat tercapai.	Dalam model ini, lingkungan yang diperlukan adalah keadaan realistis dari materi yang akan dipelajari.

Ciri-ciri model pembelajaran	<i>Experiential learning</i>
Memiliki dampak sebagai akibat terapan model pembelajaran: <ol style="list-style-type: none"> a. dampak pembelajaran, yaitu hasil belajar yang dapat diukur b. dampak pengiring, yaitu hasil belajar jangka panjang 	Evaluasi model ini dilakukan oleh peserta pembelajaran dengan obyek di bawah ini. <p>Masukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) rencana pembelajaran, (2) kasus, (3) bacaan teoritik, dan (4) sarana dan prasana. <p>Proses:</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) kerja kelompok di luar kelas; (2) kinerja fasilitator di dalam kelas, dan (3) suasana partisipasi di dalam kelas. <p>Keluaran:</p> nilai pengalaman praktek yang berbasis teori yang diperoleh peserta

Association for Experiential Education (AEE)

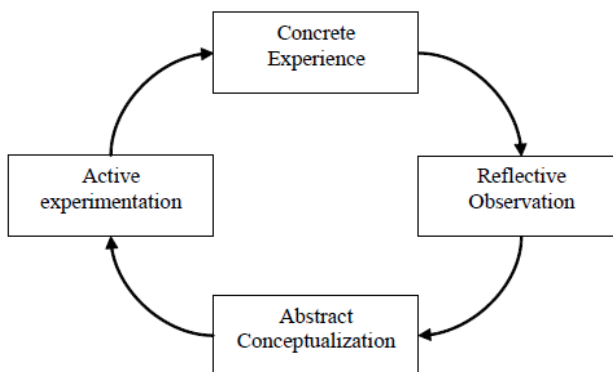
mendefinisikan " *experiential education is a process through which a learner construct knowledge, skill, and value from direct experiences.*"²⁵ Pendidikan berbasis pengalaman merupakan sebuah proses dimana para pembelajar membangun pengetahuan, keterampilan dan nilai dari pengalaman langsung.

Keeton dan Tate mengemukakan bahwa belajar dimana peserta didik secara langsung berhubungan dengan realitas yang dipelajari. Hal ini kontras dengan belajar dimana peserta didik

²⁵ERIC Development Team, "Outdoor, Experiential, and Environmental Education: Converging or Diverging Approaches?", ERIC Digest, 2008, h. 3

hanya membaca, mendengar, berbicara tentang, atau menulis tentang suatu realitas, tetapi tidak pernah terlibat proses pembelajaran secara langsung.²⁶

David Kolb menyampaikan model proses EL yang berupa proses yang digambarkan dalam suatu siklus pembelajaran yang terhirarki pada masing-masing fase. Sharlanova menyampaikan kegiatan belajar dalam siklus belajar Kolb yaitu *Concrete Experience (CE)*, *Reflective Observation (RO)*, *Abstract Conceptualization (AC)*, dan *Active Experimentation (AE)* yang digambarkan sebagai berikut:²⁷



Gambar II. 2
Model *Experiential Learning* Kolb

Tahap pertama yaitu *concrete experience*. Warga belajar baik secara individu, tim, atau organisasi hanya mengerjakan

²⁶Vega Budiman dan Jusuf Pramukantoro, "Pengaruh Model Pembelajaran Berdasarkan Pengalaman Berbasis Inkuiri", *Jurnal Pendidikan Teknik Elektro, Universitas Negeri Surabaya*, Volume 03, Nomor 01 (2014), h. 289

²⁷Ibid. h. 290

tugas. Tugas yang dimaksudkan adalah aktivitas yang mendorong mereka melakukan kegiatan atau mengalami suatu fenomena yang akan dipelajari. Warga belajar berperan sebagai partisipan aktif. Fenomena ini dapat berangkat dari pengalaman yang pernah dialami sebelumnya baik formal ataupun informal, atau situasi yang bersifat *real problematic* sehingga mampu membangkitkan interest pembelajar untuk menyelidiki lebih jauh situasi tersebut.

Tahap kedua yaitu *reflective observation*. Warga belajar *mereview* apa yang telah dilakukan atau dipelajari. Keterampilan mendengarkan, memberikan perhatian atau tanggapan, menemukan perbedaaan, dan menerapkan ide atau gagasan dapat membantu dalam memperoleh hasil refleksi. Warga belajar mengamati secara seksama dari aktivitas yang sedang dilakukan instruktur dengan menggunakan panca indra (*sense*) atau perasaan (*feeling*) kemudian merefleksikan hasil yang didapatkan. Pada tahap ini warga belajar mengkomunikasikan satu sama lain hasil refleksi yang dilakukan.

Tahap ketiga yaitu *abstract conceptualization*, yakni tahapan *mind-on* atau fase "*think*" di mana warga belajar mampu memberikan penjelasan matematis terhadap suatu fenomena dengan memikirkan, mencermati alasan hubungan timbal balik

(*reciprocal-causing*) terhadap pengalaman (*experience*) yang diperoleh setelah melakukan observasi dan refleksi terhadap pengalaman pada fase *concrete experience*. Warga belajar mencoba mengkonseptualisasi suatu teori atau model terhadap pengalaman yang diobservasi dan mengintegrasikan pengalaman baru yang diperoleh dengan pengalaman sebelumnya (*prior experience*).

Tahap terakhir yaitu *active experimentation*. Proses belajar bermakna akan terjadi pada tahap *active experimentation*. Pengalaman yang diperoleh warga belajar sebelumnya dapat diterapkan pada pengalaman baru dan atau situasi problematik yang baru. Melalui kegiatan *active experimentation* ini warga belajar akan melatih kemampuan berpikir kritis mereka. Warga belajar mengetahui sejauh mana pemahaman yang telah dimiliki dalam memecahkan permasalahan-permasalahan yang terkait dengan pengalaman sehari-hari.

Tahapan *experiential learning* yang dipaparkan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut (1) tahap *concrete experience*, dimana posisi warga belajar sebagai partisipan aktif; (2) tahap *reflective observation*, dimana posisi warga belajar sebagai reflektor dari apa yang telah dipelajari; (3) *abstract conceptualization*, dimana posisi warga belajar sebagai konseptor

dari tahapan yang dilalui sebelumnya; dan (2) tahap *active experimentation*, dimana posisi warga belajar sebagai pelaksana pengalaman barunya.

e. Karakteristik Model *Experiential Learning*

David Kolb mengemukakan enam karakteristik utama model *Experiential Learning*, yaitu:

- 1) Belajar terbaik dipahami sebagai suatu proses. Tidak dalam kaitannya dengan hasil yang dicapai.
- 2) Belajar adalah suatu proses kontinyu yang didasarkan pada pengalaman.
- 3) Belajar memerlukan resolusi konflik-konflik antara gaya-gaya yang berlawanan dengan cara dialektis.
- 4) Belajar adalah suatu proses yang holistik.
- 5) Belajar melibatkan hubungan antara seseorang dan lingkungan.
- 6) Belajar adalah proses tentang menciptakan pengetahuan yang merupakan hasil dari hubungan antara pengetahuan sosial dan pengetahuan pribadi.²⁸

f. Kelebihan Model *Experiential Learning*

Kelebihan model *experiential learning* secara individual antara lain:

- 1) meningkatkan kesadaran akan rasa percaya diri,
- 2) meningkatkan kemampuan berkomunikasi, perencanaan dan pemecahan masalah,
- 3) menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan untuk menghadapi situasi yang buruk,
- 4) menumbuhkan dan meningkatkan rasa percaya antar sesama anggota kelompok,

²⁸Wirta, I M. dan Rapi, K., "Pengaruh model pembelajaran dan penalaran formal terhadap penguasaan konsep fisika dan sikap ilmiah siswa SMA Negeri 4 Singaraja. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*", Vol. 1, (2008), h. 15

- 5) menumbuhkan dan meningkatkan semangat kerjasama dan kemampuan untuk berkompromi,
- 6) menumbuhkan dan meningkatkan komitmen dan tanggung jawab,
- 7) menumbuhkan dan meningkatkan kemauan untuk memberi dan menerima bantuan, dan
- 8) mengembangkan ketangkasan, kemampuan fisik dan koordinasi.²⁹

g. Efektivitas Model Experiential Learning

L.L. Pasaribu dan B. Simanjuntak mengatakan bahwa di dalam pendidikan, efektivitas dapat ditinjau dari dua segi, yaitu: (1) Mengajar guru, dimana menyangkut sejauh mana kegiatan belajar mengajar direncanakan terlaksana, (2) Belajar murid, yang menyangkut sejauh mana tujuan pelajaran yang diinginkan tercapai melalui Kegiatan Belajar Mengajar (KBM).³⁰

Definisi tersebut menafsirkan bahwa suatu model dikatakan efektif jika proses dan hasil terlaksana sesuai atau mendekati rencananya.

Efektivitas model *experiential learning* dapat dilihat dari kegiatan setiap komponen dalam pembelajaran, yaitu fasilitator, peserta, dan sumber belajar. Fungsi ketiga komponen tersebut yaitu:

²⁹Paul Arjanto, "Metode Experiential Learning", 2012, diakses dari <http://paul-arjanto.blogspot.com/2012/10/metode-experiential-learning.html> pada tanggal 13 April 2015

³⁰B. Suryobroto, *Proses Belajar Mengajar di Sekolah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), h. 9

Tabel II. 2
Indikator Efektivitas Model *Experiential Learning* – 1³¹

Fasilitator	Peserta	Sumber belajar
1. memetakan taksonomi mata kuliah, 2. merancang rencana pembelajaran, 3. memastikan semua peserta aktif dalam siklus belajar, 4. memfasilitasi proses pembelajaran, 5. menjembatani pengalaman dengan teori dan 6. melakukan evaluasi.	1. mencari informasi ilmiah, 2. meleburkan diri dengan penuh kepercayaan dalam proses pembelajaran, 3. mengaktifkan seluruh aspek diri secara total dan 4. mengikuti aturan main	1. sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam praktek pembelajaran, 2. bacaan teori pendukung dan 3. penuntun, catatan pembelajaran.

Model *experiential learning* dikatakan efektif jika banyak fungsi yang dijalankan ketiga komponen di atas. Efektivitas model *experiential learning* juga dapat dilihat dari hasil evaluasi pembelajaran. Evaluasi dilakukan oleh peserta pembelajaran dengan obyek berikut ini:

³¹Lembaga Kajian dan Pengembangan Pendidikan (LKPP), 2007, "*Panduan Penerapan Model Pembelajaran Experiential Learning*", diakses dari www.unhas.ac.id/hasbi/LKPP/Angk2-IV/E.Learning/, Universitas Hasanuddin, h. 12 pada tanggal 4 Mei 2015

Tabel II. 3
Indikator Efektivitas Model *Experiential Learning* – 2³²

Masukan	Proses	Keluaran
(1) rencana pembelajaran, (2) kasus, (3) bacaan teoritik, dan (4) sarana dan prasana	(1) kerja kelompok di luar kelas; (2) kinerja fasilitator di dalam kelas, dan (3) suasana partisipasi di dalam kelas.	nilai pengalaman praktek yang berbasis teori yang diperoleh peserta

Efektivitas terlihat jika semakin banyak item dalam kolom masukan, proses, dan keluaran dilaksanakan atau digunakan sesuai rencana/ harapan. Hasil evaluasi yang baik, menunjukkan keefektifan penerapan model *experiential learning*.

h. Pendidikan Orang Dewasa (Andragogi)

Andragogi (*andragogy*) berasal dari kata Yunani “*aner*” atau “*andr*”, berarti orang dewasa dan *agogi* berasal dari kata “*agogus*” yang berarti “memimpin/ membimbing”. Agogi berarti “aktivitas memimpin/ membimbing” atau “seni dan ilmu memimpin/ membimbing”, atau “seni dan ilmu mempengaruhi orang lain”.³³ Definisi andragogi berdasarkan asal kata di atas berarti seni dan ilmu mempengaruhi orang dewasa.

³²ibid. h. 10

³³Sudjana, *Strategi Pembelajaran*, (Bandung: Falah Production, 2005), h. 3

John D. Ingalls memberi batasan pengertian andragogi sebagai proses pendidikan membantu orang dewasa menemukan dan menggunakan penemuan-penemuan dari bidang-bidang pengetahuan yang berhubungan dalam latar sosial dan situasi pendidikan untuk mendorong pertumbuhan dan kesehatan individu, organisasi, dan masyarakat.³⁴

Knowles mendefinisikan andragogi sebagai berikut: “*andragogy is therefore, the art and science of helping adults learn*”.³⁵ Andragogi adalah suatu ilmu dan seni dalam membantu orang dewasa belajar.

Andragogi dari segi epistemologi, berasal dari bahasa Yunani dengan akar kata “*aner*” yang artinya orang untuk membedakannya dengan “*paed*” yang artinya anak. Knowles menegaskan adanya perbedaan antara belajar bagi orang dewasa dengan belajar anak-anak dilihat dari segi perkembangan kognitif mereka.

Knowles mengemukakan empat asumsi utama yang membedakan andragogi dan pedagogi dalam *www.delivery.com*,

³⁴Dick, Walter and Robert A.Reiser, *Planning Effective Instruction*, (Boston: Allyn and Bacon, 1990)

³⁵Loc. Cit

yaitu konsep diri, pengalaman, kesiapan dalam belajar dan orientasi dalam belajar.³⁶

Perbedaan dalam konsep diri, orang dewasa memiliki konsep diri yang mandiri dan tidak bergantung, bersifat pengarahan diri. *Perbedaan pengalaman*, orang dewasa mengumpulkan pengalaman yang makin meluas, yang menjadi sumber daya yang kaya dalam keadaan belajar. *Kesiapan untuk belajar*, orang dewasa ingin mempelajari bidang permasalahan yang kini mereka hadapi dan anggap relevan. *Perbedaan dalam orientasi ke arah kegiatan belajar*, orang dewasa orientasinya berpusat pada masalah dan kurang kemungkinannya berpusat pada subyek.

i. *Experiential Learning* sebagai Model Pembelajaran Orang

Dewasa

Malcolm Knowles menyampaikan teori pembelajaran bagi orang dewasa yang disebut andragogi. Prinsip pembelajaran bagi orang dewasa menurut Knowles yang kemudian direfleksikan ke dalam model *experiential learning* adalah sebagai antara lain:

- 1) Orang dewasa sebaiknya diikutsertakan dalam perencanaan dan pengaturan instruksi mereka sendiri.

EL dapat mencapai hal ini melalui fase-fase observasi

³⁶Ibid. h. 3

reflektif (*reflective observation*), konseptualisasi abstrak (*abstract conceptualisation*) dan eksperimentasi aktif (*active experimentation*);

- 2) Pengalaman penting dalam pengajaran orang dewasa. Fase pengalaman yang kongkret (*concrete experience*) dan eksperimentasi aktif (*active experimentation*) menyajikan pengalaman bagi warga belajar;
- 3) Orang dewasa lebih peduli pada bahan ajar yang secara langsung dan segera berhubungan dengan dirinya. EL dapat dapat mencapai hal ini jika para instruktur atau fasilitator menemukan karakteristik dan kebutuhan para pembelajar yang akan mengikuti proses pembelajaran; dan
- 4) Orang dewasa lebih menyukai pembelajaran dengan pendekatan penyelesaian masalah (*problem solving*) daripada pendekatan yang berdasarkan pada konten (*content-base*). Pendekatan yang berfokus pada penyelesaian masalah (*problem solving*) menghadirkan pengalaman-pengalaman atau situasi-situasi yang para peserta butuhkan dalam pekerjaan untuk diselesaikan. Dengan memberikan pengalaman yang konkret pada warga belajar dengan fenomena yang sedang

dipelajari, EL dapat dengan mudah digunakan untuk mengembangkan lingkungan pembelajaran yang *problem-based*.³⁷

Kesimpulan dari kesesuaian-kesesuaian antara model *experiential learning* dengan prinsip pembelajaran orang dewasa seperti yang dipaparkan di atas adalah model *experiential learning* tepat diterapkan dalam kegiatan pembelajaran dengan peserta orang dewasa.

3. Hakikat Hasil Belajar Pembuatan Video di Situs *Youtube* Sesuai Prinsip SEO

a. Hakikat Belajar

Kehidupan menuntut kita untuk selalu memperbaiki kualitas diri sehingga kita harus terus belajar. Gredler menguraikan bahwa belajar adalah proses orang memperoleh berbagai kecakapan, keterampilan dan sikap.³⁸ Teori ini menjelaskan bahwa proses belajar adalah usaha orang untuk mengetahui suatu kecakapan tertentu sehingga menjadikannya terampil dalam melakukannya yang pada akhirnya dapat merubah sikapnya dalam mengerjakan sesuatu. Teori ini

³⁷ Rahayu S. Purnami, Rohyati, "Implementasi Metode *Experiential Learning* dalam Pengembangan *Softskills* Mahasiswa yang Menunjang Integrasi Teknologi, Manajemen dan Bisnis", Jurnal Penelitian Pendidikan, Vol. 14, 2013, h.100

³⁸ Siregar, Eveline dan Hartini Nara. *Teori Belajar dan Pembelajaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.

menitikberatkan pada perubahan sikap seseorang akan kecakapan dalam hal tertentu yang diakibatkan oleh proses belajar itu. Kecakapan tersebut dapat berupa pengetahuan, sikap, dan/ atau keterampilan.

Slameto memiliki pandangan bahwa belajar adalah sebuah proses usaha yang dilakukan seseorang untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara keseluruhan sebagai hasil pengalaman yang dialaminya sendiri dalam berinteraksi dengan lingkungannya.³⁹

Kesimpulan dari uraian definisi para ahli di atas adalah secara umum belajar merupakan proses memperoleh kecakapan tertentu dimana terjadi perubahan baik pengetahuan, sikap, ataupun keterampilan setelah proses tersebut selesai.

b. Pengertian Hasil Belajar

Nana Sudjana mendefinisikan hasil belajar siswa pada hakikatnya adalah perubahan tingkah laku sebagai hasil belajar dalam pengertian yang lebih luas mencakup bidang kognitif, afektif, dan psikomotorik.⁴⁰

Dimiyati dan Mudjiono juga menyebutkan hasil belajar merupakan hasil dari suatu interaksi tindak belajar dan tindak

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Nana Sudjana, *Penilaian Hasil Belajar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), h. 3

mengajar. Tindak mengajar diakhiri dengan proses evaluasi hasil belajar dari sisi pendidik, sedangkan dari sisi warga belajar, hasil belajar merupakan berakhirnya pengajaran dari puncak proses belajar.⁴¹

Hasil belajar sebagai salah satu indikator pencapaian tujuan pembelajaran di kelas tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi hasil belajar itu sendiri. Sugihartono dkk menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi hasil belajar adalah faktor internal dan faktor eksternal.⁴²

Faktor internal adalah faktor yang ada dalam diri individu yang sedang belajar. Faktor internal meliputi faktor jasmaniah dan faktor psikologis.

Faktor eksternal adalah faktor yang ada di luar individu. Faktor eksternal meliputi faktor keluarga, faktor sekolah, dan faktor masyarakat. Faktor eksternal yang berasal dari penyelenggara kegiatan pembelajaran, salah satunya adalah model pembelajaran yang diterapkan pendidik.

⁴¹Dimiyati dan Mudjiono, *Belajar dan Pembelajaran*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 3 – 4

⁴²Sugihartono dkk, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: UNY Press, 2007), h. 76 – 77

**c. Pokok Bahasan Pembuatan Video Promosi di Situs *Youtube*
Berdasarkan Prinsip *Search Engine Optimization* (SEO)**

1) Video sebagai media promosi bisnis

Promosi bisnis menggunakan video bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun seiring perkembangan zaman dan teknologi. Ini memudahkan para pelaku bisnis untuk bisa menemukan pelanggan dan menjual produk yang mereka hasilkan. Keuntungan menggunakan video, yaitu sebagai berikut:⁴³

a. Perangkat telah berkembang

Perkembangan perangkat inilah yang mendukung perkembangan dari usaha promosi sebuah bisnis. Menggunakan sebuah video untuk melakukan *story telling* dengan pelanggan adalah salah satu contohnya. Melihat videopun juga sudah bisa dilakukan dimana – mana. Itu sebabnya, video menjadi salah satu alternatif pebisnis untuk melakukan promosi bisnis mereka.

b. Audiens yang berbeda

⁴³Bambang Raman, “5 Manfaat *Youtube Marketing*”, 2015, diakses dari <http://inilah-manfaat.blogspot.com/2015/02/inilah-5-manfaat-menggunakan-youtube.html> pada tanggal 12 April 2015

Perkembangan teknologi membuat pengguna atau audiens juga akan semakin luas. Ini menjadi peluang yang sangat bagus bagi pebisnis dalam mempromosikan bisnis mereka melalui video yang mereka buat. Video dapat berupa penjelasan produk atau layanan mereka, testimonial pelanggan mereka, hingga *story telling* pemilik bisnis itu sendiri. Video yang diunggah harus memiliki sebuah interaksi antara audiens dengan pebisnis itu sendiri. Interaksi inilah yang membuat video tersebut semakin terasa hidup dari pada hanya menampilkan dan tidak memberikan kesan apapun.

c. Media yang berkembang

Selama ini kita hanya mengenal bahwa untuk menemukan video apapun itu kita akan mengunjungi *Youtube*. *Youtube* memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung internet.

d. Menggapai pasar lebih luas

Kita tahu bahwa pengunjung situs *Youtube* setiap harinya sudah tidak bisa dibayangkan lagi banyaknya. Ini menjadi ladang yang menjanjikan bagi pebisnis

ketika mereka ingin mengunggah video bisnis mereka.

2) Hal-hal yang diperlukan dalam membuat video promosi bisnis

Hal-hal yang diperlukan dalam membuat video promosi bisnis, adalah sebagai berikut:

a) Kata kunci (*keyword*). Dalam melakukan aktivitas pencarian informasi di internet melalui mesin pencari (*search engine*), kita biasa menuliskan beberapa kata yang mewakili apa yang sedang kita cari. Siapkan kata kunci andalan yang berasal dari riset di mesin pencari dan *related keyword* yang terletak di SERP. Tujuannya adalah untuk memprediksi kata-kata yang sering digunakan calon konsumen. Beberapa langkah untuk melakukan riset pasar melalui mesin pencari (*search engine*) di *google.com*:

- 1- Ketik kata kunci *buying* dilanjutkan dengan nama produk dan tempat penjualan
- 2- Lihat hasil pencarian
- 3- Bidik kata kunci dengan hasil pencarian yang relative sedikit
- 4- Ketik *allintitle: (kata kunci pas)*

- 5- Mengumpulkan beberapa kata kunci yang relevan untuk digunakan sebagai kata kunci penjualan kita
- b) Gambar. Siapkan gambar yang merepresentasikan produk bisnis kita. Pilih gambar yang menarik, perhatikan pencahayaan dan kontras warna.
- c) Akun *gmail*. Akun gmail berfungsi sebagai akun yang digunakan untuk mengunggah video nantinya. Langkah-langkah pembuatan akun di *www.gmail.com*:
 - 1- Buka laman *www.gmail.com*
 - 2- Lakukan pendaftaran dengan memilih sign up
 - 3- Lengkapi formulir yang berisi identitas pengguna
 - 4- Cek kelengkapan dan kebenaran data
 - 5- Lakukan verifikasi

3) **Macam dan fungsi *Tools* dalam pembuatan video di situs *Youtube***

Beberapa *tools* dan fungsinya yang akan kita temui dalam pembuatan video di situs *Youtube*:

- a) *Thumbnails*, adalah *icon* yang terlihat pada tayangan pertama yang muncul saat mencari video di *Youtube*;

- b) *Create new channel, tools* dalam pembuatan video di situs *Youtube* yang berfungsi untuk membuat *channel* baru; dan
- c) *Setting channel*, untuk mengatur saluran agar video kita mudah terdeteksi.

4) Langkah-langkah pembuatan video di situs *Youtube*

Langkah pembuatan video di situs *Youtube* yang diperoleh dari <http://cara-ririn.com/cara-upload-video-ke-situs-Youtube/> adalah sebagai berikut:

- a) Siapkan file video anda terlebih dahulu;
- b) Silahkan buka *browser* anda, misal *Google Chrome* atau mungkin *Mozilla Firefox*;
- c) Pastikan komputer anda dalam keadaan terkoneksi dengan internet;
- d) Silahkan kunjungi situs *Youtube* di url ini www.youtube.com;
- e) Silahkan *log in* dengan *username* dan *password* anda;
- f) Setelah masuk, klik tombol *Upload* di pojok kanan atas;
- g) Apabila anda baru kali pertama melakukan *upload*, maka akan muncul notifikasi lalu klik tombol *Oke*;
- h) Silahkan klik tombol Warna Merah Besar;
- i) Pilih file video di komputer anda kemudian klik *Open*; dan

- j) Silahkan tunggu beberapa menit sampai proses unggah file video selesai.
- k) Apabila proses upload sudah selesai, silahkan isi deskripsi video anda.

5) Prinsip SEO (*Search Engine Optimization*)

Setiap orang yang menggeluti dunia SEO punya prinsip dan cara masing-masing dalam mengoptimisasi *web/ blog* mereka, tidak ada aturan yang baku dalam dunia SEO. Prinsip dasar yang sering dipakai para Master SEO dan yang umum digunakan adalah sebagai berikut:⁴⁴

a) Berteman Dengan *Google*

Mesin pencari memang bukan hanya *google*, tapi *google* adalah raja dari mesin pencari sehingga baik-baiklah dengan *google*. Anda mencari celah dalam algoritma *google*, mencari cara untuk mengelabui bot pencarian *google*, metode indexing dan sebagainya. Hal ini biasanya disebut sebagai *blackhact* SEO, namun tidak semua teknik ini dianggap melanggar tapi dianggap sebagai *advanced* SEO. Jika Anda berniat untuk

⁴⁴Saatul Ihsan, "*Prinsip Dasar SEO*", 2012, diakses dari <http://bisakomputer.com/tips-seo-3-prinsip-dasar-seo/> pada tanggal 15 April 2015

melakukannya dengan cara yang melanggar sebaiknya hindari hal itu, karena jika *google* mengetahui dirinya sedang dikelabui, maka dengan mudahnya dia akan mem-*blacklist* kita dari *index* pencariannya. Oleh sebab itu, kita harus berteman dengan *google* maka gunakanlah cara-cara yang sudah dia anjurkan dan sesuai dengan *rule google*.

b) *Setting channel*

Setting channel digunakan untuk mengatur saluran agar video kita mudah terdeteksi. Cara melakukan *setting channel* adalah sebagai berikut:

- 1- *Sign in* ke aplikasi *www.Youtube.com*
- 2- Pilih *channel setting*
- 3- Pilih *monetization*
- 4- Klik *enable*
- 5- Klik *enable my account*
- 6- *Checklist* tiga pilihan yang tersedia
- 7- Klik *got it*

c) *Free Ping Service*

Ping merupakan sebuah alat otomatis berbentuk web yang berfungsi menyebarkan informasi blog/ sejenisnya ke berbagai situs populer

di seluruh dunia yang selalu dikunjungi orang dan untuk mempercepat index informasi, dalam hal ini video promosi bisnis kita. Berikut daftar *Ping Service* yang dapat Anda coba: *Ping-O-Matic*; *My Pagerank*; *TotalPing!*; *Feed Shark*; *PingMyBlog*; *Pingler*; *Autopinger*; *Pingates*; *Feed Ping*; dan *Ping.In*.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Nur Akhlis Sarihidaya Laksana dkk. melakukan penelitian pada tahun 2014 terhadap 39 siswa Kelas X TKR 1 SMK Negeri 1 Ampel gading Pemalang, dengan hasil bahwa penerapan pembelajaran *experiential learning* mampu meningkatkan hasil belajar siswa pada kompetensi memahami dasar – dasar mesin.⁴⁵

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andian Ari Istiningrum terhadap 44 mahasiswa yang mengambil mata kuliah Akuntansi Keuangan Menengah I, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta pada tahun 2013, menunjukkan bahwa model *experiential learning* dapat

⁴⁵Nur Akhlis Sarihidaya Laksana dkk, *Penerapan Pembelajaran Model Experiential Learning Kolb untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa pada Kompetensi Memahami Dasar – dasar Mesin*, Journal of Mechanical Engineering Learning, UNNES, Vol 3, No. 1, (Agustus, 2014), h. 12

meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk memberikan pertimbangan profesional.⁴⁶

Kemal Ahmet, Mellor, A, dan Nadine Ryan Bannerman melakukan penelitian pada tahun 2006 di Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan Negeri Singaraja menunjukkan bahwa *model experiential learning* secara signifikan mampu meningkatkan kompetensi pembelajar dalam bidang sains.⁴⁷

Kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan beberapa peneliti sebelumnya, yaitu penerapan model *experiential learning* dapat meningkatkan hasil belajar/ kompetensi peserta didik.

Persamaan penelitian yang dipaparkan di atas dengan penelitian mengenai program pelatihan *youtube marketing* ini, terletak pada penerapan model *experiential learning*, dimana peneliti melakukan proses pelatihan berdasarkan tahapan model *experiential learning* yang terdiri dari (1) pengalaman konkret; (2) refleksi & observasi; (3) konseptualisasi; dan (4) pengalaman aktif.

Perbedaan penelitian yang dipaparkan di atas dengan penelitian mengenai program pelatihan *youtube marketing* ini, terletak pada penggunaan model *experiential learning*. Penelitian yang dilakukan Nur

⁴⁶Andian Ari Istiningrum, *Efektivitas Open-ended Experiential Learning Cases dalam Peningkatan Pertimbangan Profesional*, Cakrawala Pendidikan, No. 1, Th. XXXIV, (Februari, 2015), h. 47

⁴⁷IB. Mardana, *Jurnal Pendidikan dan Pengajaran IKIP Negeri Singaraja*, No. 4 TH. XXXIX (Oktober, 2006), hlm. 786

Akhlis Sarihidaya Laksana dkk., Andian Ari Istiningrum, Kemal Ahmet, dan Mellor, A, dan Nadine Ryan Bannerman, ketiganya menerapkan model *experiential learning* dalam proses pembelajaran di pendidikan formal. Peneliti pada kesempatan ini menerapkan *experiential learning* pada kegiatan pelatihan yang merupakan bagian dari pendidikan non formal.

Perbedaan lainnya terletak pada karakteristik sasaran penelitian. Sasaran penelitian pada ketiga penelitian relevan yang dipaparkan di atas adalah anak sekolah dan mahasiswa sehingga dalam proses pembelajaran, masih diterapkan prinsip-prinsip pedagogi. Sasaran penelitian pada penelitian ini adalah orang dewasa sehingga dalam proses pelatihan diterapkan prinsip-prinsip orang dewasa.

C. Kerangka Berpikir

Uma Sekaran (dalam Sugiyono, 2011) mendefinisikan kerangka berpikir sebagai model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting.⁴⁸

Hasil identifikasi kebutuhan menunjukkan realitas yang terjadi dalam beberapa kegiatan pelatihan di lembaga penyelenggara pelatihan bisnis, Graha Inspirasi, Rawamangun, Jakarta Timur. Realitas tersebut terangkum sebagai berikut:

⁴⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Jakarta: Alfabeta, 2011), h. 62

1. Pelatihan masih menggunakan pendekatan berpusat pada pendidik (*teacher centered approach*);
2. Strategi dan metode yang digunakan instruktur masih monoton;
3. Adanya perbedaan-perbedaan secara individu dalam hal gaya belajar; dan
4. Kompetensi dalam membuat video di situs *youtube* sesuai prinsip *Search Engine Optimization (SEO)* rendah.

Realitas di atas kemudian dibandingkan dengan kondisi idealnya untuk menemukan kesenjangan di antara keduanya. Kondisi ideal pembelajaran dalam konteks ini adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan diselenggarakan sesuai prinsip andragogi;
2. Penerapan model pembelajaran disesuaikan dengan karakteristik peserta sebagai pembelajar orang dewasa;
3. Ide-ide dan prinsip-prinsip yang dialami dan ditemukan peserta lebih efektif dalam pemerolehan bahan ajar; dan
4. Peserta mampu membuat video di situs *youtube* sesuai prinsip *Search Engine Optimization (SEO)*.

Masalah berdasarkan kondisi nyata dan ideal yang dipaparkan di atas, teridentifikasi sebagai berikut: (1) Kompetensi dalam membuat video di situs *youtube* sesuai prinsip *Search Engine Optimization* rendah; dan (2) Hasil belajar peserta dapat dipengaruhi oleh model pembelajaran sebagai factor eksternal. Identifikasi masalah kemudian dibatasi hanya

pada peningkatan kompetensi peserta dalam pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* sesuai prinsip *Search Engine Optimization (SEO)* melalui pelatihan.

Potensi peserta juga teridentifikasi, yaitu (1) Keinginan kuat dari dalam diri peserta untuk berhasil dalam belajarnya; (2) Peserta sudah terbiasa melakukan promosi melalui media sosial sehingga bisa dikatakan sudah *melek* teknologi; dan (3) Model *experiential learning* dapat diterapkan sebagai salah satu model pembelajaran orang dewasa.

Alternatif solusi yang ditawarkan peneliti berupa program pelatihan dengan menerapkan teori *experiential learning* sebagai upaya pencapaian tujuan/ orientasi pelatihan yang terdiri dari:

1. Menyadari pentingnya peranan video dalam promosi bisnis (A3);
2. Menyiapkan hal-hal yang diperlukan dalam membuat video promosi bisnis, seperti: kata kunci, gambar, dan akun gmail (P2);
3. Membuat video promosi bisnis di situs *youtube* (P3); dan
4. Menggunakan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*) dalam penyelesaian pembuatan video promosi di situs *youtube* (P3).

Pemilihan penerapan teori *experiential learning* atau berbasis pengalaman ini didasarkan pada pertimbangan bahwa : (1) Salah satu model pembelajaran yang sesuai dengan prinsip andragogi adalah

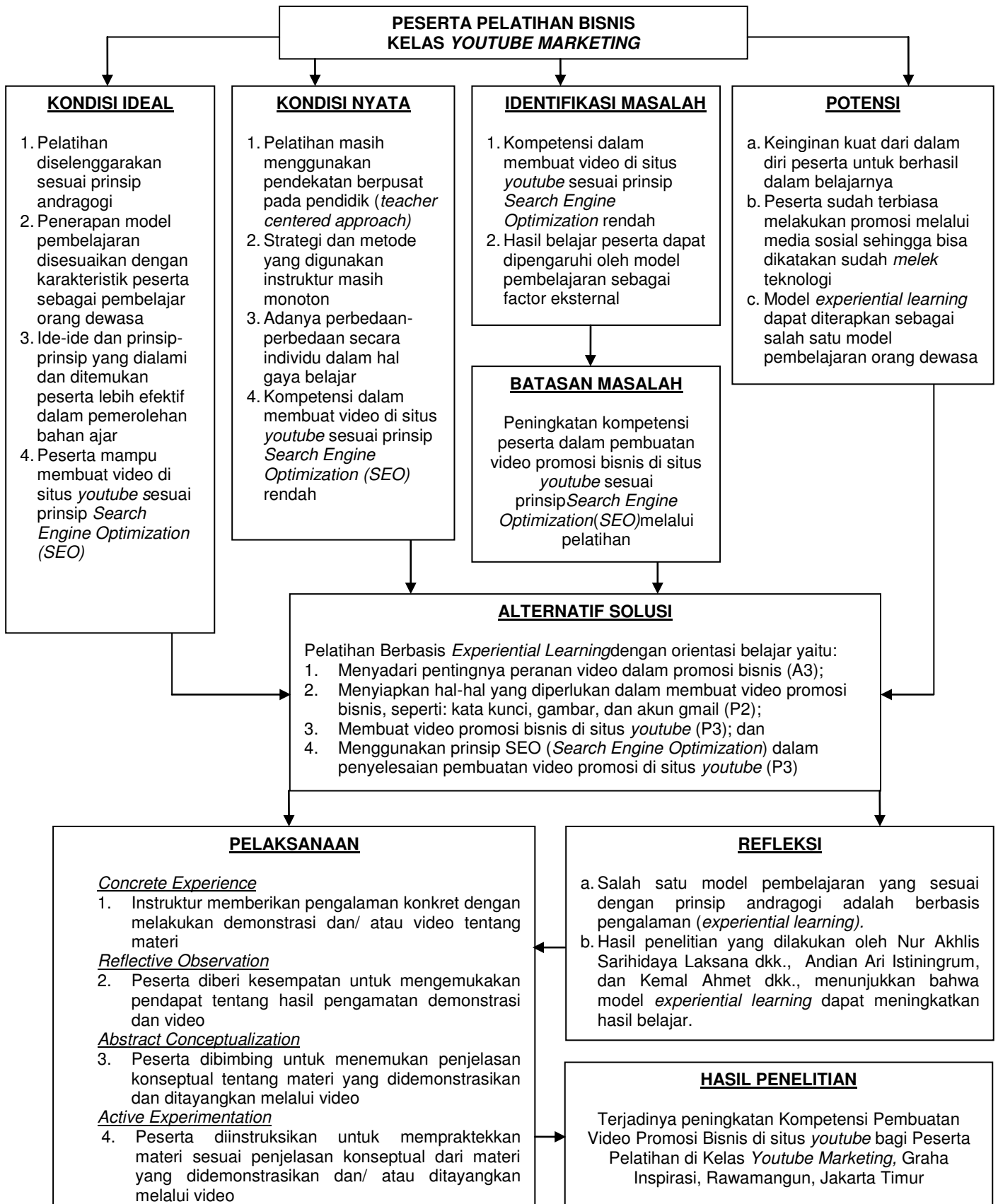
berbasis pengalaman (*experiential learning*)⁴⁹; dan (2) Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nur Akhlis Sarihidaya Laksana dkk., Andian Ari Istiningrum, dan Kemal Ahmet dkk., menunjukkan bahwa model *experiential learning* dapat meningkatkan hasil belajar.

Model *experiential learning* terdiri dari empat tahap yang menjadi dasar pelaksanaan pelatihan yang akan peneliti kaji yang terdiri dari:

1. *Concrete Experience*. Instruktur memberikan pengalaman konkret dengan melakukan demonstrasi dan/ atau video tentang materi;
2. *Reflective Observation*. Peserta diberi kesempatan untuk mengemukakan pendapat tentang hasil pengamatan demonstrasi dan video;
3. *Abstract Conceptualization*. Peserta dibimbing untuk menemukan penjelasan konseptual tentang materi yang didemonstrasikan dan ditayangkan melalui video; dan
4. *Active Experimentation*. Peserta diinstruksikan untuk mempraktekkan materi secara mandiri sesuai penjelasan konseptual dari materi yang didemonstrasikan dan/ atau ditayangkan melalui video.

⁴⁹Miftahul H., *Model-model Pengajaran dan Pembelajaran*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h.33

Penerapan tahapan *experiential learning* dalam pelatihan ini, diharapkan meningkatkan kompetensi pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* berdasarkan prinsip *search engine optimization (seo)* bagi Peserta Pelatihan di Kelas *Youtube Marketing*, Graha Inspirasi, Rawamangun, Jakarta Timur. Bagan di bawah ini, merupakan rangkuman untuk mempermudah pemahaman tentang kerangka berpikir.



Gambar II. 3.
Bagan Kerangka Berpikir

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yang digunakan adalah hipotesis statistik yang dituangkan dalam pernyataan berikut:

Hipotesis Nol (Ho) :

Tidak terjadi peningkatan kompetensi pembuatan video di situs *youtube* melalui pelatihan berbasis *experiential learning*.

Hipotesis Alternatif (Ha):

Terjadi peningkatan kompetensi pembuatan video di situs *youtube* melalui pelatihan berbasis *experiential learning*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data empiric tentang program pelatihan berbasis *experiential learning* sebagai upaya untuk meningkatkan kompetensi pembuatan video promosi di situs *youtube* berdasarkan prinsip *search engine optimization (seo)* bagi peserta pelatihan di Kelas *Youtube Marketing*, Graha Inspirasi, Rawamangun, Jakarta Timur.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada satuan pendidikan nonformal dalam pembelajaran program pelatihan, khususnya dalam peningkatan kompetensi peserta pelatihan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian : Sekretariat Graha Inspirasi, Jalan Waru No. 24,
Rawamangun, Jakarta Timur

Waktu penelitian : Maret – Juni 2015

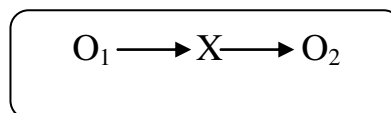
C. Metode dan Desain Penelitian

Secara umum, metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁵⁰ Metode penelitian berhubungan erat dengan prosedur, teknik, alat, serta desain penelitian yang digunakan.

Metode penelitian ini tergolong penelitian eksperimen, di mana penelitian bertujuan untuk mencari pengaruh perlakuan tertentu terhadap yang lain dalam kondisi yang terkendalikan.⁵¹

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Eksperimen Sederhana *Design One-Group Pretest-Posttest*. Penggunaan desain ini didasarkan pada keterbatasan jumlah peserta pelatihan yang dijadikan sebagai sampel penelitian dikarenakan penelitian mengikuti tema pelatihan yang saat itu adalah pemasaran berbasis *youtube (youtube marketing)* sehingga sampel tidak dipilih secara random, tidak ada variable kontrol.

Desain penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar III. 1
Design One-Group Pretest-Posttest

⁵⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2001), h. 3

⁵¹*Ibid.* h. 107

Keterangan:

O₁ : tes awal (*pretest*)

X : perlakuan (*treatment*)

O₂ : tes akhir (*posttest*)

Pelatihan diawali dengan memberikan tes awal (*pretest*) tentang pokok bahasan *youtube marketing*. Tahap berikutnya, peserta pelatihan diberi perlakuan dengan menerapkan model *experiential learning* sebanyak tiga sesi pelatihan. Pelatihan diakhiri dengan pemberian tes akhir (*posttest*) kepada peserta pelatihan.

Hasil *pre-post test* dapat memperlihatkan perbedaan kondisi peserta pelatihan sebelum dan sesudah diberikan *treatment* sehingga hasil perlakuan dapat diketahui secara akurat karena dapat dibandingkan dengan keadaan sebelum diberi perlakuan.⁵²

Pelaksanaan pelatihan sebagai *treatment* penelitian ini, mengacu pada silabus dan rancangan pelaksanaan pelatihan yang peneliti dan instruktur susun berikut ini:

⁵²ibid. h. 110

Tabel III. 1

SILABUS BUSINESS TRAINING GRAHA INSPIRASI

Kelas : Pemasaran Berbasis Youtube (*Youtube Marketing*)

Materi Ajar : Promosi bisnis melalui situs *youtube*

Standar Kompetensi : Membuat video promosi bisnis di situs *youtube* sesuai dengan prinsip SEO
(*Search Engine Optimization*) (P3)

Alokasi Waktu : 6 x 45 menit (3 kali pertemuan)

Kompetensi Dasar	Indicator Pencapaian Kompetensi	Kegiatan Pembelajaran	Materi Pokok	Alokasi Waktu	Penilaian	Sumber Belajar
	A – B – C – D					
Sesi Pertama						
Memahami ruang lingkup Pelatihan Pemasaran Berbasis Youtube (<i>Youtube Marketing</i>) (C2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta menjelaskan pokok-pokok materi dalam pelatihan (C2) 2. Peserta mengidentifikasi tugas-tugas selama pelatihan (C2) 3. Peserta menyepakati ketentuan dalam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Instruktur memimpin perkenalan 2. Instruktur membagi peserta menjadi beberapa kelompok belajar, dimana satu kelompok terdiri dari dua orang 3. Instruktur menjelaskan pokok-pokok materi dan ketentuan dalam 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Standar kompetensi, kompetensi dasar, dan materi pokok dalam Pelatihan <i>Youtube Marketing</i> 2. Kontrak pelatihan 	2 x 45'		Silabus Modul Pelatihan susunan Elang Yudhantoro, Graha Inspirasi

Kompetensi Dasar	Indikator Pencapaian Kompetensi	Kegiatan Pembelajaran	Materi Pokok	Alokasi Waktu	Penilaian	Sumber Belajar
	A – B – C – D					
	kontrak pelatihan (A3)	<p>Pelatihan <i>Youtube Marketing</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Peserta bersama anggota kelompoknya mendiskusikan pokok-pokok materi apa saja yang akan dipelajari selama pelatihan 5. Peserta bersama anggota kelompoknya mengidentifikasi tugas-tugas yang akan dikerjakan selama pelatihan 6. Setiap kelompok menyampaikan pokok-pokok materi dan hasil identifikasi tentang tugas-tugas yang akan dikerjakan selama pelatihan 7. Peserta mengisi dan menandatangani kontrak pelatihan 8. Peserta mengerjakan <i>pretest</i> 				
Menyadari pentingnya peranan video	1. Peserta menjelaskan pengertian video promosi bisnis (C2)	1. Peserta menyimak video promosi bisnis yang ditayangkan oleh	Video sebagai media promosi bisnis		Tes Tertulis	Modul Pelatihan

Kompetensi Dasar	Indikator Pencapaian Kompetensi	Kegiatan Pembelajaran	Materi Pokok	Alokasi Waktu	Penilaian	Sumber Belajar
	A – B – C – D					
dalam promosi bisnis (A3)	<ol style="list-style-type: none"> 2. Peserta menjelaskan manfaat video dalam promosi bisnis (C2) 3. Peserta menunjukkan kesetujuan bahwa video memiliki peran penting dalam promosi bisnis (A3) 4. Peserta berencana menggunakan video dalam promosi bisnis (A3) 	<ol style="list-style-type: none"> instruktur 2. Peserta mengungkapkan pendapat tentang manfaat video dalam promosi bisnis 3. Instruktur memberikan penjelasan konseptual tentang manfaat video dalam promosi bisnis 			Angket	Video Tutorial
Menyiapkan hal-hal yang diperlukan dalam membuat video promosi bisnis, seperti: kata kunci, gambar, dan akun gmail (P2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta menjelaskan pengertian dan fungsi dari beberapa istilah dalam persiapan membuat video promosi bisnis (C2) 2. Peserta menjelaskan berbagai hal yang perlu disiapkan dalam membuat video promosi bisnis (C2) 3. Peserta 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta mencari pengertian dari istilah-istilah yang terdapat dalam persiapan membuat video promosi bisnis 2. Peserta mengamati cara melakukan riset kata kunci, menentukan gambar, dan membuat akun gmail 3. Peserta menyiapkan kata kunci, gambar, dan akun gmail untuk membuat video 	Berbagai hal yang diperlukan dalam membuat video promosi bisnis		<p>Tes Tertulis</p> <p>Observasi: Skala Penilaian</p>	<p>Modul Pelatihan</p> <p>Video Tutorial</p>

Kompetensi Dasar	Indikator Pencapaian Kompetensi	Kegiatan Pembelajaran	Materi Pokok	Alokasi Waktu	Penilaian	Sumber Belajar
	A – B – C – D					
	menjelaskan cara me- <i>rename</i> gambar (C2) 4. Peserta mengumpulkan kata kunci, menentukangambar, dan membuat akun gmail sesuai dengan jenis produk bisnis mereka (P2)	promosi bisnis				
Sesi Kedua						
Membuat video promosi bisnis di situs <i>youtube</i> (P3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta menjelaskan fungsi beberapa <i>tools</i> dalam pembuatan video di situs <i>youtube</i> (C2) 2. Peserta menjelaskan langkah-langkah pembuatan video di situs <i>youtube</i> (C2) 3. Peserta membuat video promosi di situs <i>youtube</i> (P3) 4. Peserta mensimulasikan tahapan pembuatan video promosi di 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta menemukan macam dan fungsi <i>Tools</i> dalam pembuatan video di situs <i>youtube</i> 2. Peserta mengamati langkah-langkah pembuatan video di situs <i>youtube</i> 3. Peserta membuat video promosi di situs <i>youtube</i> 4. Setiap kelompok mensimulasikan tahapan pembuatan video promosi di situs <i>youtube</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Macam dan fungsi <i>Tools</i> dalam pembuatan video di situs <i>youtube</i> 2. Langkah-langkah pembuatan video di situs <i>youtube</i> 	2 x 45'	Tes Tertulis Angket Observasi: Skala Penilaian & Daftar <i>Checklist</i>	Modul Pelatihan Video Tutorial

Kompetensi Dasar	Indikator Pencapaian Kompetensi	Kegiatan Pembelajaran	Materi Pokok	Alokasi Waktu	Penilaian	Sumber Belajar
	A – B – C – D					
	situs <i>youtube</i> (P3) 5. Peserta saling membantu rekan yang kesulitan dalam membuat video promosi di situs <i>youtube</i> (A3) 6. Peserta merasakan kebermanfaatan belajar dalam kelompok (A3)	5. Peserta melakukan diskusi kelompok tentang kesulitan dalam membuat video promosi di situs <i>youtube</i> 6. Peserta memperbaiki video buatannya sesuai dengan hasil diskusi				
Sesi Ketiga						
Menggunakan prinsip SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) dalam penyelesaian pembuatan video promosi di situs <i>youtube</i> (P3)	1. Peserta menjelaskan manfaat masuk halaman awal mesin pencari <i>google</i> (C2) 2. Peserta menjelaskan fungsi dari dua prinsip dalam SEO (<i>Search Engine Optimization</i>), yaitu: 'berteman' dengan mesin pencari <i>google</i> dan <i>setting channel</i> (C2) 3. Peserta menjelaskan langkah-langkah masuk halaman awal mesin pencari <i>google</i>	1. Peserta menemukan prinsip SEO, yaitu: 'berteman' dengan mesin pencari <i>google</i> , <i>setting channel</i> , dan <i>free ping service</i> 2. Peserta mengamati cara menggunakan prinsip SEO, yaitu: 'berteman' dengan mesin pencari <i>google</i> , <i>setting channel</i> , dan <i>free ping service</i> 3. Peserta menerapkan prinsip SEO dalam penyelesaian pembuatan video	1. Pentingnya SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) 2. Prinsip SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) yaitu: 'berteman' dengan mesin pencari <i>google</i> , <i>setting channel</i> , dan <i>free ping service</i> 3. Penerapan	2 x 45'	Tes Tertulis Observasi: Skala Penilaian	Modul Pelatihan Video Tutorial

Kompetensi Dasar	Indikator Pencapaian Kompetensi	Kegiatan Pembelajaran	Materi Pokok	Alokasi Waktu	Penilaian	Sumber Belajar
	A – B – C – D					
	<p>menggunakan salah satu prinsip SEO yaitu: <i>free ping service</i> (C2)</p> <p>4. Peserta memunculkan video promosi buatannya di halaman awal mesin pencari <i>google</i> sesuai prinsip SEO (P3)</p> <p>5. Peserta memberikan respon atas komentar di video promosi yang diunggah di situs <i>youtube</i> (A4)</p> <p>6. Peserta menilai efektivitas penerapan SEO dalam video promosi bisnis (A4)</p>	<p>promosinya</p> <p>4. Peserta mengelola interaksi yang terjadi pada video promosi yang telah diunggah di situs <i>youtube</i></p> <p>5. Peserta mengerjakan <i>posttest</i></p>	<p>prinsip SEO dalam <i>Youtube Marketing</i></p>			

Rencana Pelaksanaan Pelatihan (RPP)
Kelas *Youtube Marketing*, Graha Inspirasi

- Sesi Pelatihan ke-** : 1
- Alokasi Waktu : 2 X 45 menit
- Standar kompetensi : Membuat video promosi bisnis di situs *youtube* sesuai dengan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*) (P3)
- Kompetensi dasar : 1. Memahami ruang lingkup Pelatihan Pemasaran Berbasis Youtube (*Youtube Marketing*) (C2)
 2. Menyadari pentingnya peranan video dalam promosi bisnis (A3)
 3. Menyiapkan hal-hal yang diperlukan dalam membuat video promosi bisnis, seperti: kata kunci, gambar, dan akun gmail (P2)
- Materi pokok : 1. Standar kompetensi, kompetensi dasar, dan materi pokok dalam Pelatihan *Youtube Marketing*
 2. Kontrak pelatihan
 3. Video sebagai media promosi bisnis
 4. Hal-hal yang diperlukan dalam membuat video promosi bisnis
- Indikator pencapaian : 5. Peserta menjelaskan pokok-pokok materi dalam pelatihan (C2)
 6. Peserta mengidentifikasi tugas-tugas selama pelatihan (C2)
 7. Peserta memahami ketentuan dalam pelatihan (C2)
 8. Peserta menyepakati ketentuan dalam kontrak pelatihan (A3)
 9. Peserta menjelaskan manfaat video dalam promosi bisnis (C2)
 10. Peserta berniat menggunakan video dalam promosi bisnis (A3)
 11. Peserta membenarkan bahwa video memiliki peran penting dalam promosi bisnis (A3)
 12. Peserta menjelaskan pengertian dari dua istilah yang terdapat dalam persiapan membuat video promosi bisnis (C2)
 13. Peserta menjelaskan cara me-*rename* gambar (C2)
 14. Peserta mengumpulkan kata kunci, menentukangambar, dan

membuat akun gmail sesuai dengan jenis produk bisnis mereka (P2)

Metode pembelajaran : *Game* Perkenalan, Ceramah, Demonstrasi, Diskusi, Praktek

Langkah pembelajaran : **A. Pendahuluan (10 menit) (09.00 – 09.10 WIB)**

2. Instruktur membuka pertemuan dengan doa dan salam
3. Instruktur memimpin permainan perkenalan
4. Instruktur menyampaikan isi daftar kontrak belajar
5. Instruktur meminta kesediaan peserta untuk mengisi daftar kontrak belajar

B. Inti (70 menit) (09.10 – 10.20 WIB)

Concrete Experience1

4. Instruktur melakukan tanya jawab tentang pengalaman penggunaan video dalam promosi bisnis secara online
5. Peserta mengamati video promosi bisnis di situs *youtube* yang ditunjukkan instruktur

Reflective Observation1

6. Peserta diberi kesempatan untuk mengemukakan pendapat tentang hasil pengamatan video promosi bisnis di situs *youtube*

Abstract Conceptualization1

7. Peserta dibimbing untuk menemukan penjelasan konseptual tentang manfaat video dalam promosi bisnis produk bisnis

Active Experimentation1

8. Peserta menjelaskan manfaat video dalam promosi bisnis produk bisnis

Concrete Experience2

9. Peserta diberikan demonstrasi tentang cara menyiapkan *file-file* yang diperlukan dalam membuat video promosi bisnis melalui situs *youtube*, yaitu: kata kunci, gambar, dan akun gmail

Reflective Observation2

10. Peserta diberi kesempatan untuk melakukan tanya jawab tentang cara menyiapkan *file-file* yang diperlukan dalam membuat video promosi bisnis melalui situs *youtube*, yaitu: kata kunci, gambar, dan akun gmail

Abstract Conceptualization2

11. Peserta dibimbing untuk menemukan penjelasan konseptual tentang *file-file* apa saja yang diperlukan dalam membuat video promosi bisnis melalui situs *youtube*, yaitu: kata kunci, gambar, dan akun gmail

Active Experimentation2

12. Peserta didorong untuk mampu mengumpulkan kata kunci, menentukan gambar, dan membuat akun gmail untuk keperluan pembuatan video promosi bisnis melalui situs *youtube*

C. Penutup (10 menit) (10.20 – 10.30 WIB)

1. Instruktur memeriksa hasil belajar peserta
2. Instruktur menyarankan peserta untuk memperbaiki hasil belajar
3. Instruktur menyampaikan materi yang akan dipelajari pada pertemuan selanjutnya
4. Instruktur menutup pertemuan dengan doa dan salam

Referensi

: Video tutorial

Modul susunan Elang Yudhantoro, Graha Inspirasi

Sesi Pelatihan ke-	: 2
Alokasi Waktu	: 2 X 45 menit
Standar kompetensi	: Membuat video promosi bisnis di situs <i>youtube</i> sesuai dengan prinsip SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) (P3)
Kompetensi dasar	: Membuat video promosi bisnis di situs <i>youtube</i> (P3)
Materi pokok	: 3. Macam dan fungsi <i>Tools</i> dalam pembuatan video di situs <i>youtube</i> 4. Langkah-langkah pembuatan video di situs <i>youtube</i>
Indikator pencapaian	: 1. Peserta menjelaskan fungsi beberapa <i>tools dalam pembuatan video</i> di situs <i>youtube</i> (C2) 2. Peserta menjelaskan langkah-langkah pembuatan video di situs <i>youtube</i> (C2) 3. Peserta membuat video promosi di situs <i>youtube</i> (P3) 4. Peserta mensimulasikan tahapan pembuatan video promosi di situs <i>youtube</i> (P3) 5. Peserta membantu rekan yang kesulitan dalam membuat video promosi di situs <i>youtube</i> (A2)
Metode pemb.	: <i>Game</i> Perkenalan, Ceramah, Demonstrasi, Diskusi, Praktek
Langkah pembelajaran	: A. Pembukaan (10 menit) (09.00 – 09.10 WIB) 1. Instruktur membuka pertemuan dengan doa dan salam Instruktur memimpin permainan perkenalan 2. Instruktur melakukan tanya jawab tentang kelengkapan persiapan pembuatan video pada pertemuan sebelumnya B. Inti (70 menit) (09.10 – 10.20 WIB) <i>Concrete Experience1</i> 1. Peserta mengamati demonstrasi yang dilakukan instruktur tentang cara membuat video promosi bisnis di situs <i>youtube</i> <i>Reflective Observation1</i>

2. Peserta diberi kesempatan untuk menafsirkan dan menanyakan tahapan dalam membuat video promosi bisnis di situs *youtube*

Abstract Conceptualization1

3. Peserta dibimbing untuk menemukan penjelasan konseptual tentang tahapan dalam membuat video promosi bisnis di situs *youtube*

Active Experimentation1

4. Peserta didorong untuk mampu membuat video promosi bisnis di situs *youtube* sesuai dengan tahapan yang didemonstrasikan sebelumnya
5. Peserta didorong untuk saling membantu dalam membuat video promosi bisnis di situs *youtube*

C. Penutup (10 menit) (10.20 – 10.30 WIB)

1. Instruktur memeriksa hasil belajar peserta
2. Instruktur menyarankan peserta untuk memperbaiki hasil belajar
3. Instruktur menyampaikan materi yang akan dipelajari pada pertemuan selanjutnya
4. Instruktur menutup pertemuan dengan doa dan salam

Referensi : Video tutorial
Modul susunan Elang Yudhantoro, Graha Inspirasi

- Sesi Pelatihan ke- : 3**
- Alokasi Waktu : 2 X 45 menit
- Standar kompetensi : Membuat video promosi bisnis di situs *youtube* sesuai dengan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*) (P3)
- Kompetensi dasar :
 1. Menyadari pentingnya masuk halaman awal mesin pencari *google* (*google search engine*) (A3)
 2. Menggunakan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*) dalam penyelesaian pembuatan video promosi di situs *youtube* (P3)
- Materi pokok :
 4. Pentingnya SEO (*Search Engine Optimization*)
 5. Prinsip SEO (*Search Engine Optimization*) yaitu: ‘berteman’ dengan mesin pencari *google*, *setting channel*, dan *free ping service*
 6. Penerapan prinsip SEO dalam *Youtube Marketing*
- Indikator pencapaian :
 7. Peserta menjelaskan manfaat masuk halaman awal mesin pencari *google* (C2)
 8. Peserta berniat menggunakan video dalam promosi bisnis (A3)
 9. Peserta membenarkan bahwa mesin pencari *google* bermanfaat dalam promosi online (A3)
 10. Peserta menjelaskan fungsi dari dua prinsip dalam SEO (*Search Engine Optimization*), yaitu: ‘berteman’ dengan mesin pencari *google* dan *setting channel* (C2)
 11. Peserta menjelaskan langkah-langkah masuk halaman awal mesin pencari *google* menggunakan salah satu prinsip SEO yaitu: *free ping service* (C2)
 12. Peserta memunculkan video promosi buatannya di halaman awal mesin pencari *google* sesuai prinsip SEO (P3)
 13. Peserta memberikan respon atas komentar di video promosi yang diunggah di situs *youtube* (A2)
 14. Peserta menilai efektivitas penerapan SEO dalam video promosi

bisnis (A3)

Metode pembelajaran : *Game* Perkenalan, Ceramah, Demonstrasi, Diskusi, Praktek

Langkah pembelajaran :

A. Pembukaan (10 menit) (09.00 – 09.10 WIB)

1. Instruktur membuka pertemuan dengan doa dan salam
2. Instruktur melakukan tanya jawab tentang hasil pembuatan video pada pertemuan sebelumnya

B. Inti (70 menit) (09.10 – 10.20 WIB)

Concrete Experience1

1. Peserta ditunjukkan cara mencari sebuah produk bisnis di mesin pencari *google (google search engine)*

Reflective Observation1

2. Peserta diberi kesempatan untuk mengungkapkan keuntungan mesin pencari *google (google search engine)* dalam promosi bisnis

Abstract Conceptualization1

3. Peserta dibimbing untuk menemukan penjelasan konseptual tentang pentingnya masuk halaman awal mesin pencari *google (google search engine)*

Active Experimentation1

4. Peserta menjelaskan pentingnya masuk halaman awal mesin pencari *google (google search engine)*

Concrete Experience2

5. Peserta diberikan demonstrasi tentang cara memunculkan video promosi bisnis buatannya di halaman awal mesin pencari *google (google search engine)* sesuai prinsip SEO

Reflective Observation2

6. Peserta diberi kesempatan untuk melakukan tanya jawab tentang kegiatan demonstrasi di atas

Abstract Conceptualization2

7. Peserta dibimbing untuk menemukan penjelasan konseptual tentang penggunaan prinsip SEO dalam promosi bisnis di situs *youtube*

Active Experimentation2

8. Peserta didorong untuk mampu memunculkan video promosi bisnis buaatannya di halaman awal mesin pencari *google (google search engine)* sesuai prinsip SEO

C. Penutup (10 menit) (10.20 – 10.30 WIB)

1. Instruktur memeriksa hasil belajar peserta
2. Instruktur menutup pertemuan dengan doa dan salam

Referensi : Video tutorial
Modul susunan Elang Yudhantoro, Graha Inspirasi

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵³ Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁵⁴

Populasi dalam penelitian ini adalah peserta yang mendaftar sebagai peserta pelatihan kelas *youtube marketing* sejumlah 12 orang. Teknik pengambilan sampel (*sampling*) menggunakan *sampling* jenuh, dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, hal ini

⁵³ibid. h. 117

⁵⁴ibid. h. 118

dilakukan karena jumlah populasi relative kecil, yakni kurang dari 30 orang. Alasan lain adalah karena peneliti juga ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.⁵⁵

E. Teknik Pengumpulan Data

Dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu *kualitas instrument penelitian*, dan *kualitas pengumpulan data*. Kualitas instrument penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrument, sedangkan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu, instrument yang telah teruji validitas dan reliabilitanya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliable apabila instrument tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.⁵⁶

1. Variabel X (Program Pelatihan Berbasis *Experiential Learning*)

a. Definisi konseptual

Program pelatihan dapat dimaknai sebagai pengalaman pembelajaran yang memfokuskan pada upaya individu untuk memperoleh keterampilan spesifik yang dapat segera digunakan.

(dalam Benny, 2014).⁵⁷

⁵⁵ibid. h. 124

⁵⁶ibid. h. 193

⁵⁷Benny A. Pribadi, *Desain dan Pengembangan Program Pelatihan Berbasis Kompetensi* (Pamulang: Prenada Media Group, 2014), h. 3

Association for Experiential Education (AEE) mendefinisikan "*experiential education is a process through which a learner construct knowledge, skill, and value from direct experiences.*"⁵⁸ Pendidikan berbasis pengalaman merupakan sebuah proses dimana para pembelajar membangun pengetahuan, keterampilan dan nilai dari pengalaman langsung.

b. Definisi operasional

David Kolb menyampaikan model proses EL yang berupa proses yang digambarkan dalam suatu siklus pembelajaran yang terhirarki pada masing-masing fase. Empat tahapan model belajar berbasis pengalaman (*Experiential Learning Model*), yaitu *Concrete Experience, Reflective Observation, Abstract Conceptualization*, dan *Active Experimentation*.⁵⁹

Teknik pengumpulan data untuk memastikan bahwa pelaksanaan pelatihan sesuai dengan desain pelatihan yang berbasis *experiential learning* atau tidak, digunakan instrument pedoman observasi berupa daftar *checklist* yang diisi oleh observer.

⁵⁸ ERIC Development Team, "*Outdoor, Experiential, and Environmental Education: Converging or Diverging Approaches?*", ERIC Digest, 2008, h. 3

⁵⁹Vega Budiman dan Jusuf Pramukantoro, "*Pengaruh Model Pembelajaran Berdasarkan Pengalaman Berbasis Inkuiri*", Jurnal Pendidikan Teknik Elektro, Universitas Negeri Surabaya, Volume 03, Nomor 01 (2014), h.290

2. Variabel Y (Peningkatan Kompetensi Pembuatan Video Promosi Bisnis)

a. Definisi konseptual

Nana Sudjana mendefinisikan hasil belajar siswa pada hakikatnya adalah perubahan tingkah laku sebagai hasil belajar dalam pengertian yang lebih luas mencakup bidang kognitif, afektif, dan psikomotorik.⁶⁰

Promosi bisnis bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun seiring perkembangan zaman dan teknologi. Ini memudahkan para pelaku bisnis bisa menemukan pelanggan dan menjual produk yang mereka hasilkan.

Video merupakan teknologi yang dapat menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menata ulang gambar bergerak.⁶¹ Keuntungan menggunakan video adalah sebagai berikut:

- 1) Perangkat telah berkembang;
- 2) Audiens yang berbeda;
- 3) Media yang berkembang; dan

⁶⁰ Nana Sudjana, *Penilaian Hasil Belajar*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), h. 3

⁶¹ Plimbi Editor, "Video Editing", 2013, dikases dari <http://www.plimbi.com/review/86692/aplikasi-video-editing> pada tanggal 14 April 2015

4) Menggapai pasar lebih luas.⁶²

b. Definisi operasional

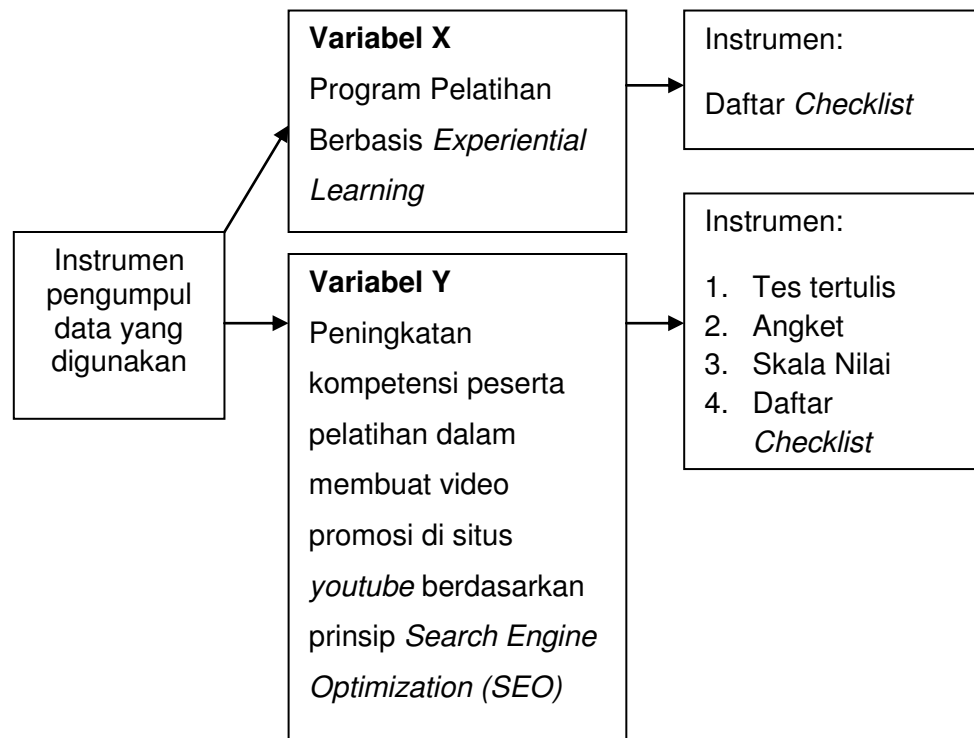
Variabel peningkatan kompetensi pembuatan video promosi bisnis merupakan hasil belajar dari kegiatan pelatihan yang diukur. Kompetensi yang diukur adalah tentang pengetahuan dan pemahaman teoritis, sikap, dan keterampilan yang berhubungan dengan tentang pembuatan video bisnis, mulai dari berbagai hal yang perlu disiapkan dalam pembuatan video promosi bisnis, tahapan pembuatan video promosi bisnis, hingga penerapan prinsip *search engine optimization* dalam penyelesaian pembuatan video di situs *youtube*.

Data yang digunakan untuk mengukur variabel ini menggunakan data primer yang dikumpulkan menggunakan tes hasil belajar tentang pemasaran berbasis *youtube (youtube marketing)*. Tes hasil belajar ini erat sekali hubungannya dengan tujuan pelatihan sebagai bagian dari pendidikan non formal yang harus senantiasa mengacu pada tiga ranah yang melekat pada diri peserta didik, yaitu: (1) ranah berpikir (*cognitive domain*), (2)

⁶²Bambang Raman, "5 Manfaat Youtube Marketing", 2015, diakses dari <http://inilah-manfaat.blogspot.com/2015/02/inilah-5-manfaat-menggunakan-youtube.html> pada tanggal 12 April 2015

ranah nilai/ sikap (*affective domain*), dan (3) ranah keterampilan.⁶³

Teknik pengumpulan data untuk tes hasil belajar ranah kognitif dilakukan menggunakan tes tertulis. Teknik pengumpulan data untuk ranah nilai/ sikap dilakukan menggunakan angket. Teknik pengumpulan data untuk ranah ketiga, yakni keterampilan, dilakukan menggunakan skala penilaian dan daftar *checklist*. Instrumen pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini digambar sebagai berikut:



Gambar III. 2
Instrument pengumpulan data yang digunakan

⁶³Anan Sutisna, *Evaluasi Program Pembelajaran*, (Jakarta: FIP Press, 2012), h. 9

3. Hasil uji coba instrument

a. Pengujian validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid, memiliki tingkat kevalidan yang tinggi. Sebaliknya suatu instrumen yang kurang valid, berarti memiliki validitas yang rendah. Uji validitas variabel Y dilakukan dengan cara menganalisis perbutir pertanyaan. Rumus yang digunakan dalam menghitung validitas instrumen yaitu rumus korelasi *product moment*, seperti berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi variabel X dan Y

n = banyaknya data (unit sampel)

x = variabel bebas

y = variabel terikat

Kriteria pengujian dengan tabel r :

1. Butir instrumen angket dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$
2. Butir instrumen angket dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$

Kriteria yang digunakan untuk uji validitas butir adalah r_{tabel} pada $\alpha=0,05$. Instrumen uji coba diberikan kepada 12 peserta pelatihan sehingga didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0,576 dengan signifikansi 5%. Berdasarkan hasil uji coba validitas instrumen variabel hasil belajar dari 40 butir pertanyaan, terdapat 5 butir pernyataan yang tidak valid yaitu butir 1, 13, 22, 27, dan 35 karena r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} sehingga butir pernyataan tersebut di *dropout*. Sedangkan 35 butir pernyataan lainnya dianggap valid. Butir soal yang telah divalidasi, terlampir.

b. Pengujian reabilitas

Reliabilitas instrumen menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data jika instrumen tersebut sudah baik. Untuk menguji reliabilitas instrument, dapat digunakan uji reliabilitas internal yang diperoleh dengan cara menganalisis data dan suatu hasil pengesanan dengan rumus *Cronbach Alpha* menggunakan aplikasi SPSS melalui menu *Analyze, Scale, Reliability Analysis*.

Hasil perhitungan yang diperoleh dikonsultasikan pada tabel interpretasi nilai r seperti berikut.

Tabel III. 2
Interpretasi Nilai Reliabilitas

Besar nilai r	Interpretasi
$0,00 \leq r_{11} \leq 0,19$	Sangat rendah
$0,20 \leq r_{11} \leq 0,39$	Rendah
$0,40 \leq r_{11} \leq 0,59$	Sedang
$0,60 \leq r_{11} \leq 0,79$	Kuat
$0,80 \leq r_{11} \leq 1,00$	Sangat Kuat

Untuk $n = 12$ dengan signifikansi 5%, maka diperoleh r_{tabel} uji reliabilitas sebesar 0,576. Berdasarkan perhitungan uji coba reliabilitas instrument tes pilihan ganda variabel peningkatan kompetensi pembuatan video promosi bisnis, diperoleh r_{hitung} sebesar 0,797. Dapat disimpulkan bahwa instrumen pilihan ganda hasil belajar reliabel, karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Hasil tersebut dikonsultasikan dengan tabel interpretasi, disimpulkan bahwa instrumen pilihan ganda pada variabel peningkatan kompetensi pembuatan video promosi bisnis memiliki tingkat reliabel yang kuat. Hasil uji reliabilitas dapat juga dapat dilihat melalui Tabel 3.4 berikut ini.

Tabel III. 3

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y – 1
Pilihan Ganda**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.797	.797	18

Untuk $n = 12$ dengan signifikansi 5%, maka diperoleh r_{tabel} uji reliabilitas sebesar 0,576. Berdasarkan perhitungan uji coba reliabilitas instrumen tes uraian singkat variabel peningkatan kompetensi pembuatan video promosi bisnis, diperoleh r_{hitung} sebesar 0,908. Dapat disimpulkan bahwa instrumen pilihan ganda hasil belajar reliabel, karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Hasil tersebut dikonsultasikan dengan tabel interpretasi, disimpulkan bahwa instrumen pilihan ganda pada variabel peningkatan kompetensi pembuatan video promosi bisnis memiliki tingkat reliabel yang sangat kuat. Hasil uji reliabilitas dapat juga dapat dilihat melalui Tabel 3.5 berikut ini.

Tabel III. 4

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y – 2
Uraian Singkat**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.908	.898	8

Berdasarkan perhitungan uji coba reliabilitas instrumen tes uraian panjang variabel peningkatan kompetensi pembuatan video promosi bisnis, diperoleh r_{hitung} sebesar 0,928. Dapat disimpulkan bahwa instrumen pilihan ganda hasil belajar reliabel, karena $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Hasil tersebut dikonsultasikan dengan tabel interpretasi, disimpulkan bahwa instrumen pilihan ganda pada variabel peningkatan kompetensi pembuatan video promosi bisnis memiliki tingkat reliabel yang sangat kuat. Hasil uji reliabilitas dapat juga dapat dilihat melalui Tabel 3.6 berikut ini.

Tabel III. 5

**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y – 3
Uraian Panjang**

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.928	.939	4

4. Instrument final

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas ditemukan 5 butir yang tidak valid dari 40 butir soal. Butir-butir soal yang tidak valid tersebut kemudian tidak dipergunakan oleh peneliti untuk melakukan pengambilan data. Jumlah butir soal yang valid untuk mengukur ranah kognitif adalah 35 butir. Sementara, untuk mengukur sikap terdapat 10 butir pernyataan dalam angket dengan menggunakan

validitas konten. Sedangkan untuk mengukur keterampilan, terdapat 15 komponen dalam skala penilaian dan 10 komponen dalam daftar *checklist* dengan menggunakan validitas konten juga. Instrument-instrumen final pengumpul data tersebut, terlampir.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian eksperimen dengan data primer berupa test hasil belajar. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial korelasional.

1. Analisis statistik deskriptif

Statistik deskriptif ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau *generalisasi*. Analisis ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi semata, dalam arti tidak mencari atau menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau melakukan penarikan kesimpulan. Teknik analisis statistik deskriptif yang dapat digunakan antara lain:

- a. Penyajian data dalam bentuk tabel atau distribusi frekuensi;

- b. Penyajian data dalam bentuk visual seperti histogram, diagram, poligon, dan ogive;
- c. Perhitungan ukuran tendensi central (mean, median, modus);
- d. Perhitungan ukuran letak (kuartil, desil, persentil); dan
- e. Perhitungan ukuran penyebaran (standar deviasi, varians, range, deviasi kuartil, mean deviasi dan sebagainya).

2. Statistik Inferensial

Jika dalam statistik deskriptif hanya bersifat memaparkan data, maka dalam statistik inferensial sudah ada upaya untuk mengadakan penarikan kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan analisis yang telah dilakukan. Peneliti menggunakan teknik analisis statistik inferensial dengan jenis analisis korelasional. Analisis korelasional adalah analisis statistik yang berusaha untuk mencari hubungan atau pengaruh antara dua buah variabel atau lebih. Variabel dalam analisis ini, dibagi ke dalam dua bagian, yaitu:

- a. Variabel bebas (independent variabel), yaitu variabel yang keberadaannya tidak dipengaruhi oleh variabel lain; dan
- b. Variabel terikat (dependent variabel), yaitu variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel yang lain.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI DATA

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari: (1) program pelatihan berbasis *experiential learning* sebagai variabel bebas dan (2) peningkatan kompetensi pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* berdasarkan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*) sebagai variabel terikat.

Program pelatihan berbasis *experiential learning* sebagai variabel bebas hanya dipastikan apakah penyelenggaraannya sudah sesuai dengan desain pelatihan atau belum. Oleh karena itu, pengumpulan data variabel ini hanya menggunakan daftar *checklist*.

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah peningkatan kompetensi pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* berdasarkan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*). Proses pengumpulan data untuk mengetahui peningkatan hasil belajar ranah kognitif, diperoleh melalui hasil tes, yaitu *pre test* dan *post test*. Untuk mengetahui peningkatan hasil belajar ranah afektif peserta didik selama proses pelatihan, diperoleh melalui angket. Sedangkan untuk mengetahui peningkatan hasil belajar ranah psikomotorik, yakni kemampuan pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* berdasarkan prinsip

Search Engine Optimization (SEO), digunakan pedoman observasi berupa skala penilaian dan daftar *checklist*.

Berikut adalah deskripsi data dari variabel dalam penelitian, meliputi data responden, data proses pelatihan, dan data hasil pelatihan.

1. Data Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 12 orang. Kedua belas orang ini adalah wirausahawan/ pebisnis dari berbagai bidang. Untuk lebih jelasnya, data responden dapat dilihat dari berbagai tabel berikut ini:

Tabel IV. 1
Identitas berdasarkan Nama dan Produk Bisnis

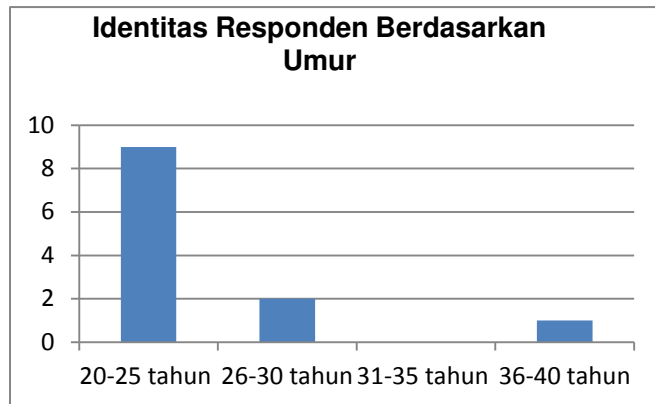
No.	Nama	Produk Bisnis
1	Rizki rahmadin	Penyedia asisten rumah tangga
2	Hendrianto	Kaos distro
3	Rifky how	Sales training
4	Danu raga aenudin	Aksesoris motor
5	Ridwan setiawan	Tempered glass
6	Caroline	Es krim dan sayur organik
7	Maulana dwi ardiansyah	Power bank
8	Ahmad azhari	Stiker Hologram
9	Ferry	Sepatu olah raga
10	Illa kurniawati	Sandal lucu
11	Mareta indriyani	Kosmetik
12	Myrna	Konsultan kulit wajah

Tabel di atas berisi daftar nama dan produk bisnis yang ditekuni responden dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Nama dan produk bisnis responden penting untuk diketahui supaya memudahkan dalam mencari informasi yang dibutuhkan.

Tabel IV. 2
Identitas Responden Berdasarkan Umur

No	Kelompok Umur	Frekuensi	Presentase
1	20-25	9	75%
2	26-30	2	17%
3	31-35	0	0%
4	36-40	1	8%
Jumlah		12	100%

Dari tabel identitas responden berdasarkan umur di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berumur dengan rentang 20-25 tahun sebanyak 9 orang atau 75%. Kemudian peserta yang berumur dengan rentang 26-30 tahun sebanyak 2 orang atau 17%. Peserta yang berumur dengan rentang 41-50 tahun sebanyak 1 orang atau 8%. Lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

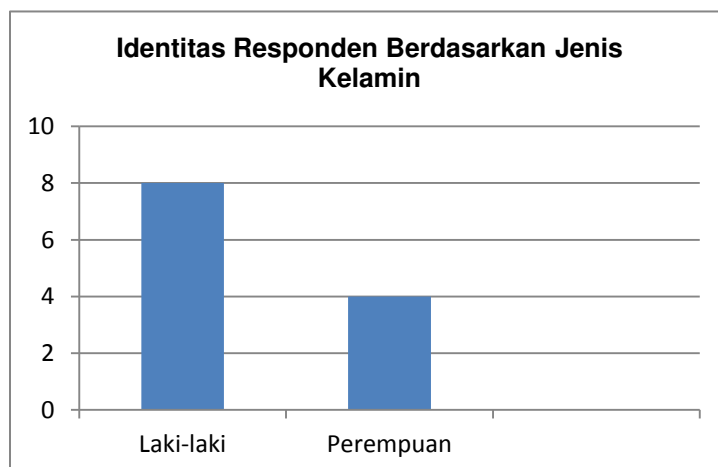


Gambar IV. 1
Grafik Identitas Responden Berdasarkan Umur

Tabel IV. 3
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	8	75%
2	Perempuan	4	25%
Jumlah		12	100%

Dari tabel di atas, terlihat bahwa peserta pelatihan terdiri dari 8 laki-laki dengan persentase 75% dan 4 perempuan dengan persentase 25%.

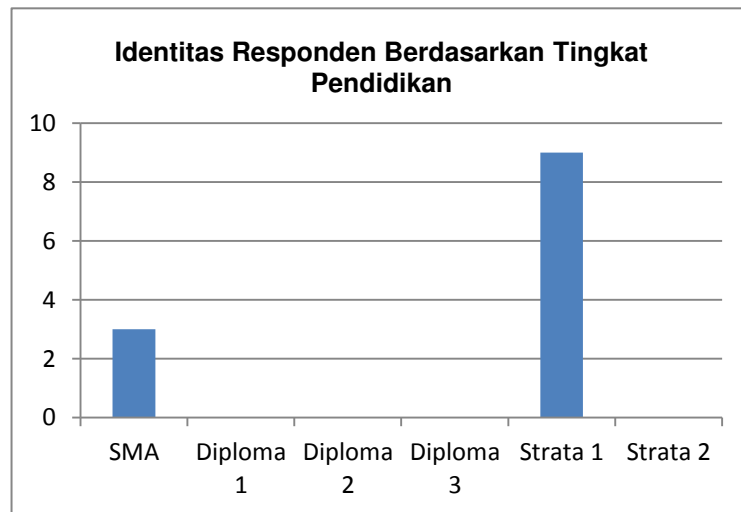


Gambar IV. 2
Grafik Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV. 4
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	SMA	3	25%
2	Strata 1	9	75%
3	Strata 2	0	0%
Jumlah		12	100%

Berdasarkan tabel identitas bahwa responden berdasarkan tingkat pendidikan di atas, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA (Sekolah Menengah Atas) berjumlah 3 orang atau 25%. Sedangkan responden yang memiliki tingkat pendidikan strata satu berjumlah 9 orang atau 75%. Lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini:



Gambar IV. 3
Grafik Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

2. Data Hasil Pelatihan *Pre* dan *Post test*

Data hasil evaluasi pada pelatihan ini diperoleh melalui tes hasil belajar (*post test*) yang dilakukan oleh peserta pelatihan. Data ini didahului dengan pemberian *pre test* untuk mengetahui pemahaman awal yang dimiliki oleh peserta pelatihan mengenai pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* dengan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*).

Pre test dilakukan secara perorangan kepada 12 peserta pelatihan dengan menguji kompetensi awal peserta pada ranah kognitif peserta menggunakan tes tertulis sebanyak 35 soal. Materi pelatihan adalah materi yang belum pernah diajarkan kepada peserta, maka untuk ranah afektif dan psikomotorik, peserta diasumsikan belum memiliki kompetensi di kedua ranah tersebut sehingga nilai *pre test* di kedua ranah tersebut bernilai nol.

Hasil *pre test* selanjutnya diuji validitas dan reliabilitasnya untuk mendapatkan nilai *pre test* dan juga instrument final. Setelah proses penilaian dan kalibrasi itu selesai, peserta diberikan perlakuan (*treatment*) berupa program pelatihan berbasis *experiential learning* sebagai upaya peningkatkan kompetensi pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* dengan prinsip SEO (*Search Engine Optimization*). Perlakuan atau dalam hal ini pemberian pelatihan, dilaksanakan berdasarkan rancangan yang

terdapat dalam silabus dan Rancangan Pelaksanaan Pelatihan (RPP).

Setelah peserta selesai mengikuti proses pelatihan, selanjutnya peserta diberi *post test* untuk mengetahui peningkatan hasil belajar ranah kognitif, afektif, dan psikomotorik.

Data hasil *pre test* dan *post test* tersebut dihitung dengan pendekatan *one-group pretest-posttest*. Melalui pendekatan ini, hasil dari pelatihan dapat diketahui secara akurat karena langsung dibandingkan dengan keadaan sebelum diberikan perlakuan.

Tabel IV. 5
Perkembangan Hasil Belajar Pelatihan Berbasis *Experiential Learning*

No.	Nama Peserta Pelatihan	Nilai						ΣPre Total (100%)	ΣPost Total (100%)	Peningkatan
		Pre test			Post test					
		Kognitif 30%	Afektif 30%	Psikomotorik 40%	Kognitif 30%	Afektif 30%	Psikomotorik 40%			
1.	Rizki Rahmadin	21	0	0	28	15	37	21	80	59
2.	Hendrianto	19	0	0	21	16	38	19	75	56
3.	Rifky How	16	0	0	25	14	38	16	77	61
4.	Danu Raga Aenudin	22	0	0	22	18	39	22	79	57
5.	Ridwan Setiawan	10	0	0	24	14	37	10	74	64
6.	Caroline	4	0	0	21	16	39	4	76	72
7.	Maulana Dwi Ardiansyah	23	0	0	25	16	36	23	77	54
8.	Ahmad Azhari	17	0	0	23	14	37	17	73	56
9.	Ferry	21	0	0	26	16	39	21	81	60
10.	Illa Kurniawati	6	0	0	21	19	38	6	79	73
11.	Mareta Indriyani	7	0	0	21	18	37	7	76	69
12.	Myrna	14	0	0	20	14	39	14	73	59
JUMLAH		180	0	0	277	190	454	180	920	740
RATA-RATA		15	0	0	23,08	15,83	37,83	15	77	62

Catatan:

Penilaian Hasil Pelatihan didasarkan pada Pengukuran Acuan Terpadu (PAT) bidang Teknologi dan Rekayasa (Ryan Arthur dan Ahmad Marzuq) (Kognitif 30% : Afektif 30% : Psikomotorik 40%)

Berdasarkan tabel perkembangan hasil belajar pelatihan berbasis experiential learning di atas, diperoleh nilai kognitif peserta sebagai berikut. Peserta pertama, Rizki Rahmadin mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 21. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 28, mengalami peningkatan sebesar 7 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 15, mengalami peningkatan sebesar 15 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 37, mengalami peningkatan sebesar 37 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 21, sedangkan total nilai *post test* adalah 80. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 59.

Peserta kedua, Hendrianto mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 19. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 21, mengalami peningkatan sebesar 2 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 16, mengalami peningkatan sebesar 16 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 38, mengalami peningkatan sebesar 38 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 19, sedangkan total nilai *post test* adalah 75. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 56.

Peserta ketiga, Rifky How, mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 16. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 25, mengalami peningkatan sebesar 9 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 14, mengalami peningkatan sebesar 14 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 38, mengalami peningkatan sebesar 38 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 16, sedangkan total nilai *post test* adalah 77. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 61.

Peserta keempat, Danu Raga Aenudin mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 22. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 22, mengalami peningkatan sebesar 0 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 18, mengalami peningkatan sebesar 18 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 39, mengalami peningkatan sebesar 39 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 22, sedangkan total nilai *post test* adalah 79. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 57.

Peserta kelima, Ridwan Setiawan mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 10. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 24, mengalami peningkatan sebesar 14 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre*

test adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 14, mengalami peningkatan sebesar 14 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 37, mengalami peningkatan sebesar 37 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 10, sedangkan total nilai *post test* adalah 74. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 64.

Peserta keenam, Caroline, mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 4. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 21, mengalami peningkatan sebesar 17 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 16, mengalami peningkatan sebesar 16 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 39, mengalami peningkatan sebesar 39 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 4, sedangkan total nilai *post test* adalah 76. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 72.

Peserta ketujuh, Maulana Dwi Ardiansyah mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 23. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 25, mengalami peningkatan sebesar 2 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 16, mengalami peningkatan sebesar 16 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 36,

mengalami peningkatan sebesar 36 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 23, sedangkan total nilai *post test* adalah 77. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 54.

Peserta kedelapan, Ahmad Azhari, mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 17. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 23, mengalami peningkatan sebesar 6 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 14, mengalami peningkatan sebesar 14 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 37, mengalami peningkatan sebesar 37 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 17, sedangkan total nilai *post test* adalah 73. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 56.

Peserta kesembilan, Ferry mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 21. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 26, mengalami peningkatan sebesar 5 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 16, mengalami peningkatan sebesar 16 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 39, mengalami peningkatan sebesar 39 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 21, sedangkan total nilai *post test* adalah 81. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 60.

Peserta kesepuluh, Illa Kurniawati mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 6. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 21, mengalami peningkatan sebesar 15 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 19, mengalami peningkatan sebesar 19 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 38, mengalami peningkatan sebesar 38 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 6, sedangkan total nilai *post test* adalah 79. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 73.

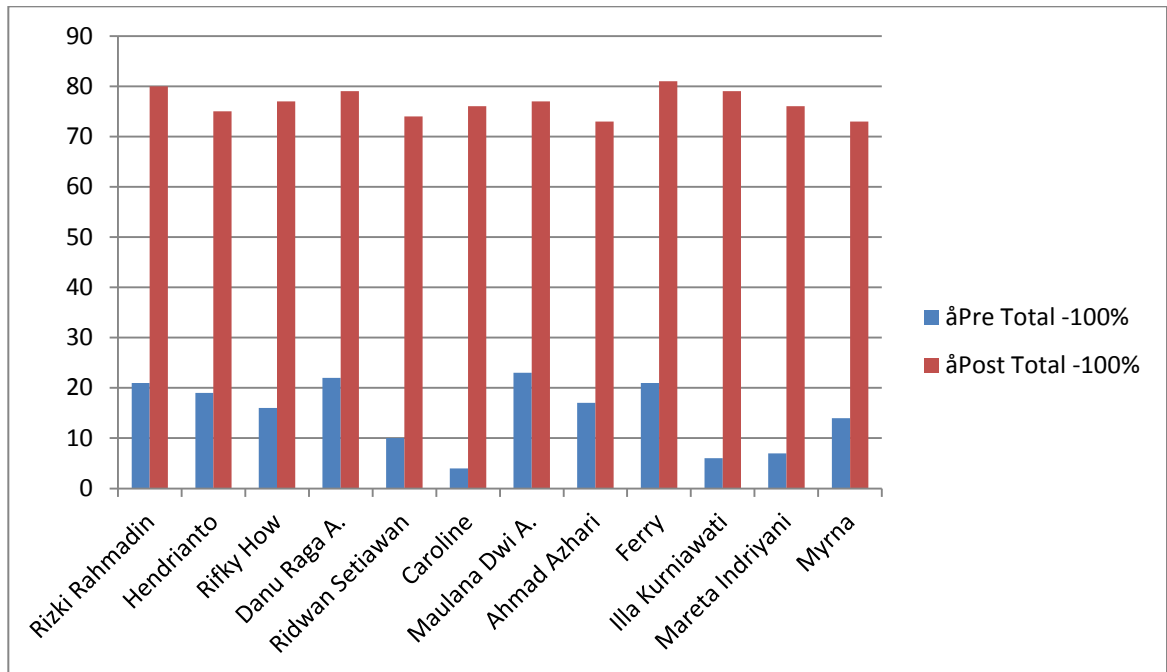
Peserta kesebelas, Mareta Indriyani mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 7. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 21, mengalami peningkatan sebesar 14 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 18, mengalami peningkatan sebesar 18 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 37, mengalami peningkatan sebesar 37 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 7, sedangkan total nilai *post test* adalah 76. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 69.

Peserta keduabelas, Myrna mendapatkan nilai kognitif pada *pre test* sebesar 14. Sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai kognitif 20, mengalami peningkatan sebesar 6 point. Untuk ranah afektif, nilai pada *pre*

test adalah 0, sedangkan pada *post test*, mendapatkan nilai 14, mengalami peningkatan sebesar 14 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada *pre test* adalah 0, sedangkan pada *post test* mendapatkan nilai 39, mengalami peningkatan sebesar 39 point. Total nilai *pre test* peserta ini adalah 14, sedangkan total nilai *post test* adalah 73. Selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 59.

Peningkatan hasil belajar dalam pelatihan berbasis experiential learning ini ditunjukkan dengan melakukan pengurangan antara hasil belajar *post test* dengan hasil belajar *pre test*. Jumlah skor pada *post test* dikurangi jumlah skor pada *pre test*, menunjukkan peningkatan. Rata-rata nilai *pre test* adalah 15, pada *post test* 77. Selisih antara keduanya menunjukkan peningkatan hasil belajar dalam pelatihan ini, yakni sebesar 62.

Agar dapat lebih mudah untuk melihat perbedaan antara hasil *pre test* dan *post test*, maka disajikan grafik perkembangan hasil belajar peserta pelatihan sebagai berikut:



Gambar IV. 4
Grafik Perkembangan Hasil Belajar Peserta Pelatihan

3. Data Proses Pelatihan Berbasis *Experiential Learning*

Pelaksanaan program pelatihan berbasis *experiential learning* ini terdiri dari perencanaan, proses, dan evaluasi. Dengan menggunakan daftar *checklist*, peneliti melalui observer mendapat data tentang keterlaksanaan pelatihan, apakah sudah sesuai tahapan pada desain pelatihan atau belum.

a. Perencanaan

Tahap perencanaan merupakan rangkaian pertama dalam proses pelatihan. Instruktur berkerja sama dengan peneliti merancang pelatihan. Rancangan tersebut tertuang dalam silabus dan rencana pelaksanaan pelatihan (RPP) yang terdapat pada bab sebelumnya.

Komponen butir satu dan dua pada daftar *checklist* yakni tentang desain pembelajaran dan kontrak pelatihan. Dua butir tersebut terlaksana.

b. Proses

Tahap proses merupakan inti dari program pelatihan berbasis *experiential learning*. Basis ini, terdiri dari empat tahap mulai dari pemberian pengalaman konkret, refleksi, pemberian penjelasan konseptual, hingga praktek secara langsung.

Keempat tahap *experiential learning* tersebut dinyatakan dalam daftar *checklist* sebanyak enam butir yakni pada butir 3 – 8. Keenam butir tersebut terlaksana.

c. Evaluasi

Tahap evaluasi adalah proses akhir pelatihan. Evaluasi terdiri dari pemberian tes, baik ranah kognitif, afektif, dan psikomotorik sesuai dengan tujuan pelatihan hingga saran perbaikan hasil tes.

Pemastian tahap evaluasi menggunakan daftar *checklist* yang terdapat pada dua butir terakhir, yakni butir 9 dan 10. Kedua butir tersebut dilaksanakan oleh instruktur.

B. PENGUJIAN PERSYARATAN ANALISIS

1) Uji Normalitas

Tabel 4.6 di bawah ini menunjukkan hasil uji normalitas data hasil pelatihan (*post test*). Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data hasil pelatihan setelah diberi perlakuan mempunyai

distribusi normal ataukah tidak. Analisis data mensyaratkan data berdistribusi normal untuk menghindari bias dalam analisis data.

Uji normalitas data hasil pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan uji Liliefors (Lo). Menurut Sudjana, uji normalitas ini diawali dengan penentuan taraf sigifikasi, yaitu pada taraf signifikasi 5%(0,05).⁶⁴

Tabel IV. 6
Uji Normalitas Hasil *Post test*

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
HASPEL_B	.127	12	.200 [*]	.965	12	.853

a. Lilliefors Significance Correction

*. This is a lower bound of the true significance.

Hasil perhitungan uji normalitas menggunakan SPSS menunjukkan bahwa data *post test* dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi 0, 2 pada kolom Kolmogorov-Smirnov. Suatu sebaran data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari koefisien alpha yakni sebesar 0, 05. Hal ini berarti data hasil

⁶⁴Sudjana, *Metode Statistika*, (Bandung : Tarsito, 2005), h. 79

belajar *post test* pada pelatihan ini memiliki distribusi data normal sehingga memenuhi persyaratan untuk dilakukan analisis.

2) Uji Homogenitas

Uji homogenitas pada penelitian ini menggunakan ANOVA dalam SPSS dengan hasil sebagai berikut:

Tabel IV. 7
Uji Homogenitas Hasil *Post test*

ANOVA					
HASPEL_B					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	78.813	10	7.881	13.372	.210
Within Groups	.589	1	.589		
Total	79.402	11			

Suatu data dikatakan homogen jika koefisien signifikansinya lebih dari koefisien alpha, yakni 0, 05. Melihat hasil uji homogenitas di atas, maka dapat dikatakan bahwa data bersifat homogeny karena nilai signifikansi sebesar $0,21 > 0,05$ (koefisien alpha).

C. PENGUJIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

1) Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian.⁶⁵ Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis Nol (Ho) :

Tidak terjadi peningkatan kompetensi pembuatan video di situs *youtube* melalui pelatihan berbasis *experiential learning*.

Hipotesis Alternatif (Ha):

Terjadi peningkatan kompetensi pembuatan video di situs *youtube* melalui pelatihan berbasis *experiential learning*.

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menghasilkan informasi apakah hipotesis yang diuji itu dapat digeneralisasikan atau tidak. Dalam penelitian ini, digunakan pengujian hipotesis deskriptif uji dua pihak (*two tail test*). Berikut hasil pengujian hipotesis menggunakan SPSS:

⁶⁵Ibid. h. 85

Tabel IV. 8
Uji Hipotesis *Two Tail Test*

Paired Samples Test

		Paired Differences					T	Df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	HASPEL_B - HASPEL_A	6.19310 E1	6.26093	1.80738	57.95295	65.90896	34.266	11	.000

Dari hasil hasil perhitungan uji t diatas, dapat diketahui bahwa nilai t hitung 34,266, dengan signifikansi 0,00 . Kemudian nilai t tabel untuk df 11 (N-1) pada taraf signifikansi 0,05 adalah 2,201. Dengan menggunakan uji dua sisi, maka daerah penerimaan Ho berada diantara -2,201 sampai dengan +2,201. Berdasarkan hasil t hitung yang didapat, diketahui bahwa t hitung berada diluar daerah penerimaan Ho atau t hitung > t tabel (34,266 > 2,201), maka Ho ditolak dan Ha diterima, yaitu bahwa “terjadi peningkatan kompetensi dalam membuat video di situs *youtube* melalui pelatihan berbasis *experiential learning*.” Hipotesis tersebut dibuktikan melalui rata-rata nilai *post test* yang lebih tinggi dari

pada rata-rata nilai *pre test*. Maka, dapat disimpulkan hipotesis “terjadi peningkatan kompetensi dalam membuat video di situs *youtube* melalui pelatihan berbasis *experiential learning*” dapat diterima pada tingkat signifikansi 0,05.

2) Pembahasan

Lembaga penyelenggara kegiatan pelatihan Graha Inspirasi, Rawamangun, Jakarta Timur, menyelenggarakan suatu program pelatihan bisnis untuk mengoptimalkan *youtube* dalam dunia *marketing*. Hal ini dilakukan dalam upaya adaptasi terhadap berbagai perubahan yang terjadi pada sector perdagangan dan jasa sebagai aktivitas penggunaan internet terbesar di Indonesia. Peneliti bekerja sama dengan instruktur dalam merancang kegiatan pelatihan tersebut.

Berdasarkan karakteristik peserta sebagai orang dewasa, penerapan prinsip andragogi dalam kegiatan pembelajarannya menjadi suatu kelayakan.⁶⁶Peneliti memilih untuk menerapkan teori *experiential learning* sebagai salah satu teori yang relevan dengan permasalahan dalam pembelajaran orang dewasa.

Berbagai variabel indicator yang disebutkan, disatukan dalam sebuah paket bernama proses pembelajaran yang terdiri dari

⁶⁶Fahmi Sitompul, “*Penerapan Andragogi dalam Kegiatan Pembelajaran*”, 2014, diakses dari <https://12056fis.wordpress.com/2014/04/17/penerapan-andragogi-dalam-kegiatan-pembelajaran/> pada tanggal 12 April 2015

perencanaan, proses, dan evaluasi yang didasarkan pada silabus dan rencana pelaksanaan pelatihan (RPP).

Berdasarkan hasil daftar *checklist* tentang keterlaksanaan program pelatihan, diperoleh data bahwa 10 butir pernyataan yang berisi tahapan kegiatan pelatihan berbasis *experiential learning* terlaksana. Hal ini berarti pelatihan dilaksanakan sesuai dengan desain pelatihan yang telah dibuat sebelumnya.

Dari 10 butir pernyataan yang terdapat dalam daftar *checklist*, butir pernyataan nomor 1 – 2 berisi tahap perencanaan yang terdiri dari (1) Instruktur membuat desain pelatihan (silabus & RPP); dan (2) Instruktur membahas kontrak pelatihan. Instruktur telah melaksanakan dua kegiatan tersebut. Hal ini berarti instruktur telah melaksanakan tahap perencanaan yang disesuaikan dengan model *experiential learning*.

Butir pernyataan nomor 3 – 8 berisi tahap proses yang terdiri dari: (3) Instruktur memberikan demonstrasi atau video tutorial di setiap pokok materi; (4) Peserta melakukan pengamatan terhadap demonstrasi atau video dari instruktur; (5) Instruktur memberi kesempatan kepada peserta untuk menafsirkan hasil pengamatan; (6) Instruktur membimbing peserta dalam menemukan penjelasan konseptual materi yang disajikan dalam video atau demonstrasi; (7)

Instruktur mendorong peserta untuk mampu melaksanakan praktek langsung atas materi yang telah dipelajari; dan (8) Setiap peserta melakukan praktek langsung atas materi yang telah dipelajari. Keenam pernyataan tersebut diadaptasi dari tahapan dalam model *experiential learning* yang terdiri dari: (1) tahap *concrete experience*, dimana peserta diberikan pengalaman konkret berupa demonstrasi, simulasi, atau dari video tutorial untuk selanjutnya ke tahap; (2) *reflective observation*, dimana peserta diarahkan untuk melakukan pengamatan terhadap pengalaman konkret; (3) *abstract conceptualization*, dimana peserta dibimbing untuk menemukan penjelasan konseptual, dalam hal ini tentang

Untuk menguji apakah program pelatihan tersebut dapat meningkatkan hasil belajar peserta, peneliti melakukan *pre test* dan *post test*. Hasil belajar *pre test* dan *post test* kemudian diuji hipotesisnya dengan uji-t. Setelah pengujian hipotesis dilakukan, hasilnya menyatakan H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti terjadi peningkatan kompetensi dalam membuat video di situs *youtube* melalui pelatihan berbasis *experiential learning*.

Pengukuran peningkatan kompetensi pembuatan video promosi bisnis, dilakukan melalui hasil *pre test* dan *post test*. Pada hasil kedua tes, terdapat hasil peningkatan tertinggi dengan nilai peningkatan 73

yaitu responden dengan nama Illa Kurniawati. Hasil pengamatan menunjukkan, bahwa responden ini memang aktif selama proses pembelajaran, baik aktif dalam mengungkapkan pendapat, aktif memperhatikan instruktur maupun aktif dalam bertindak sesuai instruksi dari instruktur.

Pada hasil *pre test* dan *post test* juga terdapat hasil peningkatan terendah dengan nilai peningkatan 54 dengan nama responden Maulana Dwi Ardiansyah. Hasil pengamatan menunjukkan, bahwa responden ini memang kurang aktif selama proses pembelajaran, baik dalam mengungkapkan pendapat, memperhatikan instruktur maupun dalam bertindak sesuai instruksi dari instruktur.

Nilai hasil uji pengetahuan dan pemahaman (kognitif) pada *pre test* 12 responden dari 35 item pernyataan yang diberikan, memperoleh nilai rata-rata 15 dan *post test* memperoleh 23,08. Mengalami kenaikan rata-rata sebesar 8, 08 setelah peserta diberi perlakuan.

Nilai hasil uji sikap (afektif) pada *pre test* 12 responden dari 10 item soal yang diujikan, diasumsikan memperoleh nilai 0 dan *post test* memperoleh 15,83. Hal ini berarti, nilai afektif peserta mengalami kenaikan rata-rata sebesar 15,83 setelah diberi perlakuan.

Nilai hasil uji kemampuan psikomotorik pada *pre test* 12 responden dari 10 kriteria dalam daftar *checklist* dan 15 kriteria dalam skala penilaian yang dinilai, diasumsikan memperoleh nilai 0 dan *post test* memperoleh 37,83. Hal ini berarti, nilai afektif peserta mengalami kenaikan rata-rata sebesar 37,83 setelah diberi perlakuan.

Secara keseluruhan, nilai rata-rata hasil belajar peserta pelatihan pada *pre test* adalah 15, sedangkan pada *post test* adalah sebesar 77, mengalami peningkatan nilai hasil belajar rata-rata peserta yakni sebesar 62.

Berdasarkan hasil penelitian sebelum dan sesudah diberikan perlakuan, terdapat perbedaan yang signifikan. Nilai rata-rata peserta mengalami peningkatan nilai pada setiap ranah/ dimensi pembelajaran setelah mengikuti program pelatihan berbasis *experiential learning* ini.

Hal ini menunjukkan program pelatihan berbasis *experiential learning* mampu meningkatkan kompetensi pembuatan video promosi bisnis di situs *youtube* berdasarkan prinsip SEO bagi peserta pelatihan *youtube marketing*, Graha Inspirasi, Rawamangun, Jakarta Timur.

D. KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak kelemahan atau keterbatasan dalam penelitian ini. Hal-hal yang menjadi kelemahan dan keterbatasan penelitian ini antara lain:

1. Waktu yang digunakan untuk pemberian *treatment* atau perlakuan sangat singkat, hanya 3 kali sesi sehingga masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam beberapa hal;
2. Keterbatasan dana yang dimiliki peneliti dalam melaksanakan penelitian;
3. Keterbatasan sumber daya yang dimiliki peneliti dalam melaksanakan proses penelitian; dan
4. Masih kurangnya referensi yang digunakan dalam melakukan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terjadi peningkatan kompetensi pembuatan video promosi di situs *youtube* berdasarkan prinsip *Search Engine Optimization (SEO)* sebesar 62 dari rata-rata 15 menjadi 77 setelah peserta mengikuti Program Pelatihan *Youtube Marketing* Berbasis *Experiential Learning*.

B. IMPLIKASI

Implikasi dari hasil penelitian ini adalah pelaksana kegiatan pelatihan dapat menerapkan teori *experiential learning* sehingga program yang diselenggarakan mengalami perkembangan ke arah yang lebih baik.

C. SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi hasil penelitian yang dipaparkan di atas, maka saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi peserta pelatihan

Peserta harus sering berlatih dan berimprovisasi dalam membuat video promosi bisnis, misalnya dengan menggunakan berbagai aplikasi pembuatan video (*movie maker*), baik *online* maupun *offline*.

2. Bagi penyelenggara program pelatihan

Penyelenggara program pelatihan perlu mempertimbangkan prinsip-prinsip pembelajaran orang dewasa dalam merencanakan, dan melaksanakan program pelatihan

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti yang akan melaksanakan penelitian dengan metode eksperimen, perlu memperhatikan estimasi waktu dalam merencanakan, melaksanakan, mengevaluasi, dan menulis laporan penelitian.

