JURNAL KESEHATAN SILIWANGI
VOL 5 NO 1. Agustus 2024

PENGEMBANGAN MEDIA YOUTUBE SHORT VIDEO PENCEGAHAN DIABETES MELITUS

DEVELOPMENT OF MEDIA YOUTUBE SHORT VIDEO PREVENTION OF DIABETES MELLITUS

Muhammad Hizbi Abdullah [1*], Febri Sri Lestari [2*]
[1*] D-IV Promosi Kesehatan, Poltekkes Kemenkes Bandung
Email: muhammadhizbia@gmail.com
[2*] D-IV Promosi Kesehatan, Poltekkes Kemenkes Bandung
Email: febrilestari@staff.poltekkesbandung.ac.id

ABSTRACT

Background: Indonesia ranks 5th globally in diabetes mellitus cases, with prevalence rising annually among individuals over 18. Health promotion media are essential for educating people, especially those aged 18-64, on diabetes prevention. YouTube Shorts is an effective medium due to its accessibility, enhancing attention to health information. Purpose: To produce YouTube Shorts as health promotion media regarding diabetes mellitus prevention for the audience and subscribers of the Smart Generations of Reality YouTube channel. Method: The research type utilizes Research and Development (R&D) with a 4D development model (define, design, development, disseminate). Result: The define stage revealed that the Smart Generations of Reality channel audience lacks awareness of diabetes prevention. The target audience prefers anime-style YouTube Shorts, which match their characteristics. The "entertain to educate" method is used for media delivery. The design stage includes pre-production, production, and post-production. The development stage involves expert validation and user testing, indicating high feasibility. The disseminate stage involves YouTube distribution. Conclusion: YouTube Shorts media for diabetes mellitus prevention is highly feasible to be used as an educational medium. Recommendations: Further research is needed to test the effectiveness or develop YouTube Shorts videos on diabetes mellitus prevention and use more current media relevant to the times for optimal results.

Key words: *Diabetes, YouTube*

ABSTRAK

Latar belakang: Secara internasional Indonesia menduduki peringkat ke-5 negara dengan jumlah penderita diabetes melitus tertinggi di dunia. Prevalensi diabetes melitus pada orang berusia lebih dari 18 tahun meningkat secara drastis setiap tahunnya. Maka dari itu, diperlukan media promosi kesehatan sebagai media edukasi pencegahan diabetes melitus terutama kepada pemuda-pemudi berusia 18-64 tahun. Media YouTube Short adalah media yang efektif dalam memberikan informasi dan edukasi. Karena dapat diakses di mana saja dan kapan saja sehingga menaikan atensi untuk menerima informasi dan edukasi kesehatan. Tujuan: Menghasilkan media promosi kesehatan YouTube Short mengenai pencegahan diabetes melitus pada audiens dan subscriber Channel Youtube Smart Generations of Reality. Metode: Jenis penelitian menggunakan R&D (Research and Development) dengan model

https://doi.org/10.34011/jks.v5i1.2457

JURNAL KESEHATAN SILIWANGI
VOL 5 NO 1. Agustus 2024

pengembangan 4D (define, design, development, disseminate). Hasil: Tahap define menghasilkan temuan bahwa audiens Channel YouTube Smart Generations of Reality belum sepenuhnya mengetahui pencegahan diabetes melitus, sasaran menyukai media YouTube Short yang menggunakan visualisasi anime karena menarik dan sesuai dengan karakteristik sasaran, gaya penyampaian media menggunakan metode pengajaran entertain to education. Tahap design YouTube Short dikembangkan melalui tahapan pengembangan media yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahap development berupa validasi ahli materi dan ahli media dengan hasil media sangat layak, serta uji coba pengguna dengan hasil media sangat layak. Tahap disseminate berupa tahap penyebaran melalui YouTube. Simpulan: Media YouTube Short pencegahan diabetes melitus sangat layak untuk digunakan sebagai media edukasi. Rekomendasi: Dilakukan penelitian efektivitas atau pengembangan lebih lanjut mengenai YouTube Short video pencegahan diabetes melitus dan menggunakan media yang lebih update pada zamannya sehingga dapat lebih sempurna.

Kata kunci: Diabetes, YouTube

PENDAHULUAN

Berdasarkan data terbaru dari *International Diabetes Federation* (IDF) Diabetes Atlas edisi-10 menunjukkan bahwa 537 juta orang saat ini hidup dengan diabetes melitus dan diprediksi 700 juta orang akan menderita penyakit ini di seluruh dunia.[1]

Indonesia menduduki peringkat ke-5 diantara 10 negara dengan jumlah penderita diabetes melitus tertinggi dengan prevalensi 19,47%. Sehingga diperkirakan kontribusi Indonesia terhadap prevalensi kasus diabetes melitus di Asia Tenggara sangat besar. *World Health Organization* (WHO) memperkirakan tingginya jumlah penderita diabetes melitus di Indonesia sebesar 8,4 juta pada tahun 2000 dan akan mengalami lonjakan sekitar 21,3 juta pada tahun 2030.[2]

Penduduk usia 18-64 tahun memiliki risiko dan kerentanan yang dipengaruhi oleh gaya hidup dan pola konsumsi yang tidak sehat, serta risiko yang terkait mobilitas yang tinggi dan lingkungan kerja.[3] Prevalensi diabetes melitus pada orang dewasa dengan usia lebih dari 18 tahun meningkat secara drastis setiap tahunnya.[4] Penduduk usia 18 tahun ke atas sudah bisa menentukan pilihan dan keputusannya sendiri sehingga materi pembelajaran yang diberikan melalui media daring atau online bisa dipahami dengan baik.[5] Oleh karena itu, peneliti menetapkan justifikasi sasaran pada pemuda-pemudi yang berusia 18-64 tahun. Salah satu bentuk pencegahan komplikasi penyakit diabetes melitus adalah melalui kegiatan CERDIK (Cek kesehatan secara berkala, Enyahkan asap rokok, Rajin aktivitas fisik, Diet seimbang, Istirahat cukup, dan Kelola stres) CERDIK efektif meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang diabetes melitus dan mampu mencegah risiko komplikasi diabetes melitus.[6]

Penggunaan media YouTube Short dalam penyebaran informasi dapat merubah pengetahuan dan perilaku *audiens*.[7] YouTube Shorts merupakan platform berbagi video berdurasi pendek yang dimiliki oleh YouTube. Platform ini menampung konten video vertikal, tetapi membatasi potongan video hingga 15-60 detik.[8]

Jadi, media YouTube Short adalah media yang efektif dalam memberikan informasi dan edukasi kepada pemuda-pemudi usia 18-64 tahun. Dengan demikian, media YouTube Short adalah platform yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja sehingga memberikan pengalaman belajar yang berbeda. Sehingga menaikan atensi pemuda-pemudi usia produktif untuk menerima informasi dan

https://doi.org/10.34011/jks.v5i1.2457

JURNAL KESEHATAN SILIWANGI
VOL 5 NO 1. Agustus 2024

edukasi kesehatan. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan "Pengembangan Media YouTube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus pada Audiens Channel YouTube Smart Generations of Reality"

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan R&D (*Research and Development*).[9] dengan menggunakan model penelitian pengembangan 4D yang terdiri atas empat tahapan yaitu *Define, Design, Development, Disseminate*.[10]

Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah audiens Channel YouTube Smart Generations of Reality. Teknik penentuan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dan menggunakan rumus pengambilan sampling *Isaac and Michael* dengan jumlah sampel sebanyak 255 orang.[9] Penelitian ini dilakukan di sosial media tepatnya di Channel YouTube Smart Generations of Reality yang merupakan channel YouTube milik peneliti dan dilaksanakan pada bulan April-Mei 2024.

Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner media video yang berasal dari penelitian sebelumnya serta dari sumber referensi yang sudah legal dan teruji yang berasal dari Buku Pengembangan Media Pembelajaran Karya Dr. Cecep Kustandi, M.Pd., dan Dr. Daddy Darmawan, M.Si. Sehingga kuesioner sudah valid dan reliabel.[11]

Data dalam penelitian ini didapatkan dari sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh berdasarkan hasil uji penilaian materi oleh ahli media, uji penilaian materi oleh ahli materi dan uji coba pada sampel penelitian. Sementara, itu data sekunder berasal dari literatur buku dan jurnal penelitian yang mendukung. Cara pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dan studi pustaka. Penelitian ini menggunakan model pengembangan media 4D sehingga dalam pengolahan data dan analisis data menggunakan prinsip 4D.

Alat ukur penelitian ini menggunakan kuesioner validasi kelayakan materi dan media. Hasil ukur menggunakan pedoman skala likert yaitu 5: sangat setuju; 4: setuju; 3: cukup setuju; 2: tidak setuju; 1: sangat tidak setuju.[12] Cara ukur penelitian ini dengan membagikan kuesioner kepada ahli materi, ahli media dan kelompok sasaran pengguna untuk validasi kelayakan media.

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskripsi untuk menghitung skor kelayakan media yang diperoleh dari hasil kuesioner tanggapan ahli media, ahli materi dan remaja menggunakan pedoman skala likert dan dihitung persentase menggunakan rumus perhitungan dan kriteria validasi. Pada penelitian ini juga menggunakan analisis univariat, analisis univariat adalah analisis yang dilakukan untuk menganalisis setiap variabel dari hasil penelitian.[9]

Penelitian ini telah mendapatkan persetujuan etik yang diterbitkan oleh komisi etik Poltekkes Kemenkes Bandung pada tanggal 25 Mei 2025 dengan nomor etik No. 05/KEPK/EC/IV/2024

HASIL

Penelitian pengembangan R&D (*Research and Development*) menggunakan model penelitian pengembangan 4D. Sehingga hasil yang didapatkan berdasarkan pada tahapan 4D yaitu *Define*, *Design*, *Development*, *Disseminate.* Sebagai berikut.

https://doi.org/10.34011/jks.v5i1.2457

JURNAL KESEHATAN SILIWANGI
VOL 5 NO 1. Agustus 2024

***Define* (Pendefinisian)**

Adalah tahap eksplorasi kebutuhan dan pendefinisian media untuk sasaran. Eksplorasi media menggunakan kuesioner atau angket kepada sasaran yaitu audiens dan subscriber Channel YouTube Smart Generations of Reality dilakukan dua kali. Tahap pertama untuk mengetahui apakah sasaran tahu perilaku pencegahan diabetes melitus dengan perilaku CERDIK dari 42 orang yang menjawab pertanyaan terbuka tentang pencegahan diabetes melitus dengan perilaku CERDIK hanya 6 orang yang menyatakan "Mengetahui" dan dari 6 orang tersebut hanya 2 orang yang menjawab pertanyaan dengan tepat. Tahap kedua untuk mengetahui gaya penyampaian media yang disukai oleh sasaran dengan responden sebanyak 134 orang. yang mendapatkan data sebagai berikut:

1. Sebanyak 123 responden atau 91,8% menjawab menyukai penyampaian media:
   - Menggunakan gaya anime
   - Oleh karakter anime Hu Tao dan Vestia Zeta
   - Menggunakan voice changer suara karakter anime Hu Tao dan Vestia Zeta
   - Menggunakan BGM (*Background Music*) Feel Good – Tundra Beats
2. Sebanyak 126 responden atau 94% menjawab menyukai tipografi atau jenis font montserrat dalam konten kesehatan.

***Design* (Perancangan)**

Dalam mendesain media YouTube Short peneliti merujuk pada hasil *define* dan *personal branding* yang sudah melekat pada Channel YouTube Smart Generations of Reality Berdasarkan data dari GWI (*Global Web Index*) saat ini media YouTube Short merupakan media yang paling sering dikunjungi dan ditonton oleh pengguna sosial media di seluruh dunia dan Indonesia menempati posisi ke empat dengan pengakses YouTube terbesar di dunia.[13] YouTube Short juga terbukti efektif dalam penyampaian edukasi kepada masyarakat luas karena dapat memberikan motivasi dan stimulus yang cepat kepada para penyimaknya.[14] Dalam design atau perancangan media tentunya melalui tahapan pembuatan media sebagai berikut.

1. Pra Produksi

Pra produksi adalah proses persiapan yang dilakukan dengan perencanaan yang matang untuk mempersiapkan hal-hal yang diperlukan dalam membuat media.[14] Pada tahapan ini peneliti menentukan tema, naskah, mencari aset video, foto, dan stiker, serta menyiapkan peralatan yang diperlukan dalam perancangan media

2. Produksi

Produksi merupakan sebuah realisasi dari rencana kerja yang menjadi bagian dari rencana sebelumnya dalam pra produksi.[14] Pada tahapan ini peneliti melakukan recording dan merubah suara menggunakan *hugging face AI (Artificial Intelligence)*

3. Pasca Produksi

Pasca produksi berupa proses finishing terhadap media yang telah dibuat pada proses pra produksi dan produksi finishing dapat dilakukan melalui editing online, offline serta mixing.[14] Pada tahapan ini peneliti melakukan editing, mixing audio, QC (*Quality Control*) atau kendali mutu, dan pengarsipan filling

***Development* (Pengembangan)**

Berdasarkan hasil dari *development* atau pengembangan dari ahli materi, ahli media, uji kelayakan kelompok sasaran didapatkan nilai sebagai berikut.

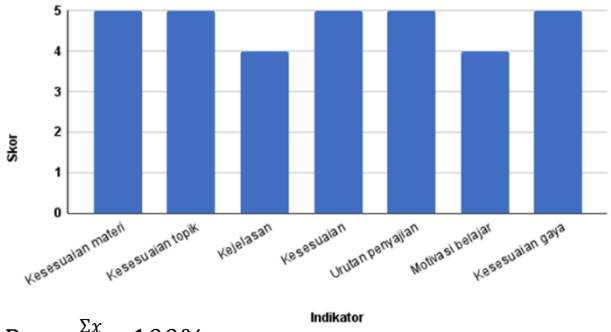
https://doi.org/10.34011/jks.v5i1.2457

JURNAL KESEHATAN SILIWANGI
VOL 5 NO 1. Agustus 2024

1. Ahli Materi

Hasil uji kelayakan ahli materi pada media Youtube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus pada audiens Channel Youtube Smart Generations of Reality adalah sebagai berikut.

Grafik 1
Hasil Validasi Ahli Materi



$$P = \frac{\Sigma x}{\Sigma xi} x100\%$$

Sumber: (Arikunto 2013)

Keterangan:
P = Persentase
Σx = Jumlah total skor yang diperoleh
Σxi = Jumlah skor ideal

$$P = \frac{33}{35} x100\%$$

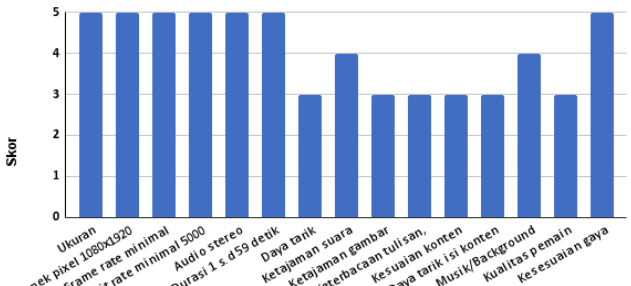
$$P = 94,2\%$$

Berdasarkan grafik diatas dan hasil perhitungan persentase didapatkan sebesar 94,2% sehingga materi YouTube Short menurut ahli materi termasuk kategori sangat layak.

2. Ahli Media

Hasil uji kelayakan ahli media pada media Youtube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus pada audiens Channel Youtube Smart Generations of Reality adalah sebagai berikut.

Grafik 2
Hasil Validasi Ahli Media



$$P = \frac{\Sigma x}{\Sigma xi} x100\%$$

Sumber: (Arikunto 2013)

Keterangan:
P = Persentase
Σx = Jumlah total skor yang diperoleh
Σxi = Jumlah skor ideal

$$P = \frac{61}{75} x100\%$$

$$P = 81,3\%$$

Berdasarkan grafik diatas dan hasil perhitungan persentase didapatkan sebesar 81,3% sehingga media YouTube Short menurut ahli materi termasuk kategori sangat layak.

3. Uji Kelayakan Kelompok Sasaran

Hasil uji kelayakan kelompok sasaran pada media Youtube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus pada audiens Channel Youtube Smart Generations of Reality adalah sebagai berikut.

Grafik 3
Hasil Validasi Kelompok Sasaran

JURNAL KESEHATAN SILIWANGI
VOL 5 NO 1. Agustus 2024

$$P = \frac{\Sigma x}{\Sigma xi} x100\%$$

Sumber: (Arikunto 2013)

Keterangan:
P = Persentase
Σx = Jumlah total skor yang diperoleh
Σxi = Jumlah skor ideal

$$P = \frac{2307}{2520} x100\%$$

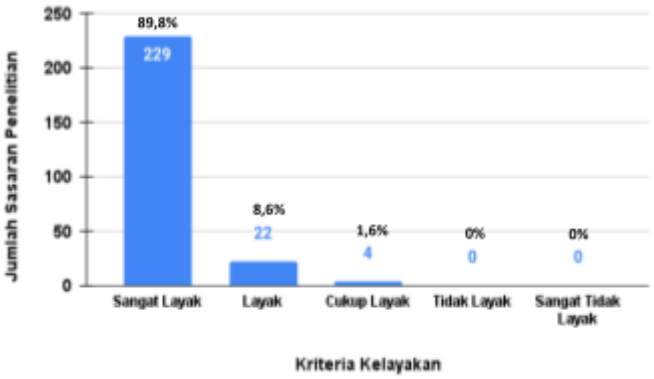
$$P = 91,5\%$$

Berdasarkan grafik diatas dan hasil perhitungan persentase didapatkan sebesar 91,5% sehingga materi dan media YouTube Short menurut kelompok sasaran termasuk kategori sangat layak.

***Disseminate* (Penyebarluasan)**

Disseminate atau penyebaran media YouTube Short video pencegahan diabetes melitus melalui media sosial YouTube tepatnya di channel YouTube pribadi peneliti yaitu Smart Generations of Reality dan disebarkan juga melalui *community post* channel YouTube tersebut. Penilaian dari subjek atau sasaran penelitian dilaksanakan secara online melalui channel YouTube peneliti dan didapatkan 255 sampel berdasarkan teknik *purposive sampling*.

Grafik 4
Hasil Penilaian Media YouTube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus Pada Audiens Channel YouTube Smart Generations Of Reality



$$P = \frac{\Sigma x}{\Sigma xi} x100\%$$

Sumber: (Arikunto 2013)

Keterangan:
P = Persentase
Σx = Jumlah total skor yang diperoleh
Σxi = Jumlah skor ideal

$$P = \frac{13997}{15300} x100\%$$

$$P = 91,4\%$$

Berdasarkan grafik diatas dan hasil perhitungan persentase didapatkan sebesar 91,4% sehingga media YouTube Short menurut sasaran penelitian termasuk kategori sangat layak. Adapun performa media YouTube Short video pencegahan diabetes melitus sebagai berikut.

1. *Viewers* (Penonton)

Jumlah viewers pada YouTube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus Part 1 dan sebanyak 1.920 views dan jumlah viewers pada YouTube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus Part 2 sebanyak 1.927 views.

2. *Like* (Suka)

Jumlah like pada YouTube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus Part 1 sebanyak 382 like dan jumlah like pada YouTube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus Part 2 sebanyak 389 like.

3. *Comment* (Komentar)

Jumlah komentar pada YouTube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus Part 1 sebanyak 7 komentar dan jumlah komentar pada YouTube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus Part 2 sebanyak 11 komentar. Dari uraian diatas maka telah membuktikan bahwa penelitian ini sudah melewati tahapan pengembangan 4D dengan tuntas.

https://doi.org/10.34011/jks.v5i1.2457

JURNAL KESEHATAN SILIWANGI
VOL 5 NO 1. Agustus 2024

Hasil media penelitian berupa YouTube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus part 1 dan part 2 dapat dilihat di channel youtube pribadi milik peneliti yaitu Channel YouTube Smart Generations of Reality berikut ini QR code dan link tercantum dibawah.

https://s.id/PencegahanDiabetesMelitusPart1

https://s.id/PencegahanDiabetesMelitusPart2

PEMBAHASAN

Penelitian pengembangan R&D (*Research and Development*) menggunakan model penelitian pengembangan 4D. Sehingga pembahasan yang didapatkan berdasarkan pada tahapan 4D yaitu *Define*, *Design*, *Development*, *Disseminate.* Sebagai berikut.

Define (Pendefinisian)

Berdasarkan eksplorasi media YouTube Short yang sudah dilakukan kepada 42 orang sasaran dengan pertanyaan terbuka dan 134 orang sasaran dengan pertanyaan tertutup kepada audiens Channel YouTube Smart Generations of Reality diketahui mayoritas sasaran belum mengetahui pencegahan diabetes melitus dengan perilaku CERDIK karena kurangnya keterpaparan informasi mengenai perilaku CERDIK. Berdasarkan pengalaman dari peneliti selama menjadi konten kreator di YouTube saat ini YouTube Short adalah salah satu segmen yang sedang populer. Karena memiliki segudang fitur yang lengkap mulai dari musik, filler, teks, dan caption yang sangat digemari oleh masyarakat khususnya pemuda-pemudi saat ini.[15] Berdasarkan data dari DATAREPORTAL dan *Global Web Index* (GWI) pada tahun 2024 negara Indonesia menempati posisi keempat negara pengakses YouTube di dunia setelah India, Amerika Serikat, dan Brazil.[13]

Jadi, media YouTube Short adalah media yang efektif dalam memberikan informasi dan edukasi kepada pemuda-pemudi berusia 18-64 tahun. Dengan demikian, media YouTube Short adalah media sosial yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja sehingga memberikan pengalaman belajar yang berbeda yang memuat video, teks, audio, serta ilustrasi yang *relate* (mengena) sehingga menaikan atensi pemuda-pemudi untuk menerima informasi dan edukasi kesehatan. Pada penelitian ini peneliti membuat inovasi yaitu cara mengajar yang menekankan pada *entertain to education* yang artinya cara penyampaian edukasi dan informasi kesehatan melalui konten hiburan yang *relate* (mengena) kepada sasaran. Sehingga sasaran tidak bosan saat menyimak konten edukasi kesehatan. Sasaran juga menyukai gaya penyampaian dengan gaya anime itu membuktikan bahwasannya, anime sekarang sudah sangat berkembang

https://doi.org/10.34011/jks.v5i1.2457

JURNAL KESEHATAN SILIWANGI
VOL 5 NO 1. Agustus 2024

bahkan sudah menjadi kultur masyarakat modern. Masyarakat dari anak-anak, remaja, sampai orang dewasa sangat antusias menonton anime dan membaca manga.[16]

Mayoritas sasaran menyukai gaya penyampaian informasi kesehatan oleh karakter anime Hu Tao dan Vestia Zeta. Karakter Hu Tao adalah karakter dari game genshin impact yang mempunyai daya tarik yang luar biasa bagi para penggemarnya. Sejak rilisnya karakter Hu Tao pada 2 Maret 2021 sampai dengan saat ini masih menjadi tren di kalangan pemuda-pemudi terbukti dengan banyaknya fanart dan video tentang Hu Tao yang tersebar di media sosial seperti YouTube, TikTok, dan Pinterest.[17] karakter Vestia Zeta adalah Virtual YouTuber wanita Indonesia yang beragensi dengan Hololive, sampai saat ini penggemar atau *fanbase* dari Vestia Zeta sendiri mencapai 3 juta orang di seluruh Indonesia sehingga karakter ini mempunyai daya tarik yang tinggi dan sangat bermanfaat jika digunakan pada bidang pendidikan untuk menarik atensi anak muda.[18]

Tentunya jika memakai karakter anime maka suara yang mengisi karakter tersebut haruslah suara asli dari karakterisasi Hu Tao dan Vestia Zeta. Dengan demikian peneliti memakai *Voice Changer Hugging Face* agar sesuai dengan karakter yang ditayangkan. Hugging Face adalah platform dan komunitas *Machine Learning* dan ilmu data yang membantu pengguna membangun, menerapkan, dan melatih model pembelajaran menggunakan *Artificial Intelligence (AI)*.[19] Adapun musik yang dipakai adalah "*Feel Good - Tundra Beats*" karena musik ini bersifat asik dan santai sehingga audiens atau subscriber merasa rileks. Mendengarkan musik santai dapat menstimulasi respons emosi dan perasaan yang bisa mengaktifkan emosi, perasaan, dan perilaku.[20] Berdasarkan hasil kuesioner juga mayoritas sasaran menyukai tipografi atau jenis font montserrat dalam konten kesehatan. Karena font ini memiliki bentuk huruf yang jelas, sehingga mudah dibaca oleh mata audiens. Font montserrat memiliki karakteristik yang mirip dengan font sans-serif, sehingga lebih mudah dibaca.[21] font montserrat juga sudah menjadi ciri khas video kesehatan yang sering dibuat oleh peneliti.

Design (Perancangan)

Pada tahap design peneliti melalui tahapan pembuatan media seperti: pra produksi; produksi; dan pasca produksi yang mana isi konten dan materi yang akan dibuat berdasarkan kebutuhan dan keinginan subjek.[10] Dalam pengambilan dan pengembangan ide dalam pemilihan media agar baik untuk disajikan kepada pengguna disesuaikan berdasarkan hasil dari eksplorasi media yang telah dilakukan. Hal ini sejalan dengan teori R&D (*Research and Development*).[9]

Berdasarkan design media YouTube Short yang memiliki aspek rasio dengan lebar 19 unit dan tinggi 6 unit yang mana saat ini lebih diminati oleh masyarakat karena sangat cocok ditampilkan pada smartphone.[13] Peneliti juga sependapat dengan jurnal "Digital Review Report 2024" yang dibuat oleh Kemp. Karena pada Channel YouTube Smart Generations of Reality konten yang memiliki aspek rasio 1080 x 1920 pixel memiliki retensi audiens lebih tinggi dibandingkan dengan konten yang memiliki aspek rasio 1920 x 1080 pixel. YouTube Short sebagai segmen konten baru dari YouTube memiliki daya tarik yang sangat efektif untuk menarik pemirsa dari segala usia oleh karena itu media ini cocok sebagai media edukasi selain itu YouTube Short mudah untuk dibuat karena saat ini

https://doi.org/10.34011/jks.v5i1.2457

JURNAL KESEHATAN SILIWANGI
VOL 5 NO 1. Agustus 2024

tools design dari YouTube Short sangat beragam.[15] Karena sangat beragamnya *tools design* dari YouTube Short peneliti menggunakan aplikasi editing yang mutakhir yaitu *Wondershare Filmora* 11 selain itu informasi yang disampaikan melalui YouTube Short dapat diterima dan diingat lebih cepat oleh generasi zillenial.[22]

***Development* (Pengembangan)**

Pengembangan media youtube short video pencegahan diabetes melitus dikatakan sangat layak setelah melalui tahap pengembangan dan validasi para ahli.[9]

1. Ahli Materi

Uji kelayakan materi dilakukan oleh seorang ahli materi yaitu Dhimas Herdhianta, S.K.M., M.Kes. Nilai yang diperoleh dari ahli materi yaitu 94,2% berdasarkan skor kelayakan bahan ajar atau materi.[23] adalah sangat layak. Hal ini menggambarkan bahwa materi YouTube Short video pencegahan diabetes melitus layak secara materi dari aspek kesesuaian materi dengan informasi kesehatan, kesesuaian topik dengan materi, kesesuaian pendekatan dengan tujuan pendekatan entertain to education, urutan penyajian (opening, intro, interlude, isi, kesimpulan, ending), motivasi belajar (persuasif/*call to action*) kesesuaian gaya penyampaian media dengan karakteristik sasaran (audiens).

2. Ahli Media

Uji kelayakan media dilakukan oleh seorang ahli media yaitu Hilda Khairani, S.Tr.Kes. Nilai yang diperoleh dari ahli media yaitu 81,3% berdasarkan kriteria kelayakan media[12] adalah sangat layak. Hal ini menggambarkan bahwa media YouTube Short video pencegahan diabetes melitus layak secara media dari aspek ukuran vertikal/portrait (9:16), pixel 1018x1920, frame rate minimal 50 fps, bitrate minimal 5000 kbps, audio stereo, durasi, daya tarik teaser atau opening, ketajaman suara (*audio*), ketajaman gambar dan keterbacaan tulisan, kesesuaian konten dengan materi kesehatan, daya tarik isi konten, musik/*background music* (BGM), kualitas pemain (tokoh/karakter fiksi yang dipakai), dan kesesuaian gaya penyampaian media dengan karakteristik sasaran (*audiens*).

3. Uji Kelayakan Kelompok Sasaran

Nilai yang diperoleh dari uji lapangan kelompok sasaran yaitu 91,5% berdasarkan kriteria kelayakan media [12] adalah sangat layak. Hal ini menggambarkan bahwa media YouTube Short video pencegahan diabetes melitus layak secara materi dan media dari aspek kejelasan materi/isi, kejelasan materi atau isi sehingga dimengerti oleh audiens, ketajaman gambar dan keterbacaan tulisan, kejelasan suara/audio, daya tarik media, kejelasan dialog (intonasi, dialek, pengucapan), karakterisasi sesuai dengan karakter atau tokoh yang dipakai, ketertarikan dan kualitas animasi atau karakter, kualitas BGM (*Background Music*), penggunaan gaya bahasa sesuai dengan karakteristik sasaran (audiens).

Dikarenakan ada saran dan masukan dari ahli materi dan ahli media serta beberapa perubahan maka media YouTube Short video pencegahan diabetes melitus memiliki dua part atau dua bagian dengan judul “YouTube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus Part 1” dan “YouTube Short Pencegahan Diabetes Melitus Part 2”.

***Disseminate* (Penyebarluasan)**

Disseminate adalah tahap terakhir dari metode pengembangan 4D yaitu penyebarluasan produk media yang telah dikembangkan dengan tujuan utamanya adalah untuk

https://doi.org/10.34011/jks.v5i1.2457

menyebarluaskan produk penelitian agar dapat dimanfaatkan oleh pihak yang membutuhkan.[9] Keefektifan media yang dibuat dapat diketahui dari validasi dan penyebarluasan media kepada khalayak umum dan pengguna.[24] Adapun nilai yang didapatkan dari sasaran penelitian yaitu 91,4 % berdasarkan kriteria kelayakan media[12] adalah sangat layak. Hal ini menggambarkan bahwa media YouTube Short video pencegahan diabetes melitus layak secara materi dan media dari aspek kejelasan materi/isi, kejelasan materi atau isi sehingga dimengerti oleh audiens, ketajaman gambar, kesesuaian ilustrasi dengan materi, keterbacaan tulisan, kejelasan suara/audio, daya tarik media, kejelasan dialog (intonasi, dialek, pengucapan), karakterisasi sesuai dengan karakter atau tokoh yang dipakai, ketertarikan dan kualitas animasi atau karakter, kualitas BGM (*Background Music*), penggunaan gaya bahasa sesuai dengan karakteristik sasaran (audiens).

Saat ini media YouTube Short merupakan media yang efektif dalam menyebarluaskan informasi baik informasi politik, teknologi, maupun kesehatan karena: 1) Memiliki durasi pendek yang membuat penonton lebih cenderung menonton video hingga selesai, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan cepat dan efektif; 2) Memiliki Algoritma dan eksposur yang tinggi artinya YouTube Shorts cenderung mendorong konten ke lebih banyak pengguna berdasarkan minat mereka. 3) Tren dan viralitas yaitu format YouTube Short sangat cocok untuk konten viral, tantangan, dan tren. Konten yang mengikuti tren cenderung lebih cepat menyebar dan menarik perhatian banyak orang; 4) Tren dan viralitas yaitu format video pendek ini sangat cocok untuk konten viral, tantangan, dan tren. Konten yang mengikuti tren cenderung lebih cepat menyebar dan menarik perhatian banyak orang; 5) Kompatibilitas dengan platform lain berdasarkan sifatnya YouTube Short dapat dengan mudah dibagikan di platform media sosial lain.[14]

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian yang berjudul "Pengembangan Media Youtube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus pada Audiens Channel Youtube Smart Generations of Reality" maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. *Define* (Pendefinisian)

Menghasilkan temuan bahwa audiens Channel YouTube Smart Generations of Reality belum sepenuhnya mengetahui pencegahan diabetes melitus, sasaran menyukai media YouTube Short yang menggunakan visualisasi anime, gaya penyampaian media menggunakan metode pengajaran *entertain to education* (hiburan lalu edukasi).

2. *Design* (Perancangan)

Dilakukan dengan membuat rancangan untuk mengembangkan media melalui tahapan pra produksi (menentukan tema, naskah, mencari aset video, foto, dan stiker, serta menyiapkan peralatan dalam perancangan media), produksi (*recording* atau merekam suara dan merubah suara menggunakan *hugging face AI*), dan pasca produksi (editing, mixing audio, *Quality Control* atau kendali mutu, dan pengarsipan filling).

3. *Development* (Pengembangan)

Menyimpulkan bahwa media YouTube Short video pencegahan diabetes melitus sangat layak secara materi dan media.

https://doi.org/10.34011/jks.v5i1.2457

JURNAL KESEHATAN SILIWANGI
VOL 5 NO 1. Agustus 2024

4. *Disseminate* (Penyebarluasan)

Media YouTube Short Video Pencegahan Diabetes Melitus disebarluaskan melalui Channel YouTube Smart Generations of Reality.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena telah memberikan kelancaran dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga peneliti sampaikan kepada kedua orang tua dan keluarga tercinta, seluruh jajaran direksi Poltekkes Kemenkes Bandung khususnya Jurusan Promosi Kesehatan, seluruh audiens dan subscriber Channel YouTube Smart Generations of Reality yang bersedia dalam pelaksanaan penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

1. International Diabetes Federation. Indonesian Diabetes Report 2000-2045. International Diabetes Federations. Published 2024. Diakses Januari 12, 2024. https://diabetesatlas.org/data/en/country/94/id.html
2. Resti HY, Cahyati WH. Kejadian Diabetes Melitus Pada Usia Produktif Di Puskesmas Kecamatan Pasar Rebo. *Higeia J Public Heal Res Dev*. 2022;6(3):350–361. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/higeia
3. Setyonaluri D, Aninditya F. *Transisi Demografi Dan Epidemiologi : Di Indonesia Transisi Demografi Dan Epidemiologi : Di Indonesia*.; 2019. doi:10.13140/RG.2.2.23355.44325
4. WHO. Diabetes. World Health Organization. Published 2024. Diakses Januari 18, 2024. https://www.who.int/health-topics/diabetes#tab=tab_1
5. Putri AF. Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID Indones J Sch Couns*. 2018;3(2):35. doi:10.23916/08430011
6. Permenkes 2015. Permenkes RI Nomor 71 tahun 2015 Tentang Penanggulangan Penyakit Tidak Menular. *Menteri Kesehat Republik Indones Peratur Menteri Kesehat Republik Indones*. 2015;Nomor 15(879):2004–2006.
7. Mohammad Zaenul Arifin, Denas Hasman Nugraha. Efektivitas Algoritma Youtube Sebagai Kunci Keberhasilan Penyebaran Informasi dan Dakwah Islam Melalui Media Online (Studi terhadap komunitas Youtuber di Pati Jawa Tengah). *QULUBANA J Manaj Dakwah*. 2022;2(2):133–145. doi:10.54396/qlb.v2i2.299
8. Creators Y. Berkreasi, dan menghasilkan uang, dengan video berdurasi singkat di YouTube. YouTube. Published 2021. Diakses Januari 12, 2024. https://www.youtube.com/intl/id_ALL/creators/shorts/
9. Sugiyono. *Metode Penelitian & Pengembangan*. 4 ed. (Yustiani Suryandari S, ed.). Alfabeta; 2019.
10. Maydiantoro A. Model-Model Penelitian Pengembangan (Research and Development). *J Metod Penelit*. 2019;(10):1–8. http://repository.lppm.unila.ac.id/34333/1/Model-Model Penelitian dan Pengembangan.pdf
11. Kustandi C, Darmawan D. *Pengembangan Media Pembelajaran*. 1 ed. (Fahmi I, ed.). Kencana; 2022.
12. Arikunto S. *Prosedur Penelitian*. 15 ed. Rineka Cipta; 2013.
13. Kemp S. DIGITAL 2024: GLOBAL

https://doi.org/10.34011/jks.v5i1.2457

OVERVIEW REPORT. DATAREPORTAL. Published 2024. Diakses Februari 8, 2024. https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report
14. Tisrin Tantika A, Rifki Fauzan M, Susi Susanti N, et al. Efektivitas Penggunaan YouTube Shorts Dalam Penyebaran Informasi (Studi Kasus: Pada Akun Pojok History). *KOLONI J Multidisiplin Ilmu*. 2024;3(1):2828–6863.
15. Arrosyid MAK, Hasanudin C. Pemanfaatan Fitur Short pada YouTube sebagai Media Pembelajaran untuk Meningkatkan Kemampuan Baca Puisi pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Pros Senada (Seminar Nas Daring)*. Published online 2022:869–873.
16. Toi Y. Kepopuleran dan Penerimaan Anime Jepang Di Indonesia. *Ayumi J Budaya, Bhs dan Sastra*. 2020;7(1):68–82. doi:10.25139/ayumi.v7i1.2808
17. Genshin Impact. Hu Tao/Kisah. Genshin Impact Wiki Indonesia. Published 2021. Diakses Januari 30, 2024. https://genshin-impact.fandom.com/id/wiki/Hu_Tao/Kisah#:~:text=Iklan-,Kepribadian,dia ingin menjalani hidupnya sepenuhnya.
18. Team Vitual VTuber Wiki. Vestia Zeta. Virtual VTuber Wiki. Published 2022. Diakses Januari 30, 2024. https://virtualyoutuber.fandom.com/id/wiki/Vestia_Zeta
19. Lutkevich B. Hugging Face. TechTarget. Published 2023. Diakses Januari 30, 2024. https://www.techtarget.com/whatis/definition/Hugging-Face
20. Pramudhita CR, Utomo U. Hubungan Kebiasaan Mendengarkan Musik, Pemanfaatannya Ketika Belajar Matematika 3. *J Seni Musik*. Published online 2019.
21. Gunawan M. Font Montserrat: Font Unik yang Cocok untuk Desain Modern. teknobgt.com. Published 2023. Diakses Februari 1, 2024. https://www.teknobgt.com/84336/font-montserrat.html
22. Arintha AR, Ambarwati EK. Youtube Shorts As Self-Regulated Learning Media For Listening Practice: University Students' Experiences. 2024;10(11):30–35.
23. Arikunto S. *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. 1 ed. Pustaka Pelajar; 2017.
24. Okpatrioka. Research And Development (R & D) Penelitian Yang Inovatif Dalam Pendidikan. *J Pendidikan, Bhs dan Budaya*. 2023;1(1):86–100.

https://doi.org/10.34011/jks.v5i1.2457