

# SOFT LAUNCHING: ONE VILLAGE ONE YOUTUBER

NOVEMBER, 10 2021



Pada hari Rabu, 10 November 2021, Program One Village One Youtuber (OVOY) resmi diluncurkan. Dalam agenda ini, Ibu **Amalia Susilowati** selaku Managing Director Experthub.id memberikan opening speech. Menurut beliau, saat ini, story-telling adalah kekuatan dalam upaya ekspor produk-produk daerah ke luar negeri. Tanpa adanya story-telling, maka upaya ini tidak akan sukses. Namun, cerita dari pihak UMKM saja tidak cukup. Perlu adanya spokesperson yang bisa menceritakan produk dengan menarik. Oleh karena itu, untuk mengeksport produk Indonesia ke mancanegara, perlu keterlibatan masif anak muda. Sebagai konsekuensi, cara anak muda juga perlu dipertimbangkan. Salah satu caranya adalah menggunakan youtube. Dengan demikian, program ini akan memberi kesempatan bagi anak muda untuk menjadi agen komunikasi.

*On Wednesday, November 10, 2021, One Village One Youtuber (OVOY) Program was officially launched. In this agenda, Mrs. Amalia Susilowati as Managing Director of Experthub.id gave an opening speech. According to her, currently, story-telling is a powerful key to export Indonesian products abroad. Without story-telling, the export will not likely succeed. However, the story from the SMEs is not enough. There needs to be a spokesperson who can tell the product in an interesting way. Therefore, to export Indonesian products to foreign countries, massive involvement of young people is needed. As a consequence, the way young people advertises also needs to be considered, one of which is YouTube. Thus, this program will provide opportunities for young people to become communication agents.*

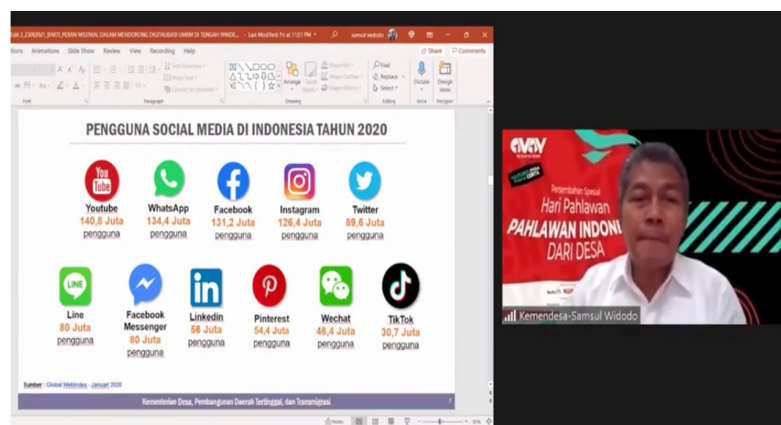
Selanjutnya, desa di Indonesia membutuhkan wajah segar anak muda, yang sejalan dengan ilmu branding yakni adanya kebutuhan visual identity dan penokohan. Hal ini selaras dengan temuan Alibaba.com bahwa importir sebagian besar berusia 18-35 tahun. Para importir ini biasanya mencari produk melalui kegiatan live sales yang mempromosikan produk daerah. Ketiga, penetrasi media sosial di Indonesia sudah mencapai 75%. Hal ini memungkinkan anak muda untuk mengakses kegiatan dalam rangka mengasah soft skill sebagai agen komunikasi desa.

Selanjutnya, Bapak **Samsul Widodo** selaku Staf Ahli Menteri Bidang Hubungan Antar Lembaga, Kementerian Desa PDTT menyampaikan paparan terkait pendekatan baru dalam pembangunan desa. Beliau menyampaikan bahwa OVOY memiliki ekosistem yang sudah baik, karena tingginya penetrasi internet di Indonesia khususnya pengguna sosial media, ditambah dengan bonus demografi yang ada. Sebagai catatan, jumlah penduduk produktif di Indonesia sebesar 40% dan jumlah desa di Indonesia ada 74.651. Sebanyak 80% desa bergantung pada pertanian, sementara perkebunan kurang dari 30%. Potensi desa di bidang pertanian dan perkebunan ini perlu dipromosikan dengan cara dan pendekatan baru. Dengan adanya promosi produk desa di youtube, diharapkan ekspor produk desa semakin tinggi.

*Then, villages in Indonesia need a fresh face namely young people, which is in line with the theory of branding that needs visual identity and strong character. This is also in line with Alibaba.com's findings that most importers are 18-35 years old. These importers usually look for products through live sales activities that promote regional products. Third, social media penetration in Indonesia has reached 75%. This allows young people to access activities in order to hone their soft skills as village communication agents.*

*Furthermore, Mr. Samsul Widodo as Expert Staff of the Ministry of Villages delivered a presentation related to new approaches in village development. He said that OVOY has a good ecosystem, due to the high internet penetration in Indonesia, especially social media users, coupled with the existing demographic bonus. For the record, the number of productive population in Indonesia is 40% and the number of villages in Indonesia is 74,651. As many as 80% of villages depend on agriculture, while plantations are less than 30%. The potential of villages in agriculture and plantations needs to be promoted in new ways and approaches. With the promotion of village products on YouTube, it is hoped that the export of village products will be higher.*

**Gambar 1. Penggunaan Sosial Media di Indonesia tahun 2020**



Sumber: Presentasi Bapak Samsul Wibowo

Bapak **Suryokoco Suryoputro** yang merupakan CEO TV Desa menjelaskan bahwa pada dasarnya, setiap orang adalah content creator. Setiap pekerjaan memiliki cerita yang bisa dibagikan pada orang lain. Misalnya, jika ada promosi bahwa “Roti ayam yang kami jual adalah ayam yang dulu hidupnya bahagia“, maka hal ini akan membentuk persepsi consumer yang memakan roti ayam tersebut. Promosi juga dapat dikuatkan dengan tambahan link cctv terkait pemeliharaan ayam di kandang hingga proses memasak ayam. Dengan promosi seperti itu, pengalaman makan roti ayam menjadi pengalaman yang berbeda. Dan hal ini hanya membutuhkan modal sedikit. Oleh karena itu, OVOY merupakan medium edukasi yang sangat baik untuk memberikan pelatihan membuat konten.

Bapak **Luthi** dari Pati sebagai youtuber membagikan pengalamannya ketika membuat konten. Bapak Luthfi pada awalnya hanya iseng mengunggah video tips memperbaiki barang elektronik. Namun, karena kontennya bermanfaat, akhirnya youtube nya mendapat lebih dari 15 ribu subscriber. Oleh karena itu, ia mendapat banyak pekerjaan untuk memperbaiki barang dan semakin dikenal. Bapak Luthfi menjelaskan bahwa usia bukan hambatan karena dia sendiri sudah tidak terhitung muda tapi masih bersemangat membuat konten.

Bapak **Tulang Tio** selaku Head of Department Geti TV menjelaskan terkait Program OVOY yang dilatarbelakangi oleh data UGM bahwa setiap tahun, presentase anak muda yang meninggalkan desa semakin tinggi. OVOY adalah gerakan yang bertujuan untuk mencetak anak muda menjadi agen pembangunan daerah berbasis creator digital. OVOY juga diharapkan dapat memperkenalkan kekuatan desa dari Kebudayaan, produk lokal, dan wisata melalui anak muda.

*Mr. Suryokoco Suryoputro who is the CEO of TV Desa explained that basically, everyone is a content creator. Every job has a story to share with others. For example, if there is a promotion that "The chicken bread we sell is a chicken that used to live happily", then this will shape the perception of consumers who eat the chicken bread. Promotions can also be strengthened by adding CCTV links related to raising chickens in cages to the process of cooking chickens. With such promotions, the experience of eating chicken bread will feel like different experience. And, this requires only a small amount of capital. Therefore, OVOY is an excellent educational medium to provide training to create content.*

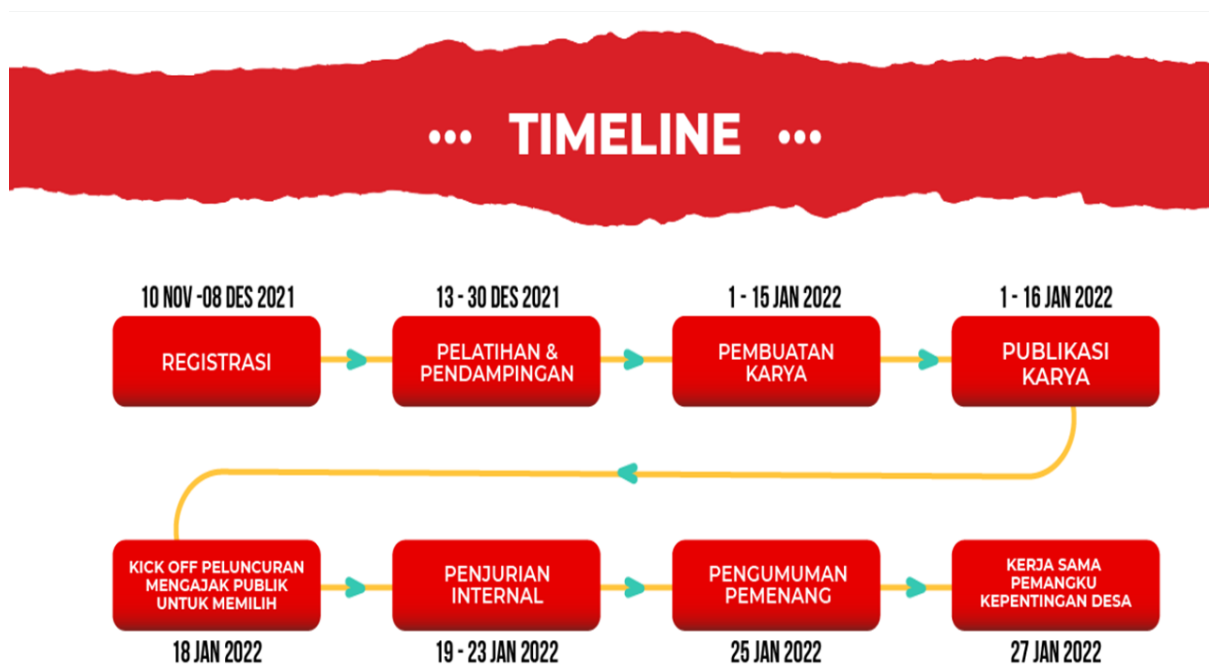
*Mr. Luthi from Pati as a youtuber shares his experience when creating content. Mr. Luthfi initially uploaded a video on tips to repair electronic equipment for fun. However, because the content was useful, finally his YouTube channel got more than 15 thousand subscribers. Therefore, he got a lot of work to repair items and became more and more known. Mr. Luthfi explained that age is not an obstacle because he himself is not young but is still passionate about creating content.*

*Mr. Tulang Tio as the Head Department of the Geti TV explained the OVOY Program, which was founded based on UGM data that every year, the percentage of young people leaving the village is getting higher. OVOY is a movement that aims to produce young people as regional development agents based on digital creators. OVOY is also expected to be able to introduce the strength of the village from culture, local products, and tourism through young people.*

Syarat untuk mendaftar program OVOY adalah berusia 15-35 tahun dan mengunggah video 1 menit terkait desa di laman <https://ovoy.geti.id/> Hanya 1000 pendaftar yang akan diterima dan nantinya dapat mengikuti kompetisi youtuber di bulan Januari 2022. Harapannya OVOY dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa dan mencetak anak muda yang memahami dunia digital.

*The requirements to register for the OVOY program are 15-35 years old and upload a 1 minute video related to the village at <https://ovoy.geti.id/> Only 1000 registrants will be accepted and will be able to take part in the youtuber competition in January 2022. It is hoped that OVOY can increase village economic growth and produce young people who understand the digital world.*

**Gambar 2. Timeline Pelaksanaan Program OVOY**



Sumber: Website OVOY