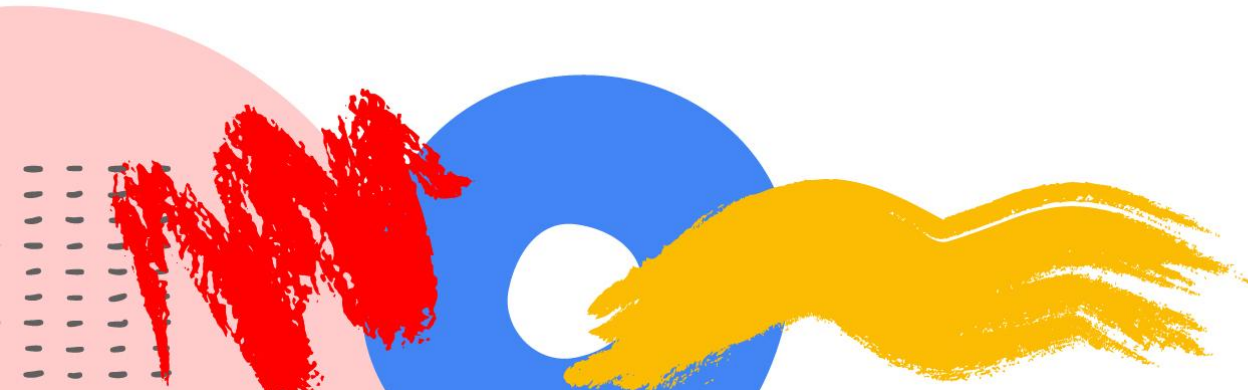
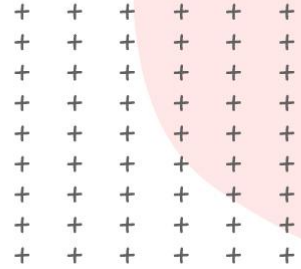
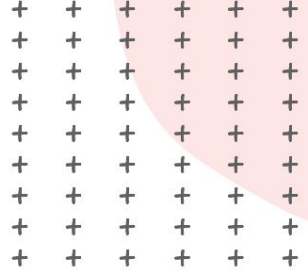


News Creator

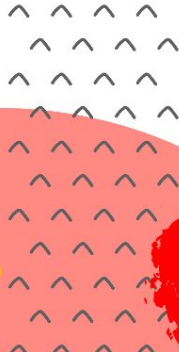
WORKSHOPS 2022





WORKSHOP 4:

Cara YouTube Merekomendasikan Video + Dasar-dasar Monetisasi



WORKSHOP 4: CARA YOUTUBE MEREKOMENDASIKAN VIDEO + MONETISASI

Ringkasan program

Misi YouTube, prinsip panduan konten Berita, dan memulai strategi konten

Dasar-dasar YouTube

Elemen penyusun brand Anda, membuat thumbnail yang efektif, pilihan kata kunci judul, dan membangun komunitas Anda

Mendefinisikan brand Anda

Pengantar Creator Studio dan caranya membantu Anda menganalisis performa channel

Alat kreator

Strategi Konten

Memahami audiens Anda, menjelajahi format video, dan menentukan pendekatan untuk mengembangkan konten Anda

Cara YouTube merekomendasikan video + Dasar-dasar Monetisasi

Dorong interaksi dengan komunitas Anda. Pahami dasar-dasar menghasilkan pendapatan di YouTube

Bincang-Bincang Kreator

Simak penuturan Bintang Baru di bidang Berita tentang perjalanan kreator mereka hingga saat ini dan ajukan pertanyaan Anda

WORKSHOP 4: CARA YOUTUBE MEREKOMENDASIKAN VIDEO + MONETISASI

Agenda

01

Cara YouTube
merekomendasikan video

02

Pengantar monetisasi
YouTube

03

Tanya Jawab



WORKSHOP 4: CARA YOUTUBE MEREKOMENDASIKAN VIDEO + MONETISASI

Cara YouTube Merekomendasikan Video

Prinsip-prinsip kami
tentang praktik
terbaik dan
pengaruhnya
terhadap Anda

Cara sistem
rekomendasi kami
membantu Anda
menemukan video
untuk penonton

Cara untuk mulai
memahami
penonton dan
kebiasaan mereka

Praktik Terbaik



Sistem rekomendasi YouTube dirancang untuk...

01

Membantu setiap penonton menemukan video yang ingin ditonton

02

Memaksimalkan kepuasan penonton dalam jangka panjang



Kami sangat peduli dengan tanggung jawab, serta melakukan hal yang tepat untuk masyarakat, penonton, kreator, dan pengiklan...

Menghapus

konten yang melanggar Pedoman Komunitas kami

Mengedepankan

sumber kredibel di platform kami

Mengurangi

penyebaran konten yang berisiko

**Memberikan
reward**

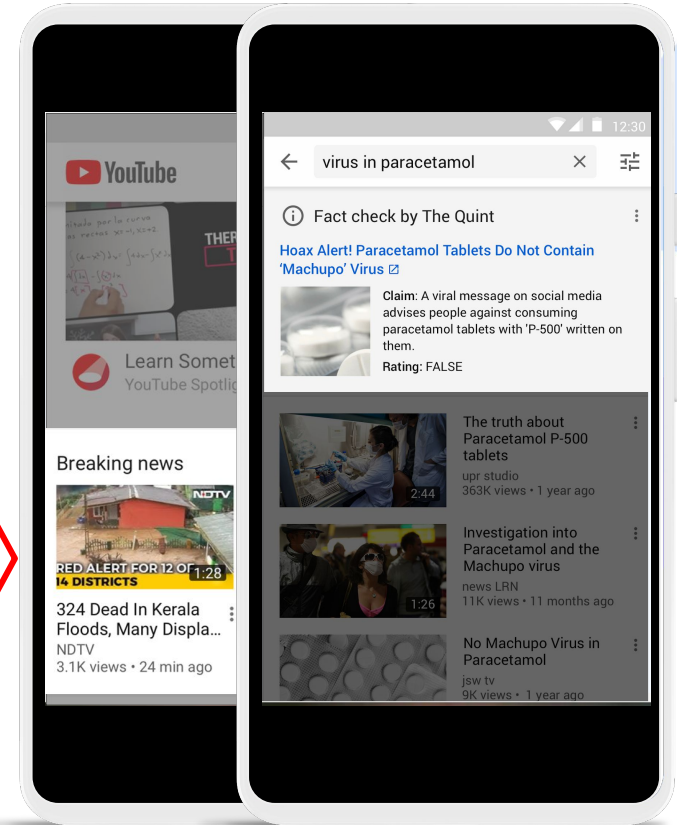
kepada konten yang memenuhi standar tinggi monetisasi

Penemuan YouTube

Mengedepankan

Dengan topik sensitif seperti berita atau informasi medis, kami meningkatkan visibilitas konten yang dihasilkan oleh sumber paling kredibel di bidang tertentu. Dengan demikian, kami berusaha meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, sambil mempertahankan YouTube sebagai sumber informasi faktual yang didasarkan pada riset.

Galeri Berita Terbaru dan Terpopuler, yang mengisi feed Beranda dan Penelusuran, menyoroti sumber kredibel yang terkait dengan peristiwa terkini atau topik penelusuran sensitif. Selain itu, kartu informasi juga dapat muncul di halaman penelusuran dan halaman tonton untuk memberikan konteks dan pengecekan fakta dari organisasi kredibel tentang topik yang rentan menjadi sasaran misinformasi (misalnya, pemanasan global).

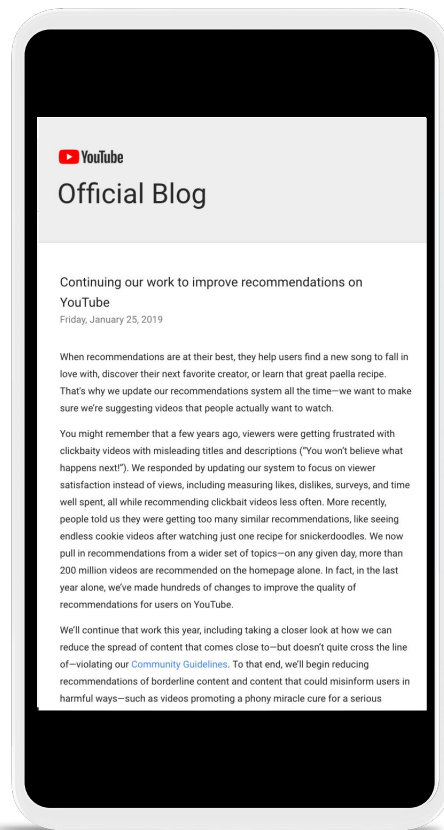


Mengurangi

Untuk membangun dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengguna, kami membuat perubahan rutin pada sistem rekomendasi kami dengan fokus untuk mengurangi penyebaran konten berisiko, berkualitas rendah, atau berdasarkan misinformasi yang berbahaya. Sama seperti kebijakan menghapus konten yang melanggar, tindakan ini bertujuan untuk melindungi platform secara keseluruhan, memperkuat YouTube sebagai tempat bagi pengguna untuk berinteraksi dengan konten yang aman, menarik, dan berkualitas tinggi.

Ingin mempelajari lebih lanjut?

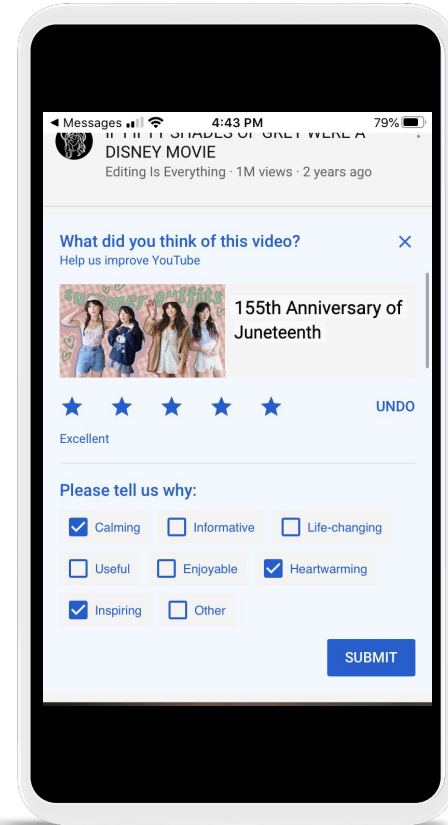
Baca postingan blog ini yang membahas upaya rekomendasi kami.



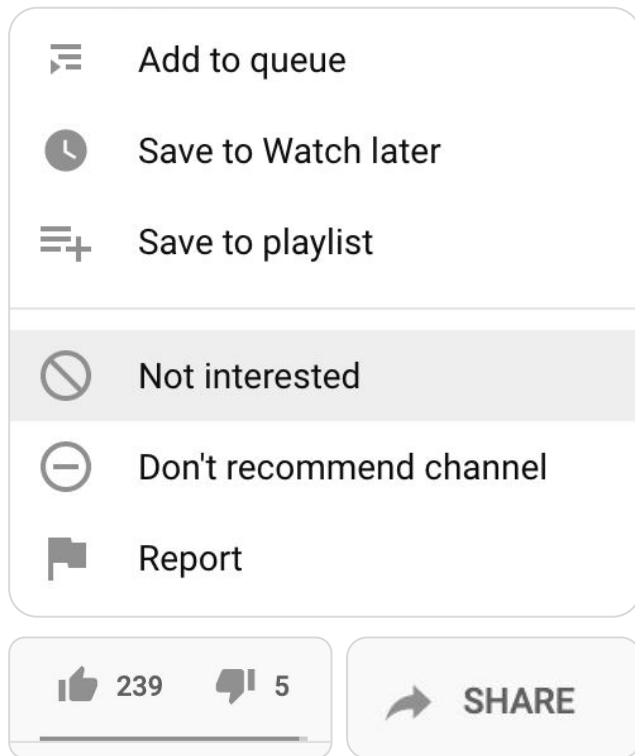
Kami bertujuan untuk meningkatkan kepuasan penonton dalam jangka panjang dengan menanyakan perasaan penonton



Kami menggunakan
survei untuk menanyakan
perasaan penonton
...tidak semua waktu
tonton dianggap sama



Dan sinyal lain seperti masukan “tidak tertarik”, suka/tidak suka, dan berbagi



Setiap hari, sistem kami belajar dari > 80 miliar sinyal penonton...

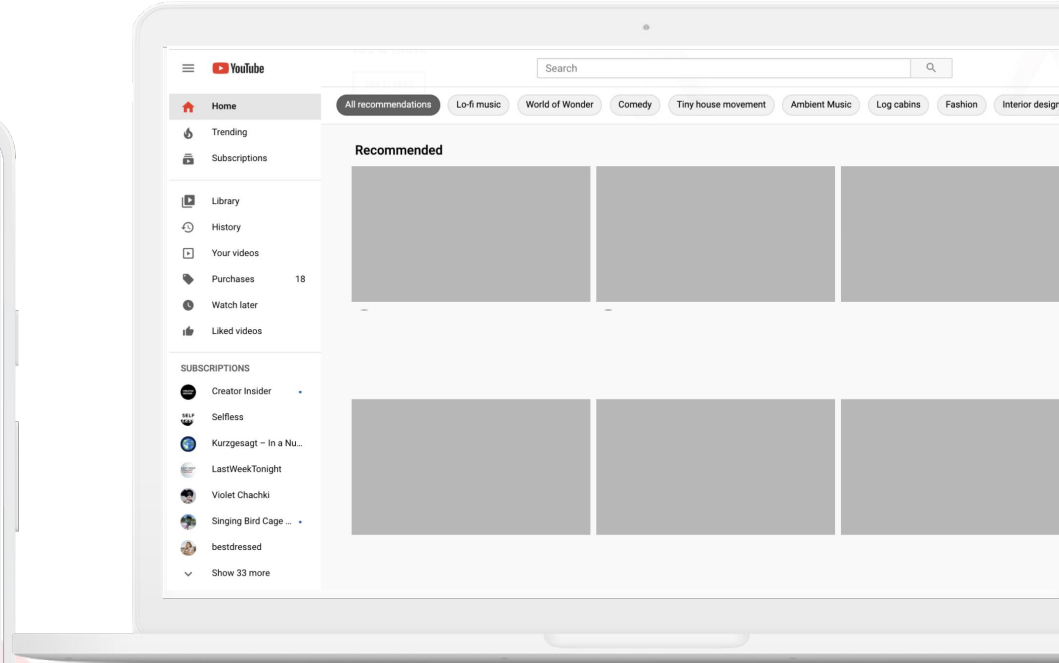
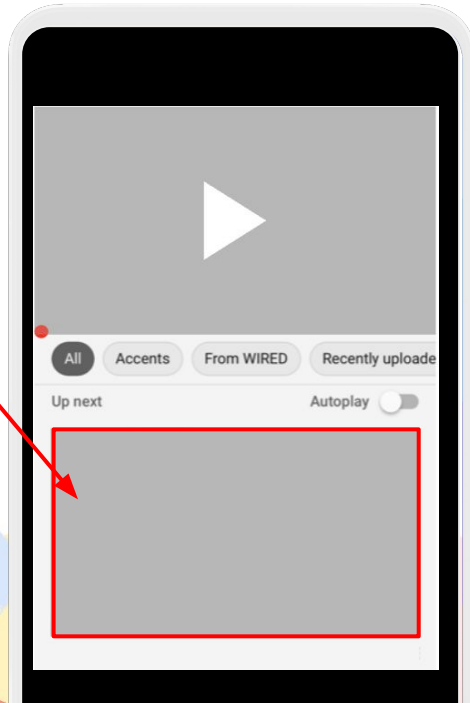
- Video yang mereka tonton
- Video yang tidak mereka tonton
- Durasi menonton
- Tempat menonton
- Waktu menonton
- Yang disukai/tidak disukai
- Berbagi
- Masukan “Tidak tertarik”
- Survei sebelum dan sesudah menonton
- dan lain-lain



Beranda dan Rekomendasi video adalah sumber teratas untuk sebagian besar channel

Catatan: "Rekomendasi" video ditawarkan bersama video yang sedang ditonton pengguna

Rekomendasi video ada di bagian 'Berikutnya'



Halaman Beranda berfungsi menayangkan rekomendasi paling relevan yang dipersonalisasi bagi setiap penonton saat mereka membuka YouTube

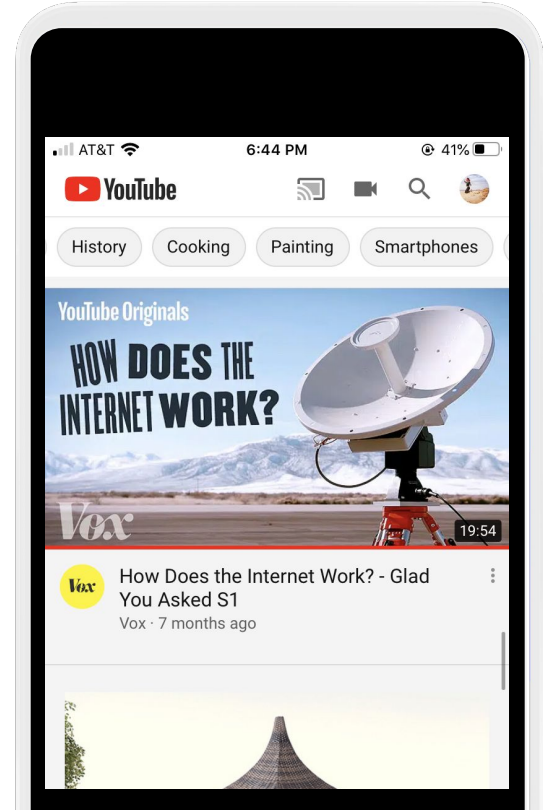
Bagaimana cara kerjanya?

Beranda menampilkan video berdasarkan...

- **Performa:** Seberapa baik sebuah video menarik dan memuaskan penonton serupa, di samping faktor lainnya.
- **Personalisasi:** Histori tontonan dan frekuensi penonton melihat sebuah channel atau topik.

Apa yang dapat Anda lakukan?

- Perhatikan video Anda dan posisikan diri Anda sebagai penonton baru yang tidak mengenal channel Anda. Apakah Anda akan menontonnya?
- Mengupload secara konsisten dapat membantu Anda menjaga minat audiens, dan membantu mereka memulai kebiasaan yang melibatkan channel Anda.



Rekomendasi video memberi penonton pilihan video yang kemungkinan besar akan ditonton, berdasarkan aktivitas mereka sebelumnya

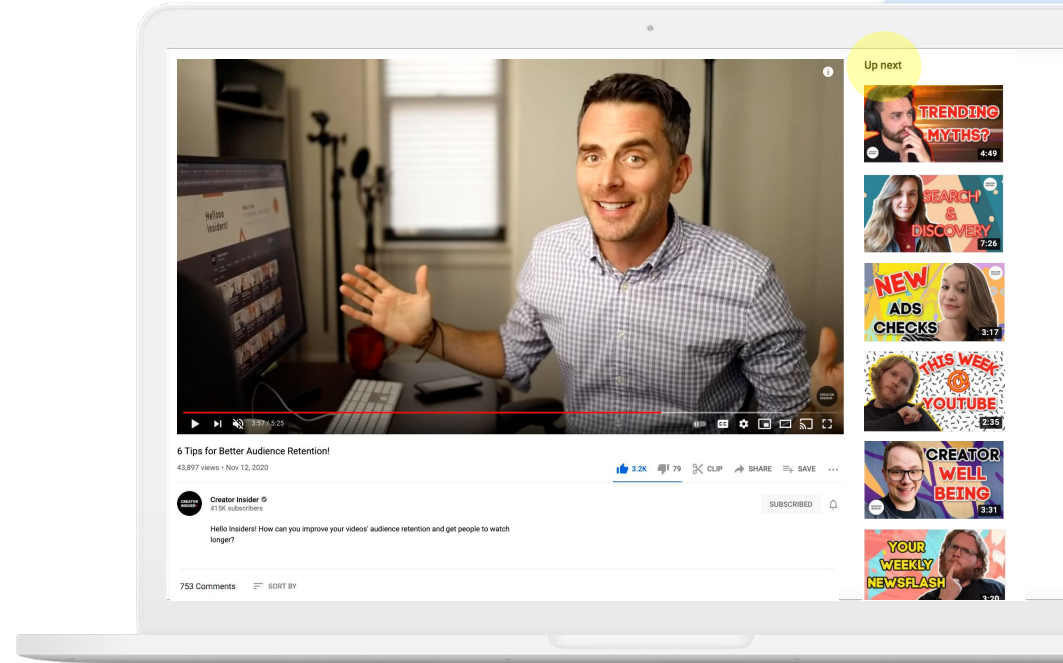
Bagaimana cara kerjanya?

Rekomendasi video menggunakan sinyal seperti...

- Video yang sering ditonton bersamaan
- Video yang topiknya terkait
- Video dari histori tontonan penonton

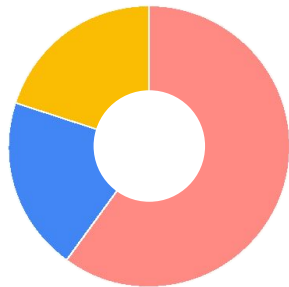
Apa yang dapat Anda lakukan?

- Mengembangkan serangkaian video
- Menerapkan gaya judul & thumbnail yang konsisten
- Menutup dengan pesan ajakan (CTA) untuk menonton lebih banyak
- Menggunakan playlist dan layar akhir

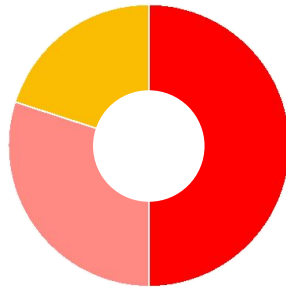


Wajar bagi penonton untuk menemukan video dengan cara berbeda

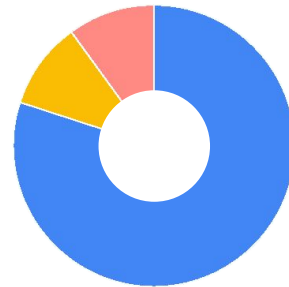
Beberapa video bisa mendapatkan lebih banyak/sedikit penayangan dari sumber traffic yang berbeda. Jika hal ini terjadi, pertimbangkan perilaku penonton di YouTube. Topik apa yang mereka cari? Bagaimana mereka mendengarkan musik?



Cara membuat roti bakar



Musik santai untuk belajar



Berita Dunia Hari Ini

- Penayangan dari Penelusuran
- Penayangan dari Beranda
- Penayangan dari Rekomendasi
- Penayangan dari Playlist

*Contoh hanya ilustrasi

**Sistem rekomendasi YouTube menemukan video
untuk penonton (bukan penonton untuk video)**

Faktor apa yang memengaruhi cara video direkomendasikan?

Personalisasi



Histori Tontonan

Performa



Daya Tarik
Interaksi
Kepuasan

Faktor Eksternal



Minat Topik
Kompetisi
Tren Musiman





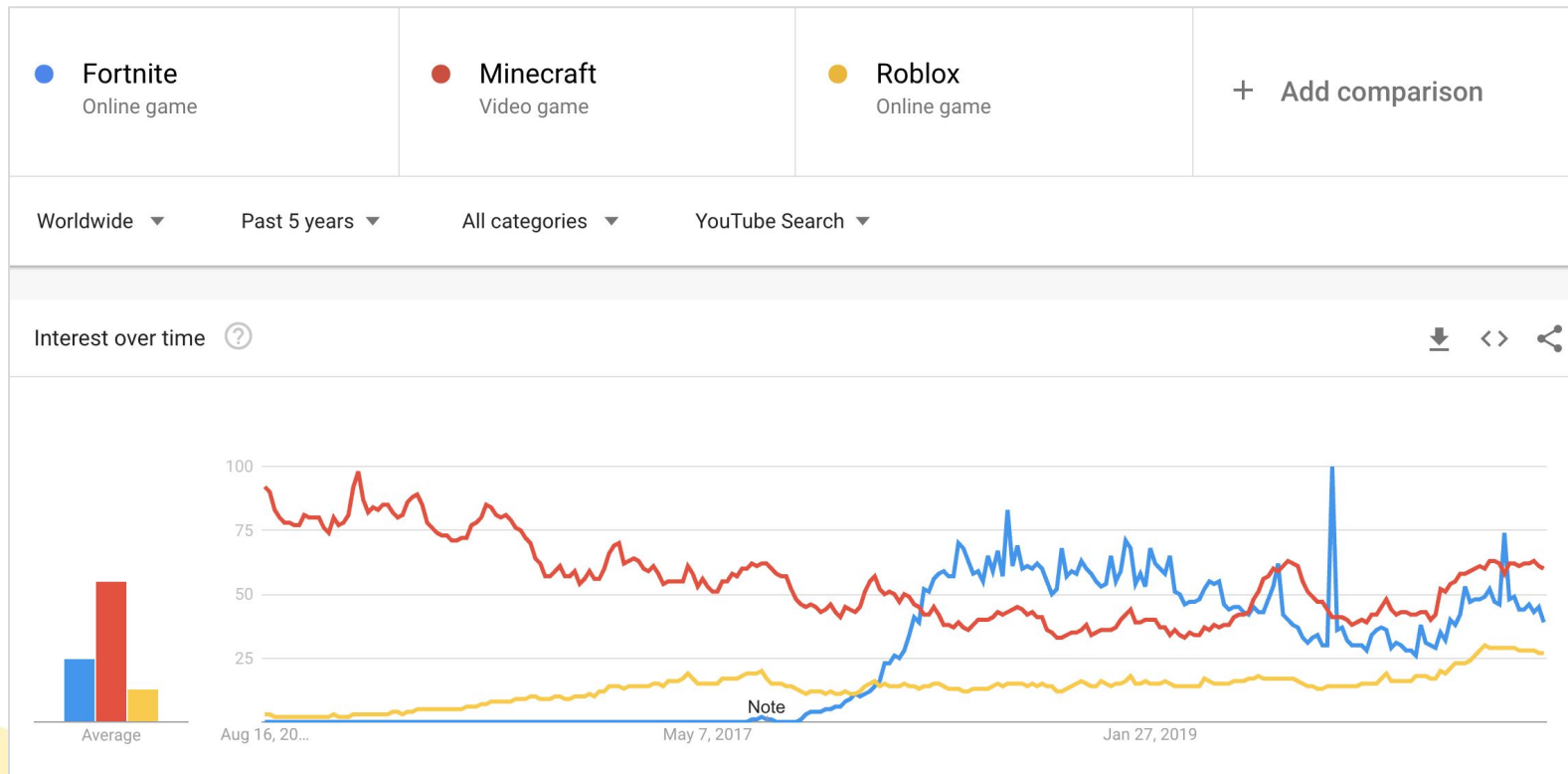
Bagaimana cara YouTube mempersonalisasi rekomendasi?

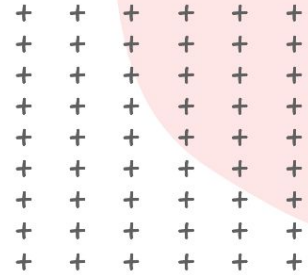
- Dengan memahami video seperti apa yang dulu pernah disukai pengguna, kami dapat menampilkan lebih banyak video yang kemungkinan akan disukai pengguna tersebut.
- Dengan memahami video seperti apa yang sering ditonton bersama, kami dapat mengidentifikasi video yang kemungkinan akan ditonton oleh penonton tetapi belum pernah dilihat olehnya
- Dengan memahami seberapa banyak video dari sebuah channel atau tentang suatu topik yang ditonton pengguna, kami dapat mengidentifikasi konten yang akan direkomendasikan lebih banyak/ lebih sedikit kepada mereka





Ingatlah bahwa minat orang akan berubah seiring waktu...





Teruslah bereksperimen





Bagaimana sistem kami mengamati performa video?

Daya Tarik

Apakah orang menonton video ini?



Rasio Klik-Tayang
Masukan "Tidak Tertarik"

Interaksi

Setelah video mulai diputar, apakah penonton terus menontonnya?



Rata-rata Durasi Tonton
Rata-rata % Ditonton

Kepuasan

Apakah penonton menikmati video itu?



Suka/Tidak Suka
Survei Pengguna



Sekilas tentang Shorts...

Konten dalam feed Shorts ditentukan oleh miliaran sinyal, tetapi ada beberapa metrik yang dapat membantu Anda memahami performa Anda:

Retensi Audiens: Apakah Anda membuat penonton tetap menonton sampai akhir atau apakah mereka melewati video Shorts Anda? Berfokuslah untuk membuat penonton tetap berinteraksi dan menonton sampai akhir, dan bukan pada durasi video Shorts itu sendiri.

Suka dan komentar: Jumlah penonton yang berinteraksi dengan konten Anda dapat menunjukkan kepada Anda konten mana yang berhasil dan mana yang tidak. Saat orang-orang merespons video dengan baik, catat apa yang menurut Anda membuat mereka ingin berinteraksi dan terapkan ke video Shorts Anda berikutnya.

Top remixed

Shorts created using parts of this video

213.2K

Remix views

1,510

Total remixes



What does a chef eat in a day?

Culinary excursions • 91K views • 7 days ago



Eating vlog #shorts

Cooking turned up • 21K views • 15 days ago

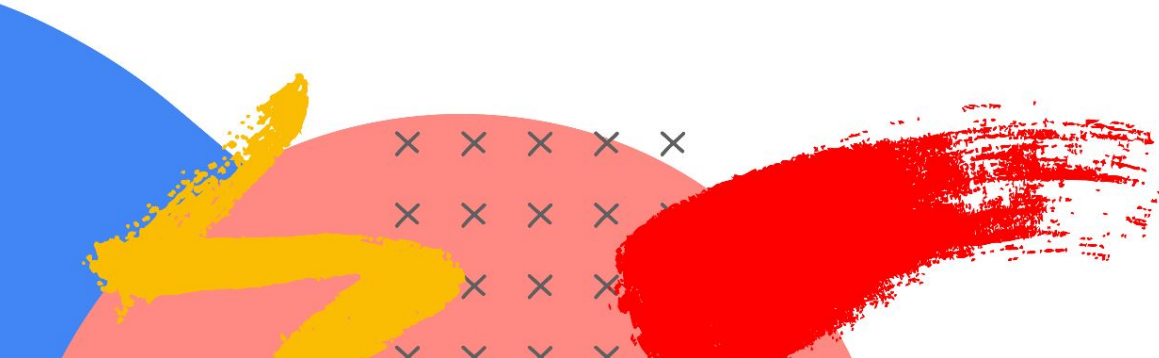


FOOD MAGIC

Transform Your Food • 17K views • 3 days ago



Lima hal yang harus Anda ketahui tentang performa video dan channel





1

T: Jumlah tontonan video saya rendah, tetapi rasio klik-tayang dan rata-rata durasi tonton saya normal. Apa yang terjadi?

J: Video lainnya (di luar channel Anda) kemungkinan berperforma lebih baik lagi.





T: Apakah mengubah judul atau thumbnail video dapat mengubah peringkat video dalam algoritma?

J: Bisa jadi, tetapi ini karena sistem kami merespons cara penonton berinteraksi dengan video Anda secara berbeda, bukan tindakan mengubah judul atau thumbnail video.





**T: Apakah monetisasi
memengaruhi penemuan video?**

**J: Tidak, sistem rekomendasi
kami tidak mengetahui video
mana yang dimonetisasi dan
mana yang tidak.**





T: Jika saya ingin beristirahat dan berhenti mengupload untuk sementara waktu, apakah itu akan berdampak buruk pada performa channel saya?

J: Kami telah mempelajari ribuan channel yang beristirahat dan tidak menemukan kaitan antara durasi jeda (hari saat tidak mengupload video) dengan perubahan jumlah penayangan setelah beristirahat, dibandingkan sebelumnya. Beristirahatlah jika Anda membutuhkannya.





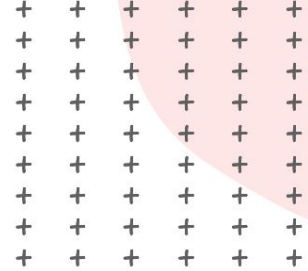
T: Jika salah satu video saya berperforma buruk, apakah hal tersebut akan berdampak buruk pada channel saya?

J: Yang penting adalah reaksi penonton atas setiap video saat direkomendasikan kepada mereka.



Cara untuk mulai memahami penonton dan kebiasaan mereka

**Berfokuslah pada
audiens Anda dan
algoritma akan mengikuti**





Faktor eksternal apa yang memengaruhi jumlah pengguna yang melihat video Anda?

Minat Topik

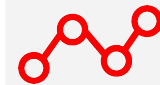


Kompetisi



Tren Musiman





Beberapa topik memiliki potensi audiens yang lebih besar daripada yang lain

Estimasi penggemar global...

3,5 M

Sepak Bola

2,5 M

Kriket

450 JT

Golf



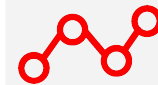


Kreator membandingkan performa dalam channel mereka, sementara sistem kami memberi peringkat video dari semua channel yang mungkin ditonton penonton

- Meskipun video Anda berperforma baik dibandingkan dengan video lain di channel Anda, video tersebut mungkin menerima lebih sedikit tayangan jika video dari channel lain berperforma lebih baik.
- Perlu diperhatikan bahwa kebanyakan penonton menonton ~100-200+ channel per bulan.

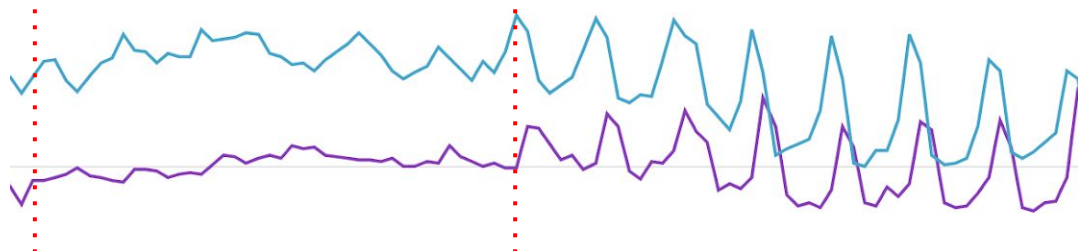
Kompetisi





Jumlah penonton yang online menonton YouTube berubah-ubah sepanjang tahun

- Belum lama ini, terjadi fluktuasi traffic terkait COVID, yang mengubah kebiasaan menonton pengguna secara drastis.
- Banyak kreator juga mengalami penurunan penayangan sekitar pertengahan Agustus saat penonton mereka kembali ke sekolah, yang sering terlihat seperti ini:



Musim panas

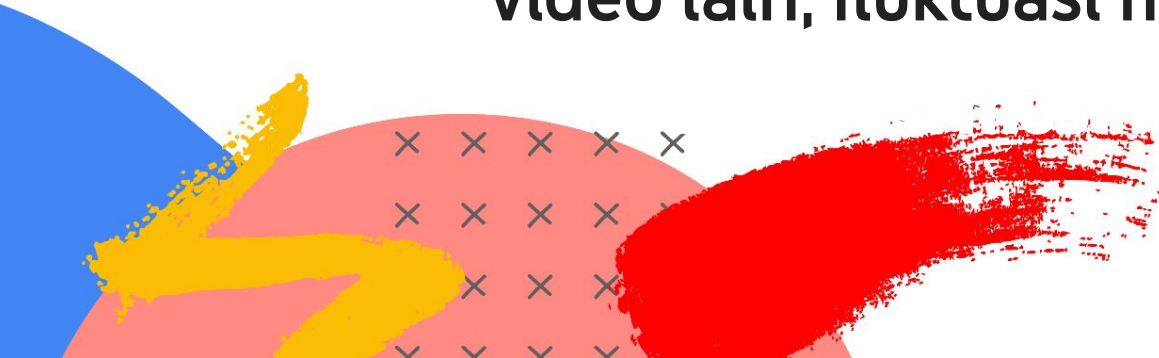
Kembali ke Sekolah
(Jadwal bervariasi di tiap negara)

Tren Musiman



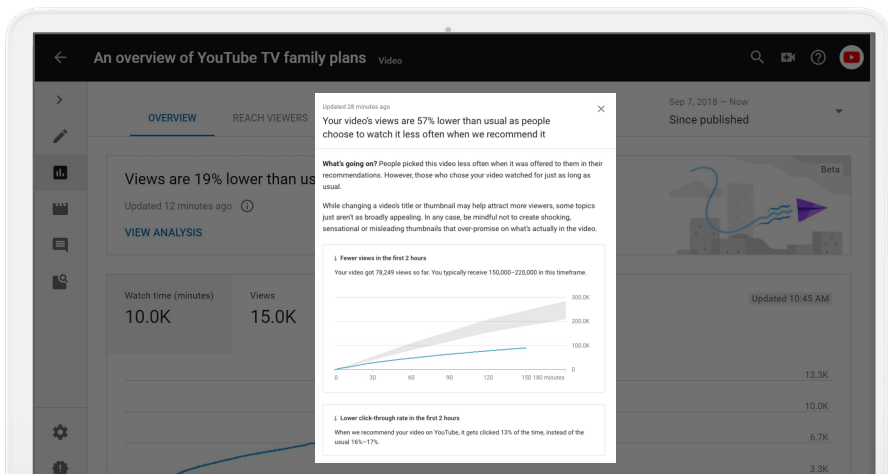
**Jumlah orang yang menerima rekomendasi
video Anda juga didasarkan pada...**

**seberapa luas daya tarik topik
tersebut, bagaimana performa
video lain, fluktuasi musiman**



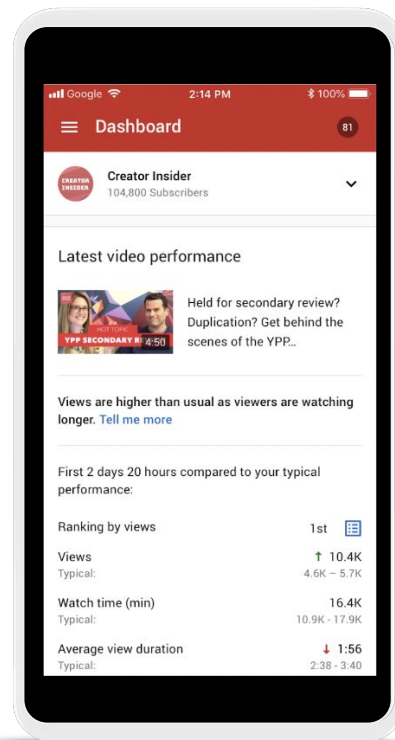
WORKSHOP 4: CARA YOUTUBE MEREKOMENDASIKAN VIDEO + MONETISASI

Kami ingin mempermudah Anda memahami cara video ditemukan. Oleh karena itu, kami meluncurkan insight di Analytics



↓ Lower click-through rate in the first 2 hours

When we recommend your video on YouTube, it gets clicked 13% of the time, instead of the usual 16%–17%.



...dan kami menambahkan lebih banyak alat untuk membantu Anda memahami audiens Anda

Apa yang mereka minati?

Other videos your audience watched

Last 7 days

Wear a mask. Help slow the spread of Covid-19
Google • 313,8 rb x ditonton • 5 hari yang lalu

Meet Google Arts & Culture | #GoogleArts.
Google Arts & Culture • 327,6 rb x ditonton • 5 hari yang lalu

Israel Kamakawiwo'ole's 61st Birthday
Google Doodles • 515,6 rb x ditonton • 6 hari yang lalu

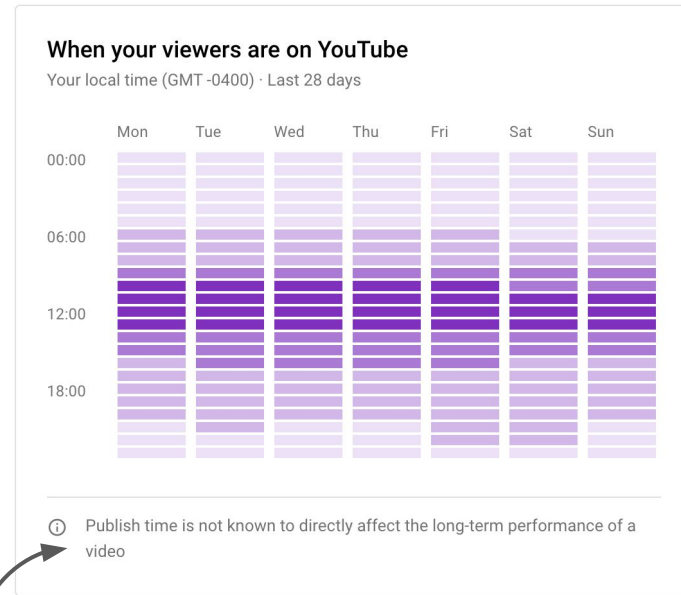
Celebrating Selena Quintanilla
Google Doodles • 190,6 rb x ditonton • 1 hari yang lalu

Langston Hughes' 113th Birthday
Google Doodles • 271,9 rb x ditonton • 3 hari yang lalu

[Experimental](#) [Send us feedback](#)

< 1/3 >

Kapan mereka online?



Laporan ini dapat membantu Anda memutuskan kapan harus melakukan live atau menjadwalkan Premiere.

WORKSHOP 4: CARA YOUTUBE MEREKOMENDASIKAN VIDEO + MONETISASI

Rangkuman

01

Kami berfokus pada kepuasan penonton dalam jangka panjang

02

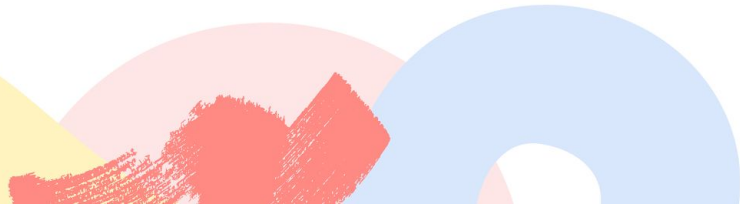
Algoritma mengikuti penonton

03

Teruslah bereksperimen

04

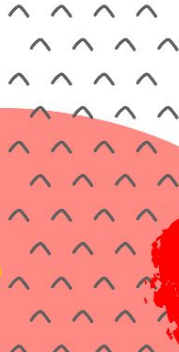
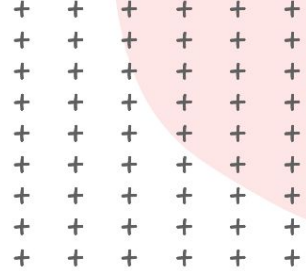
Fluktuasi dan tren musiman adalah hal yang wajar



WORKSHOP 4:

Dasar-Dasar

Monetisasi



Sumber Pendapatan

PEMBAGIAN
KEUNTUNGAN IKLAN

Iklan

PENDAPATAN NON-IKLAN

YouTube
Premium

Super Chat &
Super Stickers

Merchandise

Langganan
Channel

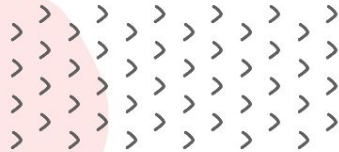
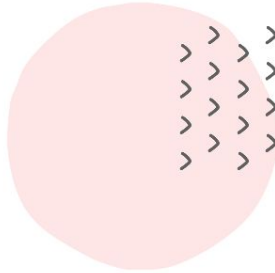
BRAND

Konten
Bersponsor

Bagaimana Pendapatan Iklan dihasilkan?

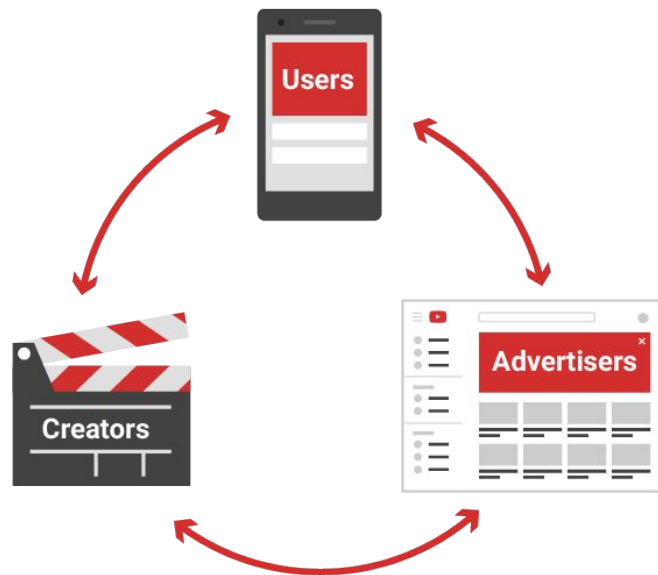


Kreator sukses mampu mendapatkan beberapa sumber pendapatan



Ekosistem Iklan

**Ekosistem Kami
Adalah Kombinasi
Unik dari Kreator,
Pengguna, dan
Pengiklan**



Metrik Monetisasi

Metrik	Mengapa metrik ini penting
Estimasi Pendapatan Partner	Memberikan perkiraan pendapatan total (termasuk pendapatan iklan + non-iklan) setelah pembagian keuntungan.
Penayangan	Penayangan merupakan indikator penting atas interaksi audiens. Namun, penayangan juga terkait erat dengan jumlah tayangan iklan yang ditampilkan YouTube kepada penonton. Meski tidak selalu, lebih banyak penayangan secara umum menghasilkan peluang untuk mendapatkan lebih banyak pendapatan dari iklan.
Estimasi Pemutaran yang Dimonetisasi (EMP)	Memberikan estimasi jumlah penayangan yang memiliki setidaknya satu iklan yang ditayangkan kepada penonton.
Biaya Per Seribu (CPM)	Biaya efektif per seribu atau estimasi pendapatan kotor rata-rata per seribu tayangan iklan .
Pendapatan Per Seribu (RPM)	Merepresentasikan jumlah uang yang Anda dapatkan per 1.000 penayangan. RPM berasal dari beragam sumber pendapatan termasuk: Iklan, Langganan Channel, pendapatan YouTube Premium, Super Chat, dan Super Stickers.

Format Iklan

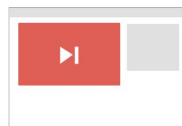
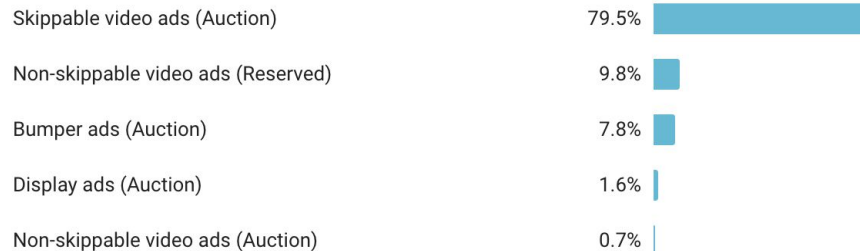
YouTube menjual, menayangkan, dan menargetkan iklan untuk membantu pengiklan mencapai sasaran mereka, tetapi kreatorlah yang menentukan format iklan mana yang ingin mereka tayangkan di video mereka.

Setiap format iklan memiliki tujuan tersendiri bagi pengiklan, **sehingga menghasilkan CPM yang berbeda-beda dan mungkin ditayangkan lebih sering atau lebih jarang.**

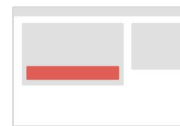
Untuk mengoptimalkan rasio pengisian, sebaiknya Anda mengaktifkan semua format iklan pada video Anda yang dapat dimonetisasi.

Ad types

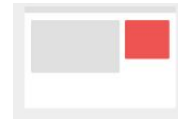
YouTube ad revenue · Last 28 days



In-stream yang dapat dilewati & tidak dapat dilewati: iklan video bumper, pre-roll, mid-roll, post-roll



Overlay In-Video: Iklan overlay banner/teks di pemutar video



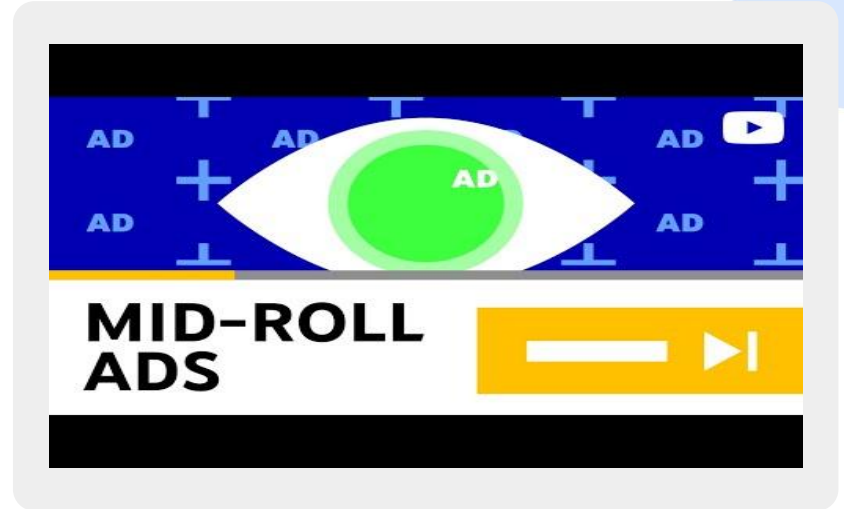
Display: Iklan gambar di samping pemutar

Slot Iklan

Selain iklan pre-roll, iklan mid-roll merupakan cara efektif untuk memonetisasi konten berdurasi lebih panjang dan meningkatkan peluang penayangan satu atau beberapa iklan di konten Anda.

Bagaimana cara kerja iklan mid-roll?

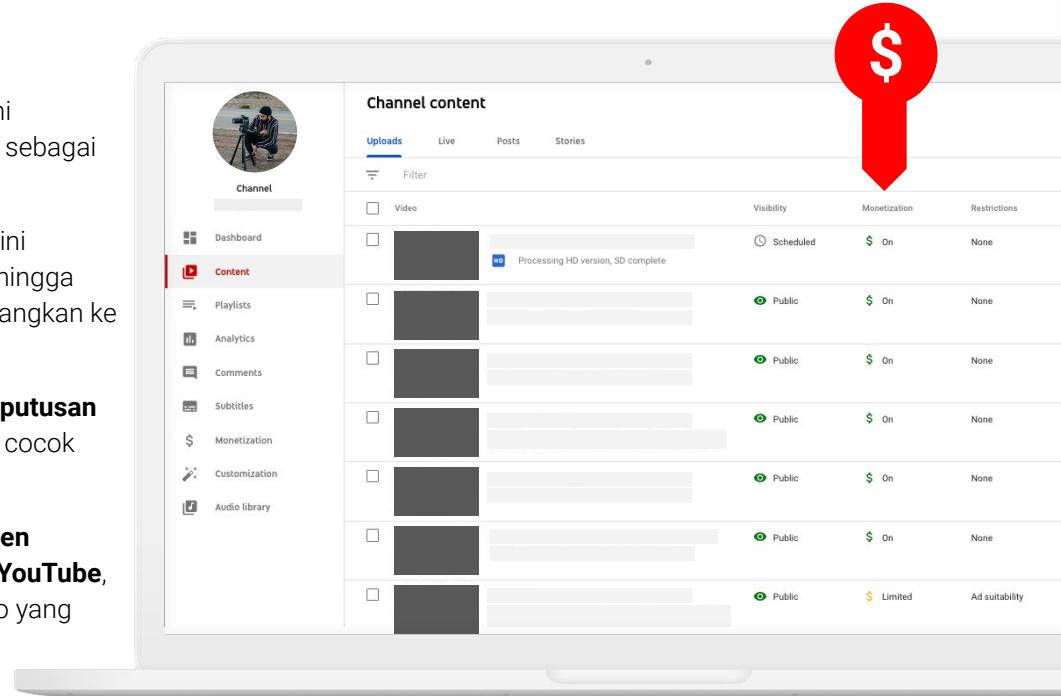
- Video harus berdurasi **8 menit atau lebih panjang** agar dapat memenuhi syarat untuk iklan mid-roll
- Anda dapat memilih antara **menempatkan iklan mid-roll secara manual** atau membiarkan **YouTube menempatkan iklan mid-roll secara otomatis** untuk Anda
- Apa pun pilihan Anda, sistem YouTube memprediksi waktu terbaik untuk menampilkan iklan kepada penonton, **menyeimbangkan pengalaman penonton dengan menghasilkan pendapatan untuk Anda**



Keamanan Brand & Pembatasan Pengiklan

Tindakan yang dapat dilakukan:

- Saat mengupload, jika merasa konten Anda tidak mematuhi pedoman konten yang cocok untuk pengiklan, tandai video sebagai tidak aman untuk brand.
- **Mengupload video Anda sebagai video tidak publik:** Opsi ini memungkinkan sistem kami menjalankan pemeriksaan sehingga Anda dapat melihat status monetisasi sebelum video ditayangkan ke publik.
- **Jika Anda menerima ikon kuning, ajukan banding atas keputusan tersebut** jika Anda merasa video ditandai secara keliru dan cocok untuk sebagian besar pengiklan.
- Pahami bahwa **video yang tidak mematuhi pedoman konten yang cocok untuk pengiklan masih dapat ditayangkan di YouTube**, tetapi tidak menghasilkan pendapatan iklan sebanyak video yang dimonetisasi sepenuhnya



Menilai Pendapatan Transaksi

Saat mengklik Pendapatan Transaksi, Anda akan diberi **ringkasan estimasi penghasilan dari Merchandise, Langganan Channel, Super Chat, dan Super Stickers**.

Meskipun pendapatan transaksi tidak dihasilkan melalui iklan, pendapatan tersebut dibayarkan melalui akun AdSense Anda seperti pendapatan iklan Anda biasanya (dengan pengecualian Merchandise).

