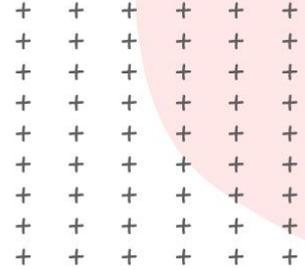
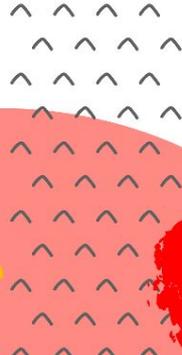
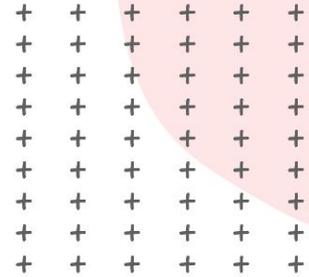


# News Creator

WORKSHOPS 2022



# WORKSHOP 2: Strategi Konten



# Agenda

- 01 Memahami dan Mengenal audiens Anda
- 02 Menyiapkan peralatan Anda
- 03 Menemukan format yang tepat untuk konten Anda
- 04 Mengemas konten Anda
- 05 Pertimbangan publikasi

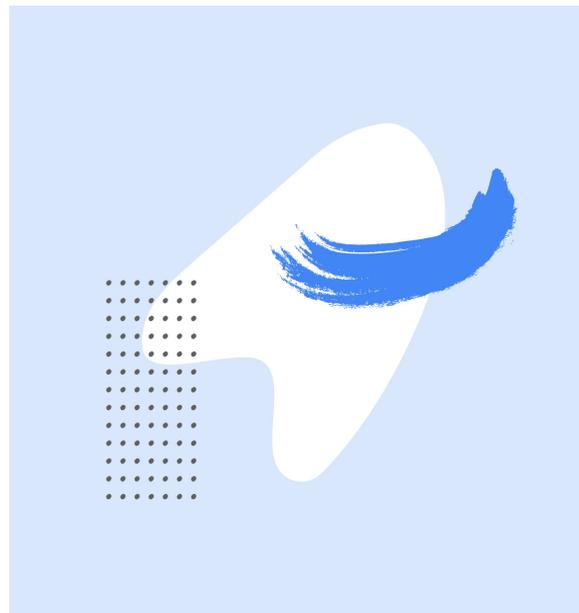
**WORKSHOP 2: STRATEGI KONTEN**

# Ringkasan program

---

Dengan mengikuti seri workshop ini, Anda akan mendapat panduan tentang:

- **Strategi konten** - Format video, yang menentukan ciri khas Anda dan memahami audiens Anda
- **Menentukan Brand Anda** - Thumbnail, pilihan kata kunci, dan rencana promosi di media sosial
- **Cara YouTube merekomendasikan video**
- **Dasar-Dasar Monetisasi**
- **Alat Kreator** - Panduan Dasar Creator Studio



## WORKSHOP 2: STRATEGI KONTEN

# Program overview

---

YouTube's mission, News guiding principles and starting out on content strategy

## Dasar-dasar YouTube

Building blocks of your brand, creating effective thumbnails, title keyword choices, and building your community

## Menentukan Brand Anda

Intro to Creator Studio and how it can help you analyze your channel performance

## Alat Kreator

## Strategi konten

Understanding your audience, explore video formats and define an approach to developing your content

## Cara YouTube merekomendasikan video + Dasar-Dasar Monetisasi

Drive engagement with your community. Understand the basics of generating revenue on YouTube

## Creator Fireside chat!

Hear from a Rising Star in the News space about their creator journey to date and ask any questions you have!

WORKSHOP 2: STRATEGI KONTEN

# Strategi konten

## Workshop 2

## Workshop 3



Perencanaan



Kemasan

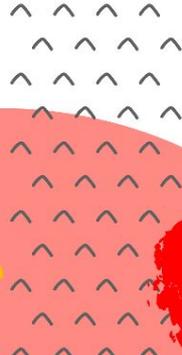
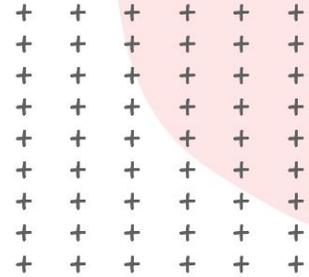


Publikasi



Promosi

# Memahami dan Mengenal Audiens Anda



## WORKSHOP 2: STRATEGI KONTEN

# Pertimbangkan bagaimana audiens menemukan konten Anda (sumber traffic)

Data yang tersedia di Sumber Traffic mengelompokkan lokasi individual tempat konten Anda ditampilkan kepada penonton. Gunakan informasi ini untuk membantu perencanaan di masa mendatang, tetapi berfokuslah pada metode yang digunakan penonton untuk menemukan konten Anda saat ini. Berikut beberapa metode utama yang perlu Anda ketahui.

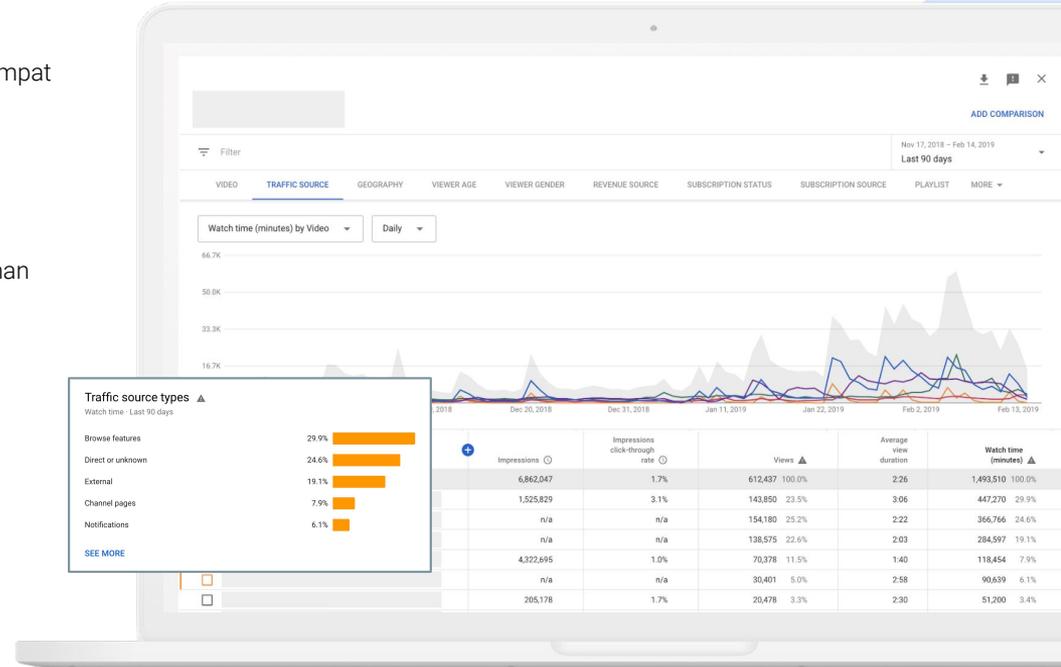
**Rekomendasi video** ditampilkan kepada penonton di sebelah kanan halaman tonton di bawah 'Berikutnya', di bawah video di aplikasi seluler, dan sebagai video selanjutnya jika mereka menggunakan fitur putar otomatis.

**Fitur jelajah** merujuk pada traffic yang dihasilkan feed beranda, trending, dan subscription.

**Penelusuran YouTube** memperhatikan kueri penelusuran yang mengarahkan penonton ke konten Anda.

**Notifikasi** adalah pemberitahuan yang dikirimkan saat video baru dipublikasikan. Notifikasi dapat dikirim melalui notifikasi push pada ponsel atau email.

Pelajari YouTube Analytics tingkat lanjut [di sini](#).



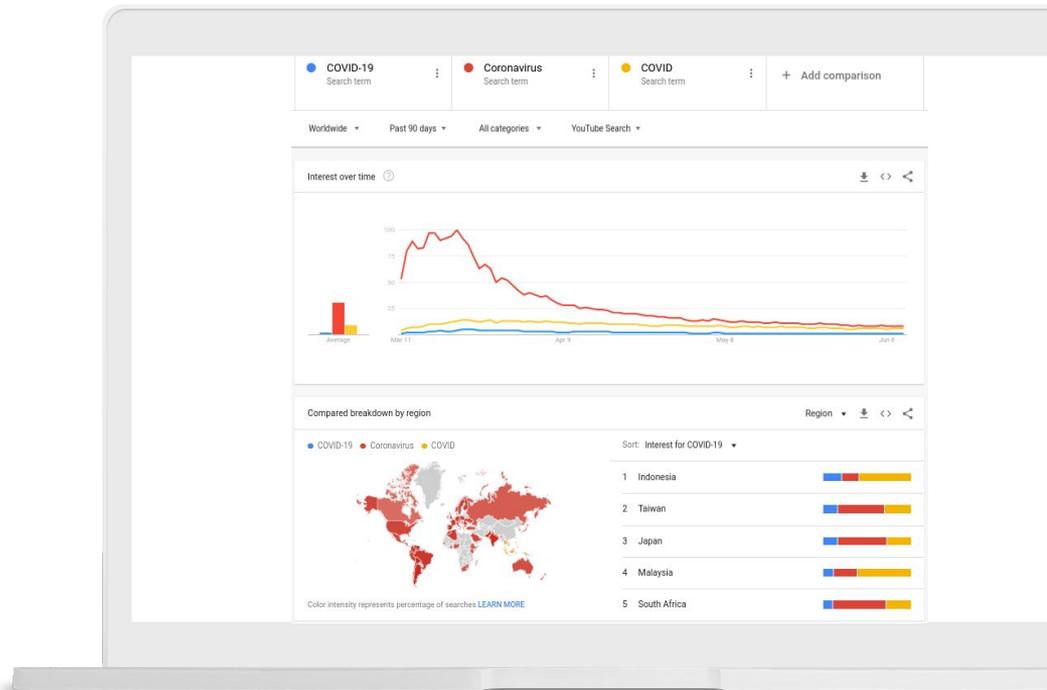
## KEMASAN

# Ikuti pilihan & tren kata kunci

## Google Trends dapat membantu Anda mengetahui:

- Kata kunci yang paling populer.
- Lokasi kata kunci menjadi populer.
- Tren minat kata kunci seiring waktu.
- Perbedaan tren di Web, Berita, atau penelusuran YouTube.

Pertimbangkan baik-baik istilah yang Anda gunakan untuk audiens yang ingin Anda jangkau dan waktu upload Anda.



## PUBLIKASI

# Pahami audiens Anda melalui analytics

\*Pelajari lebih lanjut cara menggunakan YouTube Analytics [di sini](#).

**Tayangan** menyoroti berapa kali thumbnail video Anda ditampilkan di YouTube.

1

**Rasio klik-tayangan** menunjukkan persentase tayangan Anda di YouTube yang berubah menjadi penayangan.

2

**Penayangan** - Kami ingin memastikan bahwa video ditonton oleh manusia asli dan bukan program komputer. Inilah sebabnya jumlah penayangan yang dapat dilihat publik dan pada data internal Anda dapat terlambat ditampilkan karena sistem kami memverifikasi keabsahan penayangan.

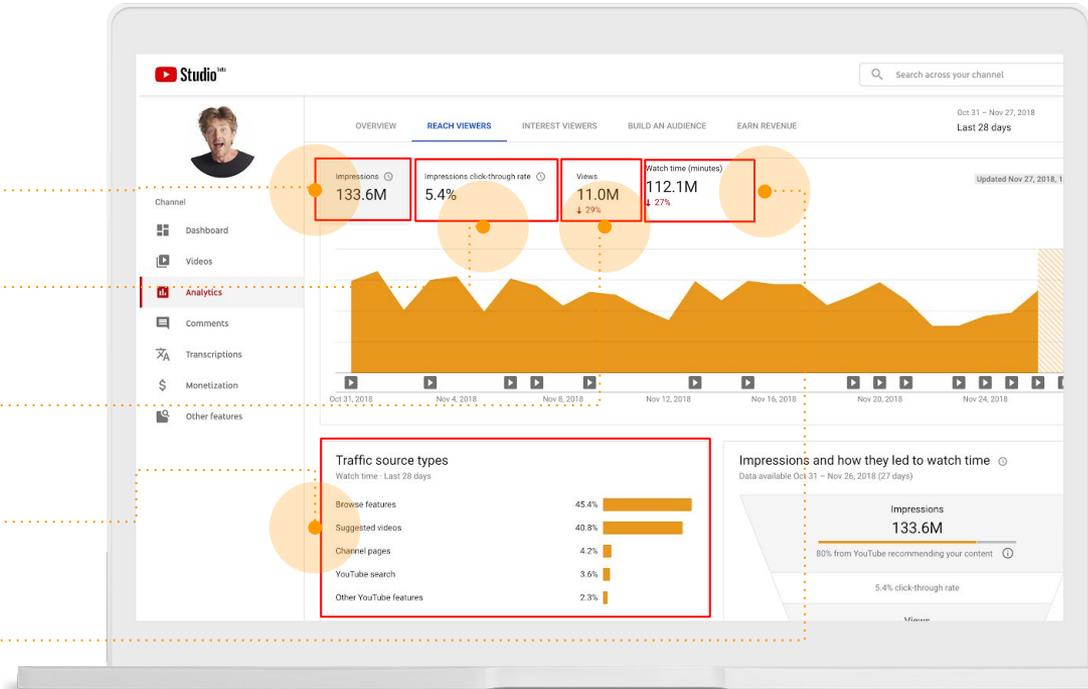
3

**Sumber Traffic** memberi Anda gambaran tentang cara penonton menemukan konten Anda.

4

**Waktu tonton** merujuk pada jumlah waktu yang dihabiskan penonton untuk menonton konten Anda, serta memberikan gambaran mengenai konten yang sebenarnya mereka tonton (bukan konten yang ditinggalkan setelah diklik).

5



# Mengasah keterampilan dasar



**MENGASAH KETERAMPILAN DASAR**

# Dasar-Dasar Pembuatan Video

Anda dapat mulai membuat video dengan alat sederhana seperti ponsel yang bagus. Berikut beberapa tips untuk semua jenis peralatan.

- 1. Talent:** Video YouTube Anda akan memperkenalkan dan mewakili institusi Anda, jadi sertakan orang-orang dari berbagai latar belakang dan/atau tahapan karier. Untuk informasi lebih lanjut terkait cara membuat konten inklusif, simak **pelajaran Akademi Kreator** ini.
- 2. Pencahayaan:** Saat merekam video, gunakan cahaya alami dan hindari bayangan. Perhatikan latar belakang Anda, dan prioritaskan area dengan kedalaman visual (cobalah untuk tidak menggunakan dinding sebagai latar belakang).
- 3. Kamera:** Bersihkan lensa, pilih setelan untuk merekam video dalam kualitas setinggi mungkin, letakkan perangkat Anda secara horizontal di permukaan yang tidak bergerak, dan aktifkan mode Jangan Ganggu jika Anda menggunakan ponsel.
- 4. Perekaman video:** Di kamera, bingkai subjek dengan posisi matanya berada di sepertiga atas video (seperti **ini**). Jika Anda merekam diri sendiri, ingatlah untuk melihat lensa kamera, bukan diri Anda sendiri.



**Catatan Penting:** Memublikasikan klip atau konten berhak cipta yang bukan milik Anda dapat menyebabkan akun Anda terkena teguran. Untuk detail selengkapnya, harap baca artikel Akademi Kreator YouTube ini: **"Apa yang dimaksud dengan hak cipta?"**

## MENGASAH KETERAMPILAN DASAR

# Produksi

---

Desain produksi yang baik meliputi:

- **Warna cerah** (dan pencahayaan yang bagus)
- **Kontras tinggi**
- **Kedalaman bidang**
- **Visual yang menarik**

Anda mungkin akan menggunakan set pengambilan gambar yang sama berulang kali, jadi buatlah set yang menarik dan serbaguna. Selain itu, kreator sering menggunakan visual yang menarik untuk intro langsung ke kamera, dengan pengambilan gambar sudut lebar, dan close-up tamu mereka.



## MENGASAH KETERAMPILAN DASAR

# Rekam audio yang bagus

Suara yang bagus dapat sangat memengaruhi pengalaman penonton menikmati video Anda. Audiens biasanya lebih mudah memaklumi kesalahan kamera dan pencahayaan daripada audio yang buruk. Mari kita lihat cara menghindari kesalahan audio.

- **Ingatlah audio saat memilih lokasi.** Pertimbangkan dampak negatif kebisingan lingkungan atau akustik di ruangan (seperti gema) pada pengambilan audio Anda.
- **Gunakan mikrofon eksternal.** Meskipun alat sederhana seperti smartphone dapat merekam video yang luar biasa, Anda sebaiknya menggunakan mikrofon eksternal (bukan bawaan kamera) untuk merekam audio dengan kualitas yang sama.
- Untuk membantu Anda memulai, video Akademi Kreator ini menjelaskan dasar-dasar membuat pengalaman audio dan video yang fantastis.



Ingin mendapatkan ringkasan cara membuat konten YouTube?  
Tonton playlist "[Production Skills: From Ideas to Video](#)" dari  
[Akademi Kreator YouTube](#).

## MENGASAH KETERAMPILAN DASAR

# Tunjukkan diri Anda

---

**Audiens ingin melihat diri Anda yang sebenarnya.**

- **Konten personal adalah yang terbaik.** Jarak dan rahasia dapat menghambat Anda. Jangan ragu untuk mengambil kamera dan berbicara langsung dengan audiens Anda.
- **Ketidaksempurnaan dapat membantu Anda.** Meskipun terdengar tak masuk akal, jangan takut untuk membuat video yang tidak sempurna.
- **Ajak audiens Anda berkomunikasi** melalui live stream dan komentar untuk memperdalam hubungan.



**MENGASAH KETERAMPILAN DASAR**

# Buat banyak video sekaligus

---

Membuat video membutuhkan waktu dan sumber daya, jadi sebaiknya Anda mengoptimalkan hari produksi untuk memaksimalkan hasilnya.

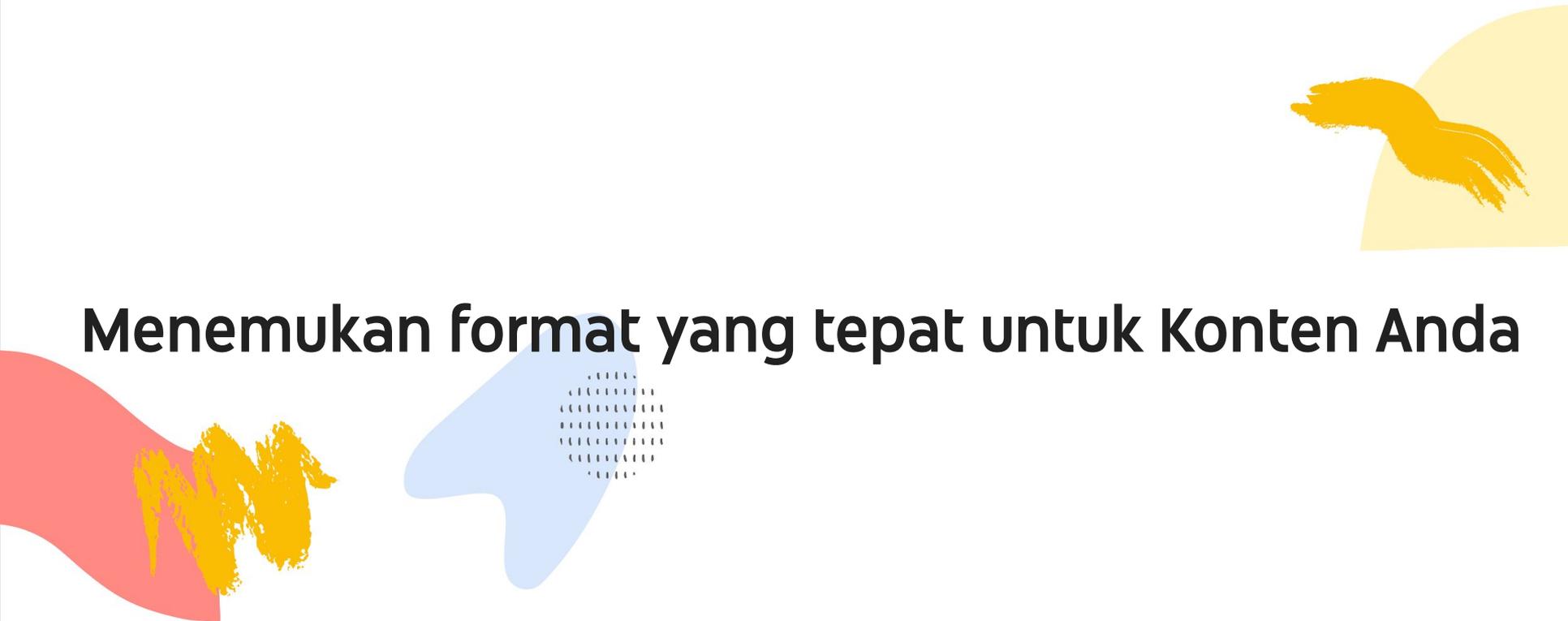
- **Rekam banyak video sekaligus.**

Jika memungkinkan, buat beberapa video dari setiap sesi perekaman yang Anda lakukan. Misalnya, jika Anda akan mewawancarai pakar di bidang tertentu, apakah Anda bisa menjadwalkan wawancara dengan dua atau lebih pakar sekaligus pada hari yang sama?

- **Pikirkan rekaman video Anda secara fleksibel.**

Jadilah kreatif dengan video yang Anda rekam di berbagai acara yang Anda datangi, dan pertimbangkan cara mengemasnya sebagai konten yang bisa Anda publikasikan.





# Menemukan format yang tepat untuk Konten Anda

## WORKSHOP 2: STRATEGI KONTEN

# Format berita yang berhasil - Rangkuman

Terutama dalam tahap awal perjalanan Anda di YouTube, pertimbangkan untuk memanfaatkan format yang sudah ada dan dikenal penonton online. Berikut ini beberapa format yang terbukti populer dan mungkin sesuai dengan misi Anda di YouTube.



ANALISIS BERITA



LIVE



PENJELASAN



KOLABORASI



WAWANCARA



PODCAST



BERCERITA/DOKUMENTER



RANGKUMAN BERITA

## Bulanan

UTAMA

UTAMA

UTAMA

**Konten Utama**

Video berkualitas tinggi atau kolaborasi dengan Kreator YouTube dan tokoh masyarakat lainnya.

## Mingguan

PENGHUBUNG

PENGHUBUNG

PENGHUBUNG

PENGHUBUNG

**Konten Penghubung**

Live stream dan format berepisode terjadwal dan rutin yang membuat penonton datang kembali dan subscribe.

## Aktual, Jarang

BANTUAN

**Konten Bantuan**

Konten selalu aktual yang bertujuan menjawab pertanyaan umum, menjelaskan ide, atau menyelami topik yang terus relevan dari waktu ke waktu.

**FORMAT BERITA**

# Konten UTAMA

---

**Frekuensi:** Jarang. Biasanya membutuhkan upaya produksi yang lebih tinggi daripada konten Penghubung. Dapat didasarkan pada momen tertentu (misalnya, musim pemilu) atau momen yang diciptakan sendiri (misalnya, kolaborasi).

**Konten:** Fokus daya tarik luas yang dapat meningkatkan minat masyarakat umum pada waktu tertentu.

**Audiens:** Konten Utama mencoba menjangkau pengguna seluas mungkin dan dapat diakses oleh penonton yang belum mengenal channel Anda.

**Sasaran:** Membuat konten Anda dapat dilihat oleh banyak orang, sehingga mengubah banyak penonton biasa menjadi penggemar setia.

**Tips:**

- Gunakan fitur Premiere, Stories, dan Komunitas di YouTube untuk membangun antusiasme dan awareness.
- Kolaborasi dapat meningkatkan penayangan. Penting untuk mengoptimalkan judul video dan melakukan promosi di media sosial lainnya.



## FORMAT BERITA

# UTAMA Bercerita/Dokumenter

Baik melalui jurnalisme investigasi maupun film dokumenter, penceritaan yang mendalam dapat membuat channel Anda unggul dalam persaingan

- **Momen utama mendukung relevansi.** Rangkaian konten dokumenter atau investigasi tidak hanya dapat menghasilkan jangkauan penonton yang luas, tetapi juga dapat menarik penonton kembali jika cerita Anda perlu dibagi menjadi beberapa episode, sekaligus berpotensi membuat channel Anda tampil relevan untuk jangka waktu yang lebih lama.
- **Buat program dengan tujuan.** Berhati-hatilah saat Anda menayangkan video ini karena dapat memakan waktu produksi paling lama. Pertimbangkan cara membangun antusiasme melalui berbagai alat promosi - seperti cuplikan di balik layar dalam Stories dan memposting kabar terbaru di Komunitas.
- **Buat konten tambahan.** Anda dapat menggunakan cuplikan di balik layar untuk memperlihatkan proses pembuatan konten. Anda juga dapat menggunakan rekaman video ini bersama adegan yang dihapus untuk audiens inti yang ingin melihat lebih banyak konten Anda.



## FORMAT BERITA

# UTAMA Kolaborasi

Bekerjasamalah dengan channel lain untuk memperluas jangkauan dan audiens Anda, sekaligus membuat konten yang bagus untuk penggemar Anda saat ini.

- **Pilih dengan bijaksana.** Kreator paling populer di YouTube mungkin bukan pilihan terbaik. Sebagai gantinya, fokuskan upaya Anda pada Kreator yang sudah memiliki audiens yang paling ingin Anda jangkau. (Misalnya, kreator lain yang membahas topik yang sama dengan Anda atau merek terkenal yang menyentuh masalah terkait, dll.)
- **Pertimbangkan hal yang dapat Anda tawarkan secara unik ke channel lain.** Misalnya, tawarkan akses untuk berkomunikasi dengan Anda, pakar materi pokok tertentu, atau audiens Anda, dan pikirkan cara untuk memberikan peluang ke channel lain tersebut, yang hanya dapat mereka peroleh dari Anda. (Jangan lupa juga bahwa channel ini memiliki nilai yang sama bagi Anda dan channel Anda).
- **Buat konten untuk channel Anda juga.** Untuk sepenuhnya memanfaatkan peluang promosi berharga ini, pastikan Anda mengembangkan konten yang tidak hanya dapat digunakan oleh channel kolaborator, tetapi oleh channel Anda juga. Membuat video luar biasa yang dapat diposting oleh kedua channel akan meningkatkan dampak kolaborasi.



The New York Times logo is displayed in a large, black, serif font. To the right of the logo is a black and white photograph of a man with a beard and dark hair, wearing a white shirt, looking off to the side.

## FORMAT BERITA

# UTAMA Budaya Populer dan Berita

Format ini sering kali menggunakan **gaya penjelasan** dan memiliki daya tarik yang luas karena kaitannya dengan budaya populer. Hal ini akan menghadirkan karakteristik konten utama untuk channel Anda.

- **Pilih dengan bijaksana.** Sekali lagi, sebaiknya pastikan bahwa setiap momen budaya populer yang Anda hadirkan sesuai untuk channel Anda. Jika melenceng terlalu jauh dari bidang Anda, Anda bisa mendapatkan reaksi negatif dan akhirnya membuang waktu untuk video yang tidak cocok dengan audiens Anda.
- **Dalam hal ini, pikirkan budaya populer sebagai sesuatu yang ada hubungannya dengan berita aktual dan bukan berita gosip.** Sasarannya adalah membuat konten secara autentik seputar momen/topik besar, yang dapat Anda berikan nilai tambah ketika ada diskusi di YouTube tanpa mengorbankan integritas Anda.



**FORMAT BERITA**

# Konten PENGHUBUNG

---

**Frekuensi:** Ritme reguler Anda. Pikirkan Konten Penghubung sebagai elemen utama channel Anda.

**Konten:** Konten berkelanjutan dan bertarget yang sesuai dengan selera dan ekspektasi subscriber Anda. (Manfaatkan format Anda.)

**Audiens:** Basis subscriber Anda yang ada, ditambah penonton yang telah menonton tetapi belum subscribe.

**Sasaran:** Buat audiens Anda kembali menonton dengan konten yang stabil dan konsisten, yang sesuai dengan ekspektasi dan keinginan mereka. Selain itu, sediakan kumpulan konten untuk dijelajahi penonton baru setelah mereka subscribe.

**Tips:**

- Jadwalkan mengupload episode mingguan pada hari dan waktu tertentu untuk mendorong penayangan yang konsisten.
- Sampaikan jadwal ini dalam upload konten penghubung agar audiens tahu kapan waktunya untuk menonton lagi.



## FORMAT BERITA

# PENGHUBUNG Tanya Jawab

Ingat, YouTube bukanlah TV. Audiens ingin melihat diri Anda yang sebenarnya. Audiens juga menyukai YouTube karena memungkinkan komunikasi dua arah. Konten Tanya Jawab adalah salah satu cara termudah untuk melakukan komunikasi itu dengan komunitas Anda.

- **Jawab dengan gaya yang sesuai dengan Anda.** Saat memutuskan untuk melakukan Tanya Jawab, Anda mungkin bertanya-tanya apakah harus dengan format live atau on demand. On demand bisa Anda pilih jika ingin memeriksa pertanyaan terlebih dahulu. Kreator lain mungkin memilih konten Live karena ingin berdialog langsung dan itu lebih sesuai dengan gayanya dan gaya komunitasnya.
- **Frekuensi untuk berbagai konten penghubung dapat bervariasi.** Anda mungkin ingin membuat konten Tanya Jawab secara konsisten, tetapi lebih jarang dibandingkan format "penghubung" lainnya (misalnya bulanan, bukan mingguan). Tidak masalah. Selalu pilih gaya yang konsisten dan berkelanjutan untuk Anda.



## FORMAT BERITA

# PENGHUBUNG Podcast

Podcast adalah percakapan yang panjang dan tidak terstruktur mengenai suatu ide, topik, atau cerita. Podcast bisa menjadi format yang efektif dan berbiaya produksi rendah yang lebih mudah Anda produksi secara konsisten.

- **Temukan gaya yang konsisten.** Meskipun podcast biasanya tidak terstruktur, Anda perlu memastikan bahwa Anda memiliki gaya dan fokus podcast yang konsisten. Apakah podcast Anda menyelami cerita tertentu atau berisi wawancara dengan tokoh masyarakat atau ahli bidang tertentu?
- **Upload klip ringkasan momen terbaik untuk membantu penonton melihat nilainya.** Saat mencoba menarik penonton baru ke video berdurasi lebih panjang ini, sebaiknya Anda membuat klip ringkasan momen terbaik dan menguploadnya secara terpisah karena dua alasan. Pertama, topik klip yang terfokus akan mempermudah penemuan. Kedua, pengambilan sampel konten menghasilkan klip berdurasi pendek, sehingga audiens langsung tahu isi podcast dalam waktu singkat.
- **Manfaatkan CTA dalam video** dan elemen layar akhir untuk mengarahkan penonton ke podcast berdurasi penuh.
- Saat membuat judul untuk video ini, buat judul yang menginformasikan topik acara terlebih dahulu, lalu tambahkan nama podcast Anda.

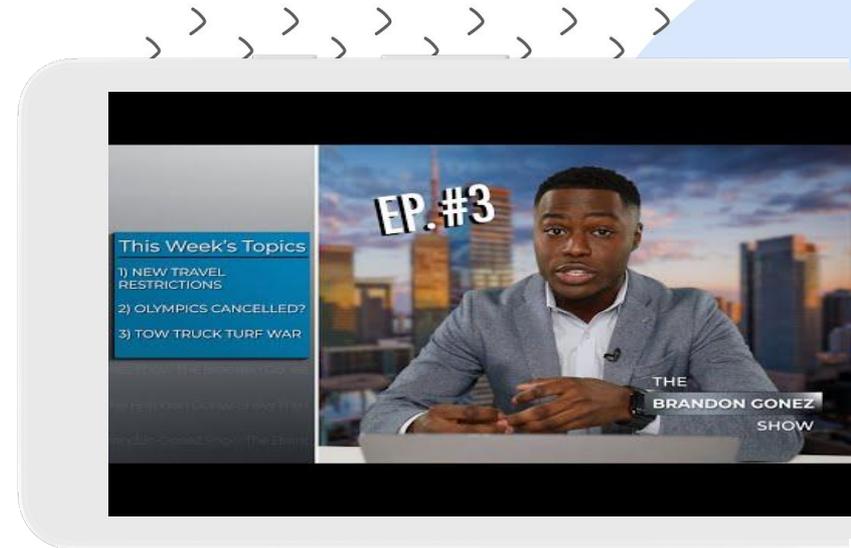


## FORMAT BERITA

# PENGHUBUNG Pembaruan Berita dan Rangkuman

Pembaruan berita/rangkuman adalah format yang dapat Anda gunakan untuk menyampaikan informasi terbaru terkait cerita dan topik berita umum yang berhubungan dengan masyarakat luas. Format ini juga cocok untuk menyampaikan berita yang sudah populer tetapi mungkin perlu dikoreksi.

- **Penelusuran adalah hal penting.** Perhatikan kata-kata dan frasa yang digunakan dalam kemasan konten Anda, karena ini akan membantu video Anda ditemukan melalui penelusuran dan muncul bersama video lain yang berkaitan dengan topik serupa (yang mungkin ingin Anda koreksi secara naratif).
- **Bahas topik yang diketahui dan tidak diketahui.** Serial ini bisa menjadi cara yang bagus untuk menanggapi berita medis populer, bisa juga untuk menyoroti berita medis yang menarik di bidang keahlian Anda, atau di tempat lain yang mungkin tidak dapat ditemukan oleh audiens di konten populer.
- **Buat serial.** Jika ingin membuat serial bergaya "acara" untuk format berulang ini, coba buat branding konten melalui thumbnail dan di bagian akhir judul Anda (agar tidak mengganggu format lainnya yang berbasis topik).



## FORMAT BERITA

# PENGHUBUNG Daftar

Format populer lainnya di YouTube yang dapat dimanfaatkan sebagai cara berbeda untuk mengemas pembaruan berita dengan gaya YouTube adalah video daftar.

- **Menyediakan konteks.** Salah satu aspek yang membuat video daftar menjadi format paling efektif: audiens mudah memahami konteks karena judul dan tampilannya jelas menyatakan fokus daftar tersebut dan hubungan antara setiap itemnya.
- **Memberikan informasi yang jelas.** Dengan menyatakan secara jelas jumlah item dalam daftar, audiens akan tetap menonton video Anda karena tahu persis hal yang akan dilihat berdasarkan jumlah dalam daftar.
- **Menggabungkan informasi singkat dengan struktur berdurasi lebih panjang.** Terakhir, video daftar jadi populer di YouTube karena dapat memberikan informasi singkat dalam setiap item daftar dan tetap menghasilkan waktu tonton yang signifikan melalui kombinasi item-item tersebut. Hal ini juga membuat video memiliki retensi yang kuat dan berdurasi lebih lama.



## FORMAT BERITA

# Konten BANTUAN

**Frekuensi:** Lebih sering daripada konten Utama, tetapi lebih jarang daripada konten Penghubung

**Konten:** Topik selalu aktual yang ditargetkan pada pertanyaan atau area tertentu (Mis: Apa itu NHS, Bagaimana cara kerja "Green New Deal", dll.)

**Audiens:** Dengan daya tarik yang luas dan bertarget, umumnya jenis konten ini dapat menarik lebih banyak penonton yang biasanya tidak berinteraksi dengan channel Anda

**Sasaran:** Menyediakan video selalu aktual yang dapat terus ditonton dan menghadirkan subscriber secara stabil

**Tips:** Lihat topik yang sedang trending di Google dan YouTube dengan Trends untuk mengetahui konten bantuan yang harus Anda buat selanjutnya.

- Konten "Bantuan" tidak berarti harus selalu "membantu". Anggaphlah itu sebagai konten yang akan relevan dalam jangka panjang (penonton konten dapat menonton 6 bulan hingga satu tahun kemudian dengan minat yang hampir sama).



## FORMAT BERITA

# BANTUAN Penjelasan

Anda kemungkinan besar sudah memahami format YouTube populer ini, karena format ini sering digunakan di YouTube. Penjelasan adalah video mendetail yang membahas topik atau cerita tertentu untuk memberikan konteks dan informasi yang jelas kepada penonton yang ingin mempelajarinya lebih lanjut.

- Penjelasan **memberikan analisis mendalam tentang suatu topik atau bahkan daftar, dan kemudian menampilkan pemandu yang menjelaskan masalah tersebut dengan animasi dan visual.**
- Beberapa konten yang paling sukses dibuat **untuk membahas peristiwa dan masalah terkini karena hal ini dapat meningkatkan traffic penelusuran** dan tetap relevan dari waktu ke waktu saat peristiwa atau masalah muncul kembali di berita.
- **Kembangkan konten penjelasan yang berfokus pada topik yang selalu aktual.** Anda dapat mulai mencari topik tersebut di komentar audiens atau menggunakan Google Trends dan YouTube Analytics.



## FORMAT BERITA

# Shorts

---

YouTube Shorts adalah pengalaman video berdurasi singkat baru untuk channel yang ingin merekam video singkat dan menarik hanya menggunakan ponsel.

- **Apa yang memenuhi syarat sebagai video Shorts?** Video vertikal berdurasi hingga 60 detik.
- **Rekomendasi agar mudah ditemukan?** Sertakan hashtag #Shorts dalam judul atau deskripsi video Anda untuk membantu sistem kami merekomendasikan video Shorts Anda di YouTube.
- **Channel Khusus Shorts atau Channel yang Ada?** Jika video Shorts Anda selaras dengan konten berdurasi panjang, sebaiknya tetap upload video tersebut di channel utama. Namun, jika Anda berencana untuk membuat konten yang berbeda, sebaiknya buat channel baru untuk video Shorts.



video  
vertikal  
60  
detik

## FORMAT BERITA

# Shorts

---

- **Bagaimana pengaruh video Shorts pada notifikasi?** Penonton yang telah menekan lonceng notifikasi tidak akan diberi tahu setiap kali Anda memposting video Shorts. Agar audiens Anda tidak mendapatkan terlalu banyak notifikasi, kami akan menargetkan notifikasi Shorts kepada penonton yang berinteraksi dengan video Shorts Anda.
- **Video apa yang harus saya buat?** Di Shorts, video apa pun yang nyata dan tanpa filter akan tetap disambut dengan baik. Jika Anda kesulitan untuk memulai, pikirkan tentang konten yang ingin Anda nikmati dan cara Anda membuatnya sesuai kreativitas Anda.
- **Contoh berita?** Beberapa berita berformat video Shorts berisi klip berita dan penjelasan yang dipotong-potong. Bereksperimenlah dan lihat video mana yang direspons audiens Anda. Harap diingat bahwa video Shorts Anda mungkin perlu waktu untuk menjangkau audiensnya, jadi berikan waktu untuk eksperimen Anda.



# Mengemas konten Anda



## KEMASAN

# Pengemasan konten di YouTube

- **Tiga aspek pengemasan di YouTube:**
  - **Judul:** Jelas, deskriptif, akurat, ringkas
  - **Thumbnail:** Beresolusi tinggi dan ilustratif (menjelaskan konten)
  - **Deskripsi:** Deskriptif, terutama 2 baris pertama
- **Rencanakan dan buat judul + thumbnail Anda secara bersamaan**
- **Manfaatkan data tayangan dan CTR di YouTube Analytics untuk mengukur kemasan yang paling cocok untuk audiens Anda.**



## KEMASAN

# Buat judul dan thumbnail yang efektif

Judul dan thumbnail dapat sangat memengaruhi keputusan penonton untuk menonton video Anda, terutama saat keduanya selaras. Mari kita lihat beberapa praktik terbaik.

- **Akurat.** Pastikan kombinasi judul dan thumbnail Anda benar-benar mewakili video.
- **Ringkas.** Usahakan judul tidak lebih dari 70 karakter dan fokuskan kata/ide terpenting di bagian depan.
- **Dapat ditelusuri.** Bila memungkinkan, sertakan kata kunci yang mudah ditelusuri dalam judul Anda.
- **Menarik.** Gunakan kombinasi judul dan thumbnail Anda untuk membuat cuplikan konten yang menarik.

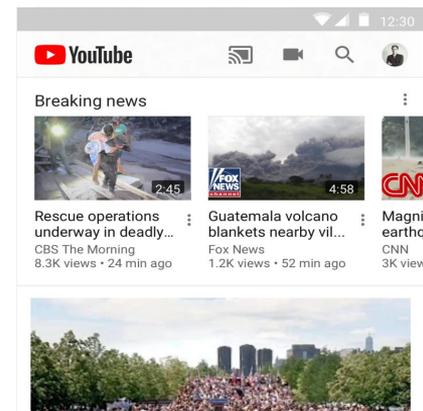
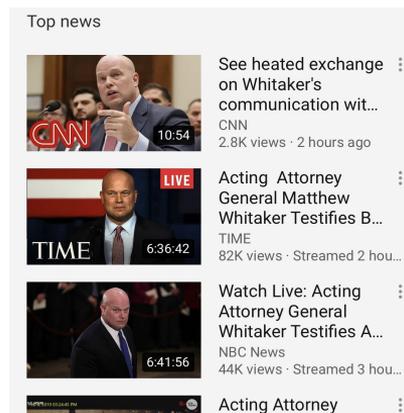
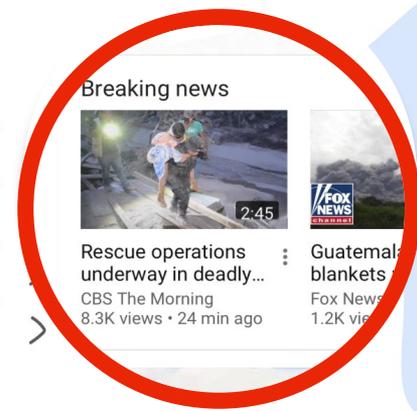


## KEMASAN

# Bedakan konten Anda secara visual dengan thumbnail dan logo

Judul dan thumbnail dapat sangat memengaruhi keputusan penonton untuk menonton video Anda, terutama saat keduanya selaras. Mari kita lihat beberapa praktik terbaik.

- **Gunakan logo Anda agar audiens yang percaya dapat menemukan Anda saat membahas berita penting**
- **Buat judul untuk mengikat serial atau topik** guna membantu audiens melanjutkan sesi menontonnya
- **Kembangkan template/gaya thumbnail untuk topik atau genre** berdasarkan pemrograman Anda
- **Dalam contoh ini,** lihat bagaimana thumbnail dapat terlihat serupa untuk berita besar

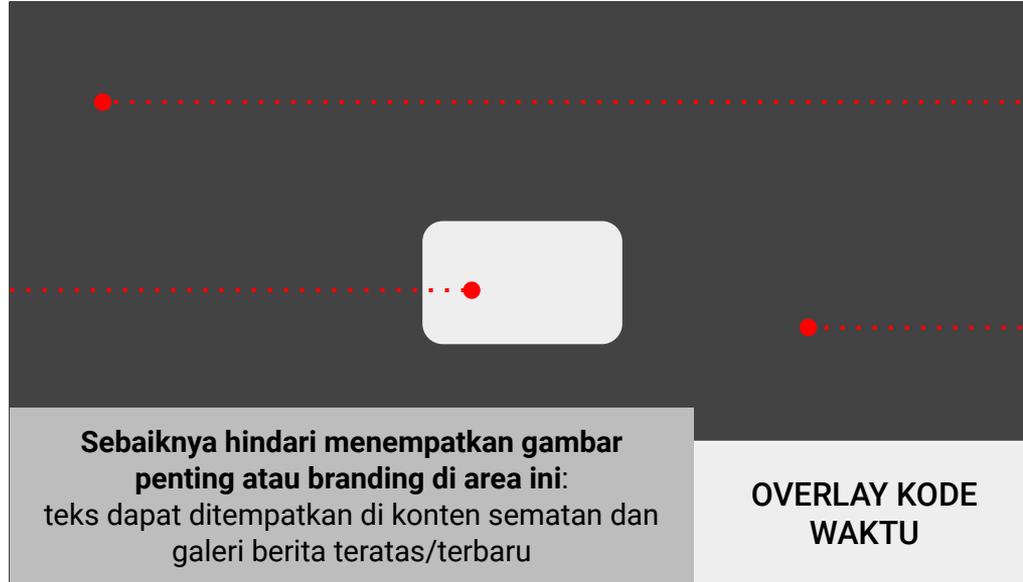


## KEMASAN

# Pertimbangan untuk membuat thumbnail

Rasio aspek 16:9 // 1280 x 720 piksel // ukuran file kurang dari 2 MB

**Tombol putar  
sebagai overlay**



**Branding  
idealnya terletak di  
sudut**

**Sebaiknya hindari menempatkan gambar  
penting atau branding di area ini:**  
teks dapat ditempatkan di konten sematan dan  
galeri berita teratas/terbaru

**OVERLAY KODE  
WAKTU**

**Tips** untuk  
gambar utama:

1. Mewakili konten secara akurat
2. Berwarna cerah
3. Berkontras tinggi
4. Jelas di semua ukuran layar

## KEMASAN

# Template thumbnail- sederhana tetapi efektif



Template thumbnail sangat sesuai untuk konten mendesak yang ingin Anda bedakan secara visual. Keunggulan template thumbnail adalah bahwa setelah template dibuat, editor dapat dengan cepat memasang foto baru dan mengubah teks pada overlay sebelum mengupload ke YouTube.



# Pertimbangan publikasi



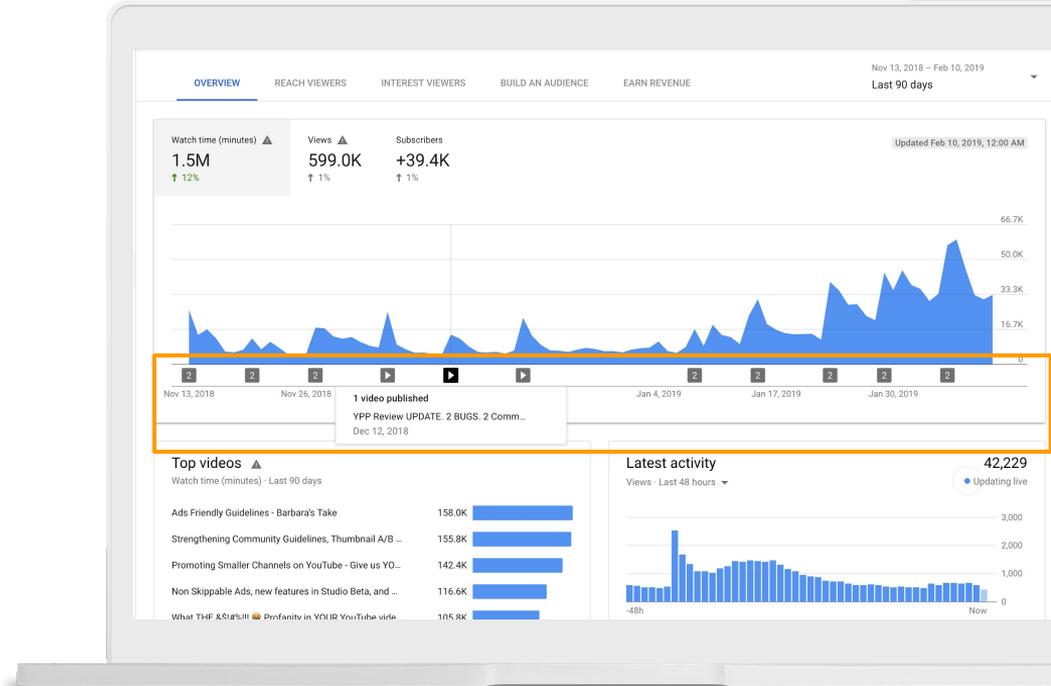
## PUBLIKASI

# Tetaplah konsisten

Anda perlu menetapkan ekspektasi untuk penonton Anda, jadi Anda harus mengekspresikannya dengan baik melalui banner channel atau ritme publikasi yang konsisten.

Usahakan untuk menaati jadwal rilis dan sampaikan jeda konten lebih awal.

- **Konsistensi tidak sama dengan volume.** Anda sebaiknya memposting dengan jadwal yang dapat diandalkan daripada memposting dengan sering.
- **Pastikan konten Anda tetap dapat dikelola.** Video berkualitas produksi tinggi memang bagus, tetapi mungkin sangat sulit dipertahankan. Temukan keseimbangan antara kuantitas dan kualitas konten yang dapat Anda pertahankan dalam jangka panjang.



## PUBLIKASI

# Live vs. premiere

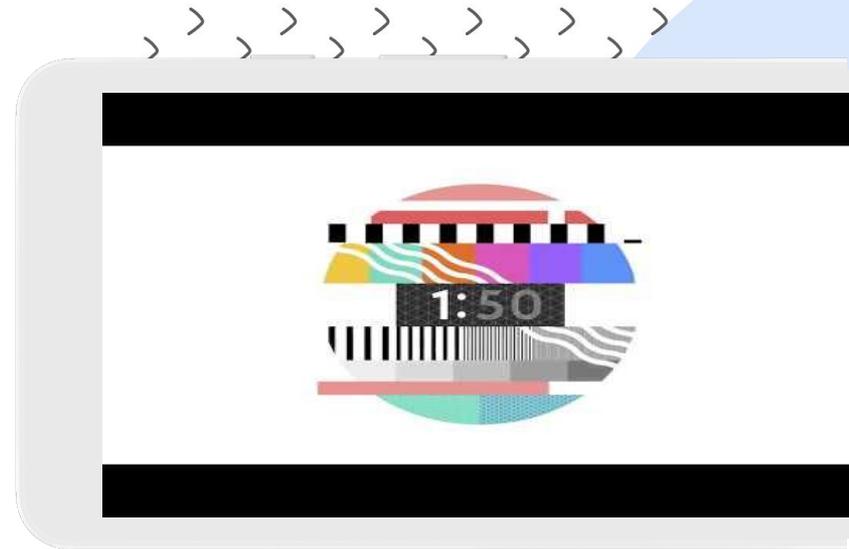
**Live:** Kapan digunakan:

- Untuk video yang memungkinkan Anda berinteraksi aktif dengan audiens yang mengarahkan hal yang Anda lakukan dalam video.
- Ketika Anda ingin memberikan info terbaru secara real time tentang suatu topik atau masalah kepada audiens Anda.

**Premiere:** Publikasikan video yang telah direkam sebelumnya yang tampak seperti video live saat dipublikasikan. Kapan digunakan:

- Untuk video yang telah direkam sebelumnya dan memiliki jangkauan luas. Premiere memungkinkan Anda menyimulasikan 'momen live' dengan audiens yang menonton video secara bersamaan dan disertai fitur live chat untuk berinteraksi (jika diaktifkan).
- Pilih konten khusus untuk Premiere. Gunakan Premiere untuk video yang ingin Anda buat sebagai momen spesial untuk komunitas Anda.

**Moderasi live chat:** YouTube menyediakan berbagai alat yang dapat Anda gunakan untuk memoderasi live chat.



## PUBLIKASI

# Pahami audiens Anda melalui analytics

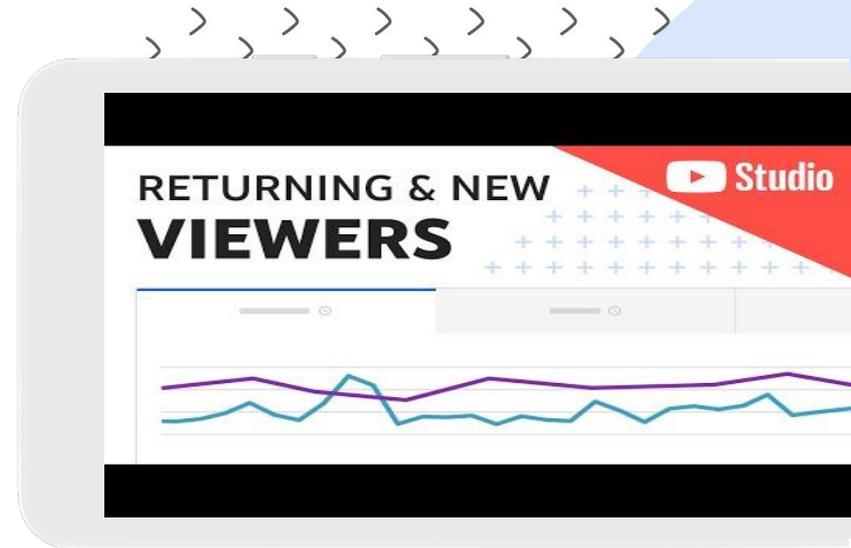
Di YouTube Studio, Anda dapat menemukan informasi penting tentang penonton Anda melalui tab Audiens. Berikut adalah beberapa item bermanfaat yang dapat Anda temukan di sana:

**Penonton baru dan penonton yang kembali** - Anda dapat menggunakan metrik penonton yang kembali dan penonton baru untuk merencanakan strategi konten channel Anda. Misalnya, Anda dapat membangun loyalitas dengan membuat konten yang konsisten atau bereksperimen dengan topik baru untuk menarik penonton baru.

**Saat penonton Anda berada di YouTube** - Laporan ini menunjukkan kapan penonton Anda online di seluruh YouTube dalam 28 hari terakhir. Anda dapat menggunakannya untuk membantu membangun komunitas Anda, memahami waktu untuk menjadwalkan Premiere, atau merencanakan live stream berikutnya.

**Video lain yang ditonton audiens Anda** - Laporan ini menunjukkan video lain yang ditonton penonton selain channel Anda selama 7 hari terakhir. Anda dapat menggunakannya untuk menemukan topik untuk video dan judul baru. Anda juga dapat menggunakan info ini untuk mendapatkan ide thumbnail dan peluang kolaborasi.

Ini hanya beberapa informasi yang dapat Anda temukan di tab Audiens dalam YouTube Studio.



# Terima kasih

