

YouTube Impact Report

2022

# Watch Indonesia Grow



Kontribusi untuk  
Pembangunan Manusia dan  
Ekonomi Kreatif di Indonesia.

# Daftar Isi

- 04 Ringkasan Eksekutif
- 05-07 Cara Kreator Menghasilkan Uang dari YouTube
- 07-08 Bagaimana YouTube Bekerja
- 09-11 Memajukan UKM di Indonesia
- 12-16 Edukasi yang Berkualitas bagi Semua Kalangan
- 17 Wadah bagi Industri Kreatif untuk Berkembang
- 18-19 Akseleran Pertumbuhan Industri Musik
- 20-21 Memperluas Jangkauan Perusahaan Media
- 22 Glosarium
- 23 Tanya Jawab Metodologi Pemodelan Ekonomi Oxford Economics
- 24 Tentang Oxford Economics



Menurutku,  
YouTube punya  
*reach* paling  
luas dibandingin  
platform lain.



Komunitas di YouTube juga akrab banget dan bikin aku semangat buat terus ngembangin konten masak dan *share* resep buat orang-orang di Indonesia yang mau masak buat diri sendiri atau usaha rumahan. Aku seneng banget pas denger beberapa penonton aku bisa buka usaha gara-gara ngikutin resep yang aku *share* di YouTube.

- Devina Hermawan



# Ringkasan Eksekutif

Platform YouTube telah memberi dampak bagi para kreator, pelaku bisnis, industri musik, media, dan masyarakat umum di Indonesia. Laporan ini membahas mengenai dampak YouTube di Indonesia pada tahun 2022 berdasarkan penelitian Oxford Economics. Semua data yang tercantum di laporan ini diambil dari penelitian tersebut, kecuali bila disebutkan dari sumber yang berbeda.

## Memajukan UKM di Indonesia

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan fondasi bagi perekonomian Indonesia karena besarnya kontribusi untuk PDB dan penciptaan lapangan pekerjaan. Para pelaku UKM ini juga berkembang pesat di YouTube. Mereka menggunakan *channel* YouTube untuk menjangkau lebih banyak pelanggan yang belum pernah terjangkau sebelumnya. Kelebihan ini membuat YouTube menjadi alat pemasaran yang efektif dan mudah diakses oleh pemilik UKM.

## Edukasi yang berkualitas bagi semua kalangan

Jutaan masyarakat Indonesia berkesempatan untuk belajar keterampilan baru melalui YouTube, mulai dari siswa yang ingin melengkapi ilmu yang didapatkan

di sekolah, hingga orang dewasa yang ingin mengeksplor hobi dan minat baru. YouTube adalah platform gratis, mudah diakses, dan fleksibel yang memberikan kesempatan bagi semua orang untuk belajar dan berkembang melalui konten berkualitas yang dibuat oleh kreator yang kredibel.

## Wadah bagi Industri Kreatif untuk Berkembang

YouTube mendukung para kreator untuk berkembang dan mendapat penghasilan dengan mengikuti *passion* mereka. Para kreator mengisi kehidupan masyarakat Indonesia dengan membuat berbagai macam konten unik, mulai dari bermain game, konten cerita, hingga *review* buku.

## Akseleran pertumbuhan industri musik

YouTube diakses oleh miliaran pengguna setiap bulannya\* sehingga para musisi dapat menjangkau audiens baru yang bisa menjadi penggemar setia. Hal ini mempermudah musisi baru untuk naik daun, yang pada akhirnya bisa meningkatkan jumlah musisi berbakat di Indonesia. Katalog YouTube Music telah mencapai lebih dari 100 juta lagu di seluruh dunia,\*\* menjadikan YouTube sebagai tempat bagi label rekaman untuk menemukan musisi baru yang berbakat, meluncurkan musik baru, dan mengembangkan basis penggemar.

## Memperluas jangkauan perusahaan media

Perusahaan media mampu menjangkau audiens baru dan mengembangkan penghasilan mereka di YouTube dengan berbagi berita, informasi, dan perspektif. Dengan memanfaatkan YouTube, penonton dapat mengakses konten media yang mereka sukai dari mana saja dan kapan saja.

# Rp7.4T+

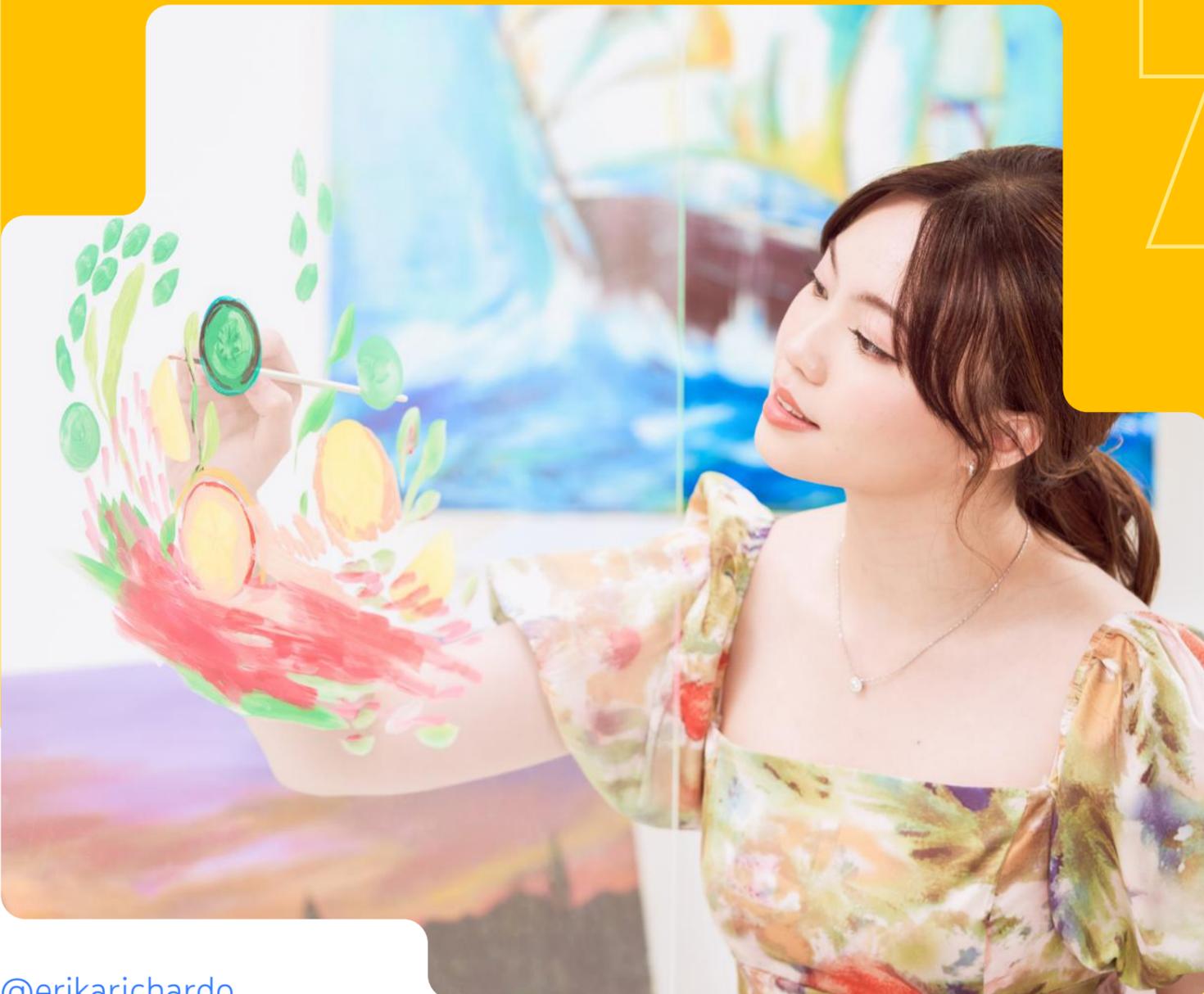
Ekosistem kreatif YouTube berkontribusi lebih dari Rp7,4 triliun terhadap PDB nasional Indonesia pada tahun 2022

Lebih dari 400 ribu kreator dan mitra di Indonesia mempekerjakan orang lain untuk mengelola *channel* YouTube mereka.

# 400ribu+

YouTube telah memberikan aku banyak kesempatan untuk mengeksplor hal-hal baru. Salah satunya dapat menjadi platform pilihan untuk menyampaikan pesan seni dan kehidupan sehari-hari. Tidak hanya itu, YouTube juga membantu menyatukan para kreator kreatif dan membawa komunitas yang positif.

- Erika Richardo



@erikarichardo

# Cara kreator menghasilkan uang dari YouTube

Ada berbagai cara bagi kreator untuk mendapat penghasilan dari YouTube, mulai dari iklan hingga langganan channel.

Kreator yang memenuhi syarat akan menerima bagi hasil dari pendapatan **iklan** yang dipasang di video mereka dan langganan **YouTube Premium**. Kreator bebas memilih berbagai format, termasuk Shorts, untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan mendapat imbalan finansial. Mereka juga memiliki peluang lainnya untuk memperoleh penghasilan tambahan dengan berinteraksi bersama komunitas penggemar, misalnya melalui **Channel Memberships** yang memberikan akses konten eksklusif untuk subscriber. Bentuk *fan funding* lain mencakup fitur **Super Chat** untuk menyorot pesan kepada kreator, **Super Stickers** untuk menggunakan pesan animasi, dan **Super Thanks** bagi pengguna untuk berterima kasih dalam bentuk uang atas konten mereka.

## From YouTube

Iklan

YouTube Premium

Dana untuk mendukung  
kelompok kreator tertentu

## Fan Funding

Channel Memberships

Super Chat

Super Stickers

# Cara YouTube menciptakan dampak ekonomi

## PLATFORM VIDEO PALING POPULER DI INDONESIA



YouTube memiliki miliaran pengguna setiap bulannya dan setiap hari orang menonton miliaran jam video dan menghasilkan miliaran penayangan.\*



Pada tahun 2022, semakin banyak orang membuat konten di YouTube dibandingkan sebelumnya.\*

### LEBIH DARI SEKADAR TEMPAT UNTUK MENGUNGGAH VIDEO

Kreator menggunakan platform YouTube untuk menemukan audiens baru, berinteraksi dengan penggemar, dan membangun karier serta bisnis baru.

Kreator adalah individu, bisnis, badan amal, lembaga pemerintah, perusahaan bidang media dan musik, serta masih banyak lagi



## CARA KREATOR MEMPEROLEH PENGHASILAN DARI YOUTUBE

### BERBAGAI CARA MENDAPAT PENGHASILAN MELALUI PROGRAM PARTNER YOUTUBE\*\*

YouTube membayar konten kreator sebagian pendapatan yang diperoleh YouTube dari iklan dan langganan YouTube Premium.



Iklan



YouTube Premium



Dana untuk mendukung kelompok kreator tertentu

Fan funding memberikan pilihan cara bagi penggemar untuk membayar kreator konten:



Channel memberships



Super Chat



Super Stickers



Super Thanks

### PENDAPATAN LAIN YANG DIDUKUNG OLEH YOUTUBE\*\*\*

Membangun profil di YouTube dapat membantu kreator mendapat penghasilan di luar platform, misalnya:



Kemitraan brand dan perjanjian sponsorship



Penjualan melalui situs web atau bisnis mereka sendiri



Sesi live

### CARA YOUTUBE BERKONTRIBUSI UNTUK PEREKONOMIAN INDONESIA



Di Indonesia, lebih dari **600.000** kreator dan mitra memperoleh pendapatan karena kehadiran mereka di YouTube.



Lebih dari setengah kreator di Indonesia yang memperoleh penghasilan dari YouTube setuju bahwa YouTube adalah sumber pendapatan utama mereka.



Lebih dari **400.000** ribu kreator dan mitra di Indonesia memberdayakan orang lain untuk mengelola *channel* YouTube mereka.



Pada bulan Desember (2022) saja, lebih dari **6 ribu channel** di Indonesia mendapat penghasilan dari produk monetisasi alternatif – kenaikan lebih dari 170% dibandingkan tahun sebelumnya.\*

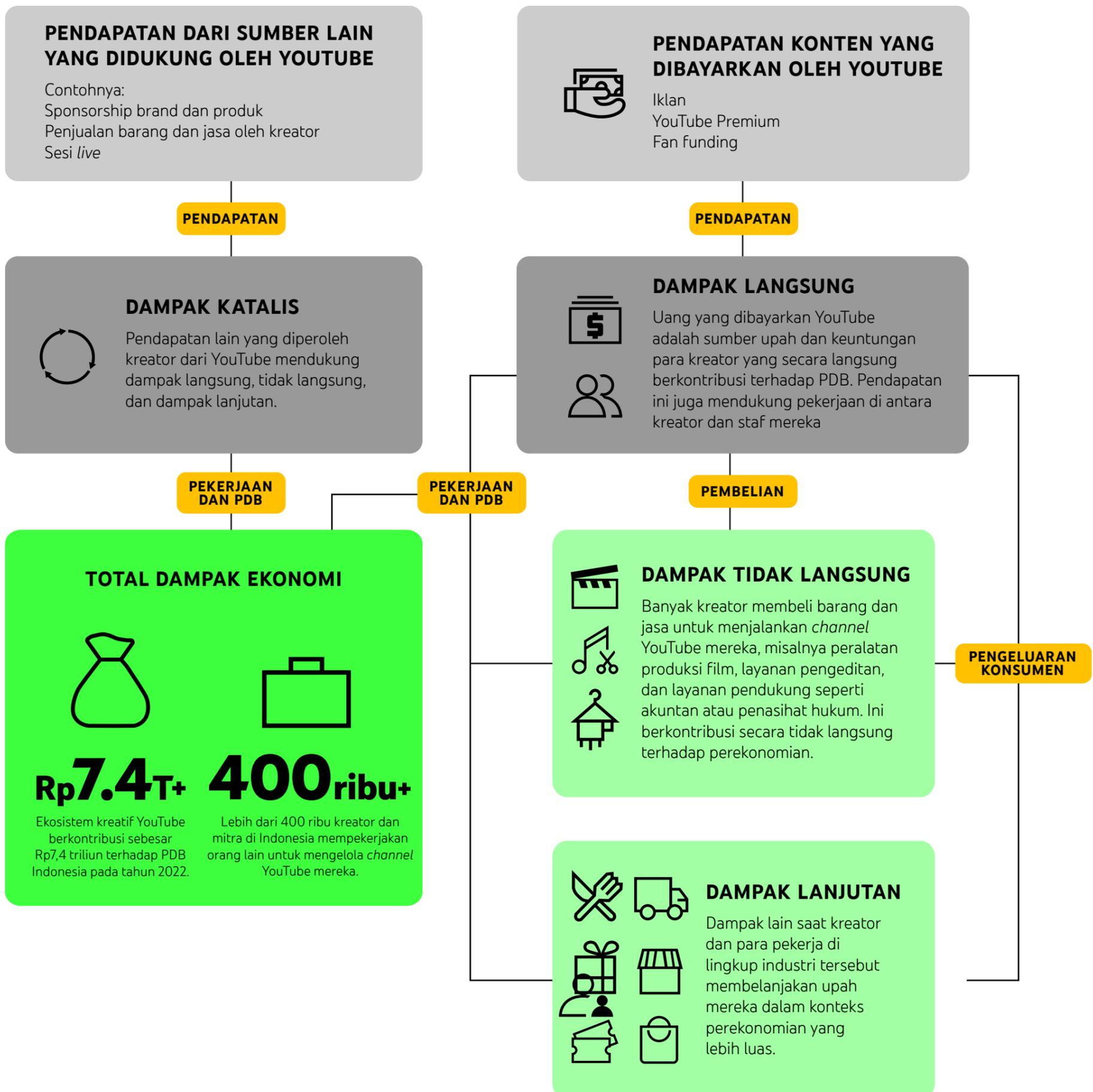
Syarat dan Ketentuan

\* Sumber: Data YouTube per bulan Desember 2022

\*\* Informasi selengkapnya tentang berbagai cara untuk mendapat penghasilan ada di sini

\*\*\* Produk monetisasi alternatif termasuk fan funding dan Channel Memberships.

# Bagaimana Ekosistem Kreatif YouTube Berkontribusi untuk Perekonomian



Saya sangat mengapresiasi bagaimana Google dan YouTube mendukung transformasi digital UMKM di tanah air, salah satunya melalui pelatihan maupun dukungan untuk membantu mengembangkan usaha mereka di *online*. Saya berharap hal ini mampu mengakselerasi pencapaian target pemerintah 30 juta UMKM masuk ke dalam ekosistem digital, di mana saat ini lebih dari 22 juta UMKM telah *onboarding*.”

- Teten Masduki, Menteri Koperasi dan UKM Indonesia

# Mendorong usaha kecil dan menengah naik kelas

**YouTube membantu mendorong kemajuan bisnis lokal dengan berfungsi sebagai alat untuk meraih audiens yang luas dan meningkatkan pendapatan.**

Berbagai bisnis di Indonesia kini memanfaatkan YouTube untuk berkembang. Hal ini membantu mengembangkan ekonomi Indonesia secara keseluruhan yang berkontribusi pada PDB nasional dan menambah ribuan lapangan kerja. YouTube membuka peluang bagi usaha kecil dan menengah (UKM) untuk menjangkau audiens di seluruh pelosok negeri. Jangkauan audiens yang lebih luas ini menjadi alat pemasaran efektif yang membantu UKM untuk mengembangkan audiens dan calon pelanggan baru.

[@ArsitektourIndonesia](#), contoh UKM di bidang properti, yang menggunakan *channel* YouTube untuk mengembangkan basis klien mereka. Mereka mengedukasi para penonton mengenai anggaran pembangunan rumah, *review cluster* perumahan, dan proses renovasi rumah. Komunitas fans yang telah Arsitektour bangun pun turut membantu mereka dalam mempromosikan bisnis.

Melalui interaksi dengan penonton mereka di YouTube, pemilik UKM, seperti [@ArsitektourIndonesia](#) juga dapat memperluas dan meluncurkan produk baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Interaksi semacam ini dapat membantu UKM mengembangkan *brand* dan membangun loyalitas pelanggan, serta memberi wawasan baru bagi konsumen.

UKM di Indonesia juga memanfaatkan YouTube untuk memberi pelatihan dan meningkatkan keterampilan karyawannya, mulai dari keterampilan profesional hingga keterampilan praktis. Faktanya, 81% UKM yang memanfaatkan YouTube setuju bahwa YouTube merupakan cara yang hemat untuk memberi pelatihan untuk karyawan. Selain itu, karena YouTube gratis dan mudah diakses, masyarakat Indonesia di berbagai daerah di Nusantara dapat belajar kapan pun dan di mana pun mereka mau.

# 78%

78% UKM yang memanfaatkan *channel* YouTube setuju bahwa YouTube berperan dalam membantu mereka mengembangkan basis pelanggan dengan menjangkau audiens baru.

73% UKM yang memanfaatkan YouTube setuju bahwa YouTube sangat penting bagi pertumbuhan bisnis mereka.

76% UKM yang memanfaatkan *channel* YouTube setuju bahwa YouTube berperan dalam membantu mereka menumbuhkan pendapatan.

# 76%

# 73%

# Dari edukasi mengenai arsitektur hingga bisa promosi bisnis properti.

Arsitektour Indonesia merupakan channel YouTube yang fokus di ranah properti, arsitektur, desain interior, pertukangan, dan anggaran bangunan. *Channel* ini dibentuk oleh tiga sekawan, Hilman Ferdinand, Gibran Sani, dan Arga Putra yang melihat kurangnya ketersediaan konten yang membahas properti dari sudut pandang seorang pengusaha atau arsitek.

Tiga sekawan ini membentuk Arsitektour dengan berbekal 15 tahun pengalaman yang mereka miliki. Hilman dan Arga sudah membangun dan mengembangkan perusahaan arsitektur dan konstruksi, sedangkan Gibran berpengalaman sebagai editor dan kreator di berbagai perusahaan media..

*Channel* yang mereka buat telah membantu tiga sekawan ini dalam mengembangkan bisnis mereka dengan mempromosikan rumah-rumah yang mereka bangun kepada audiens yang lebih besar. Mereka memperkirakan kenaikan pendapatan mereka sekitar 75% karena aktivitas promosi di YouTube. Pendapatan tambahan ini membantu mereka membangun *cluster* perumahan pertama mereka, Sienna Residence di wilayah Serpong dan saat ini mereka tengah menyelesaikan *cluster* kedua mereka, Sienna Residence II.

Sejak peluncurannya pada tahun 2020, *channel* mereka telah berkembang hingga memiliki lebih dari 668 ribu *subscriber*. Mereka percaya bahwa *channel* ini dibentuk sebagai wadah berbagi kreativitas, minat, dan pengetahuan mereka tentang membangun dan mendesain rumah dengan orang lain.



Aku senang banget ada YouTube, karena aku bisa sharing minatku tentang pendidikan dan juga dapat belajar banyak hal baru dari berbagai industri. **Semoga videoku bisa bikin penonton makin penasaran dan termotivasi untuk memaksimalkan potensi diri.**

- Maudy Ayunda, aktris, penyanyi, dan pendidik



# Konten edukasi gratis, mudah diakses, dan berkualitas

YouTube merupakan platform yang memiliki berbagai konten edukasi bagi segala kalangan. YouTube mendukung demokratisasi akses pendidikan ke seluruh pelosok di Nusantara. Bagi pendidik dan orang tua, YouTube dapat menjadi pelengkap pembelajaran tradisional di sekolah, perguruan tinggi, dan universitas, dengan cara membantu memperjelas mata pelajaran dan mata kuliah serta membimbing siswa menghadapi ujian masuk seperti SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Nasional).

YouTube merupakan platform yang memiliki berbagai konten edukasi bagi segala kalangan. YouTube mendukung demokratisasi akses pendidikan ke seluruh pelosok di Nusantara. Bagi pendidik dan orang tua, YouTube dapat menjadi pelengkap pembelajaran tradisional di sekolah, perguruan tinggi, dan universitas, dengan cara membantu memperjelas mata pelajaran dan mata kuliah serta membimbing siswa menghadapi ujian masuk seperti SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Nasional).

Ada banyak kreator yang memiliki *channel* pendidikan di YouTube. Salah satunya adalah Agus Nggermanto (@PamanAPIQ) yang merupakan seorang kreator dan dosen universitas yang sudah pernah mengajar di beberapa kampus, seperti Sekolah Teknik Elektro dan Informatika ITB, Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB, dan Universitas Telkom. Agus membuat beragam konten pendidikan yang mencakup keterampilan belajar dan matematika bagi 510 ribu *subscriber*-nya. Beliau sudah membantu banyak siswa mulai dari siswa sekolah dasar hingga calon mahasiswa, bahkan pendaftar calon Pegawai Negeri Sipil untuk mempelajari keterampilan belajar dan lulus ujian.

YouTube juga mendukung eksplorasi berbagai *passion* dan kemampuan praktis untuk dipelajari. Mahasiswa di seluruh Indonesia dapat memanfaatkan YouTube untuk belajar semua hal termasuk keterampilan profesional, keterampilan praktis, dan bahkan *passion* seperti memasak. Aktris, penyanyi, dan pendidik, Maudy Ayunda, memiliki *channel* YouTube, @modmedia, yang sebagian besar kontennya mengenai buku dan pengembangan diri. Serial "Maudy Ayunda's Booklist" memfasilitasi komunitasnya untuk mendapat tips pengembangan diri berdasarkan berbagai buku yang telah dia baca.

Pembelajaran online memberikan masyarakat Indonesia fleksibilitas dan akses di seluruh pelosok negeri. Dengan adanya YouTube, para siswa dapat belajar kapan pun dan di mana pun, membuka kemungkinan wilayah baik desa maupun kota untuk tetap terhubung dengan informasi terkini dan kesempatan belajar.

**76%**

76% pengguna setuju bahwa YouTube memberikan kesempatan yang setara bagi siapa saja yang ingin belajar dan berkembang.

**80%**

80% orang tua yang memanfaatkan YouTube setuju bahwa YouTube membantu mengatasi kesenjangan dalam pendidikan dengan menyediakan sarana untuk mengakses informasi berkualitas.

**84%**

84% guru yang memanfaatkan YouTube setuju bahwa YouTube memberi akses ke konten pendidikan yang mustahil diperoleh tanpa memanfaatkan YouTube.

# Mengajar matematika kapan saja, di mana saja, dan bagi siapa saja



@PamanAPIQ

Agus Nggermanto merupakan dosen, penulis buku, dan kreator YouTube yang berasal dari Bandung, Jawa Barat. Beliau mengajar matematika di beberapa universitas, termasuk Sekolah Teknik Elektro dan Informatika ITB, Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB, dan STT Telkom. Selain mengajar, Agus juga telah menerbitkan beberapa buku sains, contohnya buku *best seller* berjudul “Kecerdasan Quantum”.

Terhitung sejak membuat *channel* YouTube miliknya, @PamanAPIQ, Agus telah membagikan lebih dari 7.000 video tentang tips mengerjakan soal matematika. Video-videonya ditujukan untuk para siswa, mulai dari siswa sekolah dasar hingga sekolah menengah tingkat atas, serta mencakup berbagai topik yang meliputi cara menyelesaikan soal matematika dengan cepat menggunakan slogannya, “*rahasia 7 detik*”. Video lainnya membantu siswa dan calon mahasiswa belajar untuk menghadapi ujian sekolah dan SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri). Agus juga telah membantu orang dewasa belajar dengan membagikan metode persiapan ujian CPNS (Calon Pegawai Negeri Sipil).

Agus memiliki lebih dari 510 ribu *subscriber* di channel-nya dan banyak yang berterima kasih karena terbantu oleh video-videonya. Salah satu *subscriber*-nya menyampaikan rasa syukur dan terima kasih karena berhasil lulus ujian CPNS berkat konten Paman APIQ. Subscriber lainnya menyampaikan bahwa nilai ujian matematikanya kini menjadi jauh lebih baik.

**Ajarkan “Rahasia 7 Detik  
Matematika” ke 510 ribu  
subscriber di channel-nya**

Makasih buat support dari temen-temen di YouTube ya. Aku seneng banget bisa bikin konten tentang cerita serem dan misteri, dan rasanya asik banget pas tau banyak orang lain juga suka hal yang sama. Aku bersyukur bisa pake platform ini buat nyatuin orang-orang dan berbagi kecintaan kita sama hal-hal serem dan misteri.

- Nessie Judge





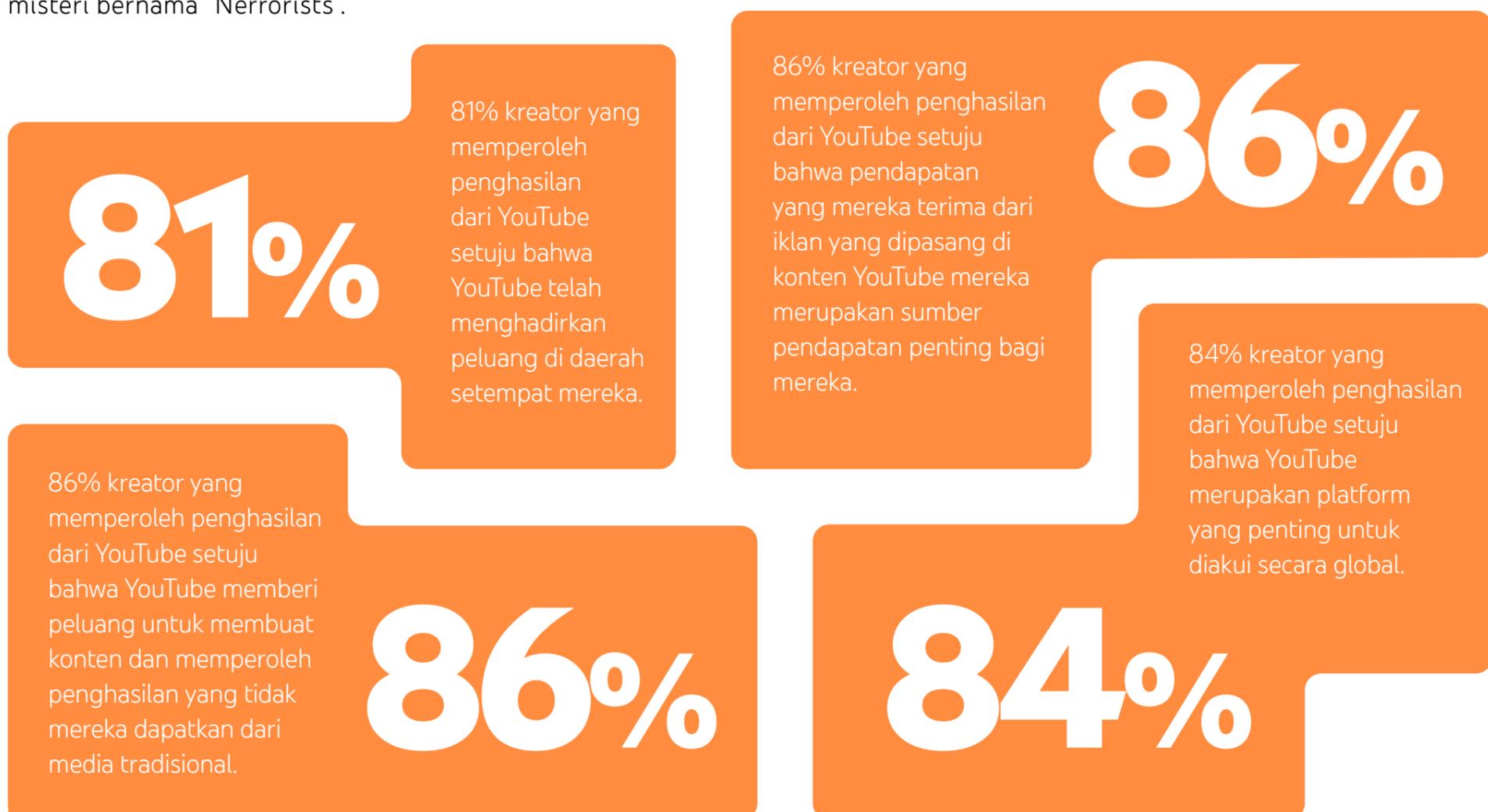
# Tempat para kreator dapat berkembang dengan membagikan *passion* mereka

Para kreator mendapat penghasilan dari YouTube dengan membagikan hal apa pun yang mereka sukai. Semua jenis konten bisa ditemukan di YouTube, dari bermain *game* hingga menceritakan kisah horor, dari klub buku hingga memasak, dan masih banyak lagi..

Industri kreatif di YouTube sedang berkembang pesat dan para kreator di Indonesia menjadikan peluang ini untuk menghasilkan pendapatan dengan membagikan *passion* mereka. Dengan YouTube yang gratis dan mudah dijangkau, semua orang yang memiliki ponsel dan akses internet memiliki kesempatan untuk menjadi kreator, membangun komunitas, dan menghasilkan uang melalui YouTube. Kesempatan ini tentunya lebih sulit didapatkan melalui media tradisional.

Para kreator mengembangkan industri kreatif dengan menceritakan kisah menarik, membentuk klub buku, memasak, dan bermain *game*. Faktanya, di YouTube jumlah channel yang sudah menghasilkan Rp100 juta per tahun meningkat sebesar 35% dari tahun ke tahun.\* Ini membuktikan bahwa industri kreatif tidak dapat dianggap remeh.

Berbagai jenis konten unik dapat ditemukan di YouTube, salah satunya termasuk topik horor dan misteri. Salah satu kreator yang membagikan topik misteri adalah [@NessieJudge](#). Nessie menceritakan kembali berbagai topik horor yang mengerikan secara menarik dan menghibur, dengan menambahkan gambar atau video yang membuat ceritanya lebih mudah dipahami. Channel Nessie kini memiliki lebih dari 10 juta *subscriber* serta komunitas fans pecinta horor dan misteri bernama "Nerrorists".



# Membangun komunitas gamer melalui YouTube

Eko Julianto merupakan kreator *gaming* yang berasal dari Batam, Kepulauan Riau yang lebih dikenal dengan nama [@OuraGaming](#) di YouTube. Channel Oura Gaming menayangkan video-video Eko bermain *game*, lengkap dengan komentarnya selagi bermain, disertai trik tentang cara memenangkan *game*. Eko merupakan pemain pro *Mobile Legends: Bang Bang*, dan sering membagikan video dirinya bermain *game* tersebut.

Eko kini telah meraih banyak pencapaian, termasuk menjadi pemain *game* profesional yang telah mengembangkan *channel* YouTube-nya hingga mencapai lebih dari 7,9 juta *subscriber* dari seluruh dunia. Eko juga semakin mendekati diri dengan para *subscriber* dan membangun komunitas melalui Channel Memberships untuk membagikan konten eksklusif kepada para penggemarnya.

Di luar platform, Eko memanfaatkan popularitasnya untuk membangun bisnis *e-sport*, menjalin kemitraan *brand*, dan mengembangkan *brand* pakaian miliknya sendiri. Eko telah membawa permainan *game* Indonesia ke panggung dunia dan menunjukkan peningkatan minat *e-sport* yang menyediakan kesempatan bagi *gamers* Indonesia lainnya di masa mendatang.



# Mendukung musisi untuk raih popularitas

**YouTube mendukung industri musik Indonesia dengan memfasilitasi peningkatan jumlah musisi berbakat dan menyediakan akses bagi para musisi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, baik secara nasional maupun internasional.**

Musisi dapat menggunakan YouTube sebagai sarana yang mudah diakses untuk mempromosikan karyanya kepada audiens yang lebih luas yang tidak dapat dijangkau sebelumnya. Musisi juga dapat memanfaatkan platform ini untuk berinteraksi lebih dekat dengan penggemar mereka.

Katalog YouTube Music telah mencapai lebih dari 100 juta lagu di seluruh dunia,\* menjadikan YouTube sebagai tempat yang tepat bagi label rekaman untuk menemukan musisi baru, yang pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah musisi berbakat. Banyak musisi di seluruh dunia dikenal melalui popularitas mereka di YouTube. Di Indonesia, Tami Aulia adalah salah satunya. Musisi asal Lombok, yang mulai mengunggah *video cover* musik akustik ketika dia masih menjadi mahasiswa. Kini, dengan hampir 4 juta *subscriber* di channel-nya, dia telah menjadi musisi purnawaktu dan telah menandatangani kontrak dengan label musik lokal, Brontok Record.

Label musik juga mendapatkan manfaat dari model bagi hasil pendapatan dari YouTube. Dalam jangka waktu 12 bulan antara Juli 2021 dan Juni 2022, YouTube telah membayarkan lebih dari 6 miliar USD di seluruh dunia ke industri musik.\*\* Untuk label musik lokal, YouTube menawarkan peluang pemasaran internasional yang menarik melalui jangkauannya terhadap audiens yang luas. Label musik juga dapat memanfaatkan fitur analisis untuk memahami negara yang paling baik untuk dipertimbangkan sebagai tujuan tur atau konser.

82% perusahaan musik yang memiliki *channel* YouTube setuju bahwa YouTube membantu mereka menjangkau audiens baru di seluruh dunia.

**82%**

83% perusahaan musik yang memiliki *channel* YouTube setuju bahwa YouTube penting untuk memperkenalkan artis dan/atau musik baru.

**83%**

77% perusahaan musik yang memiliki *channel* YouTube setuju bahwa YouTube telah meningkatkan jumlah talenta kreatif di industrinya.

**77%**

# Awalnya hanya artis cover, sekarang dikontrak Brontok Record untuk rilis lagu sendiri

Tami Aulia merupakan musisi yang berasal dari Lombok, Nusa Tenggara Barat. Dia membuat *channel*-nya pada tahun 2019 saat dia masih kuliah Pendidikan Musik. Tami mengunggah video yang menampilkan dirinya memainkan cover musik akustik. Tami tidak pernah menyangka bahwa video cover-nya menjadi terkenal, misalnya video yang berjudul "Waktu yang Salah" karya Fiersa Besari mendapatkan lebih dari 40 juta penayangan.

Channel Tami kini telah berkembang dan mencapai lebih dari 3,96 juta *subscriber*. Popularitasnya di YouTube menarik perhatian label rekaman Indonesia, Brontok Record, yang saat ini bekerja sama dengannya. Melalui label yang menaunginya, Tami telah merilis beberapa lagu *single* sendiri, salah satunya berjudul "Kamu Di Masa Depan". Dia juga telah beberapa kali diundang untuk tampil di berbagai acara.

Selain membagikan video, Tami juga menggunakan YouTube untuk mencari lagu yang menarik untuk dibuatkan versi cover-nya. Hingga saat ini, dia telah membagikan lebih dari 1.400 video yang menampilkan dirinya menyanyi dan bermain musik. Dia juga mengunggah tutorial bermain musik untuk mengajari *subscriber*-nya cara bermain gitar.



@tamiaulia

# Tempat perusahaan media membagikan berita bagi penonton **kapan saja dan di mana saja**

Perusahaan media mampu menjangkau audiens baru dan mendapat penghasilan mereka di YouTube dengan berbagi berita, informasi, dan perspektif. Dengan memanfaatkan YouTube, penonton dapat mengakses konten media yang mereka sukai dari mana saja dan kapan saja.

Bagi perusahaan media Indonesia, YouTube merupakan alat yang efektif agar semakin terhubung dengan para audiens yang lebih *digital-savvy*. Para audiens dapat mengakses cerita, berita, dan informasi dari mana saja dan kapan saja selama memiliki koneksi internet. Hal ini membantu perusahaan media membagikan video mereka kepada banyak masyarakat pedesaan di seluruh pelosok Indonesia.

Indonesia mempunyai banyak perusahaan media yang berlomba-lomba menyajikan konten unik. [@tvOneNews](#) merupakan salah satu perusahaan media yang memanfaatkan *channel* YouTube sebagai alat untuk menjangkau audiens serta memberi mereka fleksibilitas dalam mengakses berita [@tvOneNews](#) di mana saja dan kapan pun.

Selain itu, ada juga berbagai perusahaan media baru yang berawal dari YouTube. Salah satunya yaitu [@CXOMedia](#) yang membagikan konten yang bertujuan untuk memberikan dampak positif pada kehidupan audiens mereka. Serial mereka yang berjudul "Lintas Makna", berusaha mempersempit kesenjangan antar generasi dengan menyampaikan cerita dari sudut pandang berbagai generasi.

YouTube juga memberikan sumber pendapatan tambahan untuk perusahaan media melalui bagian yang mereka dapatkan dari langganan YouTube Premium dan iklan yang dipasang pada kontennya. Selain itu, perusahaan media juga dapat menggunakan fitur analisis guna mengetahui kisah dan topik yang paling sering ditonton sehingga dapat membantu mereka menentukan pilihan materi konten mendatang.

73% perusahaan media yang memiliki *channel* YouTube setuju bahwa YouTube membantu mereka menjangkau audiens baru di seluruh dunia.

**73%**

**69%**

69% perusahaan media yang memiliki *channel* YouTube setuju bahwa YouTube adalah sumber pendapatan yang penting bagi perusahaan mereka.

**69%**

69% perusahaan media yang memiliki *channel* YouTube setuju bahwa YouTube meningkatkan jumlah talenta kreatif di industri yang mereka geluti.

# Berawal dari YouTube dan terus bertumbuh hingga 20 program

CXO Media merupakan media terbaru di Transmedia yang resmi diperkenalkan di platform YouTube pada bulan Agustus 2020. Fokus utama CXO Media adalah menciptakan konten yang menginspirasi dan menghibur khususnya untuk generasi muda. Konten-konten yang disajikan CXO Media mencakup wawancara dengan berbagai tokoh, mulai dari *public figure*, pengusaha dan profesional sukses hingga para pejabat negara. Selain itu, CXO Media juga membuat kisah berbasis narasi yang mengedukasi serta menginspirasi agar Generasi Z dan Milenial mempunyai pola pikir unik, serta menjadi sosok inisiator perubahan dan menemukan tujuan hidup mereka.

CEO CXO Media, Putri Tanjung telah menjadi pengusaha sejak usia remaja dan pernah menjadi penasihat Presiden terkait creative entrepreneurship, UKM, dan ekonomi digital. Dia percaya terhadap kemampuan media dalam memberikan dampak positif pada kehidupan audiens mereka. Visinya tercermin pada ragam program mereka termasuk, "Lintas Makna", sebuah acara yang menceritakan kisah gaya hidup dari sudut pandang generasi yang berbeda, membantu audiens untuk lebih memahami tentang setiap generasi dan pendekatan masing-masing generasi menyelesaikan permasalahan. Acara lain, "Elevate Women", menampilkan para pemimpin wanita serta kisahnya yang menginspirasi, serta "Ngobrol Sore Semaunya" menghadirkan pembicara tepercaya untuk membahas berbagai topik yang sedang ramai dibicarakan.

Sejak peluncurannya, CXO Media telah menumbuhkan audiensnya menjadi lebih dari 580 ribu *subscriber*. Tim mereka telah berkembang dari 18 orang yang hanya mengerjakan 5 program menjadi hampir 100 orang yang menangani lebih dari 20 program.



**Bisnis:** Jenis bisnis yang disertakan dalam analisis dibedakan menurut pernyataan. Survei Bisnis mengumpulkan pendapat dari berbagai bisnis di Indonesia yang memanfaatkan channel YouTube; bisnis yang beriklan di YouTube; dan bisnis yang memanfaatkan YouTube untuk keperluan lain, misalnya pelatihan staf. Kelompok-kelompok ini tidak saling terpisah, dan bisnis tertentu bisa jadi tergolong dalam dua atau lebih kategori ini.

**Kreator:** Orang yang mengunggah satu atau lebih video dengan topik apa pun di YouTube, baik yang sudah memperoleh pendapatan maupun belum.

**Kreator yang memperoleh penghasilan dari YouTube:** Kreator konten yang dibayar secara langsung oleh YouTube (misalnya dari iklan, YouTube Premium, Channel Memberships, Super Chat, atau cara lain untuk mendapat penghasilan).

**Pekerjaan setara purnawaktu:** Pekerjaan setara purnawaktu (FTE) mewakili jumlah pekerjaan yang setara dengan seseorang yang bekerja secara purnawaktu. Contohnya, satu FTE bisa mewakili seorang kreator yang menghasilkan uang dari YouTube dengan mengerjakan channel mereka selama 35 jam dalam seminggu. Atau bisa mewakili dua kreator yang masing-masing bekerja selama 17,5 jam dalam seminggu dan memperoleh penghasilan dari YouTube.

**Industri Media:** Meliputi Penyedia Siaran dan Konten, Stasiun Siaran Radio, Stasiun Siaran Televisi, Layanan Distribusi Streaming Media, Jejaring Sosial, dan Penyedia Jaringan Media dan Konten Lain.

**Industri Musik:** Termasuk Penerbit Musik, Studio Rekaman Suara, Rumah Produksi dan Distribusi Rekaman, Industri Rekaman Suara Lainnya, Grup Musik, dan Seniman Musik.

**Shorts:** YouTube Shorts merupakan sarana browsing, menonton, dan membuat video format pendek (60 detik atau kurang) dari ponsel.

**Usaha Kecil dan Menengah (UKM):** Untuk keperluan laporan ini kami mendefinisikan UKM sebagai bisnis yang memiliki kurang dari 100 karyawan.

**Pengguna:** Orang yang menonton konten video di YouTube dengan berbagai tujuannya, paling tidak sekali dalam sebulan.

**Ekosistem Kreatif YouTube:** YouTube mendukung ekosistem tempat kreator memperoleh penghasilan di dalam maupun di luar platform YouTube. Ekosistem ini juga mencakup karyawan dari kreator, serta bisnis dan pekerja lepas dalam rantai pasokan mereka yang memperoleh sebagian besar penghasilan mereka dari kreator.

## Jenis kreator seperti apa yang termasuk dalam pemodelan ekonomi?

### Jenis kreator seperti apa yang termasuk dalam pemodelan ekonomi?

Model Oxford Economics mencakup kreator yang memperoleh penghasilan dari YouTube. Kreator ini secara khusus didefinisikan sebagai individu atau bisnis dengan paling tidak 10.000 subscriber pada channel terbesar mereka, begitu juga kreator yang memiliki lebih sedikit subscriber, yang memperoleh uang secara langsung dari YouTube, memperoleh uang dari sumber lain untuk video YouTube mereka, atau mempekerjakan orang lain secara permanen untuk mendukung aktivitas YouTube mereka. Oxford Economics juga memodelkan dampak perusahaan media dan perusahaan musik.

### Bagaimana cara Oxford Economics memperkirakan kontribusi PDB dari ekosistem kreatif YouTube?

Pembayaran total dari YouTube pada tahun 2022 diperkirakan menggunakan hasil dari survei terhadap konten kreator YouTube yang berbasis di Indonesia dan informasi yang dipublikasikan tentang pendapatan industri musik. Pendapatan dari luar platform diperkirakan dari tanggapan survei kreator dan bisnis.

Oxford Economics memperkirakan kontribusi PDB langsung dari kreator yang memperoleh penghasilan dari YouTube dengan mengurangi biaya perantara dari pendapatan yang berhubungan dengan aktivitas YouTube (pendekatan “produksi”). Kontribusi PDB langsung dari perusahaan musik dan media diperkirakan dengan menerapkan rasio PDB:output standar berdasarkan perkiraan pendapatan.

Oxford Economics kemudian menggunakan model “input-output”—pada dasarnya, tabel yang memperlihatkan siapa membeli apa, dan dari siapa, dalam ekonomi—untuk memperkirakan dampak rantai pasokan (tidak langsung) dan pengeluaran pekerja (terimbas). Model untuk Indonesia diturunkan dari Model Dampak Global Oxford Economics, yang selanjutnya didasarkan pada data OECD.

Hasilnya disajikan menggunakan perhitungan kasar; dengan kata lain, perhitungan tersebut tidak mempertimbangkan sumber daya yang digunakan oleh kreator konten atau sumber daya yang didorong oleh pengeluaran mereka sebagai alternatif untuk digunakan.

### Bagaimana cara Oxford Economics memperkirakan pekerjaan total yang didukung oleh YouTube?

Pekerjaan setara purnawaktu (FTE) yang didukung di antara para kreator konten yang memperoleh penghasilan dari YouTube diperkirakan dari tanggapan survei yang berhubungan dengan jumlah jam per minggu yang dihabiskan untuk mengelola YouTube. Oxford Economics hanya menyertakan tanggapan dari kreator yang memperoleh penghasilan dari YouTube yang menghabiskan minimal delapan jam per minggu untuk mengelola YouTube.

Oxford Economics juga mengestimasi pekerjaan FTE yang berhubungan dengan karyawan tetap dan mitra dari kreator yang memperoleh penghasilan dari YouTube, dengan memanfaatkan hasil survei. Pekerjaan yang didukung oleh perusahaan media dan musik, serta melalui dampak tidak langsung dan terimbas untuk semua jenis kreator, diperkirakan dengan menggunakan asumsi produktivitas terhadap hasil PDB.

**Catatan:** Studi kasus yang disajikan dalam dokumen ini disediakan oleh YouTube.

## Tentang Oxford Economics

Didirikan pada tahun 1981, Oxford Economics telah menjadi salah satu perusahaan konsultan global independen terkemuka di dunia, yang menyediakan laporan, prakiraan, dan alat analitis di lebih dari 100 industri, 200 negara, dan 8.000 kota serta wilayah.

Berkantor pusat di Oxford, Inggris, dengan kantor wilayah di New York, London, Frankfurt, dan Singapura, Oxford Economics mempekerjakan 450 staf, termasuk 300 ahli ekonomi profesional, pakar industri, dan editor bisnis.

Sebagai penasihat utama bagi pembuat keputusan dan pemimpin di perusahaan, bidang finansial, dan pemerintahan, basis klien kami terdiri dari lebih dari 2.000 organisasi internasional, termasuk perusahaan terkemuka, institusi keuangan, badan pemerintahan, asosiasi perdagangan, universitas terkemuka, konsultan, dan lembaga think tank.

