

Kontribusi untuk Pembangunan Manusia dan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Ekosistem kreatif YouTube memberikan dampak positif di berbagai industri di Indonesia, termasuk sektor UMKM, pendidikan, media, musik, dan ekonomi kreatif.



IDR 7.4 T+

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

400,000+

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

Memajukan UKM di Indonesia

Pemilik UKM (Usaha Kecil dan Menengah) di Indonesia dapat menggunakan YouTube untuk menjangkau dan mengembangkan basis audiens mereka. YouTube dapat digunakan untuk membangun *brand*, memberikan pelatihan gratis untuk karyawan, dan mempercepat pertumbuhan bisnis.

78%

Menjangkau Pelanggan Baru

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

76%

Meningkatkan Pendapatan

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

Edukasi yang berkualitas bagi semua kalangan

Jutaan masyarakat Indonesia berkesempatan untuk belajar keterampilan baru melalui YouTube, mulai dari siswa yang ingin melengkapai ilmu yang didapatkan di sekolah, hingga orang dewasa yang ingin mengeksplor hobi dan minat baru.

76%

Kesempatan Belajar yang Setara

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

80%

Mengurangi Kesenjangan Pendidikan

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

@ArsitektourIndonesia

Arsitektour Indonesia merupakan *channel* yang berfokus di ranah properti, arsitektur, desain interior, dan anggaran bangunan. *Channel* ini dibentuk oleh Hilman Ferdinand, Gibran Sani, dan Arga Putra dengan berbekal pengalaman 15 tahun di dunia konstruksi dan media. *Channel* ini telah membantu mereka dalam mengembangkan bisnis dengan mempromosikan perumahan yang mereka bangun kepada audiens. Mereka memperkirakan kenaikan pendapatan sekitar 75% karena aktivitas promosi di YouTube. 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.



Wadah bagi industri kreatif untuk berkembang

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.



Sumber Pendapatan Utama

86% kreator yang memperoleh penghasilan dari YouTube setuju bahwa pendapatan yang mereka terima dari iklan yang dipasang di konten YouTube mereka merupakan sumber pendapatan penting bagi mereka.



Membuka Peluang Baru

81% kreator yang memperoleh penghasilan dari YouTube setuju bahwa YouTube telah menghadirkan peluang di daerah setempat mereka.



Komunitas YouTube yang erat mendorong sekaligus menantang saya untuk terus berkreasi dan membagikan konten resep masakan yang dapat digunakan masyarakat Indonesia untuk usaha rumahan atau dikonsumsi sendiri.

— Devina Hermawan



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.



Terhubung dengan Audiens Baru

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



Sumber Pendapatan Utama

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

@CXOMedia

CXO Media merupakan media terbaru di Transmedia yang berfokus untuk 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. 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.



Akseleran pertumbuhan industri musik

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.



Memperkenalkan Musisi atau Musik Baru

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



Menjangkau Audiens yang Lebih Luas

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

@tamiaulia

Tami Aulia adalah kreator musik yang memulai *channel*-nya di tahun 2019 untuk mengunggah video *cover* musik yang ia buat. *Cover*-nya atas lagu "Waktu yang Salah" milik Fiersa Besari mencapai 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, seperti Brontok Record yang kini bekerja sama dengannya untuk merilis albumnya sendiri.

