



# Strategi Membangun Channel Artis

**Channel Artis Resmi (OAC)** adalah platform utama bagi penggemar dan pendengar baru untuk menemukan segala sesuatu tentang Anda, mulai dari musik, brand, eksistensi, hingga komunitas Anda di YouTube.

## Bangun Eksistensi

Dengan lebih dari 2 miliar penonton login yang menonton video musik di YouTube setiap bulannya, **channel Anda berpeluang untuk menjangkau audiens yang sangat luas, sekaligus membangun hubungan yang erat dan bermakna dengan penggemar setia.**

**2 M+**

Penonton yang Login Menonton Video Musik Setiap Bulannya

## Kenapa Perlu Channel Artis Resmi?

OAC menyatukan semua karya Anda dan memudahkan interaksi dengan audiens. **Semua subscriber dikumpulkan** dalam satu channel yang bisa dikelola oleh Anda, perusahaan label, atau manajer Anda. OAC ditandai dengan **ikon Not Musik** di samping nama channel dan dibuat dari channel YouTube yang sudah ada.

Kalau channel Anda belum terdaftar sebagai Channel Artis Resmi, [lihat caranya di sini](#)

### Sesuaikan Channel

#### MEMULAI PENYIAPAN

1. Login ke YouTube Studio
2. Dari menu kiri, pilih Penyesuaian
3. Akan terlihat tiga tab:
  - Informasi Dasar
  - Branding
  - Tata Letak

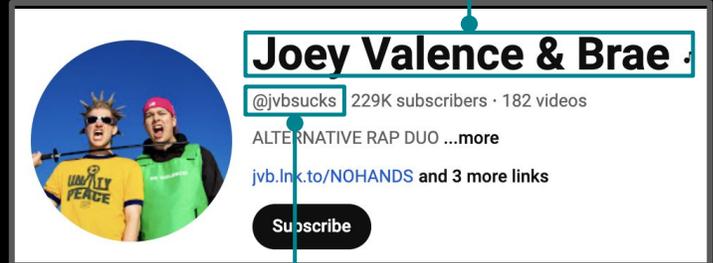
Mari kita bahas apa saja pertimbangan saat menyiapkan setiap bagian ini.



## Informasi Dasar

### Nama Channel

Nama channel akan membantu penggemar menemukan channel resmi atau video resmi Anda di hasil penelusuran dan seluruh YouTube. **Sebaiknya gunakan nama artis atau nama band resmi Anda.** Pastikan penggunaan huruf kapital dan spasi konsisten dengan judul video resmi, serta hindari embel-embel seperti 'Official', 'TV', 'Channel', 'YouTube', 'Music', atau 'Productions' pada nama channel.



### Nama Sebutan Channel

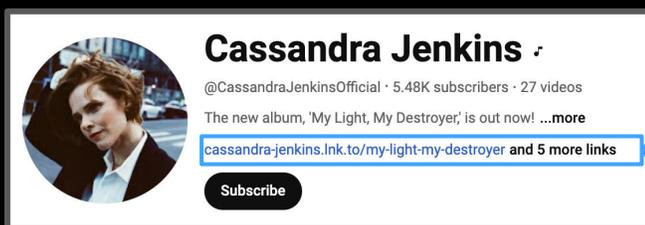
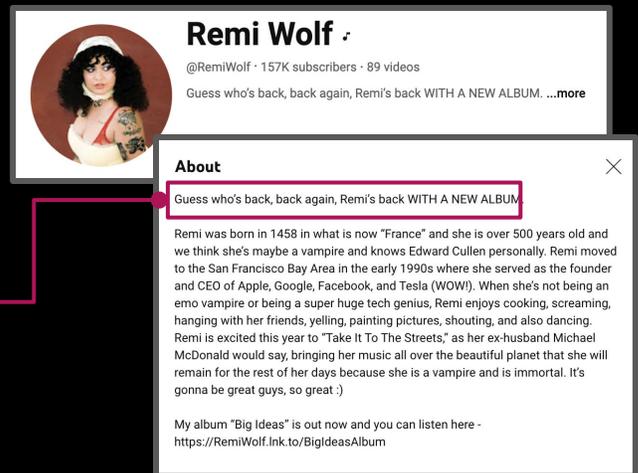
Nama sebutan adalah ID channel unik dan singkat yang bisa berbeda dari nama channel. Nama channel biasanya digunakan untuk menemukan video dan channel, sedangkan nama sebutan bisa digunakan untuk mencari konten secara spesifik di seluruh YouTube, termasuk di feed Shorts dan kolom komentar. [Baca selengkapnya di sini.](#)

**Sebaiknya pilih nama sebutan yang mirip dengan nama channel resmi atau yang konsisten dengan nama di media sosial lain.** Kalau nama yang Anda inginkan sudah diambil orang lain, coba tambahkan kata, frasa, atau lelucon khas brand Anda untuk membuat nama sebutan yang unik. Jangan khawatir, nama sebutan yang berbeda tidak akan memengaruhi peluang video Anda muncul di rekomendasi YouTube.

### Deskripsi

Bagian Tentang di channel adalah tempat untuk memperkenalkan diri Anda. Bagian ini harus menggambarkan sisi personal, sisi kreatif, bahkan selera humor Anda, bukan sekadar biografi seperti di halaman Wikipedia.

- **Baris pertama deskripsi sangat penting karena akan terpampang di header channel.** Gunakan bagian ini untuk menampilkan pesan ajakan (CTA) seperti rilis terbaru, teaser karya mendatang, atau pengumuman penting lainnya.
- Perbarui bagian ini secara berkala agar selalu relevan dan menarik.
- Perlu diingat, bio Anda sebagai artis juga bisa ditampilkan di berbagai tempat, seperti di halaman penelusuran YouTube, channel pribadi, dan di YouTube Music.



### Link

Anda bisa menambahkan hingga 14 link di tab Tampilan utama channel. Namun, pastikan semua link mematuhi [kebijakan link eksternal](#) YouTube. Link pertama akan ditampilkan secara jelas dan utuh di dekat tombol Subscribe di Channel Artis Resmi Anda. Link lainnya akan terlihat ketika audiens mengklik opsi untuk melihat lebih banyak link atau membuka bagian Tentang.

**Banyak artis yang memanfaatkan visibilitas ini untuk mencantumkan link ke Linktree, situs resmi, atau platform media sosial lain yang ingin dipromosikan.**

## Branding

### Banner

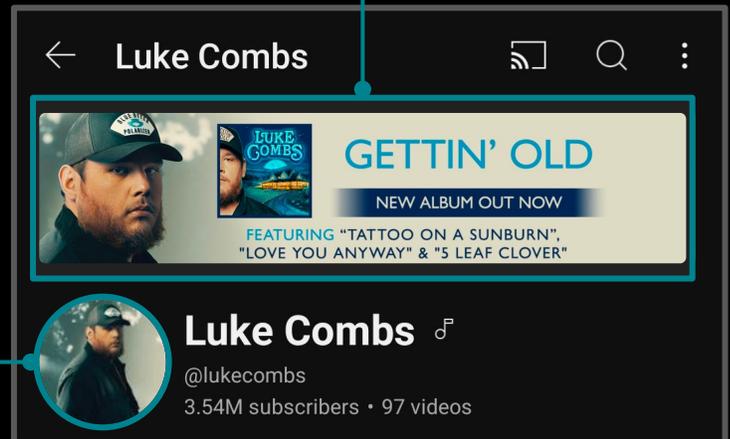
Banner atau header channel adalah gambar besar di bagian atas halaman channel. Selain sebagai elemen visual yang menarik, banner ini juga memiliki fungsi tersendiri.

- **Gunakan banner untuk mempromosikan rilis yang akan datang, mengumumkan jadwal tur, atau menampilkan merchandise Anda.**
- Pastikan desain banner konsisten dengan ikon channel dan profil media sosial lainnya untuk menciptakan tampilan yang serasi dan profesional di seluruh platform.

### Foto

Foto profil, disebut juga avatar atau ikon channel, adalah representasi visual Anda di YouTube. Foto ini akan ditampilkan di samping nama channel saat Anda muncul di hasil penelusuran atau bagian komentar.

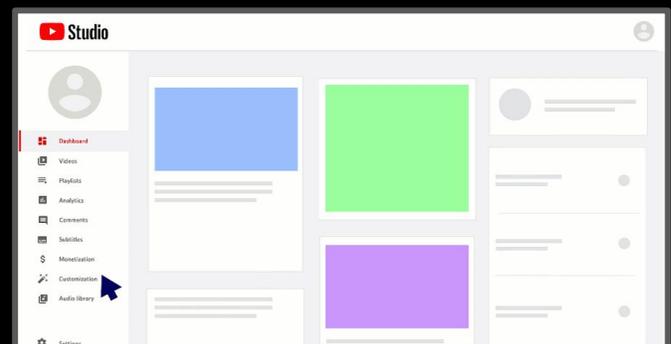
- **Pilih foto yang konsisten dan mudah dikenali, yang Anda gunakan di media sosial lainnya. Konsistensi akan membantu memperkuat identitas brand dan memudahkan penggemar mengenali Anda.**



## Tata Letak Channel

### Bagian Channel

Melalui bagian channel atau galeri, Anda bisa mengatur video, playlist, atau konten lain yang ingin ditampilkan dan ditonjolkan di halaman Channel Artis Resmi. Bagian ini ada di bawah video unggulan sehingga audiens bisa menjelajahi konten Anda dengan cepat. Selain itu, Channel Artis Resmi juga menyediakan lebih banyak opsi tata letak channel.



Selain **bagian channel standar**, Anda juga bisa menambahkan tab berikut ini ke Channel Artis Resmi

#### Rilis

Bagian Rilis adalah tab yang dibuat secara otomatis oleh YouTube dan menampilkan semua rilis resmi Anda. Di sini audiens bisa dengan mudah menemukan semua musik Anda langsung di satu tempat.

#### Video, Shorts & Live

Tab Video, Shorts, dan Live secara otomatis menampilkan semua konten terbaru berdasarkan formatnya masing-masing di Channel Artis Resmi anda. Kalau Anda tidak membuat konten dalam format tertentu, tabnya hanya akan muncul ketika ada konten aktif yang sesuai.

#### Bagian Channel Standar

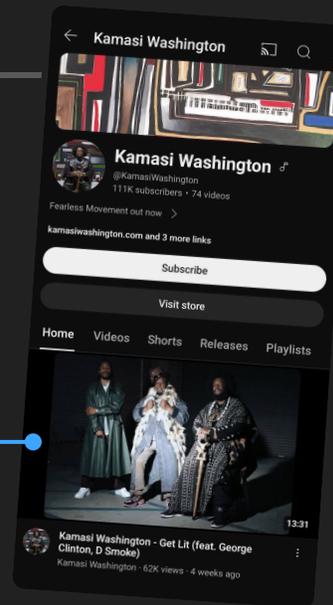
Di bagian channel standar, Anda bisa mengatur halaman beranda dengan maksimal 12 bagian khusus. Bagian ini biasanya digunakan untuk menampilkan playlist pilihan, tapi bisa juga untuk menyoroti video tertentu, beberapa playlist, konten khusus pelanggan, channel unggulan, bagian "Untuk Anda", dan banyak lagi.

## Tata Letak Channel (Lanjutan)

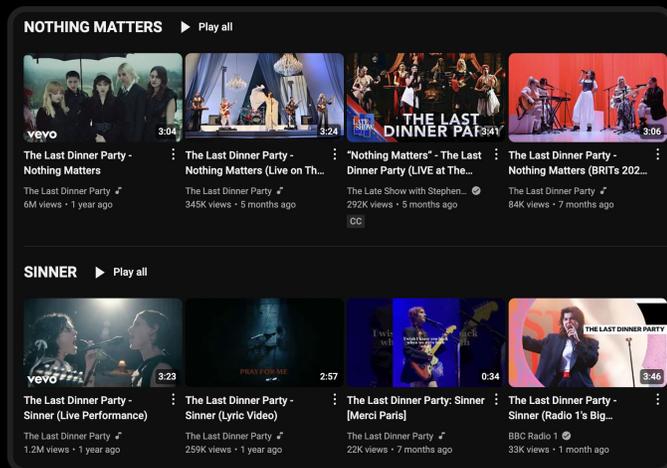
### Sorotan Video

Di sorotan video, Anda bisa memilih video yang akan ditampilkan di bagian atas Channel Artis Resmi, termasuk video yang bukan dari channel Anda sendiri.

- **Prioritaskan video** yang relevan dengan **karya terbaru** Anda.
- Untuk penyesuaian lebih lanjut, Anda juga bisa mengatur agar video yang ditampilkan berbeda untuk pengunjung baru dan subscriber.



### Penyiapan Studio Lainnya



**The Last Dinner Party** membuat playlist untuk menampilkan video-video yang berkaitan dengan satu lagu tertentu, termasuk video yang diupload oleh pihak ketiga. Playlist ini kemudian ditambahkan ke bagian channel mereka untuk meningkatkan visibilitas.

### Playlist

**Playlist** adalah salah satu sumber **traffic terbesar untuk penayangan musik di YouTube**. Dengan playlist, konten bisa diatur dan diseleksi dengan rapi agar lebih mudah diakses oleh pengguna, sehingga waktu tonton pun ikut meningkat.

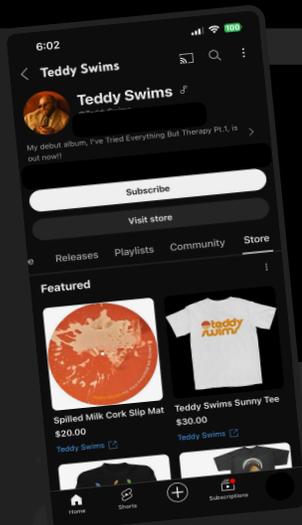
- **Sebaiknya atur dan sesuaikan konten milik Anda sendiri dalam bentuk playlist, serta perbarui secara berkala.**
- **Coba buat playlist untuk mengelompokkan konten menurut kategorinya, seperti wawancara, konten tur, konten spesifik per album, konten orisinal, dan lainnya.**
- Anda bisa membuat playlist yang berisi video dari channel lain, termasuk konten yang diupload fans, live performance, dan kolaborasi.
- Ingin playlist lebih mudah ditemukan? Tambahkan link playlist ke deskripsi video agar audiens yang tertarik bisa langsung mulai menonton video di playlist itu.

### Akses Playlist dengan Membuka:

YouTube Studio → Konten → Playlist

### Toko Channel

Melalui YouTube Shopping, artis yang memenuhi syarat bisa mempromosikan produk dan merchandise dari tokonya sendiri di YouTube. **Setelah toko dihubungkan ke channel, Anda bisa mengakses tab Toko**, galeri produk, dan fitur pemberian tag pada produk. Baca selengkapnya cara menghubungkan merchandise ke Channel Artis Resmi [di sini](#).



## Strategi untuk Video

### Meningkatkan Daya Tarik Video dengan Judul dan Thumbnail

Video adalah elemen penting dari strategi Anda sebagai artis di YouTube. Karena itu, judul dan thumbnail perlu dioptimalkan **agar video terlihat menarik sekaligus konsisten dengan brand Anda sebagai artis**. Anda bisa mengubah keduanya pada saat proses upload video. Meski ada banyak faktor yang memengaruhi performa video, judul dan thumbnail memegang peran yang sangat besar dalam menarik perhatian penonton. Dua elemen inilah yang pertama dilihat calon penonton sebelum memutuskan untuk menonton video. Kali ini kita akan fokus pada video panjang saja, karena video Shorts memerlukan pendekatan yang berbeda dalam hal penyajian.

#### Judul

Judul ditampilkan tepat di bawah thumbnail di seluruh YouTube sehingga harus akurat dan ringkas. **Kata kunci yang paling penting untuk penelusuran musik adalah nama artis dan judul lagu, jadi pastikan keduanya ada di awal judul video**. Selain itu, mencantumkan jenis konten (misalnya, "Video Musik Resmi") memastikan penggemar tahu konten yang akan ditonton sebelum mengkliknya.

Konsistensi judul sangat penting, termasuk penggunaan huruf kapital dan tanda baca. **Formatnya tidak harus baku, tapi pastikan gayanya sesuai dengan brand Anda dan konsisten di semua video**.

#### Nama Artis - Judul Lagu (Format)

- Video Musik Resmi
- Audio Resmi
- Visualizer
- Video Lirik
- Di Balik Layar

Video Musik Resmi atau Visualizer	Pilih gambar berkualitas tinggi yang menarik
Audio Resmi	Tampilkan gambar album
Video Lirik	Sertakan teks yang penting
Di Balik Layar	Tunjukkan foto-foto candid, yang umumnya memperlihatkan perlengkapan produksi konten

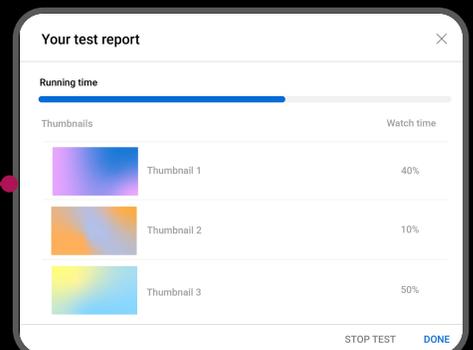
#### Thumbnail

Ibarat baliho konten Anda, thumbnail yang menarik bisa memancing klik dari penonton sekaligus memberi gambaran tentang isi video. **Tentukan aspek yang ingin Anda tonjolkan dan jadikan fokus utama thumbnail. Gunakan gambar yang menarik dengan kontras tinggi, tapi jangan terlalu ramai. Pastikan juga thumbnail tetap sesuai dengan brand Anda supaya mudah dikenali.**

**TIPS:** Pantau metrik **Rasio Klik-Tayang** di YouTube Analytics untuk mengetahui seberapa efektif judul dan thumbnail video dalam menarik penonton agar mengklik konten Anda.

#### Ingin Strategi Thumbnail yang Lebih Efektif?

**Manfaatkan fitur Pengujian & Perbandingan Thumbnail.** Dengan fitur ini Anda bisa mengupload hingga tiga thumbnail berbeda untuk video yang sama. Ketiganya akan diuji coba kepada audiens untuk membantu Anda menemukan opsi yang paling efektif. Cara ini lebih canggih dibandingkan pengujian A/B biasa karena Anda bisa menguji hingga tiga opsi sekaligus. Lakukan uji coba ini pada sebagian kecil video untuk mengumpulkan data awal dan mempelajari hasilnya, sebelum menerapkannya pada video baru.



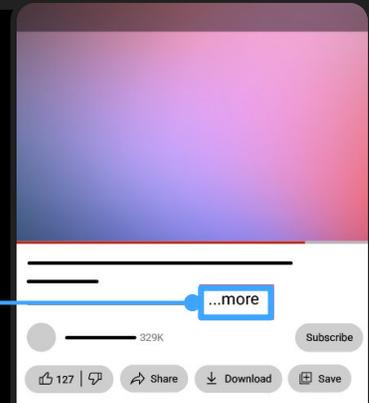
## Strategi untuk Video (Lanjutan)

### Deskripsi

**Deskripsi memberikan gambaran tentang isi video Anda kepada algoritma YouTube dan penonton.** Deskripsi terdiri dari dua bagian: yang dilihat oleh penonton sebelum mengklik "Tampilkan lebih banyak" di desktop atau "Selengkapnya" di perangkat seluler, dan yang mereka lihat setelahnya.

**Manfaatkan ruang sebelum tombol "Tampilkan lebih banyak" untuk menulis pesan ajakan (CTA).**

Sisanya bisa Anda isi dengan ringkasan video, lirik lagu, jadwal tur, ucapan terima kasih untuk kolaborator, dan link ke media sosial. Anda juga dapat menambahkan hingga tiga hashtag di atas judul video untuk meningkatkan visibilitas di hasil penelusuran.



**TIPS:** Sebaiknya perbarui deskripsi video lama yang masih banyak ditonton dengan menambahkan pesan ajakan (CTA) untuk mengarahkan penonton ke rilis terbaru, tur yang sedang berjalan, rilis merchandise, dll.



## Panduan, Bukan Aturan

Semua panduan terkait video di atas didasarkan pada hasil pengamatan kami tentang cara-cara yang efektif di YouTube, dan bukan aturan mutlak yang wajib Anda ikuti. **Video dan channel adalah cerminan dari karya dan kreativitas Anda sehingga harus mewakili diri Anda secara autentik.**

### Simak Strategi Sejumlah Artis yang Sukses di YouTube

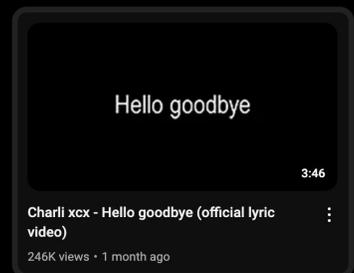


## 01 ZENTYARB

ZENTYARB menambahkan tanggal sebagai fokus utama dalam thumbnail teaser resminya. Strategi ini **memberi tahu audiens bahwa video ini adalah cuplikan untuk rilis mendatang dan juga membantu membangun antusiasme mereka.**

## 02 Charli XCX

Charli selalu menggunakan gaya yang sama untuk semua thumbnail dan judul videonya. Dia **sengaja menggunakan huruf kecil semua untuk menjelaskan format video pada judul, dan pilihan gaya ini terbukti efektif karena konsisten diterapkan di semua upload.** Untuk strategi thumbnail-nya, Charli menggunakan teks putih buram dengan latar belakang hitam polos di video lirik terbaru. Meski sederhana, strategi ini cukup unik dan berani, mampu menarik perhatian penonton, dan cocok dengan branding albumnya secara keseluruhan.



## 03 Caroline Polachek

Thumbnail yang efektif bisa memberi tahu audiens tentang isi video tanpa perlu membaca judulnya. Caroline Polachek **menggunakan gambar buram seperti dilihat dari jendela bidik untuk menunjukkan bahwa video itu berisi konten di balik layar.** Strategi ini sesuai dengan tema kontennya dan mendorong interaksi penonton.

## Ingin Referensi Lain untuk Artis?

DAPATKAN PLAYBOOK PRAKTIK TERBAIK TERBARU DAN BACA KISAH SUKSES ARTIS DI SITUS KAMI →