

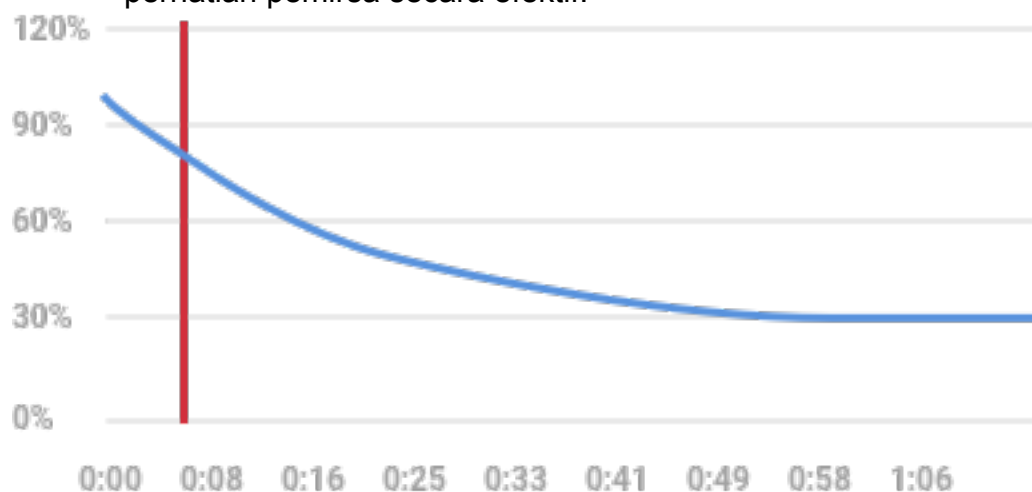
## YouTube Analytics: 15 metrik penanda channel siap di-monetize



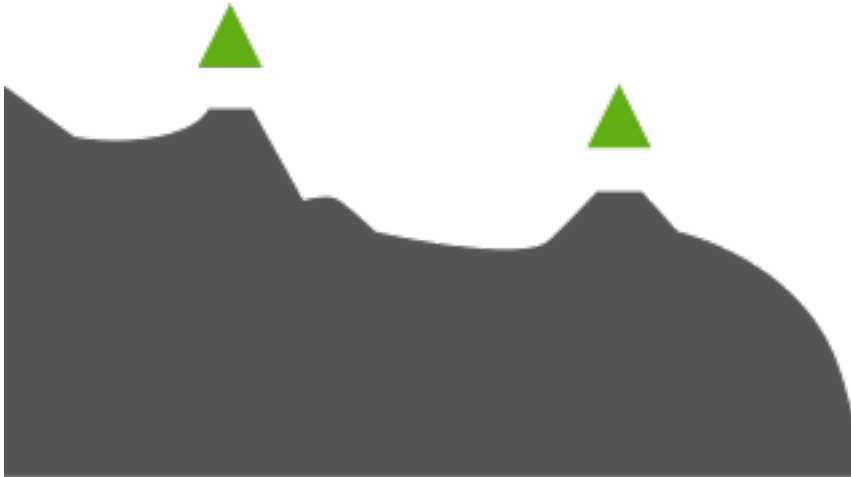
Bukan rahasia lagi jika video merupakan format konten paling efektif untuk meluncurkan campaign. Jauh lebih efektif dibandingkan teks dan gambar. Hal ini diperkuat dengan peringkat YouTube sebagai media penelusuran terbesar kedua setelah Google. Inilah alasan kenapa semakin banyak pebisnis mulai bermanuver membangun channel YouTube sebagai media campaign perusahaan. Pelajari 15 metrik berikut ini sebagai indikator channel siap di-monetize.

1. **Watch Time.** Watch Time adalah jumlah total menit yang dihabiskan pemirsa untuk menonton video Anda. Ini adalah metrik utama karena YouTube meningkatkan video dan channel dengan watch time yang lebih tinggi di hasil penelusuran dan bagian rekomendasi mereka. Alasan YouTube melakukan ini karena semakin banyak waktu tonton video, semakin menarik algoritmanya.
2. **Average Percentage Viewed.** Average Percentage Viewed adalah rata-rata persentase setiap video yang ditonton pemirsa. Metrik ini mengukur kemampuan video Anda untuk menarik perhatian pemirsa keseluruhannya. Ketika YouTube menyadari video Anda dapat menarik perhatian orang, mereka akan memberinya penghargaan dengan peringkat pencarian dan rekomendasi yang lebih tinggi.

3. **Average View Duration.** Average View Duration adalah total waktu tonton video Anda dibagi dengan jumlah total pemutaran video, termasuk pemutaran ulang. Metrik ini mengukur kemampuan video Anda untuk melibatkan pemirsa. Jika video Anda dapat melibatkan pemirsa, durasi penayangan rata-rata Anda dan waktu tonton total akan meningkat pada saat yang bersamaan, meningkatkan peringkat pencarian dan rekomendasi.
4. **Audience Retention.** Audience Retention menunjukkan persentase pemirsa yang menonton dan meninggalkan video Anda di setiap momen video. YouTube meningkatkan video dengan retensi pemirsa yang tinggi dalam peringkat dan rekomendasi pencarian mereka karena video ini dapat menarik perhatian pemirsa secara efektif.



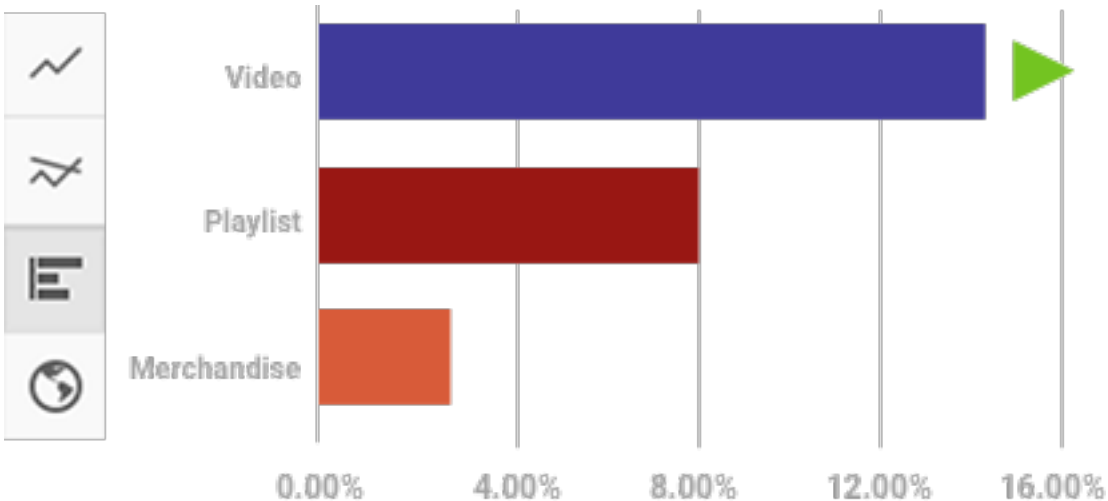
1. Terdapat dua grafik dalam Audience Retention YouTube: kurva retensi absolut dan kurva retensi relatif. Kurva retensi absolut menunjukkan seberapa baik video mempertahankan pemirsa. Sedangkan kurva retensi relatif menunjukkan seberapa baik salah satu video Anda mempertahankan pemirsa dibandingkan dengan semua video YouTube lain dengan durasi yang sama.
5. **Re-watches.** Re-watches adalah berapa kali pemirsa menonton kembali bagian-bagian tertentu dari video Anda. Jika banyak orang menonton ulang bagian tertentu dari sebuah video, maka kemungkinan mereka tertarik dengan topik yang diangkat video selama momen tadi. Topik-topik ini dapat menjadi andalan untuk strategi video Anda di masa depan.



6. **Engagement.** Komentar, share, like, dan dislike memberikan banyak data kualitatif berharga kepada pemasar. Komentar dapat memberikan gambaran yang jelas tentang efek emosional video terhadap pemirsa. Share dapat mengukur seberapa banyak pemirsa menghargai konten dan brand Anda. Like dan dislike dapat membantu Anda menentukan topik video apa yang paling berhasil dengan target pemirsa.
7. **Impressions Click-Through Rate.** Metrik ini mengukur kemampuan video dalam mendorong orang untuk menontonnya setelah melihatnya di beranda, bagian rekomendasi, atau bagian trending. CTR yang tinggi mengindikasikan bahwa judul Anda sangat menarik dan topik video mampu menjangkau banyak pemirsa yang relevan di YouTube.

Video	Impressions click-through rate ⓘ	Average percentage viewed ⓘ
Video A My awesome YouTube movie 2017	12.43%	2.4%
Video B YouTube's new impression data review	4.81%	71%

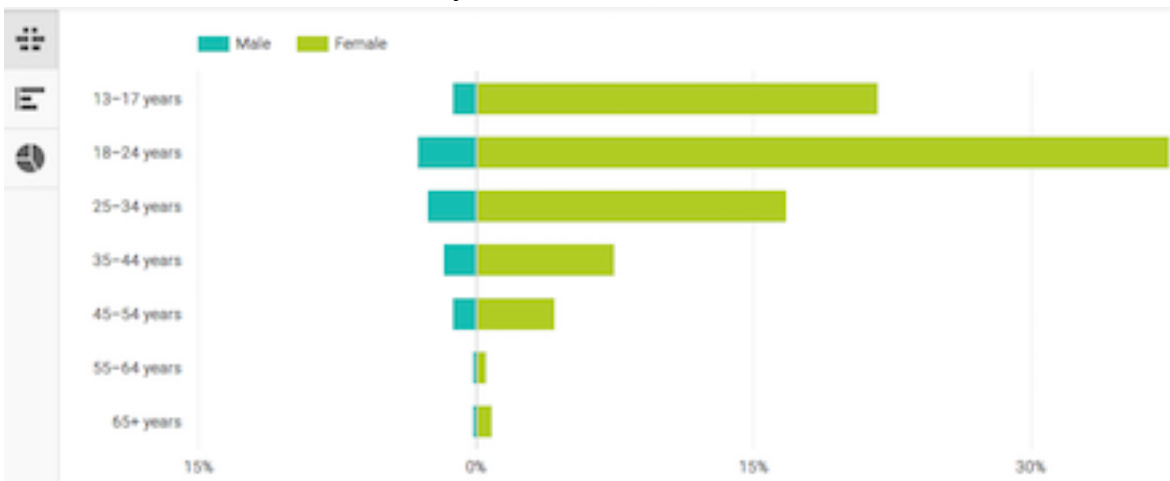
8. **Card Click-Through-Rate.** Card adalah panel slide-in yang mendorong orang untuk melakukan tindakan yang diinginkan selama video seperti menonton video lain, berlangganan channel, atau mengklik website lain. Card Click-Through-Rate memberi tahu tindakan mana yang disukai oleh pemirsa saat menonton video Anda. Anda menempatkan card yang paling menarik di setiap video sehingga berpotensi meningkatkan waktu tonton, pertumbuhan pelanggan, atau lalu lintas website.



9. **Playlist Engagement.** Playlist adalah metode untuk mengatur video Anda dengan cara yang mudah dicerna. Trik ini membantu pemirsa lebih mudah mengonsumsi video tentang topik favorit mereka dan mendorong mereka untuk terus menonton, di mana hal ini akan meningkatkan Watch Time untuk channel Anda.
10. **Unique Viewers.** Unique Viewers adalah perkiraan jumlah individu yang menonton video Anda selama jangka waktu tertentu. Metrik ini sangat membantu untuk memahami ukuran sebenarnya dari audiens Anda.
11. **Views Per Unique Viewers.** Views Per Unique Viewers adalah berapa kali pemirsa rata-rata menonton video Anda. Metrik ini memberi informasi jika orang terus menonton ulang video Anda. Topik video dengan banyak Views Per Unique Viewers juga bisa menjadi topik konten yang paling populer. Jika Anda meliputnya lebih banyak, Anda dapat menghasilkan lebih banyak view, watch time, dan subscriber.

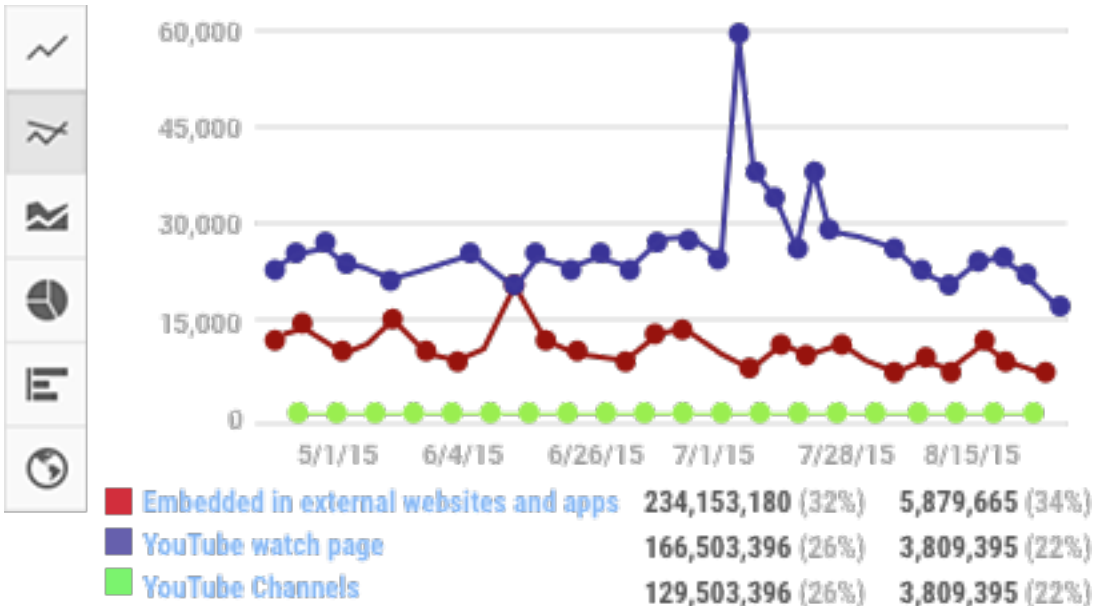


**12. Who's Watching Your Videos.** Dalam laporan demografi YouTube, Anda dapat melihat berbagai jenis orang yang menonton video Anda, disegmentasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, dan geografi. Data ini memberi informasi tentang siapa audiens yang paling terlibat dan siapa target audiens Anda sebenarnya.



**13. Subscriber Growth.** Subscriber adalah penggemar Anda yang paling setia. Subscriber sangat penting bagi channel karena YouTube akan mengirimkan mereka pemberitahuan tentang video baru Anda dan menampilkannya di beranda mereka. Kemungkinan mereka akan melihat video Anda lebih sering, hal ini membantu menghasilkan lebih banyak view. Subscriber juga menonton video dua kali lebih banyak daripada non-Subscriber. Jadi, semakin banyak Subscriber, semakin banyak Watch Time yang akan dihasilkan oleh video Anda.

14. **Traffic Sources.** Referensi eksternal seperti media sosial yang memuat link YouTube Anda termasuk dalam kategori Traffic Sources. Traffic Sources menunjukkan kepada Anda bagaimana pemirsa menemukan video Anda, sumber apa yang menghasilkan paling banyak view dan watch time. Anda dapat menggunakan data ini untuk lebih mengoptimalkan strategi promosi video.



15. **Keywords.** Di YouTube's Search Report (di bawah Traffic Sources Report), Anda dapat melihat kueri paling populer yang mendorong pemirsa menonton video Anda. Pertimbangkan untuk memperbarui video dengan menambahkan kata kunci ke metadata Anda. Jika ada perbedaan mencolok, coba untuk membuat video baru terkait kueri populer ini.

Source:

<https://blog.hubspot.com/marketing/youtube-analytics>

<https://www.pexels.com/>