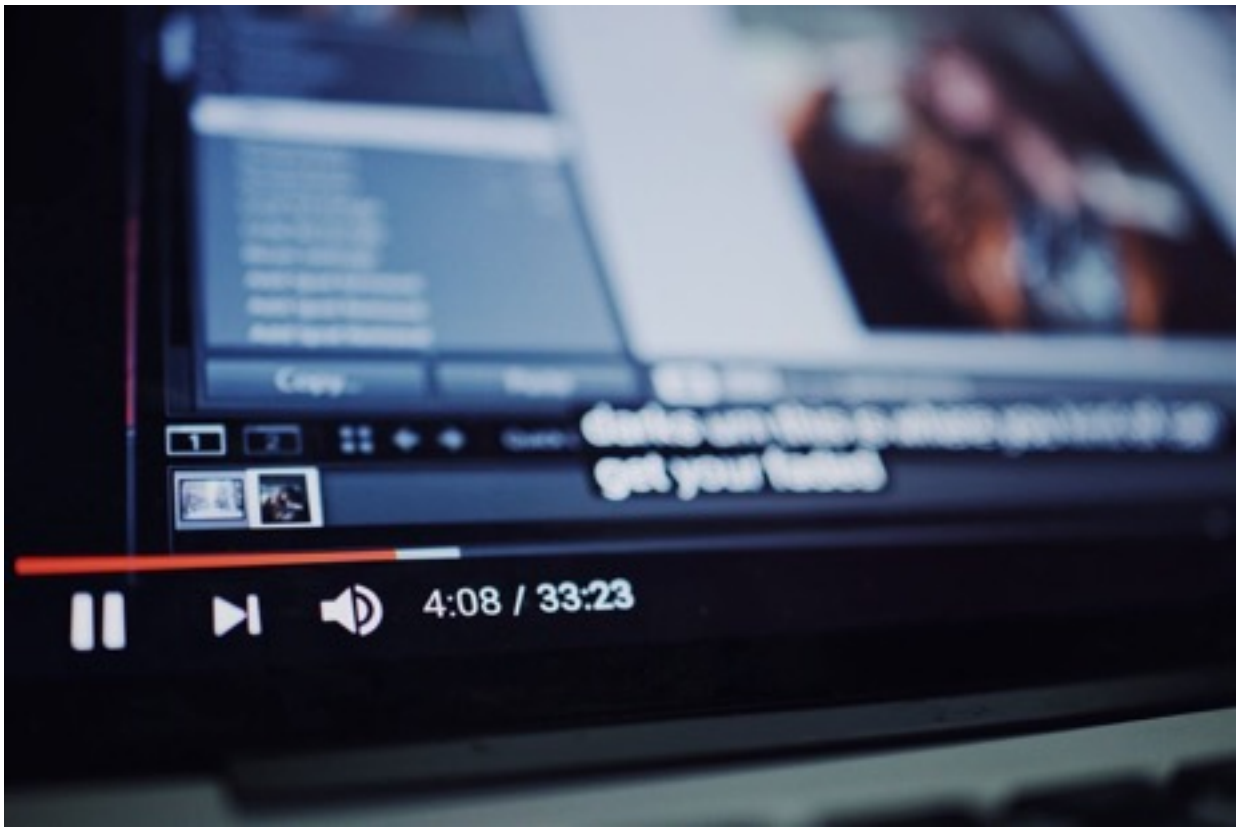


Menyingkap kesuksesan Youtuber dari sisi digital marketing



Kerja sama antara brand dengan para influencer (YouTuber) ibarat simbiosis mutualisme. Itulah alasan semakin banyaknya brand yang mempercayakan promosi produk dan layanan mereka kepada para influencer. Berbekal pengaruh yang dimiliki para YouTuber terhadap para pengikutnya, promosi pun dapat dijalankan secara efektif. Penasaran akan rahasia di balik kesuksesan mereka? Mari kita intip satu per satu.

Influencer marketing berbeda dengan celebrity marketing

Seberapa luas pun jangkauan para YouTuber, mereka tetap menawarkan manfaat pemasaran yang berbeda dibanding para selebriti. Misal, penelitian menunjukkan bahwa selebritas lebih efektif dalam mendorong ingatan daripada kreator konten (84% versus 73%). Hal itu masuk akal karena seleb pada dasarnya sudah terkenal dan lebih mudah membangun ingatan para penggemar.

Di sisi lain, YouTuber lebih unggul dalam membangun keterlibatan merek secara lebih dalam. Jika Anda ingin audiens benar-benar terhubung dan memahami produk, YouTuber 4 kali lebih efektif dalam meningkatkan penguasaan merek dibandingkan dengan selebriti.

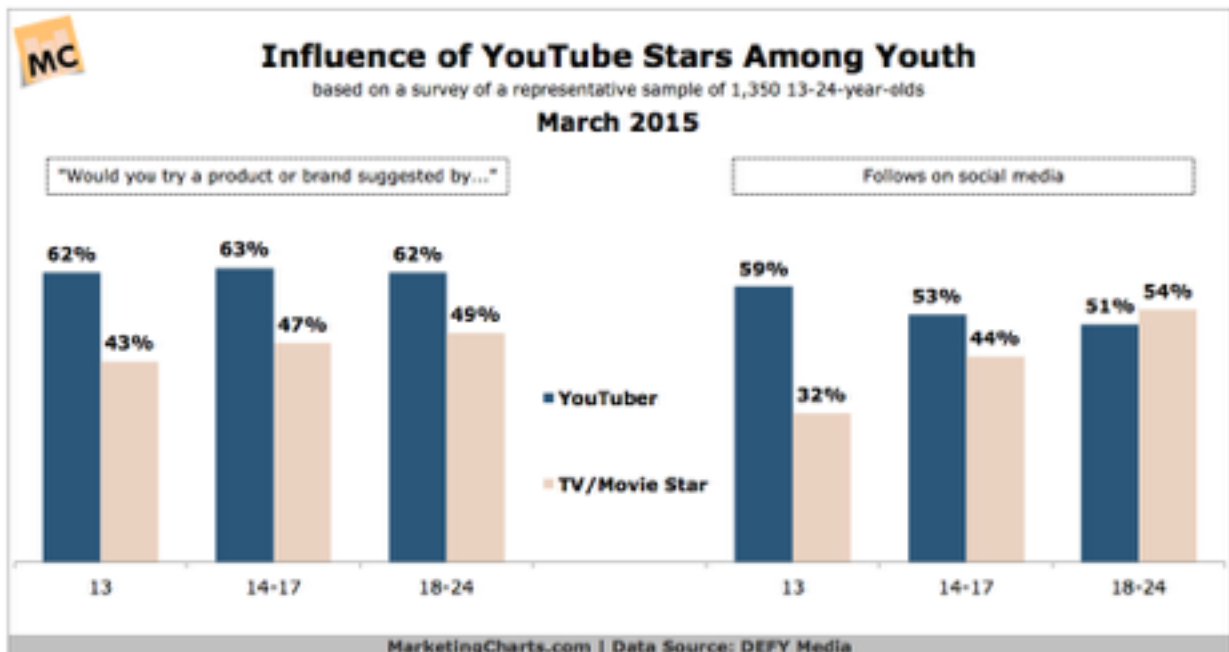


Collaborations with **YouTUBE creators** are **4X** more effective at driving **lift in brand familiarity** than those with celebrities.

Penelitian menunjukkan bahwa influencer sama berpeluangnya dengan seleb untuk mendorong keputusan pembelian. Penggemar merasa sangat terhubung dengan para YouTuber yang mereka cintai. Hal ini berarti bahwa para penggemar percaya apa yang mereka katakan, kemudian memanfaatkan itu untuk rekomendasi merek dan produk.

Beragam jenis produk bekerja sama dengan influencer

Merek kecantikan adalah salah satu yang pertama bergabung dengan para influencer YouTube. Sekitar 86% dari 200 video kecantikan teratas di YouTube dibuat oleh kreator konten, bukan profesional atau merek.



Namun saat ini tak hanya produk kecantikan saja yang memilih bekerja sama dengan para YouTuber. Setidaknya ada sembilan kategori tambahan, termasuk otomotif,

alkohol, makanan ringan, dan mainan. Menariknya, semua kerja sama yang terjadi mengarah pada peningkatan hasil.

“Bagaimana” sama pentingnya dengan “apa”

Apa maksudnya? Celebrity marketing berfokus pada dukungan, sponsorship, dan penempatan produk. Sedangkan influencer marketing lebih fokus pada pemahaman mendalam mengenai produk untuk tujuan pemasaran.

Celebrity marketing and influencer marketing offer fundamentally different benefits for brands.

Penelitian membuktikan bahwa integrasi mendalam dengan para influencer mendorong hasil tertinggi. Materi yang diangkat jauh lebih dalam daripada sekadar penempatan produk dan mereka bekerja lebih efektif. Selain itu, integrasi merek yang lebih sederhana, seperti dukungan produk atau iklan yang menampilkan si pembuat konten, juga menunjukkan hasil positif untuk afinitas merek di semua kategori yang diuji.

Jangan lupa alasan orang menyukai YouTuber

Pemasar sering berasumsi bahwa YouTuber yang hebat adalah versi aspiratif dari target pemirsa mereka, atau minimal mereka seperti seorang selebriti. Nyatanya, tak satu pun dari asumsi tersebut yang benar, inilah bukti bahwa pemasaran selebriti dan influencer sangat berbeda.

Top 5 factors most associated with celebrities or creators:



Misal, ketika selebriti dituntut untuk tampil trendi dan bergaya, konsumen mengharapkan para YouTuber bersikap ramah, lucu, dan terkadang sedikit “konyol”. Hal-hal seperti itulah yang akhirnya membangun kepercayaan audiens. Keakraban ini menciptakan tingkat keintiman yang tampak jauh lebih alami daripada dengan selebriti. Jika YouTuber biasanya mengolok-olok hal-hal yang tidak mereka sukai, maka ketika mereka memuji sesuatu, Anda akan berasumsi bahwa mereka bersungguh-sungguh.

Kesimpulannya, bentuk metode pemasaran baru ini membutuhkan pendekatan yang berbeda. Jika tidak bermain dengan aturan yang benar, maka Anda tidak akan mendapat manfaat penuhnya. Jika brand ingin memanfaatkan peluang pemasaran baru ini, mereka harus menjadi strategis dan terperinci. Bagi mereka yang ingin berinvestasi, jelas bahwa influencer marketing lebih dari sekadar menjanjikan untuk dicoba. Ini adalah bentuk komunikasi yang kuat dan berskala. Sekarang, giliran Anda memutuskan kapan akan memulainya.

Source:

<https://www.thinkwithgoogle.com/advertising-channels/video/youtube-influencer-marketing-rulebook/>
<http://trends.e-strategyblog.com/2015/03/13/influence-of-youtube-stars/24523>
<https://www.pexels.com/>