

KONSEP DASAR YOUTUBE ADS

Kenapa sih harus memakai YouTube Ads?

1. Media sosial nomor 1 di Indonesia (riset dari Niagahoster)
2. Dapat memilih target pasar yang spesifik (jenis kelamin, usia, pendapatan, dll)
3. Dapat ditampilkan keseluruh dunia atau di lokasi tertentu saja

Intinya jika Anda sudah paham dan dapat mengoperasikan YouTube Ads, maka kesempatan penjualan produk Anda akan meningkat.

YouTube Ads memberikan beberapa opsi jenis iklan yang bisa Anda gunakan:

1. **Skippable in-stream Ads**, jenis iklan ini adalah video yang bisa di *skip*/di lewati oleh penonton. Biasanya setelah 5 detik pertama iklan akan muncul tombol "*skip*"
2. **Non-skippable Ads**, jenis iklan yang tidak bisa di *skip* sama sekali. Jenis iklan lagi terbagi lagi menjadi 3 tipe lagi, yakni:
 - **Pre-roll Ads** → iklan yang muncul di awal video dengan durasi 15-20 detik
 - **Mid-roll Ads** → iklan yang muncul di pertengahan video dengan durasi 15-20 detik
 - **Bumper Ads** → iklan yang muncul di awal, pertengahan, dan akhir video. Durasi iklan ini maksimal 6 detik
3. **Discover Ads** → iklan yang muncul di halaman hasil pencarian YouTube, *homepage* YouTube, dan halaman video yang sedang ditonton
4. **Non-video Ads** → iklan ini dapat berupa kartu, gambar, maupun teks. Ada 3 jenis bentuk iklan yang dapat ditampilkan, yakni:
 - **Sponsored Card Ads** → iklan yang muncul ketika Anda meng-klik ikon "i" yang terletak di pojok kanan atas video
 - **Overlay Ads** → iklan ini berbentuk *box* semi transparan yang didalamnya terdapat teks. Apabila penonton meng-klik *box* ini, maka akan langsung mengarah ke *Landing Page* atau website Anda.
 - **Display Ads** → bentuknya adalah gambar yang akan muncul di hasil pencarian YouTube

Langkah-langkah pembuatan YouTube Ads

1. Anda harus meng-**upload video** yang sudah dikhususkan untuk iklan ke *channel* YouTube Anda. Isi judul video dengan kalimat yang menarik agar memunculkan keingintahuan penonton. Atur pengaturan yang sesuai apakah iklan ini ditujukan untuk

anak kecil atau tidak. Jangan lupa untuk menyetel “Visibility” menjadi “Publik”, karena kalau tidak diatur maka iklan Anda tidak akan tayang.

2. **Buka akun Google Ads Anda**, ketik ads.google.com lalu pilih login. Jika Anda belum pernah membuat akun Google Ads, maka buatlah terlebih dahulu. Karena YouTube Ads terhubung dengan Google Ads. Setelah itu, klik “Kampanye” atau “*Campaign*”, pilih ikon “+” untuk membuat iklan. Selanjutnya pilih tujuan iklan Anda dari opsi iklan yang sudah disediakan. Kalau Anda belum tahu atau hanya ingin mencoba saja, saya sarankan Anda menggunakan opsi “*Create campaign without a goals guidance*”. Lalu sesuaikan jenis iklan yang Anda inginkan dan klik “*Continue*”.

3. **Tentukan parameter iklan** Anda agar anggaran biaya dan target pasar Anda spesifik. Yang perlu Anda isi antara lain:

- **Nama kampanye** → tuliskan sesuai tujuan iklan produk Anda
- **Bid strategy** → strategi biaya yang akan dikeluarkan untuk iklan YouTube Ads. Ada beberapa jenis strategi yang perlu Anda ketahui
 - **Maximum CPV (Cost Per View)** → Anda menetapkan jumlah maksimal yang bersedia Anda bayar setiap kali iklan Anda ditonton
 - **Target CPM (Cost Per Mile)** → Anda akan membayar iklan setelah per seribu penayangan
 - **Target CPA (Cost Per Acquisition)** → jumlah rata-rata yang bersedia Anda bayarkan untuk setiap konversi (penjualan, pendaftara, atau download)
- **Anggaran biaya atau budget dan tanggal** → jumlah biaya yang sudah Anda rencanakan dan lama durasi untuk beriklan di YouTube Ads
- **Jaringan atau networks** → terbagi menjadi 3 pilihan
 - **Discovery only** → iklan Anda hanya muncul di halaman hasil pencari YouTube
 - **All of YouTube** → iklan akan muncul di hasil pencarian, halaman channel, di video, dan homepage YouTube)
 - **YouTube Display Network** → iklan akan muncul di YouTube affiliate website dan Display Network)

Saya sarankan untuk mencentang semua *box*-nya agar iklan Anda muncul ditampilkan YouTube dan website yang berafiliasi dengan YouTube

- **Lokasi atau locations** → Anda dapat memilih daerah atau bahkan Negara yang lain untuk jangkauan iklan
- **Bahasa atau language** → YouTube dapat menerjemahkan iklan Anda ke bahasa yang lain
- **Jenis inventaris atau Inventory type** → agar YouTube menampilkan iklan Anda di tempat yang sesuai dengan produk Anda
- **Demografi** → untuk menentukan jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta pendapatan yang sesuai untuk produk Anda

- **Audiens** → untuk menentukan siapa saja yang dapat melihat iklan Anda
- **Kata kunci** → agar penonton lebih mudah menemukan iklan Anda
- **Topik** → agar YouTube menampilkan iklan Anda ke bahasan tertentu
- **Bidding** → jumlah yang bersedia Anda bayar agar seseorang menonton iklan Anda

*catatan:

semakin spesifik parameter iklan yang ada isi, maka semakin sedikit jumlah penayangan iklan Anda

4. **Hubungkan video iklan produk Anda dengan Google Ads.** Caranya masukkan link tautan video yang sudah Anda *upload* di *channel* YouTube Anda. Kemudian isi link yang akan ditampilkan ke audiens untuk tampilan display, Call to action, dan headline iklan Anda. Setelah itu klik "*Create Campaign*"

Video iklan YouTube Anda siap terbit



HIJRAH ACADEMY
Kampusnya Pengusaha Hijrah