



DEDDY  
CORBUZIER



# YOUTUBER FOR DUMMIES

Step by Step Belajar Jadi YouTuber Sukses

Digital watermark

*Passion for Knowledge*

## YOUTUBER FOR DUMMIES

DEDDY CORBUZIER

ISBN: 987-602-483-153-0

Illustrator: Imran Laha

Pewarnaan: InnerChild Studio

Editor: Deesis Edith M.

Desain: Aditya Ramadita

Penerbit Bhiana Ilmu Populer  
Jalan Palmerah Barat no. 29-37, Unit 1, Lantai 2,  
Jakarta 10270

Diterbitkan pertama kali oleh  
Penerbit Bhiana Ilmu Populer  
Kelompok Kompas Gramedia  
No. Anggota IKAPI: 246/DKI/04

### Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan atau huruf h, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan atau huruf g, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Diterbitkan oleh Bhiana Ilmu Populer  
Kelompok Gramedia  
Jakarta, 2018

# **YOUTUBER FOR DUMMIES**

**DEDDY CORBUZIER**





## **DAFTAR ISI**

<b>SEQUENCE ONE: FAKTA UNIK TENTANG YOUTUBE.....</b>	<b>1</b>
<b>SEQUENCE TWO: WHY YOUTUBE? .....</b>	<b>13</b>
<b>SEQUENCE THREE: FEARS OF YOUTUBE.....</b>	<b>19</b>
• FEARS OF TOOLS .....	21
• FEARS OF FACE + VOICE.....	26
• FEARS OF REJECTIONS.....	29
<b>SEQUENCE FOUR: MENGAPA SAYA NGE-YOUTUBE? .....</b>	<b>33</b>

<b>SEQUENCE FIVE: MENGAPA SAYA MEMAKSA KAMU NGE-YOUTUBE? .....</b>	<b>41</b>
• FREE CLOUD HARD DISK .....	.43
• YOUTUBE ADALAH “PANGGUNG” .....	.47
• YOUTUBE OR SOCIAL MEDIA IS A FUTURE OF BUSINESS .....	.49
• YOUTUBE ADALAH “KENDARAAN” .....	.53
 <b>SEQUENCE SIX: BAGAIMANA MEMULAI YOUTUBE?.....</b>	 <b>59</b>
• APA NICHE KAMU? .....	.63
• BANYAK IDE VIDEO DENGAN 5W1H.....	.69
• BE CREATIVE... .....	.78
• DON’T STOP!.....	.81
 <b>SEQUENCE SEVEN: LET’S START YOUTUBE.....</b>	 <b>83</b>
 <b>SEQUENCE EIGHT: TIPE-TIPE VIDEO YOUTUBE .....</b>	 <b>91</b>
• VLOG/VIDEO BLOG .....	.93

• SHORT MOVIE.....	.98
• COVER LAGU.....	.101
• COMEDY.....	.104
• LIVE VIDEO YOUTUBE .....	.106
• JANGAN UNGGAH VIDEO TIPE INI! .....	.111

## **SEQUENCE NINE: LET'S DO THESE FOR YOUR FIRST VIDEO!..... 115**

• HANDPHONEMU ALAT MUMPUNI .....	.119
• PUNYA UANG LEBIH, MILIKI CYBERSHOOT .....	.121
• MAKIN BAGUS DENGAN MIRRORLESS, DSLR , DAN HANDYCAM.....	.123
• BAGAIMANA DENGAN SAYA? .....	.126
• PLAY WITH AUDIO.....	.129

## **SEQUENCE TEN: HOW TO EDIT YOUR VIDEO ..... 137**

• BUTUH SOFTWARE DAN APLIKASI.....	.139
• MERINGKAS DURASI SAAT MENGETIT.....	.142
• PUT MUSIC OR NOT?.....	.147

<b>SEQUENCE ELEVEN: HOW TO BE A SUCCESSFUL YOUTUBER.....</b>	<b>151</b>
• QUALITY VS QUANTITY .....	154
• YOUTUBE ADALAH PENONTON BUTA.....	157
• COMMENT VIEWER.....	165
• MEMPROMOSIKAN VIDEO ORANG LAIN.....	167
• WATCH TIME & AUDIENCE RETENTION.....	169
• BELAJAR DARI YOUTUBER SUKSES .....	174
 <b>SEQUENCE TWELVE: PROMOTED BY YOURSELF.....</b>	 <b>185</b>
• ANTARA VIEWER DAN SUBSCRIBER.....	187
• <i>MONETIZE YOUTUBE</i> .....	190
 <b>SEQUENCE THIRTEEN: ENJOY THE PROCESS.....</b>	 <b>193</b>

# **YOUTUBER FOR DUMMIES**



## SEQUENCE ONE



Fakta unik tentang You Tube

Video pertama YouTube diunggah pada tanggal 23 April 2005, oleh co-founder YouTube, Jawed Karim, di San Diego Zoo.



Tahukah kamu, lebih dari 100 jam video (akumulasi durasi) di upload ke YouTube dalam satu menit. Itu artinya pengguna YouTube, baik penonton dan content creator-nya sangat ramai.

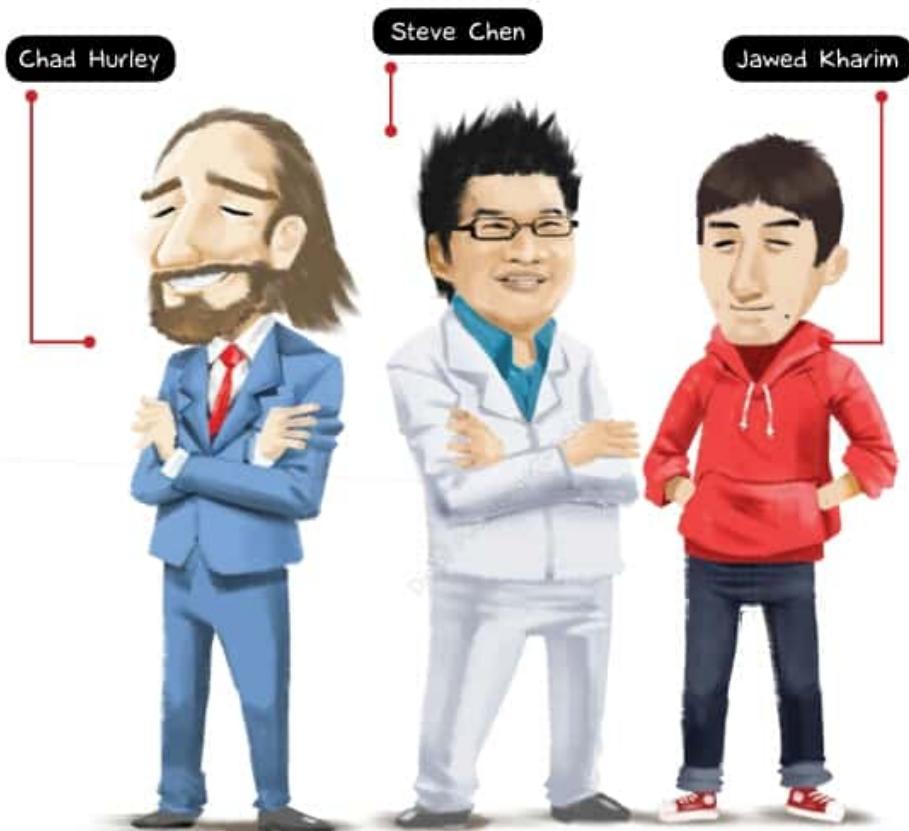


Dengan fakta sebelumnya,  
apakah kamu ingin  
menonton semua video  
yang ada di YouTube?  
Boleh saja. Syaratnya kamu  
menonton tanpa henti, dan  
menghabiskan 2.000 tahun.





YouTube digunakan oleh miliaran lebih pengguna, hampir  
1/3 dari semua orang pengguna internet.



YouTube didirikan oleh 3 orang mantan karyawan PayPal yang melegenda itu. Dari legenda untuk membuat legenda baru.

Google membeli saham YouTube senilai 1,65 miliar dolar AS, hanya dalam waktu 18 bulan setelah YouTube diciptakan.

Momen di mana masa depan YouTube akan begitu cerah.





Video klip "Gangnam Style" yang dinyanyikan rapper asal Korea, Psy, adalah video yang pertama kali menembus 1 miliar viewer. Hal ini membuat YouTube kewalahan dan memaksa mereka meng-upgrade YouTube untuk lebih banyak pemirsa.





YouTube mempunyai *Production Space* di Los Angeles, Amerika. Ini tempat yang dilengkapi dengan segala fasilitas untuk membuat video bagus. Kamu bisa menggunakan itu secara gratis apabila telah mempunyai 10.000 *subscriber*.

Susan Wojcicki, CEO YouTube, adalah wanita yang menyewakan garasi rumahnya kepada Larry Page dan Sergey Brin saat mereka sedang membangun Google.





## SEQUENCE TWO



**WHY YouTube ?**

Internet rasanya tidak bisa lepas dari kehidupan masa kini. Hampir semua kegiatan dalam kehidupan membutuhkan internet. Bisnis, pekerjaan, hobi, berkomunitas, berkreasi, dan lain sebagainya. Bahkan istilah-istilah seperti *netizen* (warganet) seakan-akan menjadi sebuah populasi tersendiri, semacam makhluk yang menempati kehidupan di tempat lain. Bisa dibilang internet menjadi "bumi" baru mendampingi bumi yang sesungguhnya.



*Nah, bicara internet, kamu harus mengenal secara dalam mengenai YouTube. Ada beberapa alasan mengapa kamu, sebagai netizen, harus mengenal dan aktif di YouTube.*

Pertama, YouTube masih menjadi kanal video terbaik dibandingkan kanal video yang lain seperti seperti Vimeo, dan beberapa media sosial lain, seperti Facebook, Instagram, Twitter, Snapgram, yang meskipun core aplikasinya bukan merupakan kanal video namun menyediakan menu upload video.

#### **MENGAPA BEGITU?**

Karena ketika kamu mencari sebuah video di "search engine", peringkat teratas yang akan kamu temui adalah link video dari YouTube. YouTube belongs to Google. Selama YouTube dimiliki oleh Google, selama itu pula YouTube akan menjadi terbaik. Karena search engine terpopuler di dunia adalah Google. Sampai hari ini beberapa pesaing Google terasa kurang mampu menyaingi laju Google.





Kedua, para YouTuber yang berkreasi membuat video dari berbagai lini kehidupan, memberikan informasi, pembelajaran, dan hiburan bagi pemirsa. Video tentang apa yang tidak ada di YouTube? Anak sekolah ingin mengetahui informasi-informasi tentang pelajarannya, ibu-ibu ingin belajar masak, ada *tutorial skill*, dan masih banyak lagi sudah terunggah di YouTube.

Selain menjadi pembelajaran, tentu YouTube punya peluang merusak. Media selalu bersifat seperti ini, akses informasi yang terkadang sulit dikendalikan menjadi sebuah persoalan klasik. Hal seperti ini tidak hanya terjadi kepada YouTube, bahkan TV, komik, dan media massa terus-menerus mengalami dualisme ini.

*Ketiga, YouTube membuka kesempatan luas bagi setiap orang.*

Ingat masa-masa sebelum internet merebak, penyanyi harus bekerja sama dengan label untuk menelurkan album lagu. Bersusah payah mengirimkan demo lagu ke label untuk mencoba peruntungannya.



Begitu juga dengan para film-maker dan aktor, mereka harus berhubungan dengan PH ataupun stasiun TV. Rela antre dan menghabiskan hari untuk casting.

Dengan adanya YouTube, siapa pun bisa mempublikasikan karyanya. Persoalannya tinggal bagaimana pintar-pintarnya kreator untuk mendapatkan subscriber dan viewer dari videonya.



### ZAMAN OLD

Kalau dulu orang tidak bisa berkarya dan populer tanpa label. Bahkan di awal-awal media sosial hits, di mana orang-orang mulai berkarya di media sosial, kemudian viral, belum tentu juga mendapatkan label.

### TO

### ZAMAN NOW

Masa kini keadaan sudah berbalik. Beberapa penyanyi dan aktor justru berawal dari YouTube, kemudian mereka mendapatkan label ataupun memerankan karakter dalam sebuah film.



Hal ini tidak terjadi hanya di YouTube, tapi juga di media sosial populer lainnya. Seperti beberapa komik dan buku berasal dari Instagram dan menuai sukses menggaet banyak pembaca buku.

## SEQUENCE THREE



Kamu jangan membayangkan bahwa bab ini berbicara hal-hal mengerikan tentang YouTube. Misalnya video-video kecelakaan yang diunggah secara sembarangan tanpa peduli penontonnya akan ketakutan, dan lucunya banyak yang *trending* juga. Lupakan konten-konten "usus terburai" yang menjijikkan dan tidak pantas untuk dikonsumsi.



Bab ini berbicara mengenai ketakutan-ketakutan yang dirasakan oleh orang untuk berkreasi di media sosial yang sangat potensial seperti YouTube. Saya tahu, banyak yang ingin segera memulai menjadi YouTuber, dan *sharing* hal-hal yang menjadi *passion*-nya demi memanfaatkan keuntungan-keuntungan positif dari YouTube. Namun hampir semua pemula punya tiga ketakutan ini untuk memulai.

# ***FEARS OF TOOLS***

Kamu takut membuat video karena tidak punya tools atau peralatan bagus? Mungkin karena kamu sering terkagum-kagum dengan kualitas video keren dari para YouTuber. Dan kamu berpikir ini hanya YouTube. Kalau TV atau bioskop yang jelas-jelas sebuah industri media, tentu membutuhkan kualitas karya yang bagus, sementara ini YouTube, yang kamu pikir hanya media sosial, kok bagus-bagus, ya?



Saya beri satu contoh YouTuber yang kualitas videonya sangat sinematik, yaitu Chandra Liow. Ketika kamu menonton video-videoanya, kamu akan berpikir dan bertanya-tanya, kamera apa yang dia gunakan? Lighting seperti apa yang dia gunakan? Apa recorder yang dia gunakan? Bahkan software editing apa yang dia gunakan hingga bisa membuat video berkualitas filmis seperti itu? Ujung-ujungnya kamu akan merasa takut untuk menjadi YouTuber karena tidak memiliki peralatan secanggih yang dimiliki oleh Chandra Liow.

Apa yang dilakukan oleh Chandra Liow dengan menggunakan alat-alat mumpuni itu tidak salah, namun andainya kamu menunggu hingga memiliki banyak alat untuk memulai, itu yang salah.



**PADAHAL, YOUTUBE SENDIRI BISA DIBILANG TIDAK MEMBUTUHKAN KUALITAS SEBUAH VIDEO. LOH? KOK, GITU?INI BUKAN BERARTI KAMU TIDAK BOLEH MEMBUAT VIDEO YANG BAGUS, TAPI SAYA JELASKAN SEDIKIT MENGAPA ADA STATEMENT INI.**

Sejak awal YouTube ingin membedakan diri dari TV. Itu mengapa mereka tidak membuat semacam TV Kabel, atau mungkin semacam Netflix yang menampilkan tayangan berstandar kualitas. YouTube hanya ingin manusia membuat video. Tentu YouTube juga sudah memikirkan bahwa manusia-manusia ini tidak semua memiliki alat-alat perekam canggih.



Buktinya, coba perhatikan adakah larangan dari YouTube untuk mengunggah video dengan resolusi 460p? Tidak ada. Bahkan di YouTube bisa diunggah video yang beresolusi 240p hingga 4K. Ini artinya, bahkan video yang kamu rekam lewat handphone murah, yang hanya bisa merekam MP4 240p pun bisa ditayangkan di YouTube.



Satu bukti lagi, peristiwa astronaut AS, Neil Armstrong, sebagai manusia pertama yang menapaki permukaan bulan terekam dengan kualitas video yang kurang bagus jika dibandingkan dengan kualitas video masa kini. Namun, video itu berjuta-juta kali ditonton oleh banyak orang. Viral karena konten yang unik dan bersejarah. Bahkan beberapa video viral, semacam peristiwa pengeboman di Sarinah, terekam dengan kualitas kamera handphone murah, tapi tetap memberikan konten yang informatif.

Jadi ketakutan terhadap tools sebetulnya sama sekali tidak bisa menjadi alasan. Kamu punya konten menarik dan berbekal kamera handphone, kamu bisa memulainya.



**FEARS OF  
FACE + VOICE**



Banyak yang takut karena penampilan dan suara tidak memadai untuk direkam. Memang secara alamiah orang tidak ingin terlihat jelek. Apalagi banyak yang masih menganggap YouTube sama dengan TV, yang mana membutuhkan *talent-talent* berpenampilan menarik dan juga mempunyai suara yang bagus. Tapi jangan lupa, banyak orang terkenal di TV namun sangat jauh dari kesan berpenampilan menarik.

Ada satu fakta, percaya atau tidak, bahwa manusia tidak pernah mendengar suaranya sendiri ketika sedang berbicara. Ketika kamu berbicara, suara yang kamu dengar, berbeda dengan suara yang didengar oleh lawan bicaramu. Karena suaramu sudah melewati banyak "alat canggih" ciptaan Tuhan hingga yang keluar dari mulut terdengar berbeda. Inilah yang membuat seorang penyanyi ketika sedang dalam studio rekaman mereka menggunakan headset. Ini fungsinya untuk mendengar suara mereka sendiri yang terdengar oleh orang lain. Sehingga mereka bisa mengontrolnya sesuai keinginan mereka.



Pernah mendengar rekaman suara kamu? Pasti ada rasa terkejut, atau minimal ada perasaan bahwa itu bukan seperti suara kamu. Dari sini biasanya muncul rasa tidak percaya diri. Ditambahkan lagi ketika penampilan kita tidak seperti yang diharapkan ketika direkam. Ini ketakutan kedua yang menghalangi untuk kamu memulai membuat video. Padahal, YouTube bukan bicara bagaimana suaramu atau penampilanmu, tapi bicara mengenai konten. Kalau kontennya menarik, orang tidak peduli pada penampilanmu.



# ***FEARS OF REJECTIONS***



Belum apa-apa sudah takut dengan jumlah viewer yang sedikit. Takut kepada thumb down. Takut kepada komentar-komentar pedas. Ini lumrah terjadi hingga beberapa orang berhenti membuat video, atau videonya tak selesai-selesai, dan bahkan paling parah tidak pernah memulai.

Beberapa orang yang datang kepada saya dan memperlihatkan karya-karya mereka dengan penonton yang sedikit, kebanyakan sudah berhenti berkarya. Mereka berhenti membuat dan mengunggah video di YouTube. Mungkin ada semacam perasaan kapok. Padahal karya-karya mereka sangat bagus.





Mendapatkan *viewer* yang langsung ratusan ribu itu bukan hal mudah. Perlu proses yang membutuhkan konsisten berkarya. Yang pasti prosesnya, memulai dan tetap berkarya meskipun harus melewati ketakutan-ketakutan di atas.



## SEQUENCE FOUR



MENGAPA SAYA NGE-**You**Tube

## **SEKITAR 10 TAHUN LALU**



Saya mulai menggunakan YouTube. Saat itu YouTube saya gunakan layaknya sebuah album video. Dokumentasi video saya yang begitu banyak, saya simpan di YouTube.

Biasanya, video-video ini tersimpan di hardisk komputer ataupun hardisk eksternal. Jika kita mempunyai begitu banyak video dokumentasi, tentu membutuhkan banyak tempat penyimpanan file video. Bayangkan repotnya kita mencari sebuah video, ketika memiliki begitu banyak hard disk. Sangat tidak praktis bagi saya. Belum lagi risiko kehilangan video penting. Dengan adanya YouTube saya bisa menyimpan banyak video saya, tanpa harus repot dengan hard disk dan juga tanpa punya perasaan cemas akan kehilangan video saya.

## **HINGGA 2 TAHUN LALU**

Pandangan saya tentang YouTube berubah, dari sekadar sebuah tempat penyimpanan video menjadi sebuah peluang untuk masa depan. Mengapa? Bahkan stasiun TV membuat YouTube Channel sendiri untuk mengunggah video-video tayangan mereka. Ini artinya stasiun TV merasa perlu menggaet pemirsa lewat YouTube, atau juga mungkin TV sudah ditinggalkan penonton. Bukankah ini peluang?



**BANYAK ORANG YANG SUDAH TIDAK MENONTON TV LAGI KARENA BEBERAPA HAL. SALAH SATUNYA ADALAH TAYANGAN ACARA YANG ITU-ITU SAJA, SEMENTARA ACARA-ACARA YANG BERVARIASI CENDERUNG TIDAK ADA PENONTON.**

TV memang bergantung pada sharing dan rating. Apa pun semua demi dua hal ini. Survei sharing dan rating TV biasanya menggunakan survei AC Nielsen.

Sesuai pengalaman, acara HITAM PUTIH yang saya pandu memang tidak terlalu baik untuk rating dan sharing-nya, namun menjadi trending luar biasa di YouTube.

Dari yang saya teliti, terdapat ketidaksambungan antara apa yang dibicarakan dalam acara-acara saya dengan penonton kelas A TV sesuai standar AC Nielsen. Bukan berarti acara-acara saya tidak punya penonton.

**DARI SINI Saya MULAI BERPIKIR, KE MANA PENONTON-PENONTON SAYA?**

Saya berasumsi, mungkin penonton di TV berbeda dengan penonton di YouTube. Mungkin saja penonton-penonton saya sudah berpindah ke YouTube. Dan sepertinya saya benar.

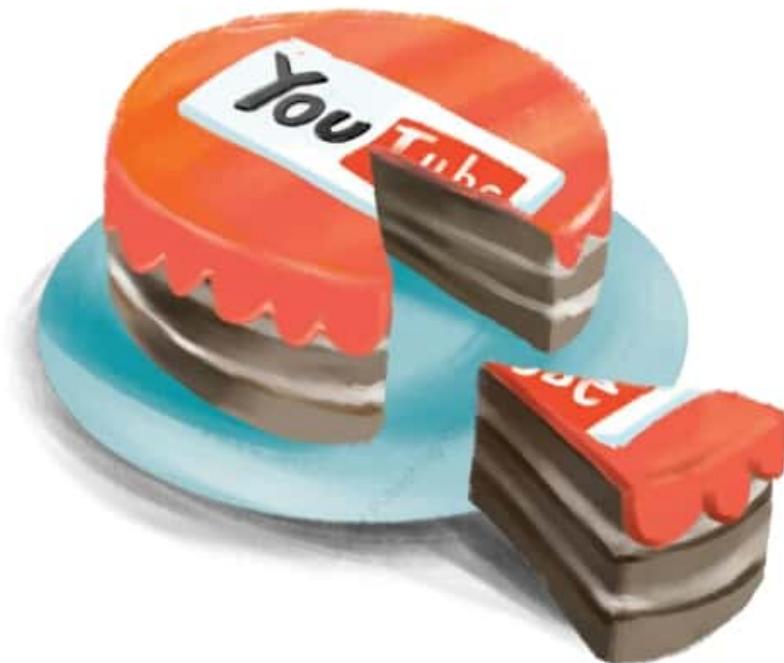


Inilah yang membuat saya meyakini bahwa YouTube menjadi alternatif untuk perkembangan saya berkarya. Saya tidak bicara mengenai income yang bisa saya dapatkan atau bukan berarti dengan begini saya meninggalkan TV.



**YOUTUBE MEMBUAT  
SAYA LEBIH BEBAS  
BERKARYA.**

Ketika saya ingin berbicara tentang sekolah dan motivasi sukses, saya harus bicara di mana? Kalau di TV seperti yang sudah-sudah, tidak banyak yang menonton.



Selain itu, ada sebuah wacana, bahwa "kue" untuk sukses di YouTube ini masih terbilang besar. Ketika kamu mengunjungi kanal socialblade.com, hanya 250 YouTuber Indonesia yang diakui di dunia. Itu dinilai dari berapa banyak video yang diunggah, jumlah subscriber dan video view. Pada saat buku ini saya tulis, saya berada di peringkat 40. Sebelumnya saya tidak pernah ada dalam peringkat itu. Artinya saya naik 300 peringkat lebih dalam waktu enam bulan. Meskipun terbilang cepat, proses ini tidak mudah bagi saya.



Pada mulanya saya membuat, TRIANGLE, untuk ditayangkan di YouTube Channel saya. Hasilnya luar biasa trending, melebihi dari yang saya harapkan. Berhasil menggaet 2 sampai 3 juta viewer.

Kemudian saya membuat serial komedi pintar berdurasi 5 menit, berjudul, TBC (*Tactical Battle Combat*). Saya unggah di YouTube sebanyak 13 episode. Hasilnya juga bagus, beberapa bisa menggaet jutaan viewer, beberapa ratusan ribu viewer.





Kemudian saya berhenti membuat tayangan semacam ini, karena saya berpikir ulang, tujuan saya untuk nge-YouTube bukan seperti ini. Tujuan saya adalah bagaimana saya bisa sharing sesuatu yang saya tidak bisa share di TV. Kalau TBC dan TRIANGLE sangat bisa saya share di TV.

Nah, sejak enam bulan lalu saya membuat semacam 3 rubrikasi atau *playlist* tayangan. Masing-masing saya beri judul, **MOTIVE**, yang isinya mengenai inspirasi dan memotivasi orang. **ME AGAINST THE WORLD**, isinya apa hal yang saya tidak suka dan bisa saya kritik. Satu lagi **SMART VLOG**.

Dari 3 playlist ini saya bisa berkarya dan berekspresi berdasarkan apa yang ada di pikiran saya. Video pertama dari playlist ini saya beri judul "Sekolah Gak Guna", dan ini meledak menggaet jutaan viewer. Dari video ini juga saya membuat serial sekolah, membicarakan hal-hal kritis mengenai dunia akademik. Video terbanyak saya ditonton oleh 7 juta viewer.



Bayangkan berapa banyak viewer yang saya dapatkan untuk keseluruhan video dari YouTube Channel saya? Bisa jadi akumulasi angkanya jauh lebih besar dari penonton saya di TV. Dan saya bisa sharing apa saja yang bisa saya sharing, saya bisa berkreasi sebebas mungkin tanpa terpaku pada rating dan sharing TV.

## SEQUENCE FIVE



MENGAPA SAYA  
MEMAKSA KAMU

NGE- You Tube

Saya mungkin sedikit memaksa kamu tentang ini. Ada beberapa alasan penting mengapa saya memaksa.



**PALING SEDERHANANYA ADALAH  
ALASAN-ALASAN INI:**

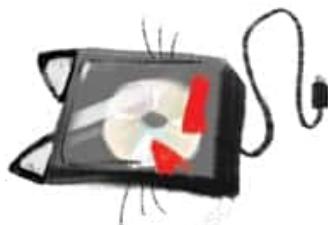
# **FREE CLOUD HARD DISK**



43

Kehidupan masa kini yang begitu banyak menyediakan fasilitas dokumentasi, memudahkan orang untuk mengabadikan sebanyak-banyaknya momen kehidupan.

Tentu setelah mendokumentasikan, entah itu momen-momen tertentu atau seluruh hidup, muncul kebutuhan baru, yaitu tempat penyimpanan dokumentasi. Yes, untuk penyimpanan video biasanya seperti memori handphone, komputer, flash disk, hard disk Eksternal, dan lainnya.



Bayangkan bisa berapa banyak *hard disk* yang kamu gunakan untuk menyimpan video seluruh hidupmu?

Album penyimpanan adalah hal sederhana namun sangat merepotkan ketika tidak tersedia. YouTube menjadi salah satu alternatif penyimpan video-videoamu. Tak perlu takut video pribadimu dilihat banyak orang, YouTube juga bisa di-setting secara privat, yang fungsinya hanya bisa dilihat oleh dirimu dan orang yang kamu pilih.





Pernah mengalami kehilangan video penting? Mungkin bisa berhari-hari kamu *baper* untuk hal ini. Ketika videomu disimpan ke dalam YouTube, videomu di-*protect* oleh teknologi paling canggih milik Google. Kecil sekali peluangnya untuk videomu hilang, kecuali kamu menghapusnya sendiri. Setidaknya YouTube akan lebih panjang usianya ketimbang kamu menyimpan videomu di *handphone*, komputer atau *hard disk* eksternal. Jadi, YouTube akan membuat videomu aman untuk waktu yang lama.

**KAMU DISEDIAKAN FREE CLOUD  
HARD DISK, MENGAPA TIDAK DIGUNAKAN?**



**YOUTUBE ADALAH "PANGGUNG"**



Bagaimana bisa kamu tidak memanfaatkan sebuah panggung yang tersedia untukmu, sementara panggung itu siap ditonton oleh banyak orang, dan menunggumu menunjukkan kemampuanmu? Berapa banyak orang menunggu kesempatan, dan bersusah payah untuk unjuk gigi di masa lampau? Sementara di masa kini ada "panggung" yang tersedia gratis, dan berpeluang besar ditonton oleh banyak orang. Ini "panggung" untuk unjuk gigi, apa pun pekerjaan kamu.



### **HAL SEDERHANA DARI PANGGUNG INI ADALAH, KAMU BISA BERBAGI INFORMASI DAN BERTANYA UNTUK MENEMUKAN SOLUSI.**



Contohnya, kamu seorang pelajar, sedang menekuni pelajaran matematika, sementara dirimu menemukan kesulitan untuk mengerjakannya. Hanya dengan merekam dirimu sedang memecahkan soal matematika, dan memberitahukan kesulitanmu, kemudian diunggah, orang-orang akan melihatnya. Tinggal menunggu waktu orang-orang akan mencoba comment. Beberapa dari mereka mungkin akan memberikanmu solusi pemecahan soalnya.

48

Atau, misal para ibu yang ingin sharing sesuatu tentang cara memasak. Berbagi resep memasak. Kemudian para ibu menemukan skill untuk memasak.



**YOUTUBE OR SOCIAL MEDIA IS  
A FUTURE OF BUSINESS**



49

Pernah dengar video seorang *film-maker* membuat iklan mobil tua milik pacarnya di YouTube? Kamu bisa lihat videonya di sini:

<https://www.youtube.com/watch?v=4KINeiY4Rf4>

Mobil tua ini tadinya sulit terjual, namun ketika dibuatkan iklan dengan sangat menarik dan diunggah di YouTube, videonya menjadi viral, kemudian terjual dengan harga yang jauh lebih tinggi dari yang diharapkan. Kok, bisa gitu, ya?





Zaman berkembang begitu pesat. Begitu juga teknologinya, dan sayang untuk tertinggal dengan perkembangannya. Banyak alat canggih yang telah kehilangan fungsi padahal baru diciptakan. Contohnya disket atau *floopy disk*, yang merupakan gawai untuk penyimpanan data magnetik.

Pada akhir 90-an benda ini sangat populer. Namun berselang waktu, disket tergantikan oleh CD dan *flash disk*. Pernah dengar lagu dari kaset lagu? Alat itu juga pernah sangat populer, bahkan masih populer di awal tahun 2000-an. Namun kini orang mendengar lagu tak perlu dari kaset. Ini buktinya teknologi begitu cepat berkembang.

#### PERLU BUKTI LAGI BAHWA ZAMAN SUDAH BENAR-BENAR BERUBAH?



Ini satu lagi. Masa lalu jam tangan itu tidak ada. Orang-orang menggunakan jam *pocket*. Sebuah jam kecil dan tersimpan di kantong. Namanya manusia yang cenderung ingin praktis, akhirnya terciptalah jam tangan. Pada awal penemuan jam tangan harganya mahal, dan sebetulnya hingga hari ini masih mahal untuk beberapa *brand* terkenal dengan jam tangan berkualitas. Namun lebih banyak jam tangan yang sudah sangat terjangkau. Lagi pula jam tangan di masa kini juga telah berubah fungsi, tidak lagi sebagai fungsi utamanya yaitu penunjuk waktu, tapi sebagai fesyen. Dan itu pun tidak banyak. Situasi seperti ini dikarenakan munculnya jam digital sebagai penunjuk waktu. Orang-orang bisa menemukan jam digital di mana saja. Bisa dari *handphone*-nya, dari mobilnya, dari gawai-gawai lainnya yang sering ditemui pada kehidupan sehari-hari. Saat ini pun jam digital berkembang menjadi *Smart Watch*.

## **INI MENANDAKAN TEKNOLOGI BERKEMBANG CEPAT**



### **PERHATIKAN ORANG-ORANG INI DENGAN HAL-HAL BERIKUT:**

Orang jarang mencetak foto. Orang juga jarang membaca koran. Orang jarang mengunjungi pusat pembelanjaan untuk belanja. Semua tergantikan dengan satu benda bernama *handphone*. Orang-orang memilih menyimpan foto di *handphone* atau diunggah di media sosial. Orang-orang memilih membaca berita lewat *handphone*. Orang-orang memilih berbelanja apa pun lewat *online*. Bahkan memesan makanan dan juga untuk urusan transportasi umum. Bahkan mobil tua bisa menjadi begitu mahal ketika dijual lewat YouTube, seperti cerita di awal bab.



Sudahkah kamu membayangkan bahwa sebetulnya ini cerminan masa depan?

*Kira-kira apa yang akan terjadi selanjutnya?*

Pertanyaannya, kamu mau jadi apa di masa depan yang mau tidak mau akan berubah?





**YOUTUBE ADALAH  
"KENDARAAN"**

YouTube adalah sebuah kendaraan para profesional masa depan. Banyak yang salah kaprah terhadap tujuan penggunaan YouTube. Banyak orang membuat video untuk YouTube dengan tujuan agar menjadi terkenal sehingga bisa mendapatkan uang banyak.



Karena dorongan itu, orang-orang membuat video agar bisa trending. Misalnya membuat video menari-nari dengan lagu "Eta Terangkanlah", kemudian keesokan harinya membuat video "Squishy Dimakan Pake Cabe", besoknya lagi membuat video memakan 60 boks donat, besoknya lagi membuat video jalan di atas api, dan lain sebagainya.

*Ini mungkin akan mengundang banyak viewer, dan YouTuber semacam ini akan tetap hidup dengan misalnya mendapatkan endorsement dari produk makanan. Namun, MENURUT SAYA INI SALAH.*

**Mengapa itu salah?**

### **KARENA YOUTUBER SEPERTI INI TIDAK MEMBANGUN "NICHE" ATAU CERUK.**

Sebuah ciri khas untuk mengidentifikasi diri kepada pemirsa. Ketika ada yang bertanya, "Kamu itu siapa?" orang-orang bisa menemukan jawabannya lewat video yang kamu buat.

Saya buat perbandingan seperti ini, misalnya kamu membuat video terinspirasi dari video yang sedang viral, mungkin video "Marsha Bengek", kemudian video itu berhasil menggaet banyak viewer. Bandingkan dengan seorang guru les sekolah membuat video tentang solusi soal matematika yang hanya menggaet 200 viewers. Pembuat video mana yang akan memberikan benefit?



Apakah penonton videomu atau video guru les? Dengan begitu banyak penontonmu, adakah salah satu akan mengundang dirimu untuk berbicara tentang "Marsha Bengek"? sementara dirimu selebritas juga bukan, dancer juga bukan, YouTuber dengan karya yang bagus juga bukan, bahkan animator juga bukan.

Bagaimana dengan video guru les yang hanya segelintir penonton itu? Tentu yang menonton adalah orang-orang yang membutuhkan solusi dari pelajaran mereka. Tidak mungkin yang menonton adalah pecinta makanan, kan? Nah, Ketika guru les itu konsisten membuat video-video solusi mata pelajaran, suatu saat nanti, apakah salah satu dari penontonnya akan memintanya untuk menjadi guru les privat? Bisa jadi.

Saya sharing pengalaman saya dengan YouTube. Saya tahu, setiap saya membuat video "MOTIVE", penontonnya tidak banyak dibandingkan video-video lain saya. Hanya berkisar 200 ribu penonton. Namun, saya juga sangat tahu, dari 200 ribu penonton itu, suatu saat saya akan diundang menjadi pembicara dalam seminar. Dan ini terbukti. Sudah beberapa kali saya diundang mengisi seminar meskipun saat ini saya belum memanfaatkan karena masalah waktu.

Inilah mengapa YouTube menjadi kendaraan itu. Pertanyaan "Kamu ingin menjadi apa?", mau jadi dokter, mau jadi pilot, atau mau jadi pengusaha, itu bisa kamu lakukan sembari menjadi YouTuber. Caranya yaitu dengan membuat video untuk YouTube yang benar-benar menunjukkan siapa dirimu kepada orang-orang.





**INILAH  
ALASAN-ALASAN  
YANG MEMBUAT  
SAYA "MEMAKSA"  
KALIAN UNTUK  
NGE-YOUTUBE**



## SEQUENCE SIX



**APAKAH TELAT  
MEMULAI YOUTUBE  
SEKARANG?**



Ada ungkapan populer, bahwa tidak ada yang terlambat untuk hal yang baik. Apakah YouTube itu sesuatu yang baik? Tentu ketika ada media yang memacu kreativitas dan produktivitasmu, selama tidak melanggar norma dan hukum, itu pasti baik.



Tidak ada kata terlambat untuk seseorang yang ingin berusaha menjadi kreatif dan mencapai cita-citanya. Banyak kisah orang-orang yang memulai sebuah usaha di usia lanjut dan sukses. Selama kamu punya *passion*, kamu bisa maju.

Setiap hari bisa dibilang ada ribuan YouTuber baru yang muncul di Indonesia. Apakah ribuan YouTuber baru itu mengerti tentang YouTube? Belum tentu. Saya sendiri terbilang baru di YouTube, baru sekitar 7 bulan lalu saya memulai dengan serius.

Namun saya bisa mendapatkan banyak subscriber. Jangan pernah bilang ini karena saya sebelumnya memang sudah terkenal, bukan seperti itu. Saya mempelajari YouTube dan berusaha produktif membuat konten-konten menarik. Subscriber saya dapatkan dari sana. So, tidak ada kata terlambat.

**MAYBE YOU  
CAN'T BE  
THE FIRST, BUT  
BE THE BEST!**

62





**APA NICHE  
KAMU?**

Banyak orang memulai YouTube dengan tujuan akan ditonton banyak orang sehingga videonya masuk dalam jajaran trending YouTube. Seperti yang saya ceritakan sebelumnya, bahwa YouTuber seperti itu mungkin saja akan berhasil. Namun yang terpenting adalah menentukan *niche* kamu.

*Niche* adalah membentuk ceruk; tempat kamu untuk dikenali banyak orang. Pertanyaan penting sebelumnya, "Mau jadi apa kamu di masa depan?", berhubungan sekali dengan *niche*. Saya beri contoh satu YouTuber Indonesia. Mengapa Reza Arap menjadi YouTuber sukses? Itu karena dalam video-videoanya ia hanya bermain game. Para pecinta game tentu menjadi penontonnya. *Niche* yang dia bentuk adalah, dia seorang *gamer*. Penonton akan datang ke channel-nya untuk melihat review game-game terbaru, tips-tips menyelesaikan game, tools yang berhubungan dengan game, dan banyak lagi tentang game.



*Niche* berbeda dengan pangsa pasar. Pangsa pasar menetapkan siapa pasar dari sebuah produk yang dibuat. *Niche* tidak berbicara itu. *Niche* lebih ke urusan personal. Sesuatu yang berangkat dari dirimu sendiri. Sesuatu yang kamu suka. Saya kasih satu ungkapan untuk menentukan *niche* kamu.



**FIND YOUR  
PASSION AND BE  
PROFESSIONAL  
ON IT.**



## **NICHE MENJAGA KITA UNTUK TIDAK MENJADI YOUTUBER RANDOM**



YouTuber random adalah YouTuber yang membuat video apa saja yang trending tanpa keterkaitan dengan niche. Sehingga ketika orang mengunjungi YouTube Channel-nya, orang kebingungan. Misalnya, ia muncul dengan video joget "Eta Terangkanlah" pada video awalnya. Besoknya memproduksi video review "Squishy". Besoknya lagi tiba-tiba buat video main geim. Ini sama sekali tidak membentuk niche. Viewers akan bertanya, orang ini YouTuber semacam apa? YouTuber dancer-kah? Pe-review mainankah? Atau gamer?

**SAYA CERITAKAN MENGAPA NICHE  
LEBIH PENTING KETIMBANG VIEWER.**



Misalnya *passion* kamu adalah *dance*. Video awal kamu adalah *dance* menggunakan lagu "Eta Terangkanlah". Video kedua kamu adalah *koreografi dance* dengan menggunakan properti *squishy*. Video ketiga kamu video challenge "Bermain game just dance 2017". Penonton akan melihat dirimu sebagai *dancer* dan *koreografer*. Beberapa penonton mungkin berasal dari video-video *trending*, namun beberapa penonton juga saya yakin adalah pecinta *dance*. Dengan begini, kamu dikenal sebagai *dancer*. Ketika YouTube Channel kamu telah terisi, misalnya 20 video dengan *niche* sebagai seorang *dancer* dan *koreografer*, dan tetap produktif mengunggah video sesuai *niche* kamu, tinggal menunggu waktu, di acara-acara tertentu kamu mungkin akan diundang untuk tampil, atau mungkin ada yang meminta dirimu menciptakan sebuah *koreografi* buat mereka. Dan mungkin juga melatih *dance* untuk beberapa orang secara privat.

**BANYAK YANG MENGELUH KETIKA MEMBUAT VIDEO BERDASARKAN PASSIONNYA.  
VIEWERNYA SEDIKIT, MISALNYA HANYA 200 ORANG.  
PADAHAL 200 INI TIDAK HANYA ANGKA YANG KAMU LIHAT DI KOLOM YOUTUBE.  
TAPI INI ADALAH JUMLAH ORANG.**



Saya ajak kamu membayangkan koreografi tarianmu dipentaskan di sebuah gedung pertunjukan. Kemudian 200 orang ke gedung pertunjukan itu untuk menonton. Itu bukan jumlah yang sedikit. 200 orang ini tentu para pecinta dance yang benar-benar ingin menonton dance. Kecil peluangnya yang datang adalah pecinta kuliner, karena mereka lebih baik ke pusat kuliner daripada gedung pertunjukan. Ini sama halnya dengan ketika video dance kamu ditonton oleh 200 viewers. Paling tidak beberapa diantara 200 itu adalah penonton yang benar-benar pecinta dance, dan bisa jadi adalah calon klienmu. Inilah gunanya niche dan pentingnya menemukannya.

## **NICHE JUGA AKAN MEMBUATMU BERTABUR IDE KREASI VIDEO**



*Niche akan menjadi semacam kompas yang mengarahkan dirimu untuk membuat sesuatu. Dengan tidak adanya niche ini, kamu selain akan menjadi YouTuber random yang tidak berarah dan hanya mengekor video trending, juga akan membuatmu menunggu karena tak ada ide. Ibarat seseorang di sebuah daerah baru yang tak punya peta. Tidak tahu mau ke mana dan berbuat apa. Ketika niche ini terbentuk, kamu akan tahu apa yang akan kamu lakukan. Karena memang begitu banyak yang bisa dilakukan. Coba saja!*

**BEGITU BANYAK GUNANYA NICHE. YUK, CARI NICHE KITA APA. INI LEBIH BAIK DARIPADA KITA MEMBUAT VIDEO AWAL YANG SEMBARANGAN.**

WHAT?

WHO?

WHEN?

HOW?

WHERE?

WHY?

BANYAK IDE VIDEO  
DENGAN 5W 1H



## **IDE TENTU MENJADI YANG PALING UTAMA DALAM SEBUAH KEGIATAN KREATIVITAS**

Sementara YouTube adalah sebuah media yang memicu kreativitas. Menemukan ide bisa dari mana saja, dan bagi yang kreatif, satu ide semestinya bisa menjadi banyak konten.

Saya biasanya membuat *list* ide video saya, dan salah satu teknik yang biasa saya gunakan untuk membuat list yaitu dengan berdasarkan 5W 1H. Teknik ini biasanya digunakan para jurnalis dalam membuat reportasenya. Terdiri dari 6 pertanyaan untuk melaporkan satu kejadian atau peristiwa.

**WHAT, WHY, WHEN, WHERE,  
WHO, DAN HOW.**



Dengan menggunakan ini saja kamu bisa buat lima video atau lebih banyak lagi.

Misalnya, *niche* yang kamu buat berdasarkan *passion* adalah tentang kuliner. Dan kamu sedang *concern* terhadap salah satu makanan, sebut saja donat.



Video pertama kamu bisa bicara donat dari pertanyaan "What?"

**"APA SIH DONAT ITU?"**

Dari sini kamu bisa bicara banyak, tentang sejarahnya, jenis-jenis donat dari berbagai negara, atau mungkin apakah donat hanya satu bentuk saja, dan masih banyak lagi tentang apa itu donat.



Keesokan hari, membuat video menggunakan "Why?"

**"MENGAPA SAYA SUKA DONAT?"**

Dalam video itu kamu bisa bicara berbagai alasan tentang enaknya donat, kamu membandingkan satu *brand* donat dengan *brand* donat yang lain, dan lain sebagainya.





Bisa saja dalam satu hari kamu buat dua video, dan untuk video satu lagi kamu membuat video dengan ide dari pertanyaan "When?"

**"SAAT-SAAT TERBAIK  
UNTUK MAKAN DONAT."**

Kamu bicara banyak tentang setiap waktu yang kamu rasa pantas untuk makan donat. Tentu banyak hal yang bisa digali dengan pertanyaan ini.

Suatu saat kamu sedang jalan-jalan, kemudian kamu memikirkan tentang donat dan pertanyaan, "Where?" Kamu bisa membuat video berjudul:

**"SURVEI TEMPAT DONAT ENAK."**

Kamu mengunjungi satu toko ke toko lain, satu penjual ke penjual lain, kemudian kamu membahas tentang rasanya, harganya, tempatnya, pelayanannya, dan lain sebagainya.



Kemudian, di hari berikut, kamu buat video berasal dari pertanyaan  
"How?"

**"BAGAIMANA MEMBUAT DONAT ENAK  
ALA RUMAHAN?"**

Tentu di situ kamu memerlukan  
pembuatan donat. Apa saja  
bahannya, bagaimana cara  
memanggangnya, apa saja yang  
bisa dikreasikan dari donat  
buatanmu, apa saja peralatan  
masaknya, dan lain-lain.



Juri Master chef

**TETAPI APAKAH BERLEBIHAN  
JIKA KAMU BICARA DONAT  
MELULU DALAM SETIAP VIDEO?**

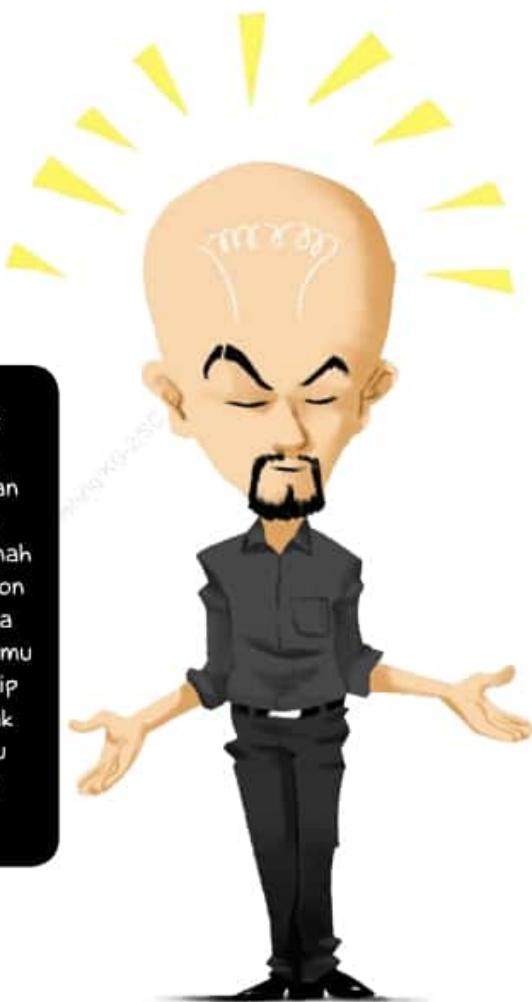
TIDAK. Kalau kamu memang profesional, punya *passion* di bidang kuliner, dan juga ahli, ini bukanlah hal berlebihan. Anggapan berlebihan terjadi karena ada rasa ketidakmampuan untuk mengulas tentang kuliner. Dan juga faktor dari dirimu, apakah benar kamu memang suka tentang kuliner? Bandingkan saja dengan ahli penyicip *wine* di Eropa sana, mereka menghabiskan waktu hingga 10 jam untuk membahas satu jenis *wine*. Dan itu ada penonton tetapnya. Justru dengan begini, viewer akan melihat kamu benar-benar kompeten dalam *niche* kamu.



Tidak ada lagi alasan kamu tidak punya ide. Apalagi ketika kamu telah menentukan *niche*, kemudian dipadukan dengan 5W 1H. Ini akan sangat membantumu untuk membuat video-video yang semakin kreatif.

**BE CREATIVE...**

Okay, mungkin kamu punya sedikit keraguan, bahwa penonton ketika disuguhkan hal yang itu-itu saja akan bosan. Atau kamu bertanya-tanya, mengapa viewers videomu tidak pernah bertambah? Bagaimana agar penonton tidak bosan sekaligus penonton bisa bertambah? Sebetulnya, di sinilah kamu diuji kreativitasnya. Saya berikan Tip bagaimana agar video-videomu tidak "membosankan" seperti yang kamu duga dan juga bisa menarik lebih banyak penonton.



Caranya, pelajari tren. Pelajari video-video viral. Apakah kamu bisa menggabungkan konten video viral dengan *niche* kamu? Bisa saja. Tergantung semenarik apa kamu mengolah idenya. Misalnya, YouTube sedang viral tentang lagu "Sayang" oleh Via Vallen. Kamu bisa membuat video memasak diiringi lagu "Sayang". Atau bisa saja kamu angkat tema, "Gimana Rasanya Memakan Donat Diiringi Lagu Via Vallen?", atau bikin video *challenge*, "Menyanyikan Resep Masakan Menggunakan Nada Lagu Sayang."



Atau mungkin *niche* kamu adalah make-up. Misalnya yang sedang viral lagu "Sayang", kamu bisa membuat video review make-up Via Vallen di video klipnya. Atau misalnya sedang viral Squishy, kamu bisa membuat video *challenge*, "Bagaimana Cara Make Up Squishy". Membuat video dengan mengaitkan video yang sedang *trending* dan viral sah-sah saja, asalkan tetap dengan *niche* kamu. Hal ini akan menarik lebih banyak penonton.

Ada satu "rahasia" YouTube yang mungkin selama ini kalian tidak pernah "ngeh". Ini berhubungan dengan algoritma YouTube. Saya akan menjelaskan banyak di bab-bab selanjutnya, tapi saya sedikit berikan bocorannya.

## **FAKTANYA, SUBSCRIBER TIDAK MENOLONGMU**

Kamu bisa saja mendapatkan banyak subscriber, namun subscriber-mu belum tentu menonton videomu. Begitu juga sebaliknya. YouTube tidak selalu memberikan notifikasi kepada subscriber. YouTube melayani penonton, bukan pelanggan. YouTube sepertinya tidak ingin membuat penontonnya kesal karena terlalu banyak menerima notifikasi. Bisa dibayangkan kalau kamu menjadi subscriber ratusan channel, berapa notifikasi yang akan muncul?

Saya jelaskan sedikit mengenai mengapa subscriber tidak menolongmu. Mungkin penontonmu men-subscribe channel-mu karena ada salah satu videomu yang dia suka. Awalnya YouTube akan memberikan subscriber sebuah notifikasi, namun ketika pelangganmu tidak menanggapinya dengan menonton video itu, YouTube berhenti memberikan notifikasi. YouTube menduga penonton tidak tertarik dengan konten yang kamu unggah. Namun, YouTube "mempelajari" history tontonan subscriber-mu. Tontonan-tontonan subscriber-mu itulah yang akan dimunculkan atau dipromo YouTube di halaman home page mereka.





**DON'T STOP!**

Initiah mengapa kamu harus tetap kreatif, termasuk mempelajari cara kerja YouTube. Misalnya ada satu subscriber-mu yang sering menonton *highlight* sepakbola. Dan dia sudah tidak pernah diberikan notifikasi tentang video-video terbarumu. Suatu saat kamu membuat video yang ada hubungannya dengan sepak bola, di situlah YouTube akan mempromosikan videomu kepada subscriber itu. Kalaupun tidak diberikan notifikasi, videomu itu akan muncul di saat dia membuka halaman *home page*, dan direkomendasikan. Atau akan muncul di salah satu deretan video *Up Next/Auto Play* ketika dia sedang menonton YouTube.

Banyak orang punya ide. Banyak orang punya mimpi, namun lebih banyak lagi orang yang tidak melakukan apa-apa. Hanya sekadar punya ide dan mimpi, tidak akan membuatmu lebih baik dari yang lain. Begitu juga ketika dirimu sudah aktif di YouTube, seperti yang saya ceritakan sebelumnya dalam *Fears of Rejection*, videomu sedikit viewer, dikasih *thumb down*, kemudian kamu merasa gagal, dan berhenti membuat video. Jangan lakukan itu, teruskan kreativitasmu.

Ketika dirimu sudah mulai aktif dengan YouTube. Sudah menentukan *niche*, membuat dan mengunggah banyak video, mempelajari *tren* dan algoritme "cara kerja" YouTube, hingga mengasah terus kreativitasmu, namun apa yang kamu harapkan dari YouTube belum juga terpenuhi. Apa yang harus dilakukan?  
**JANGAN PERNAH BERHENTI.**



Para YouTuber sukses punya cerita suka-duka ketika mereka menjalani hidup sebagai YouTuber. Bisa dibayangkan mereka harus membuang 6-7 jam sehari untuk memikirkan konten, mengedit video, mengunggah, dan belum tentu juga videonya *trending*, atau minimal mendapatkan *thumb up*. Malah tidak jarang para *hatter* mencaci dan mem-bully videonya. Mereka melewati itu dengan berbagai macam cerita. Mendapatkan banyak *viewer* dan *subscriber* itu tidak mudah. Tapi bukan berarti tidak bisa. Jadi andainya kamu berhenti, sebagus apa pun channel kamu, kesempatan untuk sukses, seketika itu berhenti juga.

## SEQUENCE SEVEN



Let's **START** You**Tube**

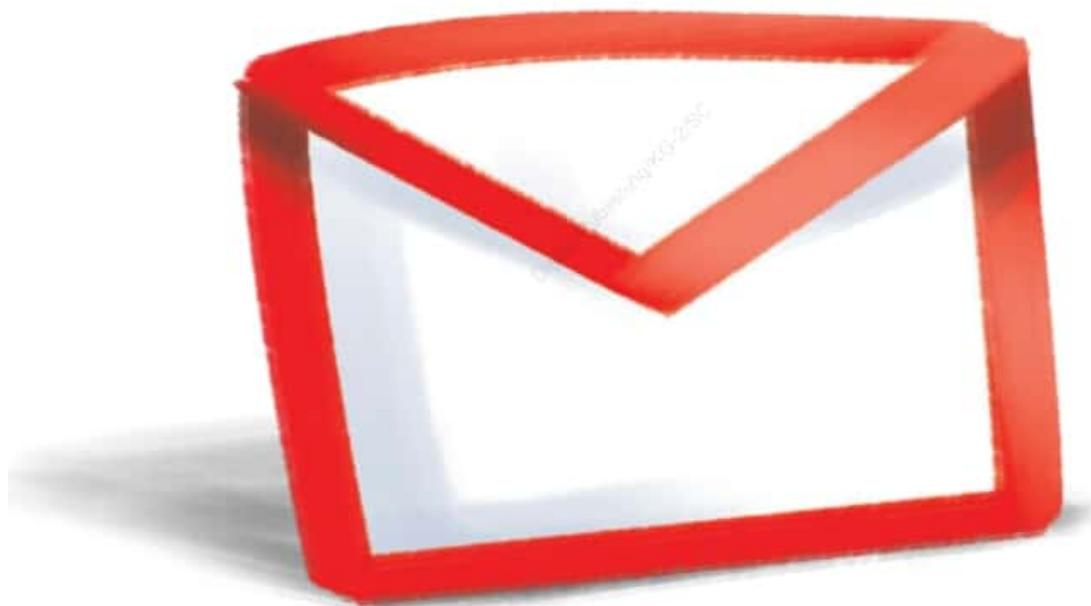
Tentu pernah lihat sebuah proses pembangunan sebuah perumahan. Biasanya yang dibangun terlebih dulu adalah gerbang perumahan. Gerbang perumahan ini dibuat semenarik mungkin agar banyak yang tertarik dan ingin memiliki rumah di kompleks perumahan itu. Sama halnya dengan YouTube. Homepage Channel kamu akan membantumu sukses menarik para subscriber dan viewer.



A screenshot of a YouTube channel homepage. The channel name is "Let's dance" with the tagline "EVERY BODY LOVE DANCE". The channel has 11,111,456 subscribers. Below the channel name is a video thumbnail for a dance video. At the bottom, there are sections for "UPLOADS" and "PLAY ALL" with four corresponding video thumbnails.

Di homepage YouTube terdiri dari nama channel, avatar, banner, deskripsi channel kamu, dan lain-lain. Mungkin beberapa ini dulu yang akan saya jelaskan, karena beberapa ini adalah penting untuk memulai.

Langkah awalnya tentu membuat akun e-mail berbasis Gmail. Kemudian sign In YouTube dengan akun Gmail kamu, dari situ kamu bisa membuat channelmu. Berikan nama untuk channelmu. Buat yang menarik dan sesuai dengan niche kamu.



Nama channel harus fix karena tidak bisa diganti. Artinya kamu akan terus menggunakan nama channel itu untuk selamanya. Dan ketika kamu sukses dengan channel-mu, YouTube akan memberimu "hadiah" berupa Link. Link tersebut bisa di-customize, misalnya seperti saya, <https://youtube.com/user/corbuizerprediction>. Kalau channel-mu belum besar, Link seperti ini tidak bisa dibuat. Walaupun hal ini sebetulnya bisa diakali dengan menggunakan aplikasi shorten URL, semacam bitly.com, dan banyak lainnya.

Pasang avatar yang paling keren. Untuk memasang avatar, dilakukan di aplikasi Google+. Avatar-mu akan otomatis tergantikan di YouTube Channel sesuai yang kamu setting di akun Google+ kamu. Ini bahkan bisa dibuat 3D. Perlu dingat, meskipun avatar ini kecil, ada baiknya berkaitan erat dengan niche kamu.





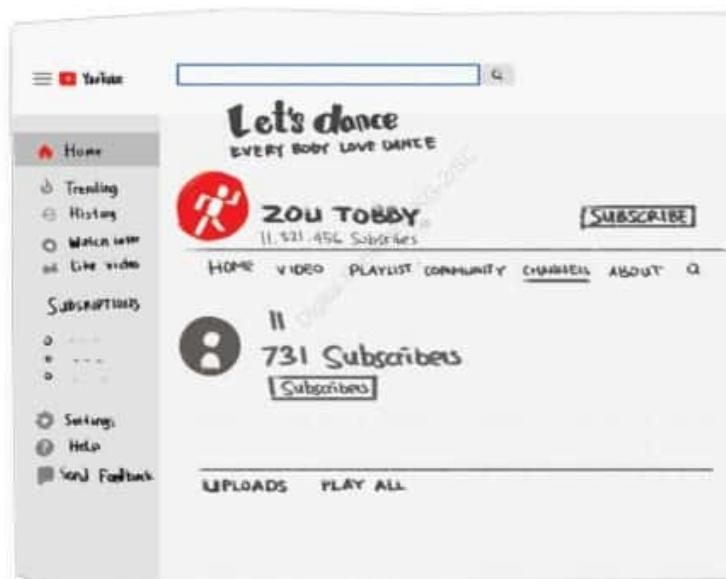
Untuk memasang *banner* sebetulnya mudah, kamu bisa mempelajari caranya lewat *googling*, namun yang paling penting adalah desain *banner*. Ini *landing page* dan posisinya paling atas di *Homepage Channel* kamu. Desainnya akan mendeskripsikan kamu itu sebetulnya siapa dan mau buat apa. Pentingnya menentukan *niche* pada awal sebelum membuat *channel* fungsinya juga untuk hal-hal seperti ini. Untuk teknis mendesain, kamu bisa meminta desain grafis untuk membuatnya atau juga bisa kamu buat sendiri. Apalagi hari ini banyak aplikasi *online* dan gratis yang bisa kamu gunakan untuk membuat *banner*: Canva.com, misalnya, di sana banyak tersedia *template* keren dan sangat mudah untuk digunakan. Desain *banner* yang bagus membuat *channel*-mu nyaman dikunjungi para calon viewer.



Deskripsikan channel-mu. Biasanya muncul di fitur "ABOUT" di homepage channel. Setelah kamu temukan niche-mu, tentu mendeskripsikan channel-mu akan lebih mudah. Buatlah pertanyaan dalam diri sendiri semacam, "Apa yang ingin saya lakukan di YouTube?" ini mungkin akan membuatmu lancar menuliskan deskripsi. Dengan begini, channel kamu telah terdaftar. Di Gmail kamu akan ada email dari YouTube yang bertuliskan:

**"REGISTERED! CONGRATULATIONS! YOU HAVE A YOUTUBE ACCOUNT!"**

Mungkin semua yang saya jelaskan ini kecil menurutmu, tapi ini penting! Memulai sesuatu yang benar-benar jelas tentu penting, kan? Daripada memulai tanpa tahu apa yang akan kita lakukan selanjutnya. Lagi pula, balik lagi, seperti pembangunan perumahan, mengapa para developer perumahan selalu membuat gerbang perumahan dengan sangat maksimal? Yang artinya dibuat sebagus mungkin dengan biaya yang tidak sedikit. Bisa jadi biaya pembangunan gerbang lebih besar dari biaya membangun rumah yang akan dijual.



Mengapa seperti itu? Karena itu bagian dari mempromosikan perumahan yang akan mereka jual. Gerbangnya saja bagus, apalagi di dalamnya. Seperti itu pikiran kebanyakan orang. Itulah mengapa *Homepage* di channel kamu itu penting!



## SEQUENCE **EIGHT**



**TIPE-TIPE VIDEO**  
**You**Tube

SEBELUM KAMU MEMBUAT VIDEO UNTUK YOUTUBE, PENTING UNTUK KAMU TAHU TIPE-TIPE VIDEO DALAM YOUTUBE, INI UNTUK MEMBUATMU AKAN LEBIH MUDAH MENDAPATKAN IDE KONTEN. KEMUDIAN MEMUDAHKAN JUGA SAAT KAMU SEDANG MENGUMPULKAN STOK SHOT.



**VLOG/VIDEO BLOG**

Ini jenis video paling populer di YouTube. Vlog juga biasa disebut Video Blog. Tidak ada yang tahu pasti bagaimana sejarahnya, namun ungkapan pertama Vlog ini bisa dibilang ada dalam film "Avatar" yang dibuat oleh James Cameron. Kata Vlog disebutkan oleh karakter utama saat dia merekam obrolan penelitiannya dengan menggunakan webcam.



Apa sebetulnya Vlog itu? Sama halnya dengan orang menulis Blog. Atau mudahnya seperti orang menulis buku diari. Menceritakan kejadian-kejadian yang dilewatinya sehari-hari. Berbicara apa saja yang berkesan dalam hari itu, atau kejadian unik di hari itu, benda-benda yang dia temui di hari itu, tempat-tempat yang dikunjungi dan lain sebagainya. Seperti karakter utama dalam film Avatar, dia menceritakan tentang perkembangan dan pengalaman penelitiannya dalam satu hari itu. Bedanya kalau buku diari atau Blog diceritakan lewat tulisan, kalau Vlog diceritakan menggunakan video.

Bisa dibilang hampir semua YouTuber di seluruh dunia membuat video jenis Vlog. Dan yang paling terkenal adalah, Casey Neistat. Seorang Vlogger yang begitu addict membuat Vlog setiap hari tanpa absen sehari pun tentang kegiatan sehari-harinya.

Vlognya dilakukan semenjak Maret 2015 hingga November 2016. Setahun lebih penuh dia membuat Vlog, hingga membuat dunia YouTube heboh. Sehingga orang-orang menyebut tipe Vlognya adalah Daily Vlog.

Membuat Daily Vlog tentu punya tantangan tersendiri. Yang pertama harus punya konten setiap hari, dan kedua pembawa Vlog atau karakternya harus menarik.

Casey Neistat sangat kreatif membuat kontennya dan pembawaannya dalam Vlog sangat kocak.

Sampai-sampai orang-orang mengatakan, Casey Neistat bahkan hanya melihat microwave saja akan mengundang banyak penonton. Orang ini memang terkenal kreatif membuat konten.



Positifnya membuat Daily Vlog adalah akan membuat channel seseorang mendapatkan banyak subscriber. Negatifnya, YouTuber akan kehabisan konten karena energi, waktu, dan bahkan biaya terkuras setiap hari.

Casey Neistat sendiri mengatakan dia melakukan Daily Vlog prosesnya dari pagi hingga selesai pukul 3 subuh. Setiap harinya seperti itu. Dan kalau sudah kehabisan energi, kemudian tidak produktif lagi, akhirnya kemungkinan besar akan ditinggalkan subscriber juga.





Ada juga jenis Vlog bernama *Talking Head Vlog*. Vlog jenis ini yang biasanya sering saya lakukan. *Talking Head Vlog* biasanya tempatnya sama, situasinya sama, dan berbicara sesuatu tema.

Video Tutorial juga termasuk jenis video Vlog. Tutorial salah satu video yang paling banyak dicari orang.



Ada lagi Travel Vlog, Review Geim dan New Stuff, Unboxing, Food Vlog, MotoVlog, dan masih banyak lagi. Saking begitu banyaknya jenis Vlog, tak akan habis untuk disebutkan satu per satu. Kamu kalau sudah terbiasa berselancar dan menjadi penonton YouTube akan menyadari jenis video yang kamu tonton.

**SHORT MOVIE**

**MEMBUAT VIDEO  
JENIS INI SESULIT  
MEMPRODUKSI SEBUAH  
FILM, MESKIPUN  
DURASINYA TIDAK  
SE PANJANG SEBUAH  
FILM.**



Shot-shotnya digarap serius dan sinematik. *Short Movie* tetap bagian dari YouTube.



Misalnya seperti yang sedang gandrung diproduksi yaitu *Webdrama*, ini juga termasuk video *Short Movie*. Beberapa YouTuber Indonesia juga pernah membuat ini, seperti Chandra Liow, dengan karya yang berjudul, "Salah Siapa". Kemudian ada Aulion dengan karya bergenre horor berjudul, "Pulang Duluan".

**SHORT MOVIE BIASANYA ADALAH FIksi ATAU SEBUAH CERITA YANG DIKARANG DAN DITUANGKAN DALAM SEBUAH VIDEO. TIDAK SEDIKIT JUGA SHORT MOVIE DALAM BENTUK ANIMASI.**



**TIPE VIDEO JENIS SHORT MOVIE SALAH SATU TIPE YANG TERKENAL DI DUNIA YOUTUBE. KAMU BISA SEARCH DI YOUTUBE DENGAN "KEYWORD" SHORT MOVIE, Maka AKAN MUNCUL DERETAN VIDEO SHORT MOVIE DARI SELURUH DUNIA YANG TERNYATA BEGITU BANYAK.**

*COVER LAGU*

**TIPE VIDEO YANG MENAMPILKAN SESEORANG MENYANYIKAN LAGU  
DARI PENYANYI POPULER.**



Lagu-lagunya pun biasanya yang sedang *hits*. Atau juga lagu yang sepanjang masa disukai banyak orang. Hasilnya berbeda-beda, tergantung musicalitas dari yang menyanyikan *cover* lagu. Meng-*cover*-nya pun bermacam-macam, ada dengan hanya alat akustik, ada yang membawakannya dengan genre musik berbeda dari lagu aslinya, ada juga yang mencoba mengganti beberapa lirik dari lagu aslinya.

Pernah dengar lagu, "Akad" yang dinyanyikan Group Band Payung Teduh? Setahun silam, sewaktu lagu ini hits banget di YouTube, pernah terjadi polemik. Pasalnya, Hanin Dhiya, penyanyi yang YouTuber juga, meng-cover lagu itu dengan sedikit mengubah liriknya. Video cover-nya menjadi trending di YouTube. Bahkan beberapa yang "nakal" menjual lagu versi cover Hanin Dhiya di iTunes. Ini membuat salah satu pentolan group itu "memprotes" lewat akun Instagramnya terkait izin meng-cover dan mengomersilkan lagu tersebut. Kemudian, Hanin Dhiya meminta maaf kepada Payung Teduh dan publik.



**KEJADIAN INI MENJADI PELAJARAN BAGI YOUTUBER YANG NANTI AKAN MEMILIH BERKARYA DENGAN VIDEO COVER LAGU, MUNGKIN LEBIH BAIK PERLU MENDAPATKAN IZIN TERLEBIH DAHULU, MENGGINGAT, SEMUA BERPOTENSI COVER LAGUNYA JADI TRENDING DI YOUTUBE.**

**COMEDY**



Entah sejak kapan tipe video ini dimulai di YouTube, tapi jenis *video comedy* ini ada dan menjadi tayangan yang populer di YouTube. Videonya bisa jadi sangat pendek durasinya, sekitar 1 menit, dengan tayangan yang mengocok perut. YouTuber seperti Edho Zell dan Bayu Skak, sering membuat video jenis ini.

**BISA JADI TEMANYA PARODI  
DARI HAL-HAL YANG VIRAL DAN  
KEHIDUPAN SEHARI-HARI, HINGGA  
DENGAN VIDEO YANG MENGGUNAKAN  
BAHASA DAERAH TERTENTU. PADA  
INTINYA HAMPIR MIRIP SEPERTI  
SHORT MOVIE, SEBUAH CERITA  
YANG DISAJIKAN, NAMUN SECARA  
PENYAJIANNYA GAMBARNYA LEBIH  
RINGAN DIBANDING SHORT MOVIE  
YANG SINEMATIS.**



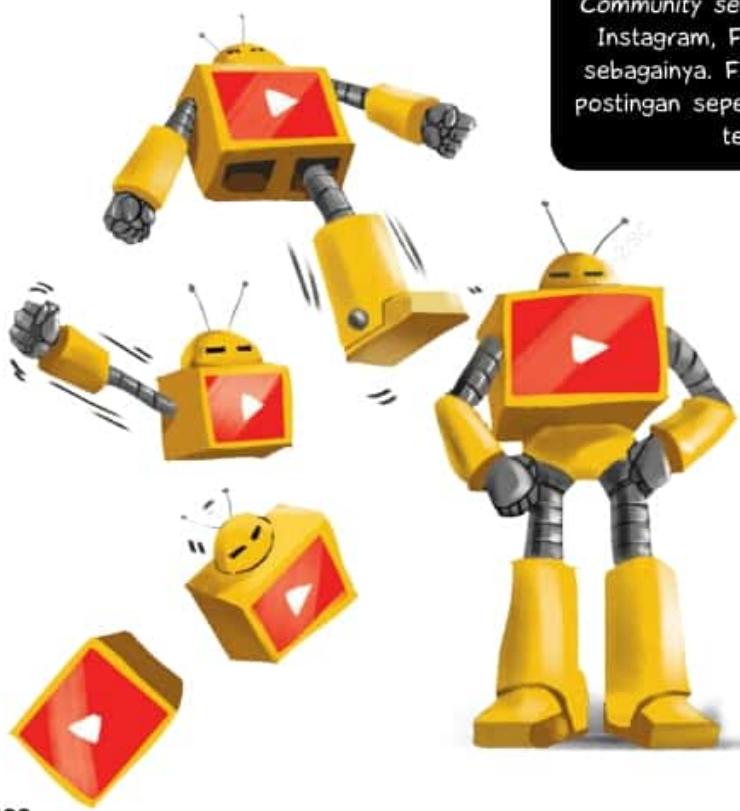
LIVE VIDEO  
YOUTUBE

Ini tipe video bisa kamu manfaatkan untuk menayangkan sebuah video secara *real time*. Ini kesempatan untuk kamu berinteraksi dengan para fan dan viewer. Sebelumnya untuk bisa memanfaatkan fasilitas ini, ada aturan tertentu dari YouTube, misalnya *subscriber*-mu harus mencapai 1.000 *subscriber*. Kalau sekarang siapa pun yang punya YouTube Channel bebas menayangkan video secara live.



**BICARA TENTANG TIPE-TIPE VIDEO DI YOUTUBE TIDAK ADA HABISNYA. BEGITU BANYAK GENRE DAN SUBGENRE. BAHKAN KE DEPAN, TIDAK MENUTUP KEMUNGKINAN, KAMU BERKREASI DENGAN GENRE YANG BARU, WHO KNOWS?**

Hal ini berhubungan erat dengan perubahan-perubahan yang dilakukan YouTube. Setiap tahun YouTube selalu berubah untuk meningkatkan performanya sebagai kanal video terbaik di dunia. Di awal tahun 2018, YouTube menyediakan fitur baru yaitu *Community Sector* dan *Reel Sector*.



*Community sector* ini kurang lebih seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lain sebagainya. Fitur ini bisa untuk membuat postingan seperti tulisan, foto, *polling*, dan tentu saja video.

Diberikan tampilan *timeline* yang bisa berinteraksi dengan subscriber dan pemilik channel lainnya. Kemudian ada fitur *YouTube Reel Sector*, hampir mirip dengan Snapgram. Fitur untuk menayangkan video berdurasi 1 menit dan dalam waktu 24 jam akan menghilang. Tampaknya YouTube tidak hanya akan menjadikan dirinya sebagai kanal video terbesar di dunia, namun menjadi media sosial terbesar di dunia.

Tentu banyak pro dan kontra dengan fitur baru ini. Beberapa yang tidak suka merasa bahwa ini sudah jauh dari core YouTube sebagai kanal video. Namun, fitur baru ini sebetulnya menguntungkan para content creator, karena dengan begini, mereka punya banyak fitur untuk mempromosikan video lamanya.



Bahkan di tahun 2018 ada rencana YouTube membuat YouTube TV. Di mana stasiun-stasiun TV besar mempunyai channel sendiri untuk bisa ditonton oleh pemirsa YouTube. YouTube TV bisa dinikmati dengan cara berbayar. Saat ini pun sudah ada YouTube Red, meskipun belum masuk di Indonesia. Ini adalah fitur untuk menampilkan musik semacam iTunes Store. Ini juga fitur berbayar dari YouTube.

Sebagai YouTuber, saya melihat segala perubahan YouTube di tahun 2018 ini sangat positif. Banyak hal menguntungkan untuk content creator. Meskipun saya harus bersaing dengan stasiun TV raksasa di YouTube, saya menilai, tidak akan mengurangi penonton saya. Sebab, YouTube TV dan YouTube Red adalah saluran yang berbayar. Sementara berbagai channel YouTuber, bisa ditonton hanya dengan bermodalkan jaringan internet.



**SO, APA YANG BISA KITA PELAJARI DARI SINI ADALAH, KE DEPAN  
YOUTUBE AKAN MENJADI SEBUAH MEDIA RAKSASA, KAPAN LAGI KAMU  
AKAN MENGAMBIL BAGIAN DARIINI DAN MEMULAI TAKE ACTION  
MEMBUAT VIDEO PERTAMAMU?**



**JANGAN UNGGAH  
VIDEO TIPE INI!**

YouTube bisa digunakan untuk bermacam-macam manfaat. Termasuk menjadi album video pribadimu, seperti yang saya sampaikan dalam di awal-awal bab, atau mungkin menjadi tempat untuk menyimpan stok-stok shot yang belum teredit. Namun ketika kamu ingin menjadi YouTuber, mohon tidak mengunggah tipe-tipe video di bawah ini.



Tipe *Video Cam* adalah video yang biasanya direkam oleh kita tanpa ada tujuan tertentu, selain mendokumentasikan saja untuk ditonton secara pribadi. Misalnya, saat kita sedang bersama keluarga kita, berenang di tempat rekreasi, direkam begitu saja tanpa ada konsep jelas ingin menginformasikan apa.

Ini termasuk video yang tidak mempunyai konten. Video-video semacam ini bukan tidak boleh diunggah di YouTube, tapi sebaiknya video semacam ini di-*setting* privat. Pada dasarnya bagi penonton, video semacam ini tidak penting untuk mereka konsumsi. Banyak YouTuber pemula melakukan ini dan disajikan secara publik.

Hindari tipe video yang biasa dilakukan oleh *Blackhat* (peretas) dan juga *Content Reuploader*. Ini musuh para *content creator*. Video-video dari *Blackhat* dan *Content Uploader* ini bahkan sering menjadi trending. Ini yang membuat kesulitan untuk dibasmi.



*Content Reuploader* semacam pembajakan. Ada *channel-channel* tertentu yang hanya meng-copy video orang lain untuk diunggah lagi dengan menggunakan *channel* mereka. Tujuannya tentu agar *channel* mereka mendapatkan keuntungan dari YouTube. Bahkan ini menjadi bisnis bagi orang-orang nakal ini.

Teknik-teknik *blackhat* melakukan metode tertentu dengan memanipulasi user agar klik di video mereka. Salah satu metodenya adalah dengan mendapatkan *fake view*. Banyak cara *blackhat* yang memang dilarang oleh YouTube. Termasuk mengunggah kembali tayangan-tayangan yang sedang *hits*. Mereka mendapatkan keuntungan dari kreasi orang lain yang telah susah payah memproduksi video. Ini sangat bertentangan dengan para YouTuber yang notabene adalah *content creator*.



## SEQUENCE NINE



LET'S DO  
THESE FOR  
YOUR FIRST  
VIDEO!

**YA, UNTUK MEMBUAT VIDEO KITA MEMBUTUHKAN PERALATAN, ITU PASTI. NAMUN SEBELUM MENUJU DETAIL TENTANG PERALATAN, SAYA TEKANKAN TENTANG HAL INI. INGAT APA YANG DIBAHAS DALAM BAB "FEARS OF YOUTUBE"? SAYA PUNYA SATU CERITA LAGI TENTANG ITU.**



Sewaktu saya nge-gym, sering kali saya lihat orang-orang menggunakan pakaian-pakaian fitness yang branded, bagus-bagus, namun badannya tidak mencirikan seorang yang sering latihan. Sementara pengalaman saya, yang setiap hari ke gym, saya tidak selalu mengenakan baju-baju branded. Bahkan sering menggunakan kaos oblong dan celana pendek biasa. Jauh dari kesan *fashionable*. Tapi perhatikan badan saya dari hasil *workout*.

Sama halnya dengan kebanyakan orang yang ingin jadi YouTuber. Biasanya orang yang tidak pernah memulai membuat videonya karena lebih banyak memusingkan peralatannya. Menunggu kamera mahal untuk baru bisa memulai, misalnya. Bahkan ada yang sudah lengkap peralatannya tapi tidak pernah jadi videonya.



Memang sih, paling bagusnya adalah orang yang mempunyai peralatan mumpuni dan juga produktif. Analoginya seperti ini, bisa tidak seorang fotografer menjadi profesional dengan kamera yang seharga 10 juta dan setiap hari memotret? Tentu bisa. Bandingkan dengan seseorang yang memiliki kamera seharga 400 juta tapi tidak pernah memotret? Sampai kapan pun tidak akan pernah menjadi fotografer profesional.



**PERALATAN ITU ADALAH PENDUKUNG, SEMAKIN MAHAL DAN BAGUS PERALATANMU SEHARUSNYA SEMAKIN BAGUS KREASIMU. ALAT BAGUS ITU PENTING, TAPI YANG TERPENTING ADALAH ACTION. SAYA BERIKAN SEDIKIT WAWASAN UNTUK KAMU BISA SEGERA ACTION.**

**HANDPHONEMU  
ALAT MUMPUNI**

Paling mudah untuk kamu memulai, adalah dengan menggunakan kamera handphone-mu. Saya yakin banget semua yang baca buku ini mempunyai handphone. Menggunakan kamera handphone sebetulnya sudah worth it. Bahkan kamera handphone sekarang ada yang sudah HD dan 4K, dilengkapi fasilitas stabilizer, dan fasilitas lainnya layaknya kamera profesional. Kita mungkin lupa, kamera handphone masa kini kapasitasnya serupa kamera terbaik di masa 5 tahun lalu. Bisa dibayangkan seperti apa YouTuber lima tahun lalu membuat video. Dengan begini, tidak ada alasan lagi untuk menunggu kamera mumpuni dan mahal, handphone-mu sendiri sudah layak untuk memulai membuat video.



*PUNYA UANG LEBIH,  
MILIKI CYBERSHOOT*

Apabila kamu ingin meningkatkan kualitas videomu, ambilah jenis kamera *cybershoot*. Semacam pocket kamera yang tidak bisa diganti lensanya. Dengan catatan gunakan yang jenis *flip screen*, karena ini akan sangat *support* ketika kamu membuat Vlog. Ada banyak kamera jenis *cybershoot* yang bagus, namun saat buku ini ditulis, kamera Canon G7X Mark II dan Sony RX100V adalah "dewa"-nya kamera jenis ini. Hampir semua Vlogger mempunyai dua kamera ini. Harganya antara 7 juta hingga 14 juta. Yang lebih murah dari ini sebetulnya banyak, misalnya diharga sekitar 3 jutaan. Saya tidak merekomendasikan untuk membeli yang murah karena lebih baik kamu gunakan *handphone* masa kini yang kualitasnya sama bahkan lebih baik. Ketika kamu ingin meningkatkan kualitas videomu, lebih baik beli dua kamera di atas. Kalau tabunganmu belum cukup, tetap gunakan kamera *handphone*. Karena saat ini, ketika kamu memiliki uang 5 juta, lebih baik kamu membeli *handphone* seharga 5 juta ketimbang kamera seharga 5 juta untuk video YouTube. Karena teknologi kamera *handphone* seharga 5 juta lebih baik dari kualitas kamera seharga yang sama.



**MAKIN BAGUS DENGAN  
MIRRORLESS,  
DSLR, DAN HANDYCAM**



Kalau punya uang lebih, boleh saja membeli tiga alat rekam ini. Saran saya beli yang 4K, karena menurut saya, suatu saat nanti, banyak yang menonton YouTube lewat Smart TV 64 inchi. Apalagi harga Smart TV 64 Inch itu sudah terjangkau. Video yang kamu buat hari ini dengan menggunakan kamera berkapasitas 4K, akan bisa ditonton untuk lima tahun akan datang. Tentu dengan kualitas yang masih *comfort* di masa depan.

Perdebatan tentang mana yang lebih bagus antara kamera *Mirrorless* dan *DSLR* sudah berlangsung cukup lama. Tapi kita tidak sedang membicarakan mana yang lebih bagus. Kamera *Mirrorless* adalah kamera yang tidak menggunakan prisma kaca. Sementara *DSLR* menggunakan prisma kaca. Sehingga jendela bidik dari kedua kamera ini berbeda, kalau *DSLR* menggunakan *Optic View Finder* sementara *Mirrorless* menggunakan *Electronic View Finder*. *Mirrorless* lebih kecil dibandingkan *DSLR*. Harga *Mirrorless* lebih murah dibanding *DSLR*. Sensor *DSLR* lebih besar dari *Mirrorless*. Ini membuat kamera *Mirrorless* kesulitan mendapatkan *deep effect* atau *Bokeh*. Meskipun pada *Mirrorless* yang tipe *high-end* sudah tersedia fasilitas ini.





### BOKEH

Perlu tidak Bokeh untuk para YouTuber? Bisa jadi. Karena ketika kamu membuat *review* makanan, atau *review make-up*, dan video lain yang membutuhkan detail dan fokus pada satu objek, dengan Bokeh effect akan membuat videomu lebih terkomunikasikan. Tapi kalau kamu membuat Vlog perjalanan yang membutuhkan detail *background* tentu jadi tidak tepat ketika menggunakan Bokeh effect.

KEMUDIAN ADA HANDYCAM. INI ADALAH ALAT PAPILNG MUDAH UNTUK MEREKAM. MENGGUNAKAN HANDYCAM UNTUNGNYA ADALAH HASIL REKAMANNYA SEMUA FOKUS, KETIMBANG KAMERA DSLR YANG FOKUSNYA TERPILIH, DAN SULIT MENGOPERASIKAN KETIKA MENGINGINKAN SEMUA OBJEK FOKUS. NAMUN KEKURANGANNYA ADALAH HANDYCAM TIDAK BISA MEMBUAT DEEP EFFECT. MEMANG, TIDAK BANYAK MENGGUNAKAN HANDYCAM KARENA MUNGKIN SALAH SATU ALASANNYA BENTUKNYA YANG BERKESAN OLD SCHOOL.



Untuk harga, tentu dari ketiga alat rekam ini, DSLR yang paling mahal. Itu dikarenakan, DSLR tidak cukup hanya dengan satu lensa. Kebutuhan berbagai macam effect dan variasi hasil gambar yang membuat DSLR menyediakan bermacam-macam lensa.

**BAGAIMANA DENGAN  
SAYA?**

**SEKARANG SAYA BICARA KAMERA APA YANG SAYA GUNAKAN UNTUK MEMPRODUKSI VIDEO YOUTUBE. BAIK DARI KONTENNYA HINGGA PERALATANNYA. DEMI MENYUGUHKAN TONTONAN YANG BAGUS KEPADA PENONTON, ITU BISA DILIHAT DARI KAMERA YANG SAYA GUNAKAN ADALAH SONY A9 DAN LUMIX GA5.**

Dua kamera ini terbilang kamera dengan harga premium. Hasilnya tentu lebih baik dengan kamera-kamera lebih murah dari ini. Namun, tidak semua video saya di YouTube menggunakan kedua kamera ini. Bahkan banyak juga menggunakan handphone. Tergantung situasi dan kondisi. Ketika saya dalam perjalanan dan menemukan hal-hal yang unik untuk dijadikan materi video, saya akan menggunakan handphone. Tapi ketika saya berada di studio, saya gunakan dua kamera ini.





**KALAU KITA BICARA KAMERA, MEMANG TIDAK ADA HABISNYA. KAMU BISA  
MEMULAI YOUTUBE HANYA DENGAN KAMERA HANDPHONE-MU HINGGA  
KAMERA RED DRAGON SEHARGA 500 JUTA, TAPI YANG TERPENTING ADALAH  
KAMU MEMULAI ACTION.**

*PLAY WITH AUDIO*

Kamu benar-benar harus bereksperimen dengan audio. Tahu tidak yang paling penting dari YouTube adalah audio? Menurut saya audio memegang peranan 70% dan video 30% sebagai sesuatu yang membuat video YouTube kamu dikunjungi banyak penonton. Alasan sederhananya ini, orang masih akan menonton videomu meskipun secara kualitas gambarnya jelek tapi audionya bagus. Sebaliknya, orang sulit menikmati videomu dengan audio jelek meskipun gambarnya bagus. Bayangkan ketika kamu menonton video berita tapi tanpa suara. Atau video klip lagu.



Andainya kamu memiliki uang 5 Juta, daripada kamu membeli kamera seadanya, lebih baik belilah peralatan audio yang sebaik-baiknya. Karena peralatan audio yang bagus itu pun tidak mahal. Kamu membeli *microphone* berkualitas paling bagus pun range harganya 3 hingga 4 juta-an. Dan itu akan terus dipakai untuk kamera jenis apa saja.



Memang, biasanya kamera mempunyai internal audio. Jenis kamera apa pun memiliki ini. Tertimak kamera handphone. Namun perekaman audio menggunakan internal audio kualitasnya kurang maksimal. Hasilnya seadanya. Suara-suara *noise* akan bercampur dengan suara lain, dan juga kesulitan mendengar suara dari objek jauh. Audio internal ini tidak bisa diapa-apakan lagi.

Lucunya, kamera dan bahkan kamera handphone yang setiap tahun semakin canggih, justru tidak pernah memikirkan pengembangan internal audionya. Mungkin para produsen berpikir bahwa internal audio tidak semestinya digunakan dalam perekaman suara, mesti ada alat tambahan yang perlu disisipkan di situ, misalnya mikrofon.

Satu hal yang perlu kamu ingat, bahwa tidak semua kamera mempunyai jack *microphone*. Jadi saat kamu memilih kamera, perhatikan hal ini karena kamu akan membutuhkan peralatan audio eksternal yang akan ditempelkan pada kameramu. Bisa saja kamu merekam suara dengan *recorder* yang terpisah dari kamera, namun ini perlu proses yang lebih sulit pada saat *editing* videonya.



Apabila kamu mau dengan proses yang agak sulit ini, saya merekomendasikan membeli alat *recorder* bernama Zoom H1, yang biasa digunakan untuk membuat film. Harganya berkisar 900 ribu-an. Alat ini berfungsi ketika objek yang akan kamu rekam terlalu jauh, tentu sulit merekam suara dengan mikrofon yang menempel di kamera. Hanya saja saat proses *editing* kamu harus memadukan rekaman audio dan video yang notabene memang terpisah ketika merekamnya. Alat ini juga berfungsi ketika kita membuat video klip.

SAYA MENGGUNAKAN MICROFON EKSTERNAL BERMEREK RODE, DILENGKAPI DENGAN WINDPROOF "DEADCAT" UNTUK MEMFILTER SUARA ANGIN DAN NOISE, DAN FLEXIBLE MOUNTING BRAKET, ALAT UNTUK MENDUDUKKAN MIC PADA KAMERA ATAU GAWAI. HARGANYA MURAH, HANYA BERKISAR 700 RIBU-AN, DAN KUALITAS AUDIONYA BISA KAMU DENGAR DALAM VIDEO-VIDEO YOUTUBE CHANNEL SAYA. MICROFON INI ADA TIPE SHOTGUN YANG GUNANYA MENANGKAP SUARA SECARA GARIS LURUS KE MANA MIC MENGHADAP, DAN ADA TIPE CARDOID, YANG SELAIN MENANGKAP SUARA DI DEPANNYA JUGA MENANGKAP SUARA DI SAMPING ATAU SEKITARNYA.



133

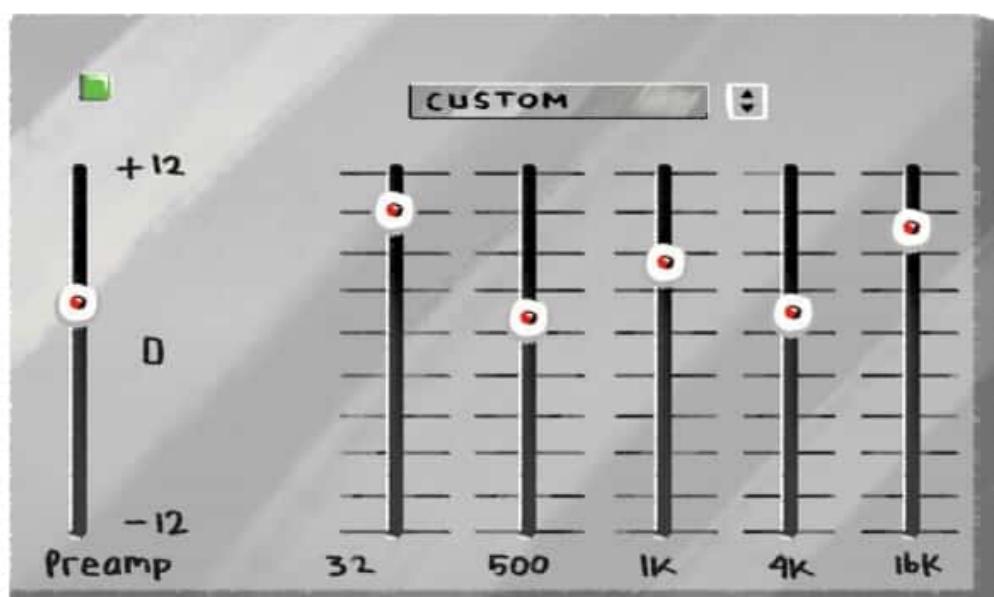


Selain alat-alat audio di atas, ada juga microfon yang namanya, microfon Lavaller. Ini jenis microfon yang menghubungkan microfon langsung dengan kamera namun dengan objek dari jauh. Ini berbeda dengan recorder Zoom H1 sebelumnya. Perekaman suara dan gambarnya tidak terpisah. Harganya juga menentukan antara jarak dan kejelasan perekaman suaranya. Semakin mahal harganya, semakin jauh mic ini mampu merekam suara.

Kalau bicara subjektif, saya sebagai YouTuber, untuk pertama saya memilih microfon eksternal yang menempel di body kamera. Belilah yang bagus karena yang bagus pun harganya masih terjangkau.



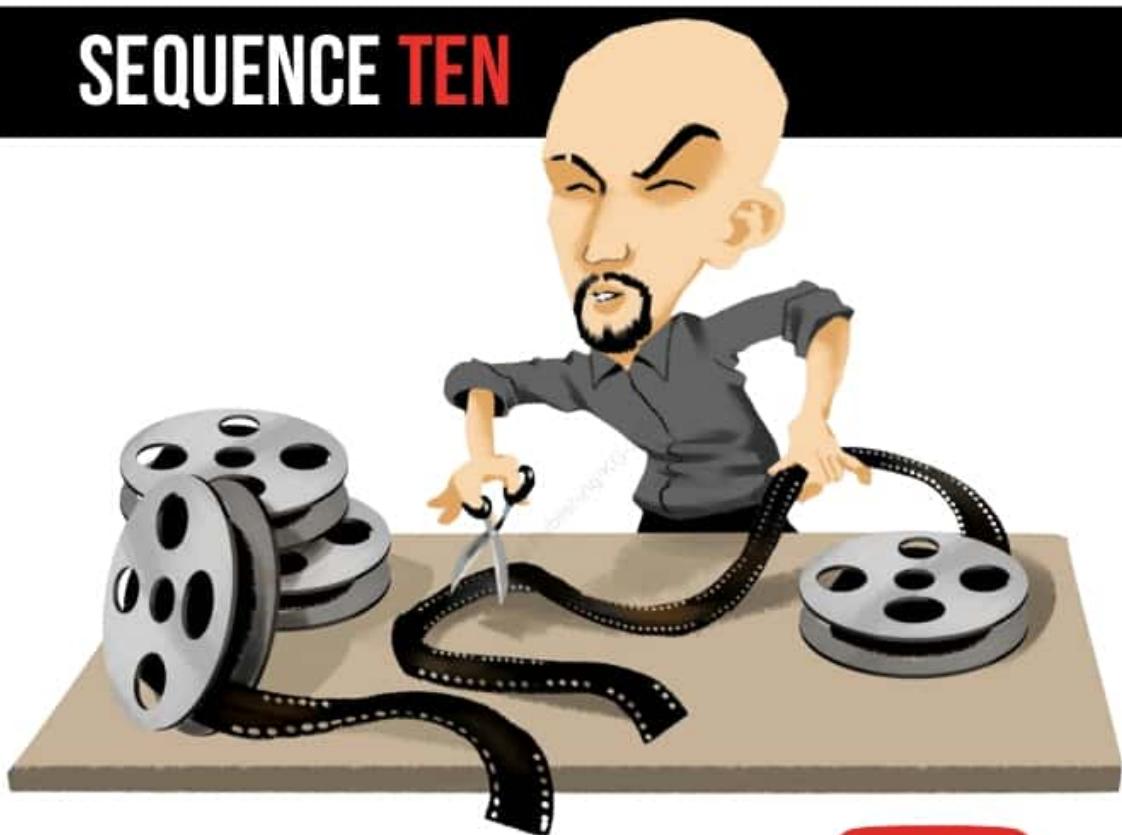
Satu hal yang perlu kamu ingat, bahwa tidak semua kamera mempunyai jack microphone. Jadi saat kamu memilih kamera, perhatikan hal ini karena kamu akan membutuhkan peralatan audio eksternal yang akan ditempelkan pada kameramu. Bisa saja kamu merekam suara dengan recorder yang terpisah dari kamera, namun ini perlu proses yang lebih sulit pada saat *editing* videonya.



**PLAY WITH THAT! AND LET'S DO THESE FOR YOUR FIRST VIDEO!**



## SEQUENCE TEN



**FAKTA UNIK TENTANG YouTube**



**SETELAH KAMU  
MENGUMPULKAN STOK  
GAMBAR DARI TIPE  
VIDEO YANG INGIN KAMU  
BUAT, SAATNYA KAMU  
MENGEDITNYA.**

**MENGKREASIKAN PENYAJIAN VIDEOMU SEHINGGA MENJADI LAYAK UNTUK  
DITONTON, MEMOTONG SANA-SINI, MEMBERIKAN EFEK SUARA, MENJALIN  
SATU ADEGAN DENGAN ADEGAN LAIN, KEMUDIAN SIAP DITONTON, SO.  
GIMANA SEBAIKNYA MENGEDIT VIDEO UNTUK YOUTUBE?**

**BUTUH SOFTWARE  
DAN APLIKASI**

Enaknya, aplikasi *editing* video yang bisa didapatkan lewat *handphone* berbasis android ataupun iOS itu jumlahnya ribuan. Kamu bisa memilih yang paling mudah hingga paling lengkap, dan yang gratis hingga yang berbayar dan paling mahal. Sebut saja yang berbasis iOS itu ada iMovie, untuk android kamu bisa search dengan kata kunci "video editor" di Playstore dan akan muncul banyak deretan aplikasi *editing* video. Kita tidak bicara mana yang paling bagus karena kalian harus mencobanya sendiri. Ini kalau kamu mengedit video menggunakan *handphone*.



Saya sendiri menggunakan iMovie untuk mengedit video lewat *handphone* berbasis iOS. Dan untuk *handphone* berbasis Android, salah satunya saya menggunakan Splice Video Editor. Untuk mengedit video lewat komputer dan laptop berbasis iOS saya menggunakan iMovie juga. Dan untuk komputer dan laptop berbasis Microsoft saya menggunakan *software* Final Cut Pro. Saya menggunakan dua *software* ini karena tergantung kebutuhan, apabila saya ingin mengedit cepat saya gunakan iMovie di Mac, tapi kalau saya ingin mengeditnya secara detail, saya gunakan Final Cut Pro.

**ENAKNYA LAGI, CARA MENGETAHUI DENGAN BERBAGAI MACAM  
SOFTWARE, BISA KAMU LIHAT DAN PELAJARI DI YOUTUBE,  
SEMUA SUDAH TERSEDIA, TINGGAL SEJAUH MANA KAMU MEMPELAJARI  
DAN MEMPRAKTIKKANNYA.**



**MERINGKAS DURASI  
SAAT MENGEDIT**

Menurut saya, sebaiknya durasi video YouTube di Indonesia jangan sampai melewati 7 sampai 8 menit. Kecuali kalau memang videonya membutuhkan durasi panjang, seperti tutorial misalnya. Namun sebisa mungkin meringkas durasinya. Karena penonton di Indonesia masih tergolong susah internet. Wi-fi belum tersedia secara merata, dan kebanyakan penonton menggunakan pulsa/kuota internet untuk menonton YouTube. Ketika mereka melihat video, kemudian menyadari durasi videonya sepanjang 20 menit, tak butuh waktu lama untuk mereka segera meninggalkan video itu, bahkan sebelum menontonnya.



Selain itu, YouTube juga biasanya ditonton dalam keadaan orang yang tidak siap menonton. Berbeda dengan menonton film di TV atau bioskop yang memang sudah direncanakan untuk ditonton. YouTube biasanya ditonton di waktu senggang, seperti saat sedang istirahat makan, sedang menunggu, ataupun sedang berada dalam angkutan umum, dan lain sebagainya. Mereka akan berpikir kembali untuk membuang waktu mereka dengan menonton video dengan durasi yang panjang.

Sebisa mungkin editan video kita itu durasinya ringkas. Berbeda dengan edit film yang perlu banyak dramatisasi, dan hal-hal yang dipertimbangkan secara artistik. Video YouTube itu yang terpenting adalah tercapai tujuan dari video itu ke penonton. Saat pengambilan gambar, mungkin banyak obrolan kita yang berulang-ulang. Kita perlu meringkas semua hingga mendapatkan inti dari obrolan kita.



Salah satu YouTuber yang saya tahu melakukan ini adalah Reza Arap. Dia menggunakan teknik *jump-cut* dalam mengedit videonya. Teknik *jump-cut* ini dipopulerkan oleh sineas Prancis, Jean-Luc Godard. *Jump-cut* adalah teknik yang memotong gambar dalam satu rangkaian shot, sehingga objek dalam latar yang sama terlihat seketika berpindah posisi. Teknik ini sering dihindari para sineas karena alasan kontinuitas dan terlihat "jumping".

Reza Arap menggunakan teknik ini. Dia memotong shot obrolan, bahkan sebelum kata-kata itu selesai. Terkadang urutan kata-kata dalam video dipindahkan. Ada juga dia mengulang ungkapan-ungkapan yang menarik dari satu video itu untuk membuat impresi yang lucu. Mengapa seperti itu? Tujuannya untuk menyeleksi hal-hal penting dan tidak penting dalam obrolan, dan juga membuat pemirsa fokus menonton video tersebut. Bahkan kalau perlu tidak berkedip saat menonton. Karena teknik ini memang penuh lompatan-lompatan yang cepat. Biasanya sebuah video obrolan akan terasa monoton jika shot videonya hanya mengobrol, namun dengan adanya teknik jump-cut ini, video terasa berirama, apalagi dengan begitu banyak dan cepat potongan-potongannya.

## INTI VIDEO



BASA-BASI



145

Menurut saya teknik jump-cut yang berhasil dan menarik, ada dalam video YouTube, Reza Arap berjudul, TATAP MATA SAYA #ArapMaklum with Deddy Corbuzier. Kamu bisa melihatnya dengan mengunjungi link ini:  
<https://www.youtube.com/watch?v=XvRMoPJsQDc>

Atau Scan Qr Code di bawah ini:



Kalau para sineas menghindari teknik ini, justru ini berfungsi dengan sangat bagus untuk para YouTuber. Perlu diingat juga, teknik ini perlu dilatih untuk bisa mendapatkan hasil yang bagus. Teknik ini tidak mudah dan banyak YouTuber Indonesia yang justru gagap terhadap teknik editan jump-cut. Bereksperimenlah dengan editanmu hingga kamu bisa menguasainya. Ketika sudah menguasai teknik ini, selain kamu bisa meringkas durasi videomu, juga akan mengubah video yang berpotensi monoton menjadi menarik untuk ditonton.

*PUT MUSIC OR NOT?*

**SEPERTI YANG SAYA JELASKAN SEBELUMNYA, AUDIO SANGAT PENTING UNTUK VIDEO YOUTUBE. MUSIK SALAH SATUNYA. ADA BEBERAPA HAL YANG PERLU KAMU INGAT SEBELUM MENGGUNAKAN MUSIK DALAM VIDEOMU**

Pertama, pastikan dulu status musik yang akan digunakan dalam videomu. Apakah musik itu free atau terkait copyright. Karena banyak para YouTuber pemula terjebak dengan menggunakan musik atau lagu populer dalam videonya. Tidak hanya lagu tersebut dilindungi Undang-Undang Hak Cipta.



YouTube sendiri sangat tegas memperlakukan perlindungan hak cipta. Makanya ada sistem YouTube yang mengetahui tentang video-video yang menggunakan lagu-lagu yang mempunyai hak cipta. Setelah diunggah di YouTube, videonya tidak akan tayang atau ditarik oleh YouTube. Atau yang paling sial, YouTube Channel-mu akan di-banned. Makanya, pastikan benar-benar.



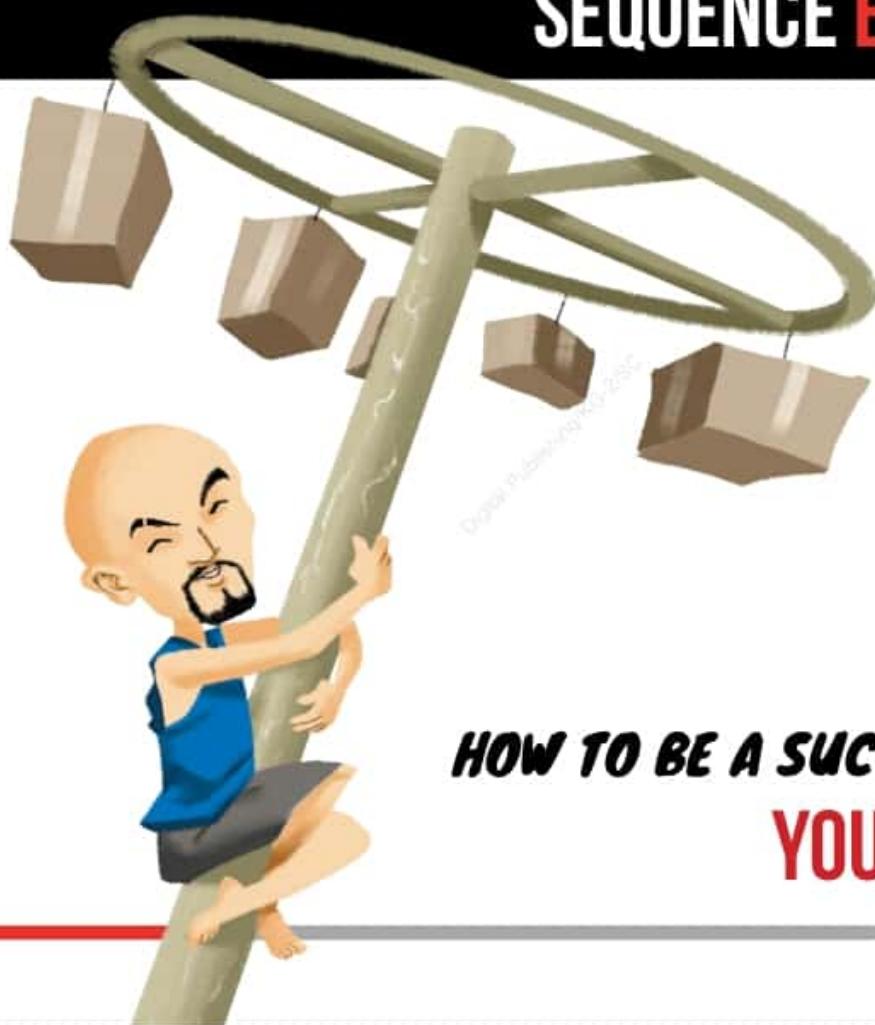
Gunakan saja free music, kamu bisa mencarinya lewat Google, dan itu banyak sekali. Memang kamu tidak akan menemukan lagu-lagu yang populer. Tapi lebih baik gunakan free music ketimbang kamu menggunakan lagu-lagu populer tadi.

Kedua, apakah menggunakan musik dalam videomu itu mengganggu atau tidak? Apabila mengganggu, lebih baik tidak menambahkan musik. Bayangkan ketika Vlog dengan background musik yang volumenya sama besar dengan obrolan orang dalam video. Akan menjadi tidak jelas obrolannya karena musik di situ malah menjadi noise. Percuma obrolannya terekam baik dengan menggunakan microfon yang bagus, tapi akhirnya tertutup dengan musik.





## **SEQUENCE ELEVEN**



**HOW TO BE A SUCCESSFUL  
YOUTUBER**



Sukses di YouTube itu dinilai dari mana? Banyak orang menilai, sukses di YouTube itu ketika YouTube bisa menjadi sumber *income*. Saya setuju.



Ada juga yang bilang YouTuber sukses itu videonya viral. Saya setuju juga. Tapi pikirkan ini, pernah ingat video joget-joget "Eta-Terangkanlah" menjadi viral? Apakah itu sudah bisa dibilang sukses? Itu tergantung masing-masing penilaian.



Ada lagi yang bilang, sukses di YouTube itu ketika dia menjadi terkenal. Ini juga saya setuju. Namun, *Content Reuploader* yang menggunakan teknik *blackhat* untuk videonya dan bisa *trending*, tidak bisa dikatakan sebagai YouTuber, apalagi YouTuber Sukses. Karena, bahkan dikenali pun tidak.

Dan yang paling banyak adalah orang bilang YouTuber sukses itu ketika banyak subscriber-nya. Ketika subscriber kamu mencapai 100K, maka YouTube akan mengakuimu sebagai YouTuber dengan memberikan sebuah plakat. Saya juga setuju.



Menurut saya, semua di atas bisa jadikan ukuran kesuksesan seorang YouTuber. Mencapai semua nilai di atas ini bukan hal mudah, bukan juga berarti tidak bisa. Ada cara-cara yang mungkin bisa kamu ikuti di bawah ini.

**QUALITY VS QUANTITY**

Kalau bicara jujur, saya memilih quantity. Kalau kita bicara sebuah tontonan, memang tidak bisa lepas dari quality. Bagaimana orang mau menonton kalau videonya sangat buruk? Namun menurut saya, di YouTube quantity akan mengalahkan quality. Tentu dengan catatan, videomu yang banyak itu, bukan berarti kualitasnya sangat buruk. Minimal masih bisa dinikmati.

Mengapa begitu? Pertama, karena YouTube bukan TV atau bioskop yang penontonnya berharap mempunyai sajian yang punya standar tertentu. Kedua, untuk mengajar quality seperti yang ditayangkan di TV dan bioskop, tentu kamu memerlukan waktu. Sementara apabila kamu ingin memulai menjadi YouTuber tapi dalam seminggu tidak mengunggah satu pun video, lebih baik kamu setop untuk menjadi YouTuber. Serius! Lebih baik berhenti bermimpi jadi YouTuber. Minimal untuk YouTuber pemula, harus mengunggah satu video baru dalam satu minggu. Berbeda kalau memang kamu sudah memiliki banyak subscriber dan viewer.



Retensi kamu dengan penonton dilihat dari video barumu. Jadi ketika tidak ada video baru, penonton tidak balik lagi ke channel-mu. Kita analogikan YouTube itu punya "otak" atau sebuah sistem yang diatur sedemikian rupa untuk memahami para pemilik channel. "Otak" yang bekerja di YouTube ini memahami tentang produktivitasmu dalam mengunggah video baru. YouTube tidak akan mempromosikan videomu, apabila dalam seminggu, kamu tidak mengunggah video baru. Mungkin bisa saja "otak" YouTube ini diprogram untuk "menilai" bahwa YouTuber ini tidak serius. Sekadar iseng saja membuat video. Buat apa memikirkan yang tidak serius?



Ini berlaku juga sebaliknya. YouTube akan mempromosikan videomu apabila kamu sangat produktif. YouTube akan "merasa" dirimu adalah aset mereka. Dengan begitu videomu akan dipromosikan secara intens selama 48 jam. Videomu akan dipromosikan di fitur "What Next", di homepage channel penonton, direkomendasikan, dan banyak lagi. Ini terjadi meskipun belum tentu konten videomu bagus.

**THAT'S WHY, QUANTITY IS MORE IMPORTANT THAN QUALITY**

**YOUTUBE ADALAH  
PENONTON BUTA**



Semacam pemograman yang ditanam dalam sebuah aplikasi. Kalau dijelaskan lebih panjang ini akan sangat memusingkan.

Saya akan menjelaskan dengan lebih mudah. Saya sudah beri pengantar di bab-bab sebelumnya. Anggaplah YouTube itu adalah penonton buta. YouTube tidak bisa melihat videomu bagus atau tidak.

Di atas saya singgung tentang "otak" YouTube. Ya, namanya adalah Algoritma. Algoritma dalam ilmu komputer adalah urutan atau langkah-langkah untuk penghitungan atau untuk menyelesaikan suatu masalah yang ditulis secara berurutan.



Tapi YouTube bisa mendengar videomu. YouTube bisa membaca videomu. Ibarat para tunanetra mereka bisa membaca huruf Braille. Kalau YouTube bisa membaca teks. Ketika kita berhadapan dengan penonton buta, kita harus bagaimana? Kita harus menerangkan video kita. Kalau kemudian penonton buta itu tertarik, artinya videomu bagus.



Saya tegaskan lagi, YouTube tidak bisa menilai dari tayangan videomu. YouTube hanya bisa menilai dari sound, voice, text, dan picture. Bukti apa? Engine search Google mengetahui semua teks yang kamu tuliskan untuk dicari. Begitu juga picture, dengan mudah Google bisa menemukan sumbernya. Bagaimana dengan sound? YouTube sangat tahu ketika video kamu menggunakan lagu-lagu yang dilindungi oleh copyright. YouTube juga punya Google Voice yang bisa memahami perintah dari suara.

Makanya ada beberapa video ketika mendengar kata kasar, langsung di-banned YouTube. Bahkan Google Voice ini bisa memahami lebih dari 75 bahasa yang digunakan oleh 95% penduduk dunia (lihat Bab "Fakta Unik Tentang YouTube").

Semua bukti ini lebih dari cukup untuk mengatakan bahwa YouTube adalah penonton buta.

Paling penting kita harus tahu bagaimana penonton buta ini mau mempromosikan video kita. Penonton buta ini akan mempromosikan video kita kalau dia mengerti tentang video kita. Agar penonton buta ini mengerti, kita harus menerangkan ke dia. Bagaimana cara menerangkannya?



Pertama, menerangkan lewat teks, yaitu judul, deskripsi, dan *hashtag*. Sekreatif apa judul videomu? Apakah judul videomu menarik? Sah saja untuk menggunakan *clickbait* selama itu ada hubungannya dan mendeskripsikan tentang videomu.

Begini juga dengan deskripsi videomu. Banyak yang malas dengan deskripsi video, padahal Youtube ini sangat bergantung pada panduan kata-kata. Buatkan deskripsi dengan tepat yang berkesinambungan dengan judul. Paling tidak dalam deskripsi, kamu harus memberikan lima kata yang sama dan berkesinambungan, dan sesuai dengan isi videomu.

*Hashtag*-mu juga baiknya menggunakan salah satu kata kunci dari judul kamu dan yang disebut sebut berulang-ulang dalam deskripsi videomu.

Apa fungsinya? Ini akan membuat videomu dipromosikan. Ketika calon penonton mencari dengan satu kata, misalnya "sukses", dan di videomu judul, hastag, hingga deskripsinya ada kata "sukses" yang berkali-kali tertulis, maka videomu akan muncul paling atas, meskipun video lain tentang "sukses" memiliki viewer yang banyak. YouTube menilai teks kamu adalah yang paling tepat.



Kedua, menerangkan lewat thumbnail. Thumbnail ini punya dua fungsi, menerangkan untuk penontonmu, dan juga untuk YouTube. Thumbnail berfungsi seperti sampul buku atau poster film. Pada faktanya orang masih menilai sesuatu dari kemasannya. Buatlah thumbnail semenarik mungkin, karena ini adalah promosi paling pertama untuk videomu. Banyak YouTuber juga bahkan menampilkan judul di thumbnail.





Ketiga adalah menerangkan lewat audio dari videomu. Pastikan jika kamu memuat judul "Sukses", kemudian dalam deskripsimu juga ada kata "Sukses", hastag pun begitu, maka audio videomu pun harus terdengar kata-kata "sukses".

Inilah mengapa, microfon menjadi penting. Artikulasimu juga harus jelas. Percuma apabila, dalam obrolan di videomu tidak terdengar kata "sukses".

YouTube akan menilai videomu bohong.

**COMMENT VIEWER**

YouTube membaca komen-komen dari viewer. Ketika ada komentar dari penonton, itu artinya ada interaksi dengan penonton. YouTube sangat peduli ketika ada interaksi. Bagaimana caranya mendapatkan komentar di videomu?

Berikan pancingan. Misalnya, "Guys, menurut loe, apa itu sukses? Jawab di kolom comment, ya!" Apabila di videomu yang berjudul "Sukses" tadi dikomentari oleh penonton dengan kata-kata "sukses", ini yang akan membuat videomu semakin dipedulikan oleh YouTube, karena YouTube menilai videomu memang benar membicarakan tentang "sukses".



**MEMPROMOSIKAN VIDEO  
ORANG LAIN**

**YOUTUBE MENGHARAPKAN PENONTON BERDIAM DIRI UNTUK MENONTON SELAMA MUNGKIN DI YOUTUBE. ARTINYA, KETIKA KAMU MEMPROLOSIKAN VIDEO ORANG LAIN LEWAT VIDEO KAMU, DAN MEMBUAT BANYAK ORANG MENONTON VIDEO ITU, Maka ITU AKAN SANGAT MENGUNTUNGKAN. VIDEOMU AKAN LEBIH DIPROMOSIKAN, SEBAB LEWAT VIDEOMU ITU, ORANG LEBIH LAMA LAGI MENONTON DI YOUTUBE. BANYAK YANG TIDAK MELAKUKANINI, KARENA MUNGKIN ADA PERASAAN ENGGAN KARENA BUKAN VIDEO SENDIRI, PADAHAL ITU MENGUNTUNGKAN.**



**WATCH TIME &  
AUDIENCE RETENTION**

**ADA YANG PERNAH MENONTON VIDEO "UPIL NARUTO" OLEH PENYANYI NINDY AYUNDA? VIDEO YANG DURASINYA HANYA 15 DETIK DAN HANYA BERISIKAN RANGKAIAN UNGKAPAN KEPADA PARA HATTER-NYA, BISA MENJADI TRENDING DI YOUTUBE. INI FENOMENA YANG BERKAITAN DENGAN WATCH TIME DAN AUDIENCE RETENTION.**



Target YouTube adalah orang menonton video selama mungkin. Andai videomu watch time-nya sedikit, maka YouTube akan menganggap video itu jelek. Begitu juga ketika *audience retention* juga kurang. *Audience retention* berbeda dengan *watch time*. Kalau *watch time* itu total menit yang ditonton. Sementara *audience retention* adalah berapa lama penonton stay di video kamu.

Anggaplah ada dua videomu, yang pertama berdurasi 5 menit, dan yang kedua berdurasi 20 menit. Watch time akan mengakumulasi berapa lama orang menonton di video kamu. Misalnya di video 5 menit orang menonton sampai habis, sementara di video 20 menit orang hanya menonton sampai 7 menit.



Watch time untuk video 5 menit memang masih kurang dibanding video 20 menit meskipun hanya ditonton selama 7 menit. Namun video 5 menit itu audience retention-nya tinggi, artinya ditonton hingga selesai. Sementara video yang 20 menit, meskipun watch time lebih bagus dari video 5 menit, namun YouTube menilai audience retention-nya lemah.

Kedua-duanya penting dan jadi penilaian YouTube. Kamu tinggal memilih, mana yang ingin kamu tuju agar videomu sukses. Apakah *watch time* atau *audience retention*. Buatlah video yang mampu menarik perhatian untuk menonton lebih lama. Hasil yang paling bagus adalah, saat videomu mencapai keduanya dengan angka tinggi.



So, apabila kamu menguasai semua algoritma YouTube, atau "otak" YouTube, kamu akan punya potensi untuk sukses di YouTube. Apakah itu jalan satu-satunya? Tidak juga. Ada satu hal yang bisa dilakukan di luar ini agar videomu ditonton banyak orang. Apa itu?

**COLLABS/KOLABORASI. SEMUA TAHU KALAU KAMU BERKOLABORASI DENGAN YOUTUBER TERKENAL, PASTI AKAN BANYAK YANG MENONTON VIDEOMU.**

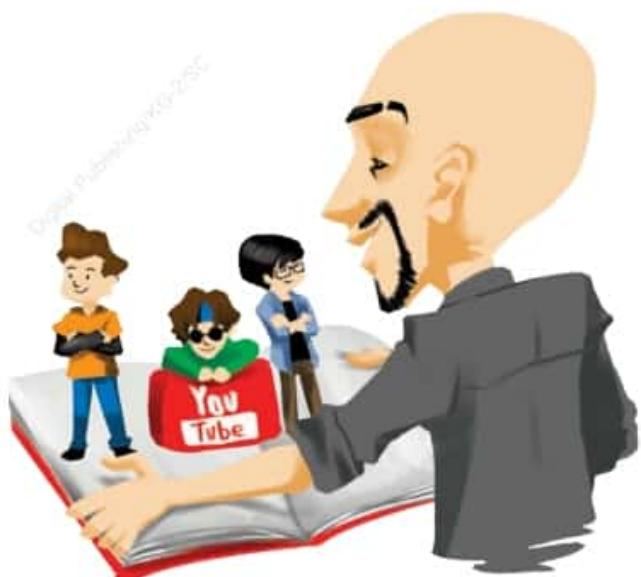


Itu semua bisa kamu jalankan untuk sukses di YouTube. Kita balik lagi, bicara sukses di YouTube, dengan berbagai kriteria di awal bab, yaitu banyak viewers, videonya mendapatkan *income*, terkenal dan banyak *subscriber*, saya setuju. Tapi ada satu hal yang perlu diingat kalau bicara sukses di YouTube. Bisa saja videomu sedikit penontonnya, tapi ketika kamu sudah menemukan "niche", kamu akan mendapatkan kesuksesan di luar YouTube seperti sebelumnya saya jelaskan di bab "Mengapa Saya Memaksa Kamu Nge-YouTube". YouTube bisa menjadi batu loncatanmu untuk sukses di luar YouTube, atau sukses yang sesuai dengan *niche* kamu.

**BELAJAR DARI  
YOUTUBER SUKSES**

Setiap orang sukses di bidang apa pun selalu punya mentor. Banyak buku-buku motivasi sukses menyarankan untuk memilih mentor yang tepat dalam proses belajar. Nah, mentor di sini tidak harus kamu dilatih dengan bertemu muka langsung. Membaca dan mempelajari kisah-kisah orang sukses, lalu kemudian kamu terinspirasi dari situ, bisa dikatakan belajar langsung dari mentor. Maka dari itulah, kalau kamu ingin sukses, kamu wajib belajar dari YouTuber Indonesia yang sukses.

Ada tiga YouTuber yang dengan senang hati berbagi kisah mereka. Tiga YouTuber itu adalah Reza "Arap" Oktovian, Eka Gustiwana, dan Atta Halilintar. So, kita simak kisah mereka.





Atta suka memperhatikan apa yang sedang tren, dan menurutnya di sinilah kunci kesuksesannya sebagai content creator. Menurutnya, content creator itu harus pintar melihat zaman dan meng-enggagement orang-orang. Menurutnya lagi, bahwa yang paling rajin akan sukses. Klise memang, namun membuat video setiap hari itu tidak gampang.

Atta Halilintar, adalah salah seorang YouTuber yang mempunyai 2 juta subscriber dalam waktu yang terbilang singkat. Atta sangat produktif membuat video. Setiap hari ia mendisiplinkan diri memikirkan konten selama 2 jam dan shooting hingga editing videonya 4-5 jam. Jadi sehari ia memberikan waktu selama 6 hingga 7 jam untuk mengurus video YouTube. Bahkan di sela-sela kesibukannya sebagai entrepreneur muda, ia masih memikirkan judul, thumbnail, dan lain sebagainya. Bisa dibayangkan bagaimana sibuknya YouTuber satu ini.





Ditanya apa saran kepada pembaca agar bisa mengikuti jejaknya, ia menjawab dengan *simple*, "Just uploaded! Terus berkarya apa pun yang terjadi." Karena ketika kita terus berkarya, kita akan menemukan karakter sendiri dan itu menjadi keunggulan video kita. Terlebih menurutnya hari ini, YouTube adalah media paling besar di dunia.

Berbeda lagi dengan YouTuber yang sangat ikonik dengan dua juta lebih subscriber, Reza "Arap" Oktovian. YouTuber satu ini "besar" seiring platform YouTube membesar seperti sekarang ini. Arap mengakui tidak mempunyai ekspektasi apa-apa terhadap YouTube dengan apa yang didapatnya sekarang. Bahkan seiring waktu berjalan, dirinya tidak lagi memikirkan angka-angka pencapaiannya, seperti berapa subscriber-nya, seberapa terkenal dirinya, atau bahkan seberapa besar *income* dari video-videoonya.

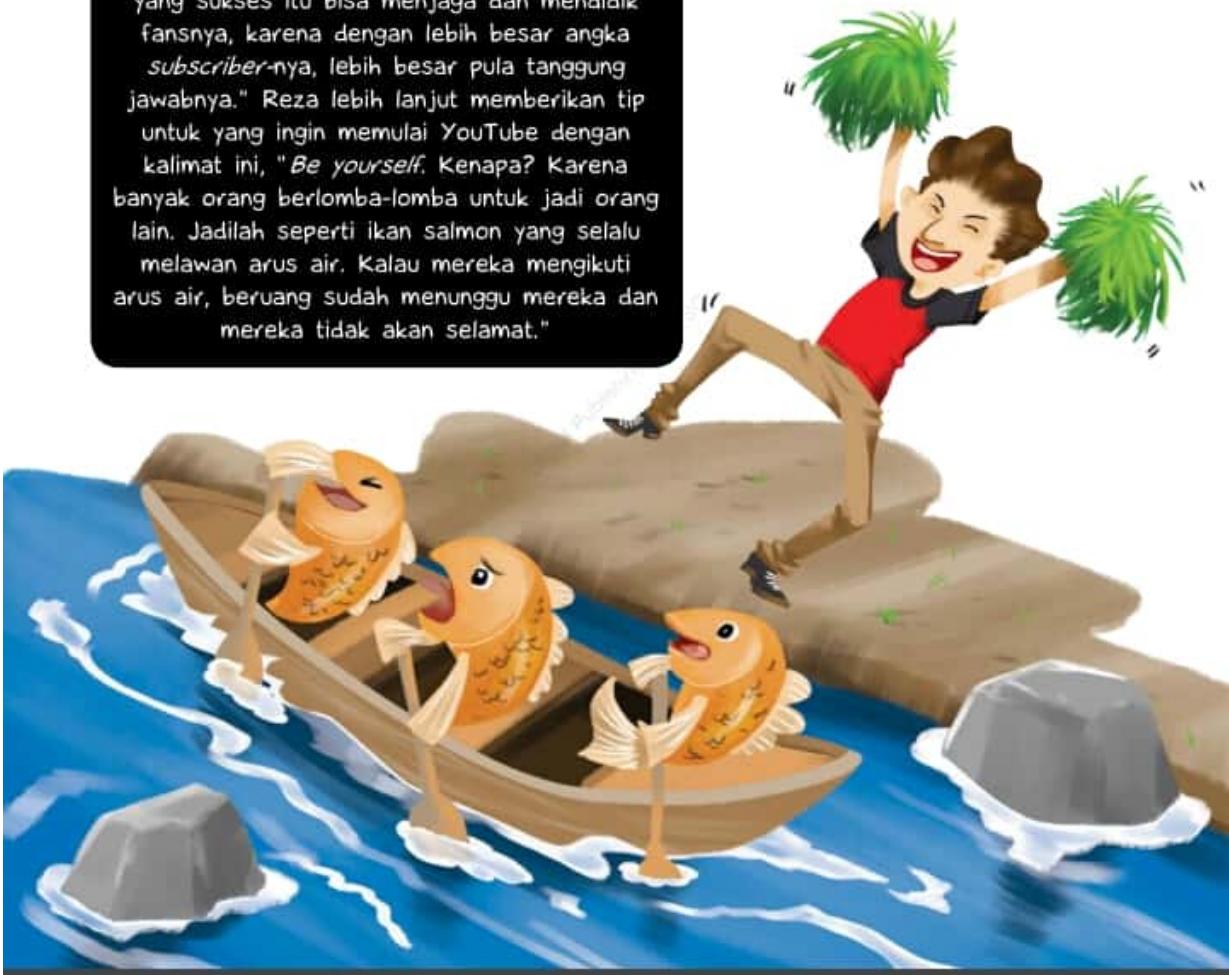


Ia membuat konten YouTube tanpa jadwal, sesukanya dan apa adanya. Dari Channel-nya bisa dilihat dirinya tidak berusaha untuk mencitrakan dirinya dengan menutup-nutupi kekurangannya. Bahkan agak kesulitan untuk memastikan jadwal upload-nya. Yang paling kental terasa adalah ia membuat video tanpa paksaan. Yah, Arap berjalan dengan caranya sendiri dalam membuat konten video YouTube.



Awalnya, Arap membuat video dengan alasan sederhana yaitu hanya ingin berbuat sesuatu. Namun ketika Channel-nya kemudian mendapatkan banyak subscriber, dia mengakui alasan terbesarnya membuat video adalah untuk para subscriber-nya. Bahkan, dirinya merasa bersalah kepada subscriber-nya apabila dalam seminggu ia tidak mengunggah video. Boleh dibilang sehari-harinya Arap disibukkan dengan pikiran bagaimana menjaga para fansnya. Sebisa mungkin lewat video-videoonya, Arap berusaha membuat fansnya happy.

Ketika ditanya seperti apa kriteria YouTuber yang sukses itu, Arap menjawab, "YouTuber yang sukses itu bisa menjaga dan mendidik fansnya, karena dengan lebih besar angka subscriber-nya, lebih besar pula tanggung jawabnya." Reza lebih lanjut memberikan tip untuk yang ingin memulai YouTube dengan kalimat ini, "*Be yourself. Kenapa? Karena banyak orang berlomba-lomba untuk jadi orang lain. Jadilah seperti ikan salmon yang selalu melawan arus air. Kalau mereka mengikuti arus air, beruang sudah menunggu mereka dan mereka tidak akan selamat.*"





*Lain Atta, lain Arap, lain pula  
Eka Gustiwana. YouTuber satu ini  
sejatinya adalah penulis lagu, produser  
musik, dan speech composer.*

Ia memiliki 1 juta lebih subscriber, dan beberapa content video-nya pernah viral, seperti speech composing Arya Wiguna, Jeremy Tetty, Syahrini, hingga Presiden Jokowi. Ketika kita mengunjungi banyak konten yang menarik dan sangat kreatif untuk dinikmati.

Menurut Eka, YouTube adalah media terbaik untuk mempertontonkan karya audio visual siapa pun ke publik secara gratis, melampaui televisi yang mungkin tidak semua orang bisa dengan mudah mengekspresikan karyanya di sana.

Dengan kemudahan tersebut, semakin besar kesempatan pribadi bertalenta untuk dikenal publik, tanpa harus melewati proses-proses sesulit dahulu.

Youtube membebaskan partnernya untuk membuat karya apa pun, itu menjadikan konten-kontennya sangat dinamis.



Meskipun dirinya adalah seorang penulis lagu dan produser musik sukses, Eka mengakui tidak mudah untuk meraih kesuksesan di YouTube. Ia membuat channel youtube dari tahun 2010. Selain sebagai portofolio, ia juga membuat video cover, tutorial musik, namun saat itu konten-kontennya hanya ditonton oleh sedikit orang. Ia menanggapi dengan santai dan tetap konsisten mengunggah karyanya di Youtube. Dan ternyata pada tahun 2013 videonya viral lewat karya-karya *Speech Composing*.

Setiap konten yang ia unggah selalu ada hubungannya dengan musik dan hal-hal yang membangun, tentu juga menghibur. Konten-konten "tanpa sensasi" dan "tidak selalu lucu" seperti ini tak selalu berhasil memuaskan para subscribernya. Namun tak menjadi masalah buatnya. Ia berprinsip, "Lebih baik hanya 10 orang yang menonton video saya, tetapi berpengaruh baik terhadap hidupnya, daripada 100.000 orang menonton video saya, tetapi mereka tak mendapatkan manfaat baik apa pun dari video saya. Saya akan terus berkarya, bukan untuk penonton saat ini, bukan untuk meraih jutaan subscriber, melainkan agar bisa jadi manfaat atau bahkan sejarah baik untuk generasi masa depan Indonesia puluhan tahun ke depan."



Baginya, YouTuber yang sukses itu adalah ketika konten-kontennya memberikan pengaruh dan juga berhasil diingat atau dirindukan oleh penonton setianya. Sejauh ini, Eka merasa dirinya sukses membuat konten-konten seperti itu. Pernah satu waktu, salah seorang penontonnya, usai menonton salah satu film pendeknya yang berkisah tentang orangtua, langsung membeli tiket pulang kampung karena menyadari selama ini terlalu cuek dengan orangtuanya. Ada lagi yang setelah melihat video bermusik Eka, termotivasi ingin memulai berkarya, memilih jalur hidup sebagai musisi, dan akhirnya karya tersebut ditunjukkan kepada Eka.



Ketika ditanya apa tip yang membuat dirinya sesukses sekarang dengan channel YouTube-nya, Eka menjawab dengan beberapa tip. Pertama, selalu menjadi diri sendiri yang terbaik. Ketika passion-nya kuat dalam bermusik, jadikan musik sebagai pilihannya berkreasi. Kemudian mulailah dengan yang terdekat. Salah satu contoh diceritakan Eka, suatu saat dirinya hampir setiap hari menggunakan aplikasi *pitch editing* untuk membenahi suara-suara yang fals. Lalu ia bereksperimen dengan aplikasi ini untuk membuat *speech composing*, dan itu berhasil.

Tip berikutnya, selalu kreatif, belajar dan mencoba hal baru. Eka setiap hari mendedikasikan dirinya untuk belajar selama 2 jam. Konsisten dan jangan pernah berhenti adalah tip berikutnya. Yang terakhir adalah bersahabat dan berkolaborasi. Eka bisa saja mumpuni dalam bermusik, namun belum tentu mumpuni dalam mengoperasikan kamera, sehingga ia butuh berkolaborasi dengan videografer untuk membuatkan videonya.



## SEQUENCE TWELVE



**PROMOTED BY  
YOURSELF**



Mempromosikan video kita sendiri juga tidak kalah penting. Paling mudah mungkin dengan menyebarkan *Link* video ke kontak Whatsapp (WA). Saya yakin pembaca buku ini pengguna WA, punya banyak kontak dan bahkan banyak masuk di grup WA.

Apalagi YouTube juga terhubung dengan media sosial lainnya, seperti Facebook, Instagram, dan banyak lainnya. Gunakan itu untuk mempromosikan videomu. Seandainya follower di Instagram kamu ada 500 orang, paling tidak 500 orang itu punya potensi untuk menonton videomu.



**ANTARA VIEWER  
DAN SUBSCRIBER**

Ada satu fakta lucu di YouTube. Viewer dan subscriber tekadang tidak selaras. Misalnya seperti ini, kamu punya subscriber sebanyak 300 orang, tapi videomu ditonton oleh 1.000 orang. Ini artinya ada penonton yang bukan subscriber-mu. Mungkin dia menonton karena dia tertarik dengan kontennya. Hal ini sebetulnya menguntungkan karena setiap videomu berpeluang ditonton banyak orang meskipun subscriber-mu sedikit.



Tidak mudah memang mendapatkan subscriber, namun ada beberapa cara yang lazim dilakukan. Biasanya viewer akan men-subscribe channel karena dia suka konten-kontennya, atau channel-channel yang memang mempunyai niche atau kekhususan.

Misalnya channel yang khusus berbicara geim, kuliner, make-up, olahraga dan banyak lagi. Tentu ketika kamu suka geim, dan menemukan channel yang sering me-review geim kamu akan subscribe channel itu. Ini tidak akan terjadi pada channel random dan tidak punya niche.

Kamu juga bisa berkomunikasi dengan penontonmu, seperti yang dilakukan para YouTuber dengan meminta untuk subscribe. Kamu juga bisa memanggil penontonmu dengan nama yang kamu berikan. Saya biasanya memanggil penonton saya dengan panggilan, "Smart People". Jadi berkomunikasilah dan ciptakan panggilan untuk penontonmu agar terjadi engagement.



Adalagi fakta yang lucu di YouTube, yaitu viewer-nya tidak sebanyak subscriber-nya. Misalnya, subscriber-nya 1.000, tapi viewer-nya di setiap video hanya 500. Ini terjadi karena YouTube tidak mempromosikan videomu. Balik lagi, YouTube tidak selalu memberikan notifikasi kepada subscriber. YouTube mempromosikan video yang watch time dan audience retentionnya bagus. Berarti untuk ini, kamu harus membuat konten yang menarik dan mampu menahan penonton untuk berlama-lama di video kamu. Tidak ada cara lain.

**MONETIZE  
YOUTUBE**

Apalagi kalau kamu bicara me-monetize YouTube channel kamu. Saat buku ini ditulis, baru saja YouTube mengeluarkan peraturan baru. Kamu baru bisa me-monetize channel kamu apabila kamu sudah memiliki 1000 subscriber dan 4.000 watch time, dan itu diberi waktu hanya dalam sebulan. Jadi semacam ada target untuk para content creator untuk memenuhi watch time.



*Monetize di Indonesia tidak sebaik di luar negeri. Hitungan kasar saya, pendapatan YouTuber Indonesia lewat videonya sebesar jumlah viewer dikalikan 3. Misalnya penontonnya 1 juta, berarti video tersebut mendapatkan 3 juta rupiah.*



Namun apakah pendapatan itu bisa dibilang menguntungkan? Tergantung. Kita ambil contoh YouTuber Atta Halilintar yang membuat video hampir setiap hari. Penontonnya di beberapa video hingga jutaan penonton. Namun prosesnya pindah-pindah lokasi shooting, membuang banyak waktu dan energi, apakah itu mengeluarkan biaya operasional?

Tentu ada. Dan bisa jadi itu melebihi pendapatannya dari video YouTube. Perlu diingat, pendapatan YouTuber tidak selalu dari *monetize* YouTube. YouTuber mendapatkan pundi-pundi saat menjadi *endorser*, menjadi MC, menjadi pembicara di seminar, dan masih banyak lagi. Inilah mengapa pentingnya *niche* itu yang saya ceritakan dari awal.

## SEQUENCE THIRTEEN



***ENJOY THE  
PROCESS***

Sampai di sini, kamu sudah memiliki bekal pengetahuan lebih dari cukup untuk menjadi YouTuber. Bahkan dengan pengetahuan ini kamu berpeluang menjadi YouTuber sukses.

Setiap bab dalam buku ini, tentu tidak selalu mudah untuk dilakukan, namun bukan berarti tidak bisa. Proses berkarya setiap orang berbeda-beda, selalu ada saja rintangan-rintangan dari hal-hal teknis maupun psikologis. Ada yang begitu mudah menjalaninya, ada juga yang penuh perjuangan berat. Ada yang melesat cepat sesuai yang diharapkan, ada juga yang tidak secepat yang dibayangkan. Namun ada satu hal yang sama dalam setiap orang sukses berproses. Satu hal itu adalah, *enjoy the process!!!*



Ya, kamu harus bersenang-senang dalam berproses. Secara alamiah manusia suka bersenang-senang dan mencari hal-hal yang menyenangkan untuk dirinya. Banyak cara untuk bersenang-senang. Namun bagi seorang YouTuber, bersenang-senang itu adalah ketika mereka berproses berkarya.

Nikmati setiap rintangan. Tantang diri untuk menembus beberapa target yang kamu inginkan. Misalnya tantangan produktif membuat konten yang berkualitas, tantangan dalam meraih *subscriber*, tantangan dalam mempromosikan video-videoamu, tantangan mendapatkan pundi-pundi lewat YouTube, tantangan meraih *viewer* yang banyak, atau tantangan-tantangan yang lain dalam hal menjadi seorang YouTuber. Lakukan semuanya dengan perasaan *enjoy!!!*





Saya salah satu YouTuber yang memiliki banyak subscriber, dan konten-konten saya sering kali menjadi video trending. Bisa dibilang, posisi saya, sudah berjejer dengan para YouTuber sukses, sesuai kriteria yang saya jelaskan dalam SEQUENCE ELEVEN: HOW TO BE A SUCCESSFUL YOUTUBER?. Saya bisa sampai di posisi ini karena saya berkarya dengan perasaan *enjoy*. Ini membuat kita tidak mudah menyerah. Itu artinya kita akan terus konsisten. Dan ketika kita konsisten, cepat atau lambat, kita akan sampai pada tujuan. So, bersenang-senanglah, dan saya tunggu kamu di posisi ini.



**THE END**

Digital document  
Scanned by CamScanner

# YOUTUBER FOR DUMMIES



YouTube itu menyenangkan bagi siapa pun. Mulai dari anak kecil hingga usia lanjut. Pernah lihat kan ada anak merengek minta nonton YouTube? Atau pernah lihat ibu-ibu paruh baya ketawa-ketiwi nonton YouTube? Nah, ini membuktikan bahwa YouTube itu menyenangkan.

Begitu juga dengan berkreasi di YouTube. Tentu menyenangkan. Bahkan bisa saja menjadi *addict*, seperti yang terjadi pada pengguna *platform* media sosial lainnya. Kalau sudah begitu, terkadang pengguna *platform* menjadi enggak beraturan lagi. Sembarangan menggunakan *platform*.

Tenang, saya pun seperti kamu pada awalnya, awam dengan YouTube. Semua kiat dalam buku ini berasal dari proses kreatif saya sebagai seorang YouTuber. Berisi *step by step* untuk menjadi seorang YouTuber.

Bahkan untuk menjadi seorang YouTuber sukses. Dan semua itu dipandu mulai dari *step* yang paling dasar dan mudah dilakukan.

Tidak hanya itu, kamu pun akan dipandu menjadi seorang YouTuber yang tidak sembarangan menggunakan *platform* media sosial. *Smart* dalam berkarya. Mengerti mana yang pantas dan tidak dalam berkarya di YouTube.

*Then,  
Let's Roll....*



Bhavana Bhru Populer Kelompok Gramedia  
Jl. Palmerah Barat 29-37, Unit 1 - Lantai 2, Jakarta 10270  
T: (021) 53677834, F: (021) 53690138  
E: raflesia\_bip@ymailtig.id  
www.genertig.id



Penerbit\_BIP



Bhavana Bhru Populer



Hgramedia

Entertainment

U16+



Harga P. Jawa Rp. 165.000,-