

ABSTRAK

Saat ini, YouTube memiliki fitur monetisasi yang memungkinkan pengguna untuk mendapatkan penghasilan dari mengunggah video ke YouTube. Meski demikian, banyak orang yang belum mengetahui monetisasi YouTube dan prosesnya seperti apa. Sebelum melakukan penelitian, penulis membuat survei pada 20 orang mahasiswa di Telkom University tentang monetisasi YouTube. Dari hasil survei tersebut, hanya 4 dari 20 orang yang tahu mengenai monetisasi YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses monetisasi yang terjadi pada pemilik *channel* YouTube (YouTuber). Andhika Wipra yang memanfaatkan YouTube sebagai sarana penyalur karya yang dibuatnya. Ia membuat *channel* dengan nama #SAAENIH yang kebanyakan membuat *emergency pomade*, yaitu pomade yang digunakan ketika dalam keadaan darurat. Hal yang membuat *channel* ini menarik, yaitu video-video pomade yang ia gunakan bukanlah *pomade* yang khusus untuk rambut, melainkan menggunakan bahan-bahan yang tidak lazim dan berhasil mendapatkan penontonnya di ranah YouTube. Dalam melakukan monetisasi, ada beberapa hal yang harus dipenuhi, di antaranya bergabung dengan *YouTube Partner*, mempunyai *google adsense* dan mengaktifkan fitur monetisasi. Pendapatan YouTube dihitung berdasarkan CPM tiap per seribu *views*. Pembagian dengan #SAAENIH adalah 55 % jadi, semakin banyak video ditonton, pendapatan YouTuber semakin besar. Sedangkan strategi promosi yang dilakukan *channel* #SAAENIH adalah menggunakan bahan tidak lazim dalam videonya, menggunakan judul yang unik, dan melakukan 4 *tools* dari *promotional mix*; *sales promotion*, iklan, *internet marketing*, dan publikasi.

Kata Kunci: Monetisasi, YouTube, Strategi Promosi, #SAAENIH