

PELUANG BISNIS YOUTUBE: STUDI PADA MIAWAUG DAN ACIGAMESPOT

Fadali Rahman¹, Anas Maulana H², Irsatus Solehah³, Shinta Nur Emilia⁴, Dinda Dwi Syachputri Priandini⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Madura

fadali.rahman@unira.ac.id¹, lahanasmh@gmail.com², irsatussolehah1@gmail.com³,
shintaemilia03@gmail.com⁴, dindadwi418@gmail.com⁵

ABSTRACT; *This study explores Youtube as a viable primary income source in the digital era by evaluating two Indonesia gaming content creators: Miawaug and ACIGamespot. The research employs a qualitative descriptive approach using secondary data from platforms such as Social Blade and HypeAuditor. By analyzing performance indicators such as subscriber count, total views, engagement rate, and estimated income, the study aims to assess the business potential of these channels. Results show that both channels have successfully monetized their content and established a loyal audience base. MiawAug, with over 23 million subscribers, exhibits a diversified revenue model including ads, sponsorships, and merchandise. Acigamespot, although smaller in scale, also demonstrates consistent content production and community engagement. The findings suggest that with consistency content strategy, and audience focus, YouTube can offer sustainable income opportunities. This study highlights the potential of YouTube as a platform for digital entrepreneurship and contributes to the understanding of online income generation models in Indonesia*

Keywords: *YouTube, Monetization, Digital Era, Business Opportunities, Digital Business, Content Creators.*

ABSTRAK; Studi ini mengeksplorasi YouTube sebagai sumber pendapatan utama yang layak di era digital dengan mengevaluasi dua kreator konten game Indonesia: Miawaug dan ACIGamespot. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan data sekunder dari platform seperti Social Blade dan HypeAuditor. Dengan menganalisis indikator kinerja seperti jumlah pelanggan, total tayangan, tingkat keterlibatan, dan estimasi pendapatan, studi ini bertujuan untuk menilai potensi bisnis kedua kanal tersebut. Hasil menunjukkan bahwa kedua kanal tersebut telah berhasil memonetisasi konten mereka dan membangun basis pemirsa yang loyal. MiawAug, dengan lebih dari 23 juta pelanggan, menunjukkan model pendapatan yang beragam termasuk iklan, sponsor, dan merchandise. ACIGamespot, meskipun berskala lebih kecil, juga menunjukkan produksi konten dan keterlibatan komunitas yang konsisten. Temuan ini menunjukkan bahwa dengan strategi konten yang konsisten dan fokus pada pemirsa, YouTube dapat menawarkan peluang pendapatan yang berkelanjutan. Studi ini menyoroti potensi YouTube sebagai platform untuk kewirausahaan digital

dan berkontribusi pada pemahaman model-model penghasil pendapatan daring di Indonesia.

Kata Kunci: YouTube, Monetasi, Era Digital, Peluang Bisnis, Bisnis Digital, Konten Kreator

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah memacu transformasi besar dalam berbagai sector, termasuk ekonomi kreatif dan kewirausahaan digital. Seiring dengan meningkatnya akses internet, YouTube muncul sebagai salah satu platform video online yang paling dominan dan berpengaruh di dunia. Sebagai contoh, “YouTube adalah platform video online yang sangat populer di dunia. Platform ini memungkinkan pengguna mengunggah video, berinteraksi dengan pemirsa, dan mendapatkan uang melalui iklan dan sponsor. Dengan memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet menonton ratusan juta jam video di YouTube setiap hari”. (Saifulloh & Hariyanto, 2024)

Fenomena ini juga beriringan dengan lahirnya profesi baru berbasis teknologi (IT) yang mampu menghasilkan pendapat fantastis. “kemajuan teknologi telah memacu pertumbuhan ekonomi dengan munculnya berbagai profesi berbasis Ilmu Teknologi (IT), bahkan penggunaan IT di segala sector telah melahirkan banyak jutawan baru dengan tingkat penghasilan yang fantastis”. (Alhukmi, +6. +Arif+Hariyanto, n.d.) Lebih jauh, platform ini tidak hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai lanskap kewirausahaan digital. “YouTube is a social media that is in demand by many people of all age groups. Because of this, many people make YouTube a source of income” (Nur Arbaien & Nurhasanah, 2023).

TINJAUAN PUSTAKA

YouTube sebagai platform berbasis video telah mengalami evolusi signifikan dari media hiburan menjadi salah satu sumber penghasilan utama di era digital. Dalam konteks bisnis dan kewirausahaan digital, YouTube memungkinkan individu untuk menciptakan konten, membangun audiens, dan mendapatkan penghasilan melalui berbagai sumber, seperti iklan, sponsor, dan afiliasi. Menurut (Saifulloh & Hariyanto, 2024), YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media sosial, tetapi telah berkembang menjadi instrumen ekonomi digital yang mampu menciptakan bisnis baru di kalangan masyarakat luas. Konsep bisnis digital yang didorong oleh teknologi informasi telah mendorong banyak generasi muda untuk terlibat dalam dunia konten kreatif. Sesuai dengan temuan (Haura Zayanti, 2024), semakin banyak

individu dari kalangan milenial yang menjadikan YouTube sebagai profesi utama karena kemampuannya dalam menghasilkan pendapatan pasif yang berkelanjutan, tanpa keterikatan pada jam kerja konvensional.

Dalam Konteks studi kelayakan bisnis, platform seperti Youtube dapat dianalisis menggunakan pendekatan non-tradisional, dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti potensi audiens, engagement rate, dan konsistensi produksi konten. Menurut (Yunnita Sari et al., 2023) ,penilaian kelayakan usaha digital perlu melihat peluang pasar yang luas, keberlanjutan model bisnis, serta kemampuan pelaku usaha untuk memanfaatkan tren digital yang sedang berkembang. Lebih lanjut, keberhasilan seorang YouTuber sangat dipengaruhi oleh strategi konten dan pemahaman terhadap algoritma platform. “Untuk dapat bertahan di dunia konten digital, seorang kreator harus mampu menciptakan konten yang relevan dengan audiens serta mempertahankan engagement yang tinggi”(Haura Zayanti, 2024)

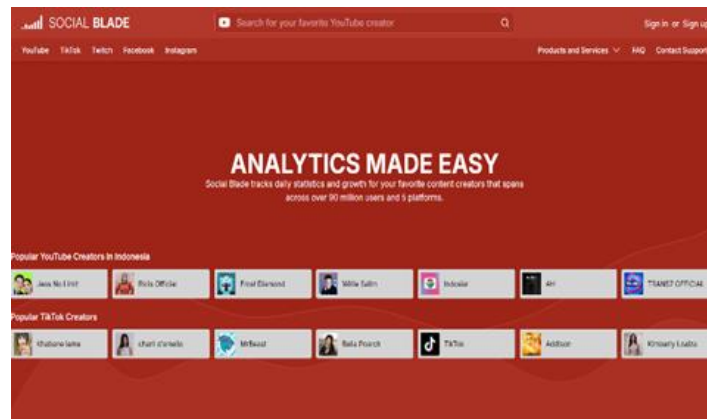
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Tujuannya adalah untuk mengeksplorasi dan memahami secara mendalam bagaimana YouTube digunakan sebagai media untuk menciptakan peluang bisnis dan sumber penghasilan utama oleh content creator. Metode ini dipilih karena mampu menjelaskan fenomena secara menyeluruh dalam bentuk naratif berdasarkan data aktual dan kontekstual.

Menurut (Saifulloh & Hariyanto, 2024), penelitian deskriptif kualitatif sangat sesuai digunakan untuk menelaah fungsi ganda YouTube sebagai media komunikasi sekaligus peluang bisnis, terutama dalam ranah ekonomi digital yang berkembang pesat di kalangan milenial

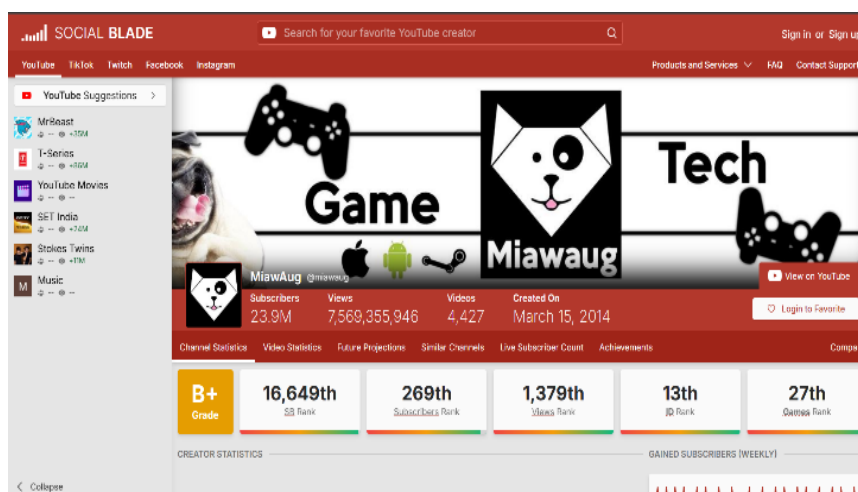
Sumber Data

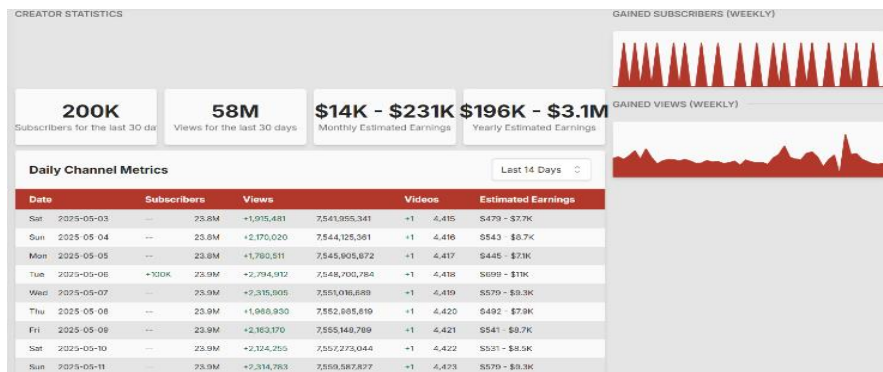
Website Social Blade dna HypeAuditor



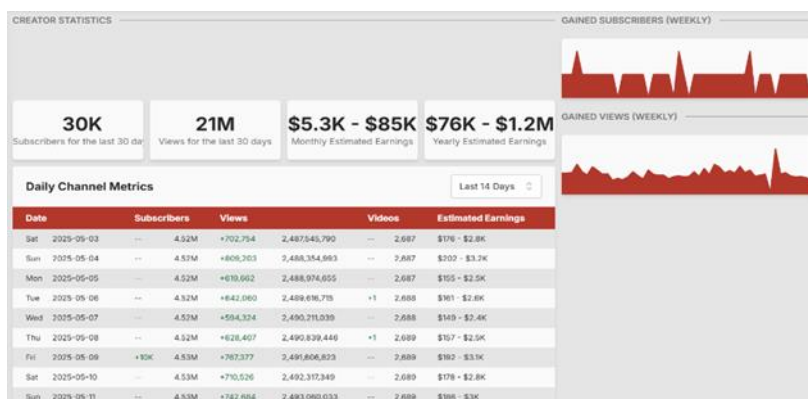
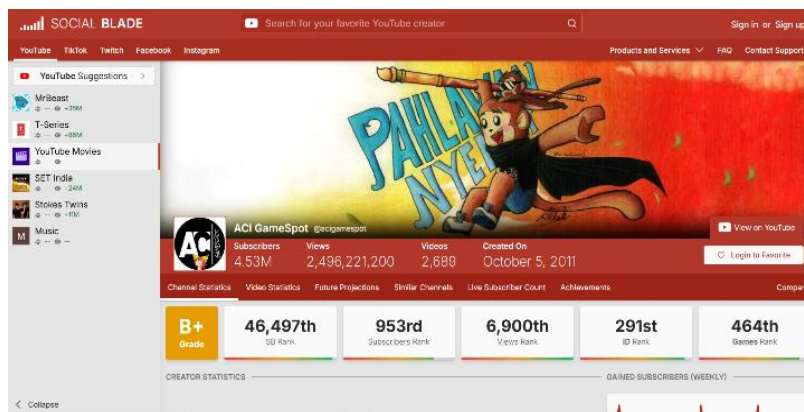
Bahan yang digunakan untuk penelitian terhadap channel YouTube MiawAug dan ACIGamespot adalah dengan mengunjungi website socialblade.com

Channel YouTube Miawaug dan tabel pendapatan





Channel ACIGamespot dan tabel pendapatan



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil yang saya dapatkan dari meneliti dua channel YouTube tersebut :

Channel MiawAug:

□ Nama Asli :Reggie Prabowo

Wongkar

Tanggal Dibuat : 15 Maret 2014

Jumlah Subscriber	: 23,9 juta
Total Video	: 4.427
Total View	: 7,57 miliar
• Rata-rata View per Video	: Sekitar 530.000
• Engagement Rate	: 3,08%
• Estimasi Pendapatan Bulanan	: \$13.299 – \$18.220
• Estimasi Pendapatan Harian	: \$445 – \$11.000

- Kategori Konten : Gaming (gameplay, walkthrough, narasi)
- a) Channel ACIGamespot:
 - Nama Asli : ACI Kusuma Agung
 - Tanggal Dibuat : 5 Oktober 2011
 - Jumlah Subscriber : 4,53 juta
 - Total Video : 2.689
 - Total View : 2,49 miliar
 - Rata-rata View per Video : Sekitar 647.000
 - Estimasi Pendapatan Bulanan : \$162 – \$3.200
 - Estimasi Pendapatan Harian : \$85 – \$3.200
 - Kategori Konten : Gaming (gameplay, narasi, walkthrough)

Pembahasan

Analisis Kinerja dan Monetisasi

- a) Konsistensi dan Frekuensi Unggahan
 - 1. MiawAug secara konsisten mengunggah konten dengan frekuensi tinggi, mencapai lebih dari 4.400 video sejak 2014. Konsistensi ini berkontribusi pada pertumbuhan subscriber dan view yang signifikan.
 - 2. ACI GameSpot juga menunjukkan konsistensi dalam mengunggah konten, dengan lebih dari 2.600 video sejak 2011. Meskipun jumlah subscriber lebih sedikit dibandingkan MiawAug, ACI GameSpot tetap memiliki basis penonton yang loyal.
- b) Sumber Pendapatan
 - 1. MiawAug memanfaatkan berbagai sumber pendapatan, termasuk:
 - 1. AdSense: Pendapatan dari iklan yang ditayangkan di video.
 - 2. Sponsorship: Kerja sama dengan brand untuk mempromosikan produk atau layanan.
 - 3. Merchandise: Penjualan produk terkait kanal.
 - 4. Afiliasi: Komisi dari penjualan produk melalui link afiliasi.
 - 2. ACI GameSpot juga memanfaatkan AdSense sebagai sumber pendapatan utama, dengan kemungkinan adanya sponsorship dan afiliasi, meskipun informasi spesifik tidak tersedia.
- c) Engagement dan Interaksi

1. MiawAug memiliki engagement rate sebesar 3,08%, yang menunjukkan interaksi aktif dari penonton melalui like, komentar, dan share.
2. ACI GameSpot juga menunjukkan tingkat interaksi yang baik, meskipun data spesifik mengenai engagement rate tidak tersedia tapi terlihat dari interaksinya di kolom komentar YouTube bahwa sama dengan MiawAug.

Analisis SWOT

a) MiawAug

1. Strengths:

1. Basis subscriber yang besar dan loyal.
2. Diversifikasi sumber pendapatan.
3. Konsistensi dalam mengunggah konten.

2. Weaknesses:

1. Ketergantungan pada platform YouTube.
2. Risiko burnout akibat tekanan untuk terus menghasilkan konten.

3. Opportunities:

1. Ekspansi ke platform lain seperti Twitch atau TikTok.
2. Peluang kerja sama dengan brand besar.

4. Threats:

1. Perubahan kebijakan YouTube yang dapat mempengaruhi monetisasi.
2. Persaingan dengan kreator konten lain.

b) ACI GameSpot

1. Strengths:

1. Konten yang fokus dan memiliki niche yang jelas.
2. Komunitas penonton yang loyal.

2. Weaknesses:

1. Pendapatan yang lebih rendah dibandingkan kanal besar lainnya.
2. Kurangnya diversifikasi sumber pendapatan.

3. Opportunities:

1. Potensi untuk meningkatkan engagement melalui interaksi lebih aktif dengan penonton.
2. Peluang untuk menjalin kerja sama dengan brand yang relevan.

4. Threats:

1. Persaingan dengan kanal serupa.
2. Ketergantungan pada algoritma YouTube

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap kanal YouTube MiawAug dan ACIGamespot, dapat disimpulkan bahwa YouTube merupakan platform yang layak dijadikan sebagai sumber penghasilan utama di era digital. Kedua kanal tersebut menunjukkan keberhasilan monetisasi melalui berbagai strategi seperti program kemitraan YouTube (Youtube Partner Program), kerja sama sponsor, dan penjualan produk. Keberhasilan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu konsistensi unggahan, kualitas konten, interaksi dengan audiens, dan pemanfaatan fitur platform secara optimal. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa analisis berbasis data sekunder dan observasi konten dapat digunakan untuk menilai kelayakan bisnis digital secara efektif. Penelitian ini memperkuat pandangan bahwa YouTube bukan hanya media hiburan, tetapi juga ruang kewirausahaan digital yang potensial bagi generasi milenial dan pelaku ekonomi kreatif

DAFTAR PUSTAKA

- Yunnita Sari, S., Risqina Mardhotila, R., Diah Pebrianti, A., Niken Hapsari, A., Nurfika Khasanah, A., della Shalinda, F., & Yunita Pangesti, W. (2023). Analisis Peluang Usaha Berbasis Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES. In *Jurnal Potensial* (Vol. 2, Issue 1). <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Aprillia, N., Jamaluddin, M., Elviona, M. R., Yuliasvira, D., & Muhammadiyah Riau, U. (n.d.). *Evaluasi Kelayakan Bisnis Startup Teknologi di Era Digital*.
- Haura Zayanti, A. (2024). STRATEGI SUMBER PENDAPATAN YOUTUBE PREMIUM MELALUI YOUTUBE MUSIK. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(3), 511–522. <https://doi.org/10.61722/jmia.v1i3.1333>
- Nur Arbaien, M. F., & Nurhasanah, E. (2023). Analisis Program Monetisasi Youtube Menurut Hukum Ekonomi Syariah. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 51–64. <https://doi.org/10.15575/am.v10i1.21242>
- Saifulloh, M., & Hariyanto, D. (2024). Youtube Media Komunikasi dan Bisnis Milenial. *INTELEKTUALITAS : Jurnal Penelitian Lintas Keilmuan*, 1.