

# Youtuber Indonesia Berpenghasilan Miliaran!

Oleh : Pundra Rengga Andhita

Dosen di Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta

*Millennials are watching fewer traditional TV shows and consume more digital content from sites like YouTube than ever. (Westenberg, 2016)*

Ya, apa yang diungkapkan oleh Wilma Westenberg benar adanya. Televisi mulai ditinggalkan. Ada kecenderungan milenial lebih memilih menonton Youtube dibandingkan televisi. Ketersediaan varian informasi yang memadai telah menjadikan Youtube sebagai salah satu referensi informasi. Sejak kemunculannya pada tahun 2005 silam, Youtube memang telah berkembang menjadi salah satu situs berbagi video yang populer. Di Indonesia, berdasarkan survei yang dilakukan We Are Social pada tahun 2019, dari 150 juta penduduk yang aktif menggunakan media sosial, sebanyak 88 persen di antaranya mengakses Youtube. Hal itu yang menempatkan Youtube berada di posisi teratas dibandingkan media sosial lainnya. Melalui kanalnya, Youtube mengklaim jumlah penggunanya telah lebih dari 1 miliar. Dalam satu hari, orang menonton lebih dari 1 miliar jam video melalui Youtube dan menghasilkan miliaran kali penayangan.

Besarnya jumlah pengguna Youtube telah mendorong lahirnya mekanisme produsen-konsumen model baru. Jika sebelumnya konten komersial daring lebih banyak dihasilkan agensi tertentu, sekarang, masyarakat juga bisa menjadi produsen konten. Masyarakat memiliki kemampuan untuk memilih, menempatkan dirinya sebagai produsen atau konsumen. Dari sini lahir istilah *User-generated content* (UGC), suatu kondisi di mana kehadiran konten media merupakan hasil produksi dari masyarakat umum (pengguna) yang dapat dipublikasikan secara terbuka. Implikasinya, revolusi ini telah melahirkan sejumlah profesi yang belum pernah ada sebelumnya, baik itu ketika peradaban manusia masih di era industri ataupun pertanian. Profesi itu adalah youtuber.

## **Penghasilan Youtuber Mencapai Miliaran**

Pengertian youtuber sendiri merujuk pada blogger video (vloggers) yang secara teratur memposting video di saluran Youtube pribadinya (Burgess and Green, 2009). Youtuber muncul dari kejelian konten kreator yang melihat besarnya potensi pasar. Mereka paham betul bagaimana besarnya jumlah *viewers* dan *subscribers* dapat memandu datangnya uang. Di Indonesia, ada 10 youtuber yang dianggap populer dengan penghasilan di atas rata-rata. Dirangkul detikHot dari SocialBlade, Atta Halilintar menempati posisi pertama dari 10 youtuber Indonesia yang paling populer di tahun 2019. Konon, penghasilannya mencapai 73 miliar per tahun dari Youtube. Selain Atta, beberapa nama lain juga memiliki penghasilan yang tidak kalah fantastis, seperti, Ria Ricis (Rp 3,8 hingga 61,5 miliar per tahun), Gen Halilintar (Rp

2,2 miliar hingga Rp 35,7 miliar per tahun), Raffi Ahmad dan Nagita Slavina (Rp 4,4 miliar hingga Rp 70 miliar per tahun) dan Saai Halilintar (Rp 3,6 miliar hingga Rp 59 miliar per tahun). Nama berikutnya ada Raditya Dika (Rp 2 miliar hingga Rp 33 miliar per tahun), Baim Wong dan Paula Verhoeven (Rp 2,6 miliar hingga Rp 41,5 miliar per tahun), MiawAug (Rp 2,8 miliar hingga Rp 45,7 miliar per tahun), Arif Muhammad (Rp 3,3 miliar hingga Rp 52,8 miliar per tahun) dan Jess No Limit (Rp 1,6 miliar hingga Rp 25,7 miliar per tahun). Sedikitnya, ada dua sumber uang bagi youtuber yaitu Google AdSense dan *endorsement*.

Pertumbuhan youtuber di Indonesia cukup pesat. Salah satu indikatornya adalah semakin banyaknya youtuber Indonesia yang mendapatkan penghargaan *golden play button*, sebuah penghargaan yang diberikan oleh Youtube kepada youtuber yang telah memiliki 1 juta subscriber (pengikut). Bahkan, di Indonesia sudah ada dua orang youtuber yang telah mendapatkan *diamond play button*, mereka adalah Atta Hallintar dan Ria Ricis. *Diamond play button* adalah penghargaan yang tingkatnya berada di atas *golden play button*. Penghargaan ini ditujukan bagi youtuber yang berhasil meraih lebih dari 10 juta subscriber di Youtube. Atta dan Ria Ricis berhasil menjadi youtuber pertama di Indonesia sekaligus Asia Tenggara yang mendapatkan penghargaan tersebut. Popularitas dan kelimpahan materi menjadi lekat bagi keduanya.

### **Tiga Alasan Menonton Youtube**

Besarnya potensi rupiah menempatkan youtuber sebagai salah satu pekerjaan yang memiliki prospek menjanjikan. Youtuber hadir sebagai pilihan pekerjaan yang memberikan ruang kreatifitas luas namun memiliki keuntungan finansial besar. Ini tidak hanya terjadi di Indonesia. Di luar sana, youtuber juga telah menjadi fenomena yang tidak dapat dikesampingkan. Banyak anak muda yang memiliki cita-cita ingin menjadi youtuber. Salah satunya bisa dilihat dari survei daring yang dilakukan The Harris Poll melalui perusahaan produksi mainan, Lego. Dari 3 ribu anak berusia 8 hingga 12 tahun yang diminta untuk memilih 1 dari 5 profesi (astronot, musisi, atlet profesional, guru dan youtuber), hasilnya menunjukkan, anak-anak Inggris dan Amerika (sebanyak 30 persen) lebih menginginkan menjadi youtuber atau vloggers dibandingkan astronot (11 persen).

Namun meski demikian, bukan berarti menjadi youtuber adalah sesuatu yang mudah dan instan. Banyak juga yang sudah menyerah, memilih mundur karena tidak urung mendapatkan subscriber seperti yang dikehendaki. Pembuatan konten video tidak semudah seperti yang terlihat. Kuncinya adalah konsistensi dan karakteristik konten yang kuat. Atta dan Ria Ricis adalah gambaran dari dua hal tersebut. Atta dan Ria Ricis mampu memiliki ciri khas pembeda dibandingkan lainnya. Mereka memiliki gestur non verbal yang eksentrik, ketersediaan bahan lelucon ringan, pilihan bahasa “gaul” memadai dan konten khas yang tidak membosankan. Semua itu dikemas dengan sangat menarik, memikat audiens muda.

Menurut, Pereira, Moura dan Fillol (2018), ada tiga hal yang menjadi alasan audiens muda (remaja) menonton konten dari youtuber tertentu, yakni, kesenangan, keaslian dan

pembelajaran. Kesenangan mencakup cara pandang mereka dalam melihat konten yang dibuat youtuber sebagai hiburan yang bisa membuat mereka tertawa, penghibur alami. Adapun keaslian bisa dipahami sebagai sejauh mana konten yang dibuat youtuber memiliki kekhasan yang tidak dapat ditemui dari konten lainnya. Sedangkan pembelajaran biasanya berkaitan dengan hal-hal baru yang mereka dapatkan dari konten yang dibuat youtuber.

Singkat kata, youtuber telah menghadirkan varian alternatif pekerjaan bagi anak muda. Meski juga tidak ada jaminan bahwa pekerjaan ini akan langgeng hingga beberapa tahun ke depan. Persoalannya bukan hanya pada kompetisi yang semakin sengit, tetapi lebih pada inovasi media digital itu sendiri. Media digital senantiasa menghadirkan hal baru. Media digital telah menjadi bagian dari peradaban manusia. Kita harus lebih adaptif dalam menyikapi media digital. Terakhir, perlu kiranya kita memperhatikan apa yang diungkapkan oleh Ross Tapsell (2017), “Media digital menjadi ruang kunci bagi anak-anak muda Indonesia yang memiliki akses internet untuk membawa perubahan yang cepat dan berarti”.

**Sumber : Harian Umum Radar Banyumas, edisi 24 November 2019**