



## STRATEGI SUMBER PENDAPATAN YOUTUBE PREMIUM MELALUI YOUTUBE MUSIK

**Azzah Haura Zayanti**

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

**Ni'mah Fajriatul Nabila**

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

**Muhammad Rizaluddin**

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

**Zhen Andika Setiawan**

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

**Pia Khoirotun Nisa**

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Alamat: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Korespondensi penulis: [azzahhaura263@gmail.com](mailto:azzahhaura263@gmail.com), [piakhoirotunnisa2411@gmail.com](mailto:piakhoirotunnisa2411@gmail.com)

**Abstrak.** *As one of the leading video sharing platforms, YouTube remains competitive and relevant by launching additional services such as YouTube Premium. The purpose of this research is to determine the income source strategies and forms of strategies carried out by YouTube premium through YouTube music. This type of research is qualitative. This research uses a literature study method by reviewing and analyzing several journals and books related to the strategic field of YouTube premium income sources through YouTube music. The result of this research is that YouTube Premium's revenue strategy through YouTube Music is based on a monthly subscription business model, where users pay a monthly fee to access content without advertising and additional features such as listening to music in the background or downloading content for offline playback. The form of strategy used by YouTube music to attract its customers to subscribe using YouTube premium is by providing a trial within a month. Initially users feel they don't need it and are willing to make purchases related to additional services for products they usually use for free.*

**Keywords:** *YouTube; Premium; YouTube Music*

**Abstrak.** Sebagai salah satu platform berbagi video terkemuka, YouTube tetap kompetitif dan bersaing relevan dengan meluncurkan layanan tambahan seperti YouTube Premium. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi sumber pendapatan dan bentuk strategi yang dilakukan YouTube premium melalui YouTube musik. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan menelaah dan menganalisis beberapa jurnal dan buku yang berkaitan dengan bidang strategi sumber pendapatan YouTube premium melalui YouTube musik. Hasil penelitian ini adalah strategi pendapatan YouTube Premium melalui YouTube Musik didasarkan pada model bisnis berlangganan bulanan, di mana pengguna membayar biaya bulanan untuk mengakses konten tanpa iklan dan fitur tambahan seperti mendengarkan musik di latar belakang atau mengunduh konten untuk diputar secara offline. Bentuk strategi yang dilakukan YouTube musik untuk menarik para pelanggannya berlangganan menggunakan YouTube premium adalah dengan cara memberikan trial/percobaan dalam kurun waktu sebulan. Awalnya pengguna merasa tidak membutuhkannya dan bersedia melakukan pembelian terkait layanan tambahan untuk produk yang biasa mereka gunakan secara gratis.

**Kata Kunci:** *YouTube; Premium; YouTube Musik*

### PENDAHULUAN

## STRATEGI SUMBER PENDAPATAN YOUTUBE PREMIUM MELALUI YOUTUBE MUSIK

Perkembangan teknologi yang pesat membuat internet diciptakan sebagai media baru untuk membantu manusia khususnya di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Jauh sebelum adanya internet, masyarakat memanfaatkan media konvensional untuk memperoleh informasi dan hiburan, seperti radio, buku koran, televisi, dan lainnya<sup>1</sup>. Seiring dengan kemajuan teknologi, internet menjadi sumber informasi dan hiburan yang sangat signifikan. Hal ini menunjukkan evolusi media dari media konvensional ke media digital, yang memberikan akses yang lebih luas dan fleksibel terhadap konten-konten informasi dan hiburan. Pertumbuhan platform digital dan meningkatnya popularitas hiburan online akhir-akhir ini mengubah industri hiburan. Bisnis harus beradaptasi dan menawarkan produk dan inovasi baru dan inovatif layanan agar tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan yang terus berkembang ini.

Era digital telah benar-benar mengubah industri hiburan. Berkembang dan menerima perubahan ini sangat penting bisnis untuk berkembang. Sebagai salah satu platform berbagi video terkemuka, YouTube tetap kompetitif dan bersaing relevan dengan meluncurkan layanan tambahan seperti YouTube Premium. Peluncuran tambahan layanan ini akan membantu YouTube tetap menjadi yang terdepan dalam lanskap hiburan digital yang berubah dengan cepat, dimana kebutuhan dan preferensi konsumen terus berkembang. Dengan layanan baru ini, YouTube pun berkembang melampaui model bisnis aslinya dan terus memberikan aliran pendapatan baru bagi bisnisnya. YouTube bermaksud menarik dan mempertahankan pengguna yang sudah ada untuk membeli layanan tambahan yaitu YouTube Premium dengan menerapkan strategi uji coba pada produk premium.

Seiring dengan perkembangan industri musik dan permintaan untuk layanan streaming musik, YouTube meluncurkan YouTube musik pada tahun 2018. YouTube musik menjadi langkah yang strategis bagi YouTube dalam memasuki pasar layanan streaming musik yang semakin kompleks. YouTube musik bersaing dengan berbagai platform musik besar lainnya seperti Spotify, Apple Music, Joox, dan sebagainya. Dengan menyediakan akses ke katalog musik yang luas, playlist yang disesuaikan dan fitur-fitur inovatif lainnya. YouTube musik hadir dengan menawarkan pengalaman hiburan yang menyeluruh kepada para penggunanya.

YouTube premium dan youtube musik beroperasi dengan model bisnis berlangganan bulanan di mana pengguna membayar biaya bulanan untuk mendapatkan akses tanpa iklan ke video YouTube dan konten musik, serta fitur tambahan seperti kemampuan untuk mendengarkan

---

<sup>1</sup> Ni Putu Pradnya, I Gusti Agung Alit Suryawati, Ade Devia Pradipta, "Motif dan Kepuasan Pengguna Netflix Sebagai Media Streaming di Kalangan Remaja Kota Denpasar". *J Ilm Mhs Ilmu Komun Mediu*. 2021;2(2): h. 1-8.

musik di latar belakang atau mengunduh konten untuk diputar secara offline. Dengan demikian, pengguna dapat menikmati pengalaman menonton dan mendengarkan yang lebih lancar dan tanpa gangguan, sambil juga memiliki fleksibilitas untuk mengakses konten secara offline sesuai kebutuhan mereka.

Media muncul dan berkembang dalam kehidupan manusia sesuai dengan tingkatan perkembangan teknologi yang dicapai oleh peradabannya. Dengan demikian dapat dilihat bahwa secara umum media tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia, baik secara individu, keluarga, masyarakat, dan lainnya. Media berperan sebagai produsen informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Perkembangan budaya masyarakat menjadi pemicu munculnya aktivitas ekonomi media yang semakin lama memiliki pengaruh besar pada kehidupan masyarakat. Tinggi rendahnya intensitas aktivitas ekonomi media di masyarakat tidak hanya berpengaruh pada lalu lintas informasi yang mencerdaskan masyarakat, tetapi juga menghasilkan nilai tambah bagi masyarakat<sup>2</sup>.

Ekonomi adalah kegiatan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup, adapun media digunakan dalam mempermudah kehidupan manusia sesuai dengan perkembangan peradabannya<sup>3</sup>. Aktivitas ekonomi media sudah berkembang cukup lama di masyarakat, seperti munculnya surat kabar, majalah, radio dan televisi, media online bahkan new media yang sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Ekonomi media sebagai ilmu merupakan kombinasi dari teori dan aplikasi ekonomi pada bisnis media, yang meliputi aktivitas kewartawanan, industri berita, produksi film, program hiburan, dan isu lainnya yang terkait dengan media<sup>4</sup>. Ekonomi media adalah suatu kajian yang menjelaskan mengenai industri media berproses dan memanfaatkan modal terbatas yang akan digunakan untuk membuat konten dan kemudian dibagikan kepada orang banyak dengan tujuan menghadirkan beragam harapan dan keinginan akan informasi serta hiburan<sup>5</sup>.

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian kali ini ada dua hal, yaitu pertama, Bagaimana strategi sumber pendapatan YouTube premium melalui YouTube musik? dan yang kedua, Apa saja bentuk strategi yang dilakukan YouTube premium melalui YouTube musik?. Berdasarkan kedua rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang akan dicapai

---

<sup>2</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Media*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010) h. 285.

<sup>3</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Media*, h. xii.

<sup>4</sup> Henry Faizal Noor, *Ekonomi Media*, h. 14.

<sup>5</sup> Pia Khoirotnun Nisa & Iis Iswatunnisa, "MEDIA ECONOMICS DURING THE PANDEMIC: STUDY CASE OF BERITASATU TV", *Jurnal Studi Jurnalistik*, Vol. 4. No. 2 (Oktober 2022), h. 68.

## STRATEGI SUMBER PENDAPATAN YOUTUBE PREMIUM MELALUI YOUTUBE MUSIK

adalah untuk mengetahui strategi sumber pendapatan YouTube premium melalui YouTube musik dan bentuk strategi yang dilakukan YouTube premium melalui YouTube musik.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian kami, diantaranya adalah sebagai berikut, *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Masruuroh (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media YouTube dapat dioptimalkan untuk fundraiser islami melalui pengoptimalan penggunaan fitur-fitur yang dimiliki oleh YouTube termasuk aplikasi penunjangnya. Fitur Search dan fitur YouTube live merupakan dua fitur utama yang jika dioptimalkan akan sangat membantu untuk melaksanakan fundraising bagi fundraiser islami melalui media YouTube.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Amanda (2022) disebutkan bahwa penggunaan spotify di Indonesia masih lebih banyak diminati dibandingkan Langit Musik, karena bagi sebagian besar generasi milenial Indonesia, Spotify sudah sesuai dengan kriteria music streaming yang mereka inginkan. Di antaranya dari pilihan lagu yang beragam dan mengglobal, lagu selalu up-to-date dari lagu lama hingga terbaru, tampilan yang simple dan eye catching, mudah digunakan, kualitas suara jernih, terdapat lirik, terintegrasi dengan media sosial untuk update status, terdapat fitur personalisasi daftar putar, dan kuota internet yang digunakan tidak besar. Namun Spotify dan Langit Musik masih belum cukup mampu menarik pelanggannya untuk pindah dari layanan gratis ke premium, hal ini karena adanya perbedaan kebutuhan dan masih ada yang nyaman mengunduh lagu secara ilegal meski sudah ada music streaming. Spotify menjadi lebih populer dari Langit Musik karena kepercayaan konsumen terhadap kualitasnya, di samping itu promosi secara personal dengan cara word-of-mouth dari orang terdekat maupun update status di media sosial ikut mendukung perluasan kepopuleran Spotify.

*Ketiga*, Tinambunan & Siahaan (2022) menjelaskan bahwa bahwa para pelajar yang memanfaatkan Youtube sebagai media komunikasi massa sangat mempermudah dalam mencari informasi atau pengetahuan yang diperlukan dan pelajar lebih mudah memahami materi yang terdapat dalam video dibanding materi yang disampaikan secara langsung oleh guru atau dosen baik secara daring ataupun tatap muka karena video yang ada pada aplikasi Youtube bisa diputar ulang kapan saja untuk mempelajari kembali bahan ajaran yang disampaikan.

*Keempat*, Faizah & Fatayan (2022) menyebutkan bahwa para siswa kelas IV di Sekolah Dasar Negeri Cilangkap 03 Pagi lebih berminat dan bersemangat dalam mempelajari musik gambang dengan menggunakan media Youtube yang digunakan oleh guru mereka. Hal ini juga berdampak pada tingkat keberhasilan siswa kelas IV Sekolah Dasar Negeri Cilangkap 03 Pagi,

dimana mereka juga lebih cepat menangkap materi pembelajaran yang diberikan dengan menggunakan media Youtube.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini memfokuskan pada strategi sumber pendapatan youtube premium melalui youtube musik. Sedangkan penelitian sebelumnya hanya membahas tentang peningkatan pendapatan aplikasi youtube melalui fitur search youtube dan fitur youtube live. Dalam penelitian terdahulu belum pernah ada yang membahas tentang strategi sumber pendapatan youtube premium melalui youtube musik.

## KAJIAN TEORI

### 1. Strategi Sumber Pendapatan

#### a) Strategi

Strategi berasal dari kata Yunani *strategos*, yang berarti Jenderal. Oleh karena itu kata strategi secara harfiah berarti “Seni dan Jenderal”. Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai<sup>6</sup>.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif<sup>7</sup>.

Menurut Griffin strategi adalah rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. (*Strategi is a comprehensive plan for accomplishing an organization's goals*)<sup>8</sup>. Strategi merupakan faktor yang paling penting dalam mencapai tujuan perusahaan, keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan pemimpin yang busa dalam merumuskan strategi yang digunakan. Strategi perusahaan sangat tergantung dari tujuan perusahaan, keadaan dan lingkungan yang ada. Strategi adalah keseluruhan upaya, dalam rangka mencapai sasaran dan mengarah pengembangan rencana marketing yang terinci<sup>9</sup>.

#### b) Sumber Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor penting dalam operasi suatu perusahaan, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan

---

<sup>6</sup> Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Cet. 1 (Jakarta: GemaInsani, 2001), h. 153-157.

<sup>7</sup> Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet. Ke-II (Yogyakarta: Andi, 2000), h. 17.

<sup>8</sup> Pandji Anoraga. *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 339.

<sup>9</sup> Philip Kotler. *Marketing Management*, (Jakarta: Pren Hallindo, 1997), h. 8.

## STRATEGI SUMBER PENDAPATAN YOUTUBE PREMIUM MELALUI YOUTUBE MUSIK

hidup perusahaan. Pendapatan merupakan tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan. Sebagai suatu organisasi yang berorientasi profit maka pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar.

Menurut Harnanto menuliskan bahwa pendapatan adalah “kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya”<sup>10</sup>. Menurut Sohib pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang/jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Bagi perusahaan, pendapatan yang diperoleh atas operasi pokok akan menambah nilai aset perusahaan yang pada dasarnya juga akan menambah modal perusahaan. Namun untuk kepentingan akuntansi, penambahan modal sebagai akibat penyerahan barang atau jasa kepada pihak lain dicatat tersendiri dengan akun pendapatan<sup>11</sup>.

### 2. Youtube Premium

Secara harfiah, aplikasi premium merupakan aplikasi yang menyediakan layanan-layanan premium ketimbang versi gratis/basic dari aplikasi tersebut, yang umumnya dikenal dengan istilah free. Cara kerja aplikasi-aplikasi premium adalah pelanggan perlu berlangganan agar akunnya menjadi premium. Akun-akun tersebut umumnya termasuk akun dasar (*basic*), yang dapat mengakses berbagai layanan dan fitur standar, dan tidak memberikan keuntungan tambahan yang didapatkan dari apa yang ditawarkan oleh paket premium. Para pengguna akun *basic* tidak diwajibkan untuk melakukan upgrade ke akun premium. Namun, pengguna yang membayar untuk berlangganan akun premium akan mendapatkan akses konten, fitur, dan layanan yang paling populer. Youtube merupakan media sosial yang digunakan untuk mengupload video, menonton berbagai video, dan juga bisa berbagi video yang dimana video itu bisa dilihat oleh semua orang<sup>12</sup>.

### 3. Musik

Musik adalah seni bunyi yang sengaja dibuat manusia untuk mengungkapkan ide dari akal budi dan perasaan batinnya. Selain itu seni musik sebagai ilmu dan pengetahuan mencakup banyak hal, kita dapat mempelajarinya melalui lima unsur, yaitu melodi, irama, harmoni, bentuk, dan ekspresi. Musik adalah hal yang paling nyata dan senantiasa hadir dalam kehidupan. Bunyi-bunyian alam adalah irama musik khas, yang mengajari manusia akan keharmonisan, keseimbangan, rasa kebersamaan dan penyatuan.

Musik adalah hal yang paling nyata dan senantiasa hadir dalam kehidupan. Alam, tercipta dengan kenyataan nuansa irama musik. Manusia, sejatinya, tak bisa lepas dari bunyi-bunyian yang terdengar setiap saat dengan aneka jenis frekuensi, durasi, tempo, dan irama. Bunyi-bunyian alam adalah irama musik khas, yang mengajari manusia akan keharmonisan, keseimbangan, rasa kebersamaan dan penyatuan. Musik juga merupakan bagian penting dalam aktivitas budaya suatu masyarakat<sup>13</sup>

### 4. Profile Youtube

---

<sup>10</sup> Harnanto. *Dasar-Dasar Akuntansi*. (Yogyakarta: ANDI, 2019), h. 102.

<sup>11</sup> Sohib. *Pengantar Akuntansi 1*. (Yogyakarta: Deepublish, 2018), h. 47.

<sup>12</sup> Setiadi dkk., “*Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial*”, *Journal of Civic Education*, Vol 2 No.4 (September, 2019)

<sup>13</sup> Rachmawati & Yeni. *Musik sebagai pembentuk budi pekerti*. (Yogyakarta: Panduan 2005)

YouTube adalah platform video sharing yang didirikan pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal. Perusahaan ini berpusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Ada Pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan. Biasanya, konten-konten tersebut diunggah secara pribadi oleh individu/penggunanya.

Youtube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang sebelumnya merupakan karyawan pertama PayPal. Hurley belajar desain di Indiana University of Pennsylvania, sementara Chen dan Karim belajar ilmu komputer di University of Illinois at Urbana-Champaign. Hurley dan Chain mengembangkan ide Youtube pada bulan-bulan pertama di tahun 2005 setelah mengalami kesulitan saat berbagi video pesta makan malam di apartemen Chen di San Fransisco. Karim tidak datang ke pesta dan menolak pesta tersebut pernah terjadi, sementara Chen berkomentar bahwa ide Youtube tercetuskan setelah pesta makan “tampaknya diperkuat oleh metode pemasaran yang terpusat pada menciptakan cerita yang mudah dicerna konsumen”.

Youtube berawal sebagai sebuah perusahaan teknologi rintisan yang didanai oleh investasi senilai \$11,5 juta dari Sequoia Capital antara November 2005 dan April 2006. Kantor pertama youtube terletak di atas sebuah pizzeria dan restoran jepang di San Mateo, California. Nama domain [www.youtube.com](http://www.youtube.com) aktif pada 14 Februari 2005 dan situs ini dikembangkan pada bulan-bulan berikutnya. Sebagai bagian dari layanan Google, YouTube telah menjadi database video paling populer di internet. Fitur-fitur yang ditawarkan YouTube telah menjadi berbagai macam kebutuhan bagi penggunanya, membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan. Pertumbuhan YouTube secara signifikan terlihat dalam jumlah pemirsa yang berusia 18-34 dan 18-49 tahun, melebihi jaringan kabel manapun di dunia.

Video pertama di Youtube berjudul *Me at the zoo*. Video ini menampilkan pendiri pendamping Jawed Karim di San Diego Zoo. Video tersebut diunggah pada tanggal 23 April 2005 dan masih ada sampai sekarang. Pada awal masa kemajuan situs video Youtube mendapat penghargaan melalui majalah PC World dan mendapat julukan sembilan dari sepuluh produk terbaik di tahun 2006<sup>14</sup>.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan menelaah dan menganalisis beberapa jurnal dan buku yang berkaitan dengan bidang strategi sumber pendapatan YouTube premium melalui YouTube musik. Hasil analisa dari berbagai literatur akan dijadikan sebagai sumber dan acuan untuk menguraikan materi-materi mengenai strategi sumber pendapatan YouTube premium melalui YouTube musik dan bentuk strategis yang dilakukan YouTube premium melalui YouTube musik sehingga penulis maupun pembaca nantinya akan dapat memahami dengan jelas.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

---

<sup>14</sup> Fatty Faiqah dkk., "YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSAR VIDGRAM", Jurnal Komunikasi KAREBA . Vol. 5 No. 2 (2016)

## STRATEGI SUMBER PENDAPATAN YOUTUBE PREMIUM MELALUI YOUTUBE MUSIK

Sejak awal peluncurannya, YouTube menjadi salah satu aplikasi yang dapat diakses secara gratis oleh penggunanya. Meskipun banyak media sosial yang terbukti hanya bersifat sementara, YouTube terus berkembang pesat dan menjadi situs web kedua yang paling banyak dikunjungi di dunia. Dengan demikian, ia telah membentuk peran unik sebagai gudang budaya populer, menciptakan arsip diakronis dari waktu ke waktu serta memperluas cakupannya secara sinkronis.

Pada perkembangannya, YouTube meluncurkan versi premium bagi para penggunanya yang ingin berlangganan. Dalam versi premium, YouTube menawarkan berbagai fitur eksklusif yang bisa diakses oleh pengguna yang ingin berlangganan. Kelebihan yang diberikan dari versi premium ini adalah menonton tanpa terganggu oleh iklan, mendapatkan akses ke YouTube musik premium, akses ke konten eksklusif, dukungan untuk kreator, pemutaran di latar belakang. YouTube premium diluncurkan untuk memberikan pengalaman yang nyaman saat menonton tanpa terganggu oleh iklan.

YouTube dan YouTube Music adalah dua platform berkaitan yang dimiliki oleh perusahaan yang sama, yaitu Google. Meskipun keduanya memiliki tujuan utama yang berbeda, yakni YouTube sendiri adalah platform untuk menonton dan berbagi video secara umum kepada para penonton, sementara YouTube Musik merupakan suatu platform khusus untuk mendengarkan musik. Kedua aplikasi ini saling terintegrasi untuk memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pengguna. Misalnya, pengguna YouTube dapat dengan mudah mengakses video musik dari berbagai genre langsung dari platform YouTube, sementara pengguna YouTube Musik dapat menemukan video musik resmi dari artis favorit mereka langsung dari aplikasi tersebut. Integrasi ini memungkinkan pengguna untuk dengan mudah menavigasi antara konten video dan audio sesuai dengan preferensi mereka, menciptakan ekosistem yang menyeluruh untuk menikmati berbagai jenis konten hiburan.

Periklanan dalam satu atau lain bentuk sudah memiliki usia berabad-abad. Sesuatu yang dianggap sebagai industri periklanan pada saat ini ditetapkan pada akhir abad ke-19 dengan terbentuknya biro iklan. Ketika menghitung jumlah pengeluaran iklan, angkanya tidak hanya mencakup pekerjaan agen tenaga kerja saja, namun juga iklan dari perusahaan itu sendiri yang mungkin mempunyai agen internal yang bekerja hanya untuk perusahaan tersebut dan juga iklan yang dipasang. Para pebisnis media harus menjalankan usahanya dengan menerapkan *normatif economic*, yakni menghormati nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dalam menjalankan bisnis. Jika para pebisnis media tidak menerapkan hal ini, maka akan menimbulkan gangguan ketenangan dan kenyamanan masyarakat. Pengaturan dan pengawasan bisnis media melalui undang-undang diperlukan supaya bisnis media dan pihak yang terkait dapat berjalan sesuai fungsinya.

Terdapat dua dasar khalayak untuk periklanan. Pertama, khalayak konsumen yang terpapar oleh iklan melalui berbagai jenis media yang digunakan. Kedua, organisasi manufaktur dan jasa yang menggunakan iklan untuk melakukan kontak dengan para konsumen saat ini dan calon konsumen barang dan jasa mereka. Perlu dibedakan antara biro iklan dan media yang memasang iklan. Agensi memperoleh pendapatannya yaitu dari memasang iklan di media. Model yang umum dipakai pada saat ini, agensi membebankan biaya kepada klien berdasarkan sifat dan jumlah pekerjaan. Agensi mungkin saja mengenakan biaya tetap untuk pekerjaan dasar dan biaya

tambahan untuk pekerjaan tambahan seperti promosi, desain logo, dan sejenisnya. Klien juga mungkin dikenakan biaya tetap untuk waktu yang dihabiskan pada pekerjaan ditambah biaya produksi serta biaya waktu dan ruang. Media sendiri menggunakan harga yang berbeda-beda berdasarkan waktu dan ruang, tergantung pada ukuran atau durasi iklan dengan diskon untuk frekuensi dan pengguna iklan yang banyak. Mengenai pengeluaran vs pendapatan, tingkat pengeluaran iklan idealnya ditetapkan pada saat jumlah iklan paling efisien menghasilkan jumlah penjualan yang dapat diterima. Karena pengukuran dampak sebenarnya dalam iklan dengan penjualan tidak dapat diukur dengan cara apapun untuk memperkirakan dampak sebenarnya.

## **1. Strategi sumber pendapatan YouTube premium melalui YouTube musik**

Ketika internet menjangkau khalayak yang lebih luas menjadikan YouTube melakukan pengembangan strategi untuk menambah pendapatan, yaitu dengan cara meluncurkan YouTube premium. Pada layanan langganan YouTube premium ini memberikan para penggunanya akses tanpa iklan ke seluruh konten di YouTube. Para pengguna YouTube premium juga dapat mengakses ke konten eksklusif, emoji, dan rencana unik serta memberikan dukungan finansial kepada para kreator.

Strategi pendapatan YouTube Premium melalui YouTube Musik didasarkan pada model bisnis berlangganan bulanan, di mana pengguna membayar biaya bulanan. Untuk mengakses konten tanpa iklan dan fitur tambahan seperti mendengarkan musik di latar belakang atau mengunduh konten untuk diputar secara offline. Sebagian dari biaya langganan ini kemudian dibagikan kepada pemilik konten yang memonetisasi video mereka melalui YouTube Premium. Selain itu, YouTube Musik juga menawarkan paket langganan khusus bagi mereka yang hanya tertarik pada layanan streaming musik, yang juga menyumbangkan pendapatan bagi platform. Strategi ini memberikan kesempatan bagi YouTube untuk meningkatkan pendapatan mereka melalui monetisasi konten musik, sekaligus memberikan pengalaman tanpa iklan dan fitur tambahan kepada pelanggan yang bersedia membayar biaya langganan bulanan.

## **2. Bentuk strategi yang dilakukan YouTube premium melalui YouTube musik**

YouTube Premium menggunakan beberapa strategi melalui YouTube Musik untuk meningkatkan pendapatannya dan memberikan nilai tambah kepada pengguna. Salah satunya adalah model bisnis berlangganan bulanan, di mana pengguna membayar biaya untuk mengakses konten tanpa iklan dan fitur tambahan seperti mendengarkan musik di latar belakang atau mengunduh konten. Sebagian dari biaya langganan ini kemudian dibagikan kepada pemilik konten yang memonetisasi video mereka, mendorong mereka untuk menghasilkan konten yang berkualitas.

Selain itu, YouTube Musik menawarkan paket langganan khusus bagi pengguna yang hanya tertarik pada layanan streaming musik. Strategi ini tidak hanya meningkatkan pendapatan melalui langganan, tetapi juga memperluas basis pengguna dengan menawarkan opsi yang sesuai dengan preferensi mereka. YouTube juga fokus pada monetisasi konten musik dengan menampilkan iklan di video musik dan mendapatkan pendapatan dari langganan YouTube Premium yang menonton video musik tanpa iklan. Dengan demikian, YouTube Premium dan YouTube Musik terus mengembangkan strategi untuk meningkatkan pendapatan mereka sambil memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pengguna.

## STRATEGI SUMBER PENDAPATAN YOUTUBE PREMIUM MELALUI YOUTUBE MUSIK

Bentuk strategi yang dilakukan YouTube musik untuk menarik para pelanggannya berlangganan menggunakan YouTube premium adalah dengan cara memberikan trial/percobaan dalam kurun waktu sebulan. Awalnya pengguna merasa tidak membutuhkannya dan bersedia melakukan pembelian terkait layanan tambahan untuk produk yang biasa mereka gunakan secara gratis. Saat pengguna mencoba menggunakan produk layanan tambahan yang disediakan lebih banyak kenyamanan dan kemudahan dalam menggunakan produk ini secara gratis untuk beberapa waktu, mereka membangun kebiasaan baru dalam diri mereka perjalanan dan pengalaman suatu produk. Pengalaman kenyamanan dan kemudahan pada akhirnya akan terjadi dicabut, dan pengguna harus membayar layanan tambahan yang sebelumnya dapat mereka gunakan secara gratis.

### KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

Strategi pendapatan YouTube Premium melalui YouTube Musik didasarkan pada model bisnis berlangganan bulanan, di mana pengguna membayar biaya bulanan untuk mengakses konten tanpa iklan dan fitur tambahan seperti mendengarkan musik di latar belakang atau mengunduh konten untuk diputar secara offline. Sebagian dari biaya langganan ini kemudian dibagikan kepada pemilik konten yang memonetisasi video mereka melalui YouTube Premium. Selain itu, YouTube Musik juga menawarkan paket langganan khusus bagi mereka yang hanya tertarik pada layanan streaming musik, yang juga menyumbangkan pendapatan bagi platform. Strategi ini memberikan kesempatan bagi YouTube untuk meningkatkan pendapatan mereka melalui monetisasi konten musik, sekaligus memberikan pengalaman tanpa iklan dan fitur tambahan kepada pelanggan yang bersedia membayar biaya langganan bulanan.

Bentuk strategi yang dilakukan YouTube musik untuk menarik para pelanggannya berlangganan menggunakan YouTube premium adalah dengan cara memberikan trial/percobaan dalam kurun waktu sebulan. Awalnya pengguna merasa tidak membutuhkannya dan bersedia melakukan pembelian terkait layanan tambahan untuk produk yang biasa mereka gunakan secara gratis. Saat pengguna mencoba menggunakan produk layanan tambahan yang disediakan lebih banyak kenyamanan dan kemudahan dalam menggunakan produk ini secara gratis untuk beberapa waktu, mereka membangun kebiasaan baru dalam diri mereka perjalanan dan pengalaman suatu produk. Pengalaman kenyamanan dan kemudahan pada akhirnya akan terjadi dicabut, dan pengguna harus membayar layanan tambahan yang sebelumnya dapat mereka gunakan secara gratis.

### DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, A., Owers, J., Carveth, R., Hollifield, C. A., & Greco, A. (2003). Media economics: Theory and practice: Third edition. In *Media Economics: Theory and Practice: Third Edition*. <https://doi.org/10.4324/9781410609687>
- Amanda, R. (2022). Music streaming dalam industri musik era industri 4.0. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 358–382. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.3772>

- Cabrera, D. A. M., & Sukmayadi, Y. (2021). *An Introduction to Free Improvisation Music Through YouTube*. 519(Icade 2020), 287–291.  
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.210203.062>
- Faizah, T. I., & Fatayan, A. (2022). Pengaruh Media Youtube pada Pelajaran Pendidikan Lingkungan & Budaya Jakarta (PLBJ) Materi Alat Musik Gambang Kromong kepada Minat Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 5475–5482.  
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i3.2992>
- Fandi Tjiptono. (2000). *Strategi Pemasaran* (2nd ed.). Andi.
- Harnanto. (2019). *Dasar-dasar Akuntansi*. Andi.
- Henry Faizal Noor. (2010). *Ekonomi Media*. PT RajaGrafindo Persada.
- Masruuroh, L. (2024). YouTube sebagai Media Fundraising bagi Fundraiser Islami. *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 105–126.  
<https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkpi.v2i1.24>
- Naser, M. (2021). Peran Youtube Sebagai Wadah konten Kreator Musik Di Fakultas Senin Dan Desain Universitas Negeri Makassar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Nisa, P. K., & Iswatunnisa, I. (2022). Media Economics During The Pandemic: Study Case of Beritasatu TV. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 4(2), 67–74.  
<https://doi.org/10.15408/jsj.v4i2.28968>
- Nur Setiyana, F., & Badu Kusuma, A. (2021). Potensi Pemanfaatan Youtube Dalam Pembelajaran Matematika. *EduMatSains : Jurnal Pendidikan, Matematika Dan Sains*, 6(1), 71–90. <https://doi.org/10.33541/edumatsains.v6i1.2945>
- Nuzulia, A. (1967). 濟無No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., February 2005, 5–24.
- Pandji Anoraga. (2009). *Manajemen Bisnis*. Rineka Cipta.
- Philip Kotler. (1997). *Marketing Management*. Pren Hallindo.
- Porter, M. . (1985). Competitive Advatage. In *Creating and Sustaining Competitive Advantage* (pp. 1–30).
- Rachmawati, Y. (2005). *Musik sebagai pembentuk budi pekerti*. Panduan.
- Ramadhan, Y. A., & Belgiawan, P. F. (2023). Implementation of the Trial Strategy in Driving Purchase Intention on Youtube Premium. *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*, 1(1), 28–36. <https://doi.org/10.58229/jcsam.v1i1.46>

## STRATEGI SUMBER PENDAPATAN YOUTUBE PREMIUM MELALUI YOUTUBE MUSIK

Sochib. (2018). *Pengantar Akuntansi 1*. Deepublish.

Study, A. C., Hindu, O. N., & In, N. (2021). a Comparative Study on Youtube Viewers Perception Towards. *Researchgate.Net, August*.

[https://www.researchgate.net/profile/Dr-](https://www.researchgate.net/profile/Dr-Rsridevi/publication/353701982_A_COMPARATIVE_STUDY_ON_YOUTUBE_VIEWERS_PERCEPTION_TOWARDS_YOUTUBE_PREMIUM_AND_NON_PREMIUM_SERVICE/links/610b88d11ca20f6f8600198f/A-COMPARATIVE-STUDY-ON-YOUTUBE-VIEWERS-PERCEPTION-TOWAR)

[Rsridevi/publication/353701982\\_A\\_COMPARATIVE\\_STUDY\\_ON\\_YOUTUBE\\_VIEWERS\\_PERCEPTION\\_TOWARDS\\_YOUTUBE\\_PREMIUM\\_AND\\_NON\\_PREMIUM\\_SERVICE/links/610b88d11ca20f6f8600198f/A-COMPARATIVE-STUDY-ON-YOUTUBE-VIEWERS-PERCEPTION-TOWAR](https://www.researchgate.net/profile/Dr-Rsridevi/publication/353701982_A_COMPARATIVE_STUDY_ON_YOUTUBE_VIEWERS_PERCEPTION_TOWARDS_YOUTUBE_PREMIUM_AND_NON_PREMIUM_SERVICE/links/610b88d11ca20f6f8600198f/A-COMPARATIVE-STUDY-ON-YOUTUBE-VIEWERS-PERCEPTION-TOWAR)

Syafi'i Antonio. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (1st ed.). GemaInsani.