

Transkrip

Monetisasi dan penempatan iklan pada *platform*


Jika Anda masih di sini, itu berarti Anda masih mencari tahu model monetisasi apa yang cocok bagi Anda. Jadi, kita akan terus melanjutkan perjalanan. Kita sudah membicarakan jalur dana sponsor atau *influencer*. Kita telah berbicara tentang menemukan cara untuk membuat audiens membayar apa yang Anda kerjakan. Dan kali ini adalah semacam campuran yang agak aneh.

Dalam video ini, kita akan berbicara tentang monetisasi menggunakan penempatan iklan di *platform* tertentu. Bagi kami di PumaPodcast, kami telah mendaftar ke *host podcasting* yang lebih besar yang menawarkan kami akses ke penempatan iklan secara global. Dan, saya pikir hal seperti itu akan menjadi sangat mudah sekarang. Seperti, saya tidak akan menyebutkan *platform* apa pun di sini, tapi saya kira ada cukup banyak untuk media artistik apa pun di mana Anda melakukan produksi, akan ada situs yang memungkinkan Anda untuk mengunggah dan membagikan konten Anda. Dan kemudian, berpotensi memasang penempatan iklan atau yang serupa dengan berlangganan, sebuah *paywall*, semacam itu. Dalam istilah yang paling sederhana di sini, baik itu YouTube atau *platform streaming* musik atau *platform* blog yang memungkinkan Anda menghasilkan uang dari kontribusi yang lebih kecil, maupun memasang situs Anda sendiri dan kemudian menambahkan sesuatu di situs tersebut.

Creative Communities Learning Lab

<https://creativeeconomy.britishcouncil.org/projects/creative-communities-learning-lab/>

Kursus: Cara memonetisasi layanan kreatif Anda




Hal yang perlu dipikirkan ketika bekerja dengan macam-macam penempatan iklan ini adalah Anda sangat jarang berada di posisi untuk bernegosiasi tentang nilai penempatannya. Jika pada yang pertama, kita berbicara tentang dana sponsor dan kesepakatan *influencer* di mana Anda berkoordinasi langsung dengan sponsor atau agensi dan Anda memanfaatkan apa yang menurut Anda bernilai bagi Anda untuk menetapkan seperti apa kesepakatan itu, bukan? Dan kemudian, untuk meminta audiens Anda membayar, saya berbicara tentang bagaimana Anda harus melakukan sebuah penelitian untuk memahami berapa banyak audiens Anda di pasar Anda akan bersedia membayar secara teratur.

Untuk monetisasi pada *platform* iklan yang sudah ada yang tidak Anda kontrol, seringnya, *platform* tersebut yang menentukan berapa nilai penempatan iklan Anda. Jadi, sayangnya, ini juga sering ditentukan oleh letak geografi Anda dan audiens utama yang Anda layani. Tidak ada cara mudah untuk mengatakan ini tetapi lebih sering daripada tidak, jika Anda berada di tempat yang dianggap sebagai "negara berkembang" di "*Global South*", maka audiens Anda akan memiliki nilai yang jauh lebih rendah daripada audiens di "dunia Barat yang maju" karena daya beli mereka.

Jadi pada dasarnya, Anda mungkin mengumpulkan jumlah sepasang mata yang sama tetapi karena Anda melayani audiens yang ditargetkan secara khusus berbeda di luar apa yang mungkin dikejar oleh pengiklan ini, menerima penempatan iklan atau mengizinkan penempatan iklan secara otomatis pada karya Anda akan mengacaukan saldo neraca Anda. Dan neraca itu akan selalu menguntungkan *platform* yang bekerja sama dengan Anda daripada Anda sendiri. Jadi, satu hal yang perlu dipertimbangkan adalah, hal ini akan menjadi jauh lebih mudah. Secara harfiah tidak ada negosiasi yang terlibat. Anda tidak perlu menjalankan kampanye apa pun, Anda tidak perlu meminta orang lain untuk membayar. Pada dasarnya, seolah-olah ada papan buletin raksasa berisi iklan-iklan dan Anda hanya mengambil iklan tersebut dan meletakkannya di konten Anda dan tentunya keren, itu sangat mudah, bukan?

Ada platform tertentu yang dapat menjadikannya otomatis bagi Anda. Yang harus Anda lakukan adalah misalnya, jika Anda seorang *podcaster* atau penyedia konten video, yang harus Anda lakukan adalah klik sesuatu dan konten Anda akan dapat dimonetisasi. Mereka akan mulai memasukkan iklan ke dalam karya Anda, tetapi kita juga tahu berapa juta penonton yang katakanlah, di YouTube, Anda butuhkan agar Anda dapat memiliki cukup uang untuk



pendapatan yang berkelanjutan. Ini adalah bagian lain dari pertimbangan yang perlu Anda buat. Berapa banyak penempatan iklan atau berapa banyak penonton yang saya perlukan agar rute monetisasi ini berfungsi untuk organisasi kami? Ini hal yang sulit untuk diandalkan. Anda bisa tertangkap sedang memproduksi lebih banyak konten hanya agar Anda bisa mendapatkan lebih banyak pasang mata yang menonton atau Anda harus melakukan semacam hit besar yang memastikan bahwa Anda akan mendapatkan banyak tampilan yang dapat diterjemahkan.

Jadi itu adalah beberapa hal yang sangat besar untuk dipertimbangkan. Ada begitu banyak peluang di rute ini tetapi seperti rute lain di mana ada banyak peluang, tantangannya pun juga banyak. Secara khusus di sini, Anda tidak dapat pergi ke platform dan mulai bernegosiasi. Anda dapat menetapkan batas bawah untuk penempatan iklan. Pada dasarnya, "Tidak, saya tidak akan menerima apa pun di bawah jumlah ini," tetapi itu berarti Anda meninggalkan uang di atas meja. Ini semua adalah negosiasi yang harus Anda miliki di kepala Anda. Negosiasi dalam tim Anda adalah tentang seberapa besar Anda bersedia menjual ruang iklan Anda. Satu pertimbangan bagi saya adalah jika Anda menempatkan... jika Anda menerima ruang iklan dengan tarif yang sangat rendah, hal itu mungkin menandakan bahwa itulah sebenarnya bagaimana Anda menghargai konten Anda dan tentu akan mengurangi nilai pekerjaan Anda. Apakah itu sesuatu yang ingin Anda lakukan? Tapi di sisi lain, uang tunai adalah uang tunai, bukan? Anda bisa mengambil uang itu. Anda tidak harus menjauh darinya. Bukan hanya soal berapa jumlah bayaran yang Anda inginkan tetapi dalam lingkungan ekonomi yang menantang uang tunai adalah uang tunai.

Jadi hal-hal yang perlu dipertimbangkan. Sekali lagi, ini adalah rute termudah. Yang harus Anda lakukan adalah menggunakan *platform* yang memungkinkan monetisasi dan penempatan iklan dengan mudah. Klik untuk mengizinkannya dan menunggu semoga uangnya masuk. Jadi begitulah cara memikirkan tentang penempatan iklan pada *platform* daring. Kita akan melanjutkan ke opsi terakhir yaitu kesepakatan produksi atau pekerjaan untuk disewa di video berikutnya.