

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kebutuhan akan informasi dan hiburan dalam kehidupan sehari-hari semakin dipermudah dalam era digital melalui perantara internet yang berfungsi sebagai jaringan penghubung komunikasi elektronik. Kemajuan teknologi dan informasi mencerminkan evolusi peradaban manusia sebagai makhluk sosial dalam proses komunikasi. Bisa dikatakan perkembangan teknologi komunikasi telah menjadi kebutuhan primer bagi kehidupan manusia, di mana tiap individu dapat mengakses, memproduksi, dan memproses informasi dengan individu lainnya. Wood Smith (Imarshan, 2021) menyebutkan bahwa *computer mediated communication* (CMC) merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan komputer dengan jaringan internet sehingga menjadikan distribusi informasi lebih cepat dan mudah.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia terhadap 8.510 responden pengguna internet Indonesia tahun 2023 mencapai 78,19 persen yaitu sebanyak 215.626.156 jiwa dari 275.773.901 total populasi jiwa. Hal itu menunjukkan bahwa rutinitas yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia adalah bermain media sosial. Berbagai jenis platform media sosial, platform YouTube menempati posisi tertinggi yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, yaitu sebesar 65,41 persen (Sadya, 2023).

Youtube sebagai media berbasis video tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi pengguna dapat menyajikan konten dan menyebarkannya secara mandiri (Ramadhan et al., 2022). Alasan inilah mengapa media baru berupa *Youtube* lebih digandrungi karena pengguna dapat menemukan dan memproduksi berbagai jenis konten dan dapat dinikmati secara gratis. Kemudahan tersebut sangat berpotensi menarik minat khalayak umum untuk tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga memproduksi konten. Ada beragam jenis konten yang dapat diproduksi dan ditemukan dalam YouTube, salah satunya berupa konten *podcast*.

Istilah *podcast* berasal dari *Ipod Broadcasting* yang diartikan sebagai teknologi yang digunakan untuk mendistribusikan, menerima dan mendengarkan secara *on-demand* atau sesuai permintaan. Jika awal kemunculan *podcast* hanya dapat dinikmati secara audio, sekarang banyak ditemukan kanal YouTube menyajikan konten *podcast* secara visual. Unsur audio visual memberikan dampak emosional yang lebih kepada penonton (Alrasyid, 2023). Berbeda dengan radio konvensional, Brown, A., & Green, T. D (Zellatifanny, 2020) mendefinisikan *podcast* sebagai format audio atau video yang disebarluaskan melalui media baru agar dapat didengarkan dan ditonton oleh setiap individu yang berlangganan atau tidak.

Di tengah evolusi ini, YouTube, sebagai platform video terkemuka, menyajikan kesempatan peluang untuk menghadirkan *podcast* dengan dimensi visual. Gabungan audio dari *podcast* dengan aspek visual YouTube menjanjikan cara baru untuk menjangkau lebih banyak orang dan memperkuat pengalaman

konsumsi konten. Keberadaan *podcast* di platform YouTube membawa potensi besar untuk jangkauan yang lebih luas. Dengan pangsa pasar yang masif, YouTube menawarkan jutaan peluang untuk menarik perhatian *audiens* yang beragam. Kelebihan ini ditambah dengan fitur interaktif seperti komentar dan tanggapan langsung, menciptakan jembatan antara pembuat konten dan pemirsa. Hal ini bukan hanya menciptakan *audiens*, tetapi juga membangun komunitas yang aktif dalam konten *podcast* termasuk untuk meningkatkan gairah para pendukung sepakbola di Indonesia. Salah satu klub sepak bola Indonesia yang memproduksi *podcast* adalah Persatuan Sepakbola Sleman (PSS).

PSS Sleman merupakan klub sepakbola berbasis di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia yang berdiri pada 20 Mei 1976. Hingga saat ini, popularitas dari PSS Sleman terus meningkat dan cukup disegani di kalangan klub sepakbola dengan menyebut sebagai Super Elang Jawa. Setidaknya, klub sepakbola PSS Sleman memerlukan 24 tahun sebelum berhasil meraih kesempatan untuk berkompetisi di divisi teratas sepak bola Indonesia. Saat ini, PSS Sleman berlaga di Liga 1 Indonesia, divisi tertinggi dalam kompetisi sepakbola Indonesia. Sebagai bagian dari tuntutan menjadi lebih profesional, PSS Sleman melakukan peningkatan dalam berbagai aspek, salah satunya melalui program PSS Podcast. Melalui program ini, klub dapat memberikan informasi yang lebih mendalam, menghadirkan wawasan eksklusif, serta membagikan cerita yang lebih personal kepada para pendengar. Selain menjadi sumber informasi terkini seputar klub, *podcast* juga menciptakan ruang untuk interaksi antara penggemar, memungkinkan mereka untuk terhubung,

berbagi pengalaman, dan mendiskusikan topik terkait klub. Tujuan adanya sebuah program adalah menarik perhatian pemirsa, oleh karena itu penting bagi program tersebut untuk mengemas tayangannya dengan kreatif dan menarik (Alrasyid, 2023).

Meskipun potensi YouTube sebagai platform *podcast* sangat menjanjikan, tentu tidak terhindar dari sejumlah tantangan. Persaingan ketat di ruang YouTube menuntut standar produksi yang tinggi. Diperlukan kualitas audio-visual yang superior serta konten yang kreatif dan menarik untuk bersaing dalam lautan konten yang ada. Konsistensi dalam publikasi dan strategi pemasaran yang cerdas juga menjadi kunci untuk memenangkan perhatian *audiens* di tengah derasnya arus informasi. Untuk mengatasi tantangan ini, perencanaan manajemen produksi *podcast* yang matang diperlukan. Riset mendalam tentang *audiens*, perencanaan konten yang relevan, dan produksi yang profesional menjadi langkah awal. Tidak hanya itu, strategi pemasaran yang efektif serta keterlibatan aktif dengan *audiens* menjadi bagian penting dari upaya membangun dan mempertahankan kehadiran yang kuat di platform YouTube. Produksi konten PSS Podcast dalam PSS TV tentu melibatkan manajemen dalam prosesnya. Menurut Siregar dalam Muntaha (2021) bahwa manajemen produksi adalah pengelolaan seluruh kegiatan produksi untuk menciptakan sebuah karya berdasarkan rancangan produksi yang telah ditentukan. Pada konteks produksi PSS Podcast, manajemen produksi melibatkan koordinasi sumber daya manusia seperti *media officer*, *videographer*, penulis naskah, dan editor untuk menciptakan konten yang menjadi pusat informasi, khususnya bagi suporter dan

khalayak umum. Dalam proses pembuatannya, tim PSS Podcast acap kali menjumpai kendala seperti narasumber yang tidak bisa karena bentrok dengan jadwal latihan tim, tempat yang berpindah-pindah sehingga proses penentuan jadwal tim dan narasumber sangat berpengaruh pada proses penentuan lokasi, serta perubahan cuaca yang tidak menentu ketika proses produksi di luar ruangan. Manajemen produksi dalam konteks program tayangan memiliki perbedaan dengan manajemen produksi pada umumnya karena adanya perpaduan antara seni dan teknologi. Hasilnya tidak hanya terlihat dari aspek visual, melainkan juga dari isi dan pesan yang dapat disampaikan dan dipahami oleh penonton. Manajemen produksi program tayangan mengatur segala hal terkait dengan kreasi, kreativitas, aspek artistik, teknologi, dan unsur manusia.

Proses pembuatan sebuah program tayangan melibatkan serangkaian tahapan yang tidak sebatas sekadar merekam dengan kamera untuk langsung dinikmati. Dalam produksi video, terdapat tiga fase yang perlu diperhatikan, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Tahapan-tahapan ini membentuk dasar dari keseluruhan proses pembuatan suatu program tayangan.

Hingga saat ini PSS Sleman mampu menarik perhatian banyak penikmat sepakbola Indonesia karena memiliki pendukung yang sama besarnya dengan tim-tim besar lainnya di negeri ini. Daya tarik utama PSS Sleman bukan hanya terletak pada prestasi di lapangan, tetapi juga pada basis penggemar. Suporter PSS Sleman begitu bersemangat dan berkomitmen menciptakan atmosfer yang luar biasa di setiap pertandingan di stadion. Keakraban dan ikatan emosional antara klub, para suporter, dan komunitas lokal menjadi magnet bagi para

penikmat sepakbola. Dalam hal ini, kesetiaan dan semangat komunitasnya, ditambah dedikasi klub untuk membangun hubungan yang erat dengan pendukungnya.

Melalui proses manajemen produksi PSS Podcast di *channel* YouTube PSS TV, peneliti ingin melihat bagaimana tim produksi menciptakan manajemen yang menunjang kesuksesan *podcast* dalam menjangkau, menghibur, dan memberikan nilai tambah kepada para penggemarnya dan masyarakat pecinta sepakbola pada umumnya. Dalam memproduksi sebuah konten audio visual, tentu bukan hanya soal audio yang berkualitas, tetapi juga tentang proses kreatif penggabungan antara dimensi visual yang mengagumkan sebagai strategi pemasaran, dan interaksi yang aktif dengan *audiens*.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan Uraian latar belakang di atas dapat diambil suatu permasalahan yaitu bagaimana manajemen produksi PSS Podcast di Channel YouTube PSS TV?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas. Adapun tujuan dari penelitian ini di antaranya adalah

1. Mengetahui model manajemen produksi konten PSS Podcast di kanal YouTube PSS TV.

2. Menambah wawasan mengenai proses kreatif dari produksi konten PSS Podcast melalui Youtube PSS TV.

D. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, terdapat manfaat penelitian yang dapat dicapai dalam penelitian ini. Adapun manfaat penelitian ini di antaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan keilmuan khususnya dalam bidang kajian manajemen produksi sebuah media serta menjadi rujukan bagi media lain untuk menerapkan manajemen produksi konten *podcast* di kanal YouTube agar berjalan dengan baik.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat berguna untuk meningkatkan kemampuan dan penguasaan ilmu pengetahuan yang didapatkan oleh peneliti selama mengikuti proses belajar di program studi Ilmu Komunikasi. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

E. KERANGKA TEORI

1. Manajemen Produksi Konten

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang berarti mengatur. Hasibuan (2016) menjelaskan pengaturan dilakukan melalui proses dan

diatur berdasarkan urutan dan fungsi dari manajemen. Manajemen produksi adalah sebuah proses yang kompleks dan mendalam dalam memastikan tercapainya tujuan produksi suatu produk secara efisien dan efektif. Dalam proses ini, sejumlah tahapan krusial dilibatkan untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan baik. Manajemen dibuat dalam rangka mencapai tujuan, menjaga keseimbangan, mencapai efisiensi dan efektivitas saat membuat konten video (Haryanti, 2023).

Morisan (2008) mendefinisikan manajemen produksi sebagai proses sekumpulan tindakan, pembuat, dan pengelolaan yang terstruktur untuk menghasilkan sebuah produk melalui beragam tahapan, termasuk melibatkan banyak sumber manusia yang memiliki keahlian dan peralatan. Harapannya, dengan perencanaan dan pengelolaan yang matang akan menghasilkan konten sesuai yang diinginkan. Atas dasar itulah, sebelum membuat konten diperlukan keahlian khusus sebelum hingga akhir produksi sebuah konten.

Manajemen memegang peran yang sangat penting pada setiap kegiatan individu atau sebuah organisasi guna mencapai tujuan yang diinginkan. Pendekatan manajemen yang berfokus pada proses penggunaan sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan untuk meningkatkan efisiensi serta kesuksesan aktivitas. Dalam konteks ini, keberhasilan suatu individu atau organisasi sangat tergantung pada penerapan manajemen yang efektif, manajemen sebagai ilmu yang mengelola proses guna mencapai hasil sesuai dengan tujuan yang telah

ditetapkan (Alrasyid, 2023). Proses produksi melibatkan beragam pihak seperti produser, tim kreatif, dan staf teknis, masing-masing memiliki peran dan fungsi yang sangat vital. Kualitas suatu program secara signifikan dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam mengatur serta mengkoordinasikan peran dari semua pihak yang terlibat. Melalui serangkaian proses ini, tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai secara optimal melalui pengelolaan sumber daya manusia serta sumber daya lain yang ada.

Manajemen produksi mencakup semua yang perlu dilakukan untuk mewujudkan suatu produk dengan cara memenuhi syarat dan ketentuan. Proses manajemen produksi ini mencakup perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*) dan pengawasan produksi (*controlling*) (Morissan, 2008). Keseluruhan dari manajemen produksi ini memerlukan pemahaman mendalam terkait bagaimana mengelola sumber daya, mengatur interaksi antar individu, dan memanfaatkan pengetahuan serta keterampilan yang tepat guna merencanakan, mengatur, dan mengontrol keseluruhan proses produksi.

a. Perencanaan (*Planning*)

Tahap ini merupakan fondasi utama dalam menggarisbawahi langkah-langkah yang akan diambil. Tidak hanya sebatas pemilihan kegiatan, melainkan juga menentukan dengan jelas apa, bagaimana, kapan, dan oleh siapa segala aktivitas akan dilaksanakan. Perencanaan membantu dalam menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan

strategi yang tepat guna mencapai tujuan tersebut, dan memberikan struktur kerja yang kokoh untuk mengelola dan melaksanakan rencana dengan efektif. Perencanaan bertujuan untuk mengidentifikasi tujuan organisasi, merumuskan strategi keseluruhan guna mencapai tujuan tersebut, dan mengembangkan rencana yang koheren untuk mengkoordinasikan kegiatan yang diperlukan (Alrasyid, 2023).

Pada proses ini, maka hal yang dilakukan berupa pengumpulan dan penataan fakta, serta penyusunan prediksi atau asumsi tentang masa depan, dengan tujuan merinci dan menjabarkan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dalam proses perencanaan, terdapat sejumlah tujuan yang dapat diidentifikasi, yang biasanya termasuk dalam kategori berikut:

- 1) Tujuan ekonomi yang berkaitan dengan kondisi keuangan stasiun, yang fokus pada pendapatan, pengeluaran, dan profitabilitas.
- 2) Tujuan layanan yang berkaitan dengan penyiaran program yang menarik bagi *audiens*, responsif terhadap minat dan kebutuhan mereka, serta kontribusi stasiun dalam kehidupan komunitas, dan
- 3) Tujuan personal yang merupakan tujuan individu yang bekerja di stasiun.

Sementara dalam melaksanakan fungsi perencanaan, terdapat serangkaian proses dalam menetapkan program penyiaran, yang mencakup langkah-langkah berikut:

- 1) Menetapkan Peran dan Misi: Merumuskan sifat dan cakupan tugas yang akan dilaksanakan.
- 2) Menentukan Wilayah Sasaran: Mengidentifikasi area yang menjadi fokus utama.
- 3) Memilih dan Mengidentifikasi Sasaran atau Hasil yang Diinginkan: Menetapkan target yang ingin dicapai.
- 4) Mempersiapkan Rencana Tindakan: Merinci langkah-langkah yang akan diambil.
- 5) Membangun Sistem Pengawasan: Menetapkan metode untuk memantau dan mengevaluasi progres, dan
- 6) Menentukan Komunikasi Organisasi: Menciptakan saluran komunikasi yang efektif untuk memastikan pemahaman dan komitmen terhadap tujuan.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Proses ini melibatkan tindakan pengelolaan sumber daya secara efisien. Ini mencakup pengidentifikasian, pengelompokan, dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan berbagai tugas yang mendukung pencapaian tujuan tertentu. Selain itu, pengorganisasian juga mencakup pemberian tanggung jawab dan kewenangan kepada individu yang terlibat dalam pelaksanaan tugas-tugas tersebut.

Selain itu, proses pengorganisasian menekankan pentingnya penciptaan kekompakan dalam segala aktivitas guna mencapai tujuan

yang ditetapkan. Dalam konteks manajemen produksi, pengorganisasian merupakan proses pembentukan atau penyusunan tim yang sesuai dengan kemampuan sumber daya manusia serta kemampuan yang ada. Setidaknya terdapat dua elemen penting dalam proses pembentukan pengorganisasian, yaitu pembentukan departemen dan pembagian kerja. Departemen merujuk pada pengelompokan struktur formal organisasi dan sering kali diwujudkan melalui diagram atau bagan organisasi. Sedangkan pembagian kerja disesuaikan dengan keahlian.

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Merujuk pada langkah-langkah konkrit dalam mengarahkan dan mengkoordinasikan berbagai komponen organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tahap ini terdiri dari beberapa fase penting, seperti tahap pra produksi yang melibatkan perencanaan ide, pembuatan naskah, hingga tahap produksi dan pasca produksi, di mana semua kegiatan direncanakan, dilaksanakan, dan diperbaiki jika diperlukan. Widjaja (Vebrynda, 2022) memaparkan tiga tahapan krusial yang perlu diperhatikan yaitu Pra Produksi, Produksi, dan Post Produksi.

1) Pra Produksi

Tahap pra produksi memegang peranan penting dalam menentukan landasan produksi secara keseluruhan. Proses ini

meliputi serangkaian kegiatan mulai dari penentuan ide dan konsep, penulisan naskah, penyusunan *director's treatment* dan *shot list*, hingga merinci setiap adegan dengan *breakdown shot*, menyusun jadwal, dan merancang desain produksi. Tahap ini menjadi fondasi yang memastikan setiap elemen produksi terencana dengan matang sebelum proses pembuatan benar-benar dimulai.

2) Produksi

Aktivitas yang telah direncanakan di pra produksi dijalankan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Hal ini mencakup pencarian lokasi yang sesuai, proses latihan, proses pengambilan gambar atau pembuatan film, serta pengiriman rekaman mentah ke tahap pasca produksi. Setiap langkah pada tahap produksi dijalankan dengan teliti untuk memastikan bahwa proses berjalan sesuai rencana guna menghasilkan materi produksi yang berkualitas.

3) Pasca Produksi

Setelah proses produksi selesai, tahap pasca produksi menjadi tahap penting dalam mengevaluasi dan menyempurnakan hasil produksi. Di sini, perubahan dan revisi dilakukan pada desain produksi untuk mempertimbangkan segala kemajuan yang telah terjadi selama proses produksi. Revisi dilakukan guna memastikan

bahwa produk akhir memiliki kualitas yang diinginkan dan sesuai dengan visi yang telah ditetapkan.

Ketiga tahapan ini bukan hanya sekadar urutan proses, tetapi juga mewakili fondasi esensial bagi kesuksesan suatu produksi. Dari perencanaan yang matang pada tahap pra produksi hingga penajaman dan penyempurnaan pada tahap pasca produksi, setiap tahapan memainkan peran penting dalam menghasilkan produk akhir yang berkualitas dan sesuai dengan visi yang diinginkan.

d. Pengawasan (*Controlling*)

Fungsi pengawasan dijalankan untuk menilai tingkat efisiensi dan efektivitas dari hasil kerja program yang tengah berjalan. Evaluasi rutin terhadap individu dan departemen memungkinkan manajer umum untuk membandingkan kinerja yang terjadi dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Jika terdapat perbedaan antara keduanya, tindakan yang bersifat kolektif mungkin diperlukan.

Agar pengawasan berjalan efektif, penting untuk didasarkan pada kinerja yang dapat diukur. Misalnya, ukuran dan komposisi *audiens* stasiun dapat diukur melalui peringkat. Ketika penonton yang tertarik kepada stasiun atau program tertentu tidak sesuai dengan proyeksi yang telah dibuat sebelumnya, proses pengawasan memungkinkan pengakuan atas fakta tersebut. Hal ini dapat memicu

diskusi mengenai solusi-solusi yang dapat diambil. Akibatnya, mungkin terjadi perubahan dalam rencana yang telah ditetapkan, seperti menurunkan ekspektasi, atau mengambil tindakan tertentu untuk mencoba mencapai tujuan awal yang telah ditetapkan. Tahap ini merupakan tahap yang sangat krusial dalam memastikan kelancaran dan kesesuaian terhadap rencana yang telah ditetapkan. Pengawasan melibatkan pemantauan terhadap hasil kerja, pengukuran kinerja, dan penyesuaian sesuai kebutuhan untuk memastikan bahwa segala sesuatunya berjalan sesuai rencana yang telah ditetapkan.

2. Media Baru

Media baru atau *new media* telah menjadi istilah populer sejak dekade 1960-an, berbagai teknologi komunikasi terus mengalami perkembangan. Denis McQuail dalam bukunya berjudul *Theory of Mass Communication* (2011), menjelaskan bahwa media baru merupakan kumpulan perangkat teknologi komunikasi yang mengalami transformasi akibat digitalisasi, memungkinkan penggunaan yang luas untuk kebutuhan komunikasi pribadi. McQuail mengidentifikasi karakteristik media baru termasuk interkonektivitas, aksesibilitas kepada *audiens* sebagai penerima dan pengirim pesan, interaktivitas, keragaman aplikasi sebagai fitur terbuka, serta sifat meresap ke berbagai aspek kehidupan (Haryanti, 2023). Komputer dan internet merupakan bentuk nyata dari media baru yang paling sering digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari saat ini. Lewat teknologi komunikasi yang terkoneksi internet, mencari

informasi maupun kebutuhan lainnya dapat dicari dengan cepat dan mudah.

Sementara itu, Mondry (Pratyaksa, 2020) menjelaskan media baru adalah istilah yang merujuk pada berbagai jenis media yang dapat diakses melalui internet, menggunakan teknologi daring yang fleksibel dan interaktif, mampu berfungsi baik dalam lingkup publik maupun pribadi. Dia menyoroti transisi gagasan pengetahuan dari proses manual ke otomatis, serta pergeseran dari kompleksitas menjadi kesederhanaan dalam ranah teknologi dan sains.

Berdasarkan konteks pandangan McQuail dan Mondry, dapat disimpulkan bahwa media baru meliputi platform daring yang terkoneksi internet, menawarkan fleksibilitas, interaktivitas, dan adaptasi teknologi yang mudah, baik untuk penggunaan pribadi maupun publik. Ini mencerminkan perubahan fundamental dalam cara kita berkomunikasi dan berinteraksi dengan informasi serta teknologi dalam era digital yang terus berkembang. Media baru mencakup beragam platform digital seperti web, blog, media sosial, serta berbagai bentuk media digital lainnya yang berfungsi sebagai alat komunikasi dan penyampai informasi (Alrasyid, 2023). Perubahan paradigma komunikasi melalui media baru tidak hanya mengubah cara manusia berinteraksi, menciptakan, dan menyebarkan informasi, tetapi juga menghadirkan dampak besar pada berbagai bidang seperti aspek sosial, politik, budaya, dan ekonomi. Fenomena ini memungkinkan akses yang lebih luas terhadap informasi, mempercepat

laju penyebaran informasi, dan meningkatkan interaksi antara individu dalam masyarakat modern.

a. YouTube

YouTube merupakan bagian dari media baru berupa portal video yang dapat dimanfaatkan untuk menonton, mengunggah, dan berbagi video. Media ini didirikan oleh tiga bekas karyawan PayPal pada tahun 2005, mereka adalah Chand Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Seiring perkembangannya, peran YouTube tidak hanya sekadar portal video tetapi menjadi jalur distribusi utama bagi berbagai kalangan sebagai tempat untuk berbagi, memberikan informasi, serta menginspirasi pengguna internet di berbagai belahan dunia. YouTube, sebagai salah satu platform paling populer di dunia dalam penyediaan konten video, telah mengubah paradigma interaksi sosial, pengetahuan, pemasaran diri, serta peran dalam transaksi budaya, politik, dan pendidikan (Ramadhan et al., 2022).

Saxana menjelaskan bahwa Youtube adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan, berbagi gambar, *podcast*, dan video secara daring (Muntaha, 2021). Platform media sosial ini gratis, namun ada yang mengenakan biaya keanggotaan berdasarkan fitur dan layanan yang disediakan. Youtube telah menjadi kebutuhan bagi banyak penggunanya karena fitur-fitur yang terus dikembangkan dengan kemajuan teknologi, yang sangat

membantu dalam memenuhi berbagai kebutuhan pengguna. lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari total pengguna internet, setiap hari orang menonton ratusan juta jam video di YouTube, menghasilkan miliaran kali penayangan. Pada umumnya media sosial termasuk YouTube memiliki beberapa fungsi yang bisa dimanfaatkan oleh penggunanya. Abraham (2011) menyebutkan beberapa manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Memperluas Interaksi

YouTube memberikan platform untuk memperluas interaksi antar individu berdasarkan kesamaan nilai, karakteristik tertentu, atau pengalaman interaksi sebelumnya. Interaksi ini melahirkan rasa nostalgia yang bisa dirasakan bersama, menghubungkan orang-orang dengan minat dan pengalaman serupa.

- 2) Sumber Pengetahuan dan Wawasan

Sebagai medium yang luas, YouTube berperan sebagai media transaksi dalam perdagangan, politik, budaya, dan pendidikan. Konten-konten di platform ini dapat mempengaruhi pemikiran serta memfasilitasi pertukaran ide dan gagasan.

Sarana berbagi informasi, komentar, dan pendapat di YouTube membantu meningkatkan wawasan dan pengetahuan.

Video tutorial, diskusi, serta *sharing* konten memberikan kesempatan untuk pembelajaran yang mendalam dan beragam.

3) Meningkatkan Citra Positif

Media YouTube menjadi wadah bagi individu untuk menciptakan citra positif tentang diri mereka sendiri. Hal ini berkaitan dengan prestise yang dihasilkan dari keinginan untuk terus mengikuti perkembangan teknologi informasi dan memanfaatkannya secara efektif.

4) Sumber Hiburan

Dalam konteks rekreasi, YouTube menawarkan konten-konten yang dapat menghibur setelah aktivitas yang melelahkan. Video lucu, penemuan baru, serta permainan *game* menjadi cara untuk bersantai dan mengalihkan pikiran dari rutinitas sehari-hari.

5) Media Intelijen Jurnalis

YouTube bukan hanya sebagai platform hiburan, namun juga sebagai sumber informasi yang signifikan. Hal ini terbukti dalam pengungkapan berbagai kejahatan hukum, pertolongan, serta peran sebagai media *citizen journalism* yang memberikan akses kepada masyarakat untuk berbagi berita dan informasi yang relevan.

Secara keseluruhan, YouTube memiliki peran yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, mulai dari memperluas interaksi hingga menjadi sumber informasi, hiburan, dan media transaksi yang berpengaruh. Pemahaman mendalam tentang berbagai peran ini memberikan wawasan yang penting tentang bagaimana platform ini memengaruhi kehidupan modern. Platform ini telah menjadi pusat bagi berbagai macam konten kreatif dan edukatif, memungkinkan individu dari berbagai latar belakang untuk berbagi cerita, keterampilan, dan wawasan dengan *audiens* di seluruh dunia (Alrasyid, 2023).

3. Podcast

Istilah *podcast* merupakan gabungan dari *iPod* dan *broadcast*. Awalnya, istilah ini diciptakan karena format audio ini bisa diunduh dan didengarkan pada perangkat iPod dari Apple. Popularitasnya yang terus melejit mulai digunakan secara luas, bahkan menjadi *Word of the Year* di Oxford English Dictionary. Pada akhir tahun 2005, ribuan *podcast* baru muncul, menggambarkan pertumbuhan pesat fenomena ini. Dave Winer dan Adam Curry, sebagai pionir dalam pengembangan *podcasting*, diakui sebagai *Godfather* dalam dunia *podcast* sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi besar mereka. Seiring dengan perkembangan internet di Indonesia, popularitas *podcast* semakin meluas di kalangan masyarakat (Alrasyid, 2023).

Perkembangan *podcast* di Indonesia dimulai pada tahun 2005 saat Boy Avianto menciptakan *podcast* pertama yang diberi nama “Apa Saja Podcast” di kanal Blogspot miliknya. Kemudian, dengan kedatangan platform seperti *Soundcloud* membuat dan mendengarkan *podcast* menjadi lebih mudah. Perkembangan *podcast* dari format audio menjadi audio visual di YouTube mencerminkan evolusi konsumsi konten digital. Awalnya, *podcast* hanya terdiri dari audio yang bisa didengarkan atau diunduh. Namun, dengan popularitas YouTube sebagai platform video, para pembuat *podcast* mulai mengadaptasi format audio mereka ke dalam konten visual (Alrasyid, 2023).

Mulanya, *podcast* di YouTube hanya menampilkan cuplikan audio dengan tambahan elemen visual sederhana seperti ilustrasi atau teks. Namun, seiring waktu, *podcast* mulai menghadirkan konten yang lebih visual dengan menampilkan pembicara, proses produksi, atau bahkan menambahkan elemen visual yang lebih kompleks seperti animasi atau grafis. Perkembangan ini memberikan inovasi dalam cara menyajikan konten, menarik *audiens* yang lebih luas yang cenderung lebih menyukai konten visual, serta meningkatkan pengalaman konsumsi *podcast* dari sekadar mendengarkan menjadi pengalaman audio visual yang dinamis.

Adapun beberapa *podcaster* yang cukup terkenal di YouTube yaitu Rene Suhardono, yang dikenal karena *podcast*nya yang mendalami topik teknologi, bisnis, dan gaya hidup dengan sudut pandang yang informatif. Kemudian, ada Benazio Rizki yang fokus pada konten motivasi,

pengembangan diri, dan kisah-kisah inspiratif, sering kali menghadirkan narasumber untuk berbagi wawasan mengenai produktivitas dan pencapaian tujuan hidup. Channel Eksplorasi Indonesia juga menjadi pilihan bagi pecinta perjalanan, menyajikan *podcast* dengan cerita-cerita menarik dari berbagai destinasi di Indonesia. Sementara Eka Gustiwana, meskipun lebih dikenal sebagai musisi, juga memiliki *podcast* di kanal YouTube-nya yang sering membahas topik seputar musik, seni kreatif, dan industri kreatif lainnya. Setiap *podcaster* tentunya memiliki gaya dan fokus yang berbeda dalam konten *podcast* mereka. Ciri khas ini umumnya untuk menarik perhatian penonton di YouTube dengan pembahasan-pembahasan yang menarik, bervariasi, dan yang sedang menjadi *trending* topik (Imarshan, 2021).

F. PENELITIAN TERDAHULU

Berdasarkan hasil penelusuran pustaka, peneliti menemukan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu penelitian dari Fakhri Zuhdi Muntaha (2021) yang berjudul “Manajemen Produksi Inside The Games Pada Official YouTube PSS TV Sebagai Upaya Branding PSS Sleman Tahun 2019”. Penelitian ini menyatakan salah satu tujuan utama dari penggunaan media baru dalam manajemen klub sepak bola adalah memperkuat *branding* dan memperkenalkan klub kepada publik sebagaimana yang dilakukan oleh PSS Sleman melalui produksi konten *Inside The Games* yang disiarkan di saluran resmi YouTube mereka, "PSS TV". Hasil penelitian ini mengungkap bawah perencanaan produksi *Inside The Games* relatif singkat,

tidak sekompleks proses produksi film konvensional karena Official Videographer PSS TV hanya dipegang oleh satu orang. Selain itu konten *Inside The Games* tergolong sebagai berita aktual (*hard news*) dan memiliki keterikatan dengan waktu, sehingga proses pasca produksi dilakukan dengan sangat cepat. Editor harus menyelesaikan tugasnya dalam waktu tidak lebih dari 24 jam, mulai dari proses pengeditan hingga upload. Meskipun proses produksi *Inside The Games* sudah cukup optimal, terdapat ruang untuk peningkatan terutama dalam intensitas proses *brainstorming*.

Penelitian yang dilakukan Khalda Ahmad Muafa dan Fajar Junaedi (2020) yang berjudul “Model Manajemen Produksi Film Dokumenter Bulu Mata Karya Tonny Trimarsanto” Penelitian ini membahas tentang manajemen produksi film dokumenter yang berjudul Bulu Mata, diproduksi oleh organisasi bernama Suara Kita dengan Rumah Dokumenter mengenai isu transgender. Hasil penelitian menyoroti fase pra produksi film Bulu Mata meliputi perencanaan ide dengan berkolaborasi bersama pegiat film dan Suara Kita, fokus pada tujuan film, riset lapangan yang cepat untuk memperoleh data relevan, pemilihan pendekatan naratif, perencanaan produksi, pendanaan, persiapan peralatan, serta manajemen kru film.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Harun Alrasyid (2023) dalam skripsi berjudul “Manajemen Produksi Program Humanitalk Podcast pada Channel YouTube Dompot Dhuafa TV”. Peneliti menyampaikan bahwa Podcast Humanitalk menyajikan informasi penting dan membahas isu-isu tentang kemanusiaan, pendidikan, kesehatan, dan keuangan. Selain itu,

program *podcast* ini juga membahas isu-isu yang sedang hangat dibicarakan dalam masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program Humanitalk Podcast di Dompot Dhuafa TV telah mengimplementasikan dan menjalankan fungsi manajemen, termasuk perencanaan melalui rapat redaksi, penentuan tema, riset materi, pembuatan skrip, dan persiapan teknis. Selain itu, fungsi pengorganisasian dilakukan dengan membagi kerja ke dalam berbagai bagian, seperti produser, kepala digital, kepala berita dan fitur, kepala bakat hiburan, direktur program, editor video, videografer, insinyur suara, kreatif, dan grafik gerak. Proses pelaksanaan dilakukan melalui produksi *tapping*, sementara fungsi pengawasan dilakukan untuk memastikan tujuan dan rencana yang telah dibuat pada tahap pra produksi dapat terlaksana dengan baik.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian dengan judul “Manajemen Produksi PSS Podcast di Channel YouTube PSS TV” menghadirkan fokus yang berbeda. Penelitian ini menitikberatkan pada proses manajemen produksi dalam pembuatan program PSS Podcast di kanal YouTube PSS TV, di mana setiap momen harus sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, analisis mengenai proses manajemen produksi dijelajahi mulai dari tahap pra produksi, produksi, hingga pasca produksi. Di mana manajemen produksi *podcast* di *channel* YouTube bukan hanya tentang menciptakan konten audio yang berkualitas, tetapi juga tentang menggabungkannya dengan dimensi visual yang mengagumkan, strategi pemasaran yang cerdas, dan interaksi yang aktif dengan *audiens* karena konten olahraga cenderung bersifat *timely* atau terikat waktu. Hal ini menekankan

bahwa konten tersebut rentan untuk menjadi usang jika tidak diproduksi dengan kecepatan dan ketepatan yang tepat.

G. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif umumnya menggunakan metode wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen (Moleong, 2018). Pendekatan ini menekankan pandangan holistik terhadap konteks dan individu, memungkinkan penilaian yang lebih menyeluruh tanpa mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau asumsi yang terbatas (Albi, 2018). Penggunaan metode kualitatif sesuai dengan permasalahan penelitian menuntut pengamatan langsung di lapangan yang memungkinkan interpretasi dan penjelasan tentang keseluruhan fenomena, tidak terikat pada angka.

2. Subjek dan Obyek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada fokus dan lokasi atau tempat yang menjadi pusat suatu penelitian. Hal ini juga bisa diartikan sebagai target dari suatu penelitian (Muntaha dalam Prastowo, 2012). Pada penelitian ini, objek primer terdiri dari hasil wawancara mendalam dan observasi yang dilakukan, sementara objek sekundernya mencakup dokumen tertulis dan dokumentasi foto yang diambil saat penelitian mengenai manajemen konten PSS Podcast dari klub sepakbola PSS Sleman.

3. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama penelitian adalah untuk mendapatkan data, sehingga teknik pengumpulan data merupakan hal penting. Oleh karenanya teknik pengumpulan yang dilakukan oleh peneliti melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua individu, di mana satu pihak sebagai pewawancara (*interviewer*) mengajukan pertanyaan kepada pihak lain sebagai narasumber untuk mendapatkan informasi spesifik (Moleong, 2018). Narasumber yang akan diwawancarai adalah produser dari program PSS *Podcast* guna memperoleh pemahaman lebih mendalam mengenai manajemen produksi program tersebut.

b. Observasi

Observasi, atau pengamatan, merupakan metode yang diterapkan dalam penelitian ini. Dalam konteks ini, peneliti tidak terlibat secara langsung dalam situasi yang diamati, namun fokus pada analisis, pencatatan, dan penarikan kesimpulan dari objek penelitian. Observasi bertujuan untuk mengumpulkan data tambahan selain dari wawancara dan dokumen. Peneliti secara langsung mengamati situasi yang relevan dari objek penelitian, meliputi proses perencanaan konsep, syuting, dan proses *editing*.

c. Dokumentasi

Dokumen merujuk pada catatan peristiwa terkini yang dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya kreatif seseorang. Hasil temuan dari observasi dan wawancara akan lebih kuat secara kredibilitasnya jika didukung oleh dokumen yang relevan. Proses dokumentasi akan dilakukan berupa tulisan dan tangkapan layar (*screen capture*) yang berkaitan dengan manajemen produksi dari program PSS Podcast.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dimulai dengan melakukan wawancara dengan narasumber kunci yang memiliki pemahaman mendalam mengenai situasi produksi konten PSS Podcast. Setelah wawancara selesai, langkah pertama dalam analisis data adalah membuat transkrip dari hasil wawancara. Setelah terkumpulnya data, informasi tersebut diolah menggunakan metode kualitatif dengan evaluasi kualitatif yang dilakukan secara berurutan melalui tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2019).

a. Reduksi data

Reduksi data dapat dianggap sebagai proses merangkum, memilih aspek yang paling penting, memfokuskan perhatian pada informasi yang relevan, dan mengidentifikasi tren yang signifikan. Tindakan pengurangan data meningkatkan kejelasan informasi dan memudahkan proses pengumpulan data selanjutnya. Bahkan sebelum

pengumpulan data dimulai, peneliti bisa memulai proses reduksi dan melanjutkannya hingga penelitian selesai. Langkah awal reduksi dimulai dengan menetapkan kerangka konseptual, area studi, serta strategi pengumpulan data. Proses reduksi data terjadi setelah pengumpulan data dan meliputi kegiatan seperti ringkasan, pengkodean, konsolidasi tema, deskripsi masalah, dan pencatatan.

b. Penyajian data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui narasi singkat, diagram, hubungan antar kategori, diagram alir, dan format lainnya (Sugiyono, 2019). Penyajian ini berupa kalimat yang terstruktur dengan baik, memudahkan pemahaman terhadap berbagai peristiwa yang dijelaskan, dan memungkinkan para peneliti mengambil tindakan yang tepat sesuai dengan pemahaman ini. Penyajian data membantu peneliti dalam memahami situasi dan dapat digunakan untuk informasi analisis atau tindakan lebih lanjut. Narasi yang disajikan mencerminkan gambaran menyeluruh dari situasi, menjelaskan serta menjawab setiap isu yang ada, dengan mengacu pada rumusan masalah sebagai dasar pertanyaan penelitian.

c. Penarikan kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan merupakan hasil temuan yang inovatif dari proses analisis. Hasil temuan ini masih belum jelas sebelum dianalisis secara mendalam. Tahap ini memverifikasi kestabilan dan akuntabilitas temuan. Oleh karena itu, pengulangan

kegiatan diperlukan untuk memperkuat hasil, melakukan penelusuran kembali data dengan cepat, dan mempertimbangkan pemikiran kedua dari peneliti saat menyusun penyajian data.

Setelah melalui ketiga tahapan tersebut, peneliti mendapatkan temuan dari penelitian yang didasarkan pada analisis data yang dilakukan melalui proses pengamatan, wawancara, dan dokumentasi.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan ini dirancang untuk mempermudah penyajian hasil analisis data dan menjelaskan proses analisis dalam penelitian. Penelitian ini akan disusun secara terstruktur dalam empat bab, yakni:

BAB I: Pendahuluan

Bab ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, serta metodologi penelitian. Bab ini bertujuan sebagai pengantar yang memperkenalkan pembahasan utama dalam penelitian.

BAB II: Gambaran Umum Objek Penelitian

Bab ini peneliti akan menguraikan gambaran serta profil umum mengenai kanal YouTube PSS Sleman. Tujuan dari bab ini adalah memberikan informasi terperinci tentang objek yang menjadi fokus penelitian.

BAB III: Penyajian dan Analisis Data

Bab ini peneliti akan fokus pada penyajian data dan hasil analisis mengenai manajemen produksi PSS Podcast yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode yang telah dijelaskan sebelumnya. Bab ini bertujuan untuk mendemonstrasikan informasi yang terkumpul dan interpretasi dari data penelitian.

BAB IV: Kesimpulan

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian beserta saran yang ditujukan kepada objek penelitian dan pihak terkait. Selain itu, bab ini juga berfungsi sebagai panduan bagi peneliti masa depan yang mungkin menggunakan metode serupa.