

SKRIPSI
**STRATEGI PENGELOLAAN *CHANNEL YOUTUBE* TRIBUN
PSM MAKASSAR DALAM MENINGKATKAN
*SUBSCRIBER***



OLEH

NUR ARIZKA
NIM: 2020203870202002

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

**STRATEGI PENGELOLAAN *CHANNEL YOUTUBE* TRIBUN
PSM MAKASSAR DALAM MENINGKATKAN
*SUBSCRIBER***



OLEH:

**NUR ARIZKA
NIM: 2020203870202002**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
pada Program Studi Jurnalistik Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI JURNALISTIK ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan *Channel Youtube* Tribun PSM
Makassar dalam Meningkatkan *Subscriber*

Nama Mahasiswa : Nur Arizka

NIM : 2020203870202002

Program Studi : Jurnalistik Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
B.1814/ In.39/FUAD.03/PP.00.9/09/2023

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Nahrul Hayat, M.I.Kom. (.....)

NIP : 19911302018011001

Pembimbing Pendamping : Mifda Hilmiyah, M.I.Kom. (.....)

NIP : 198912102019032009

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP: 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan *Channel Youtube* Tribun PSM
Makassar dalam Meningkatkan *Subscriber*

Nama Mahasiswa : Nur Arizka

NIM : 2020203870202002

Program Studi : Jurnalistik Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Penguji : B.2790/In.39/FUAD.03/PP.00.9/07/2024


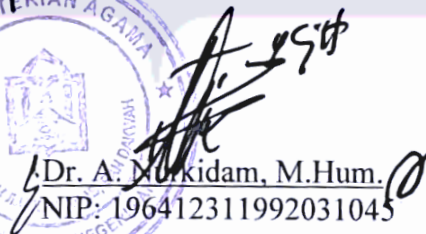
Tanggal Kelulusan : 24 Juli 2024

Disahkan oleh Komisi Penguji

Nahrul Hayat, M.I.Kom.	(Ketua)	
Mifda Hilmiyah, M.I.Kom.	(Anggota)	
Dr. Sumarni Sumai, M.Si.	(Anggota)	
Maemunah Marzuki, M.Cs.	(Anggota)	

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP: 196412311992031045

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT. atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Sosisal (S. Sos.) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang paling berperan penting dalam kehidupan penulis, Ibu tercinta (Salmia) sang pintu surga dengan sabarnya yang tak terbatas dan Bapak terkasih (Naharuddin) cinta pertama dengan perjuangannya yang begitu besar. Terimakasih karena senantiasa melangitkan doa-doa baik serta memberikan segala bentuk cinta, kasih dan sayang untuk penulis. Terimakasih selalu berusaha menjadi peran terbaik dari seorang Ibu dan Bapak hingga sedikitpun penulis tidak pernah merasa kekurangan. Pencapaian ini penulis persembahkan untuk keduanya, semoga semua hidup lebih lama agar penulis bisa memberikan yang lebih dari ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dan bimbingan yang diberikan oleh Bapak Nahrul Hayat, M.I.Kom dan Ibu Mifda Hilmiyah, M.I.Kom selaku pembimbing yang memberikan begitu banyak bantuan, dorongan serta motivasi yang besar kepada penulis agar bisa menyelesaikan skripsi dengan baik. Penyusunan skripsi ini juga banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. sebagai rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.

2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M. Hum, sebagai dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah atas pengabdianya menciptakan suasana pendidikan yang positif.
3. Bapak/Ibu dosen pada Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah dan dosen program studi Jurnalistik Islam yang telah mendidik penulis selama masa studi.
4. Perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.
5. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang telah banyak membantu sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
6. Tribun Timur Makassar yang sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian, serta semua elemen yang terlibat didalamnya.
7. Teman-teman seperjuangan Jurnalistik Islam angkatan 2020 dan teman KKN Posko 13 Desa Cendana yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
8. Terkhusus sahabat terkasih Molly, Icha, Allu, Cupi, dan Tekka yang memberikan begitu banyak dukungan baik berupa bantuan maupun dorongan kepada penulis, selalu menghibur dan menemani penulis melewati masa perkuliahan dari awal hingga akhir. Semoga takdir senantiasa ada pada kita agar bisa saling menebar kasih dengan waktu yang lebih panjang dan tidak terbatas.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini guna memberikan perbaikan-perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Akhir kata, Semoga Allah SWT. memberikan balasan yang lebih baik atas kebaikan atau bantuan yang telah diberikan kepada penulis. Atas perhatiannya penulis mengucapkan terima kasih.

Parepare, 10 Agustus 2024
Penulis,



NUR ARIZKA

NIM: 2020203870202002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Arizka
NIM : 2020203870202002
Tempat/Tanggal Lahir : Maroneng, 10 Februari 2003
Program Studi : Jurnalistik Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan *Channel Youtube* Tribun
PSM Makassar dalam Meningkatkan *Subscriber*

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 10 Agustus 2024
Penulis,



NUR ARIZKA

NIM: 2020203870202002

ABSTRAK

Nur Arizka. Strategi Pengelolaan *Channel Youtube* Tribun PSM Makassar Dalam Meningkatkan *Subscriber*. (Dibimbing oleh Nahrul Hayat dan Mifda Hilmiyah)

Pokok permasalahan pada penelitian ini adalah apa saja konten yang ada dalam *channel youtube* Tribun PSM Makassar dan bagaimana strategi pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar dalam meningkatkan *subscriber*. Penelitian ini menggunakan dua teori yaitu teori *New Media* menurut Pierre Levy dan teori Manajemen Strategi menurut Peter Pringle. Menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui wawancara, dan data sekunder berupa hasil dokumentasi dari *Youtube* Tribun PSM Makassar. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber, yang membandingkan data dari berbagai sumber untuk uji kredibilitas. Triangulasi ini memastikan akurasi dan keandalan data yang dikumpulkan, baik dari sumber langsung maupun yang sudah ada sebelumnya. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memberikan pemahaman mendalam tentang penelitian dan memperkuat validasi temuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Konten-konten yang ada pada *channel youtube* Tribun PSM Makassar mencakup berbagai aspek klub, mulai dari profil individu pemain, pertandingan liga domestik, kompetisi internasional, hingga berita transfer pemain. 2.) Metode pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar menerapkan strategi yang komprehensif untuk meningkatkan *subscriber*. Proses produksi terstruktur dengan alur kerja yang jelas, dari pengambilan gambar hingga *post-production*. Analisis performa menggunakan *youtube studio* membantu tim menyesuaikan strategi konten. Keseluruhan strategi ini mencerminkan pendekatan yang terstruktur dan adaptif dalam pengelolaan konten digital, dengan fokus pada konsistensi, kualitas, dan analisis data untuk meningkatkan jumlah *subscriber*.

Kata kunci : Strategi, *Youtube*, Tribun PSM Makassar, *Subscriber*.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Tinjauan Penelitian Relevan	6
B. Tinjauan Teori.....	8
C. Tinjauan Konseptual	16
D. Kerangka Pikir	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	26
C. Fokus Penelitian	26
D. Jenis dan Sumber Data	27
E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data	28
F. Uji Keabsahan Data.....	29

G. Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Hasil Penelitian	32
B. Pembahasan	51
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	I



DAFTAR TABEL

No	Judul Gambar	Halaman
1	Daftar huruf-huruf Arab dan transliterasinya	xvi-xix
2	Daftar kategori konten <i>channel</i> Tribun PSM Makassar	33



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	27
4.1	Konten <i>Channel Youtube</i> Tribun PSM Makassar	44
4.2	Analisis <i>Channel</i>	53



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Daftar Lampiran	Halaman
1	Surat Pengantar Izin Meneliti dari Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare	II
2	Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan PTSP Prov. SulSel Makassar	III
3	Surat Keterangan Selesai Meneliti di Tribun Timur Makassar	IV
4	Profil Tribun Timur Makassar	V
5	Pedoman Wawancara	IX
6	Transkrip Hasil Wawancara	XI
7	Surat Keterangan Wawancara	XV
8	Dokumentasi	XVIII
9	Biodata Penulis	XX

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang pada sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
ذ	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

سین	Syin	Sy	es dan ye
شاد	Shad	ş	es (dengan titik di bawah)
داد	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (ˆ).

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasi sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin		Nama
اِيَّ	fathah dan ya	Ai		a dan i
اُوَّ	fathah dan wau	Au		a dan u

Contoh:

كَيْفًا : kaifa

حَيْلًا : hāula

c. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / آ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إِ / إِ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
أُ / أُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ :māta

رَامَى :ramā

قِيلَ :qīla

يَمُوتُ :yamūtu

d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta murbatah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَتُهَا :raudah al-jannah atau raudatul jannah

الْمَدِينَةُ :al-madīnah al-fāḍilah atau al- madīnatul fāḍilah

الْمَدِينَةُ الْمَدِينَةُ

أَلْحِكْمَاتُ : *al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ـَ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبُّوَا : *Rabbanā*

نَجَّوِيْنَا : *Najjainā*

أَلْحَقُّ : *al-haqq*

أَلْحَدُّ : *al-hajj*

نُعْنُ : *nu‘ima*

عُسُّ : *aduwwun*

Jika huruf bertasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

f. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan oleh garis mendatar (-), contoh:

أَلشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
زَلْزَلَةٌ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
فَلْسَافَةٌ	: <i>al-falsafah</i>
بِلَادٌ	: <i>al-bilādu</i>
بِلَادٌ	

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof ('), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

مُرُونَا	: <i>ta"murūna</i>
نَاوْرِي	: <i>al-nau"</i>
أَوْرُونَا	: <i>syai"un</i>
أَمْرِي	: <i>Umirtu</i>
أَمْرِي	
أَمْرِي	

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur"an* (dar *Qur"an*), *sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur"an

Al-sunnah qabl al-tadwin



Al-ibārat bi „,umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

i. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

بِاللَّهِ *billah* دِينُ اللَّهِ *Dīnullah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmatillāh*

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, alam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi,, a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an Nasir al-Din al-Tusī Abū

Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta,,āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ,,alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>,,alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
QS .../...4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دون	=	بدون مكان
صهع	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة

دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al.: “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Vol. : Volume, Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berskala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memasuki era teknologi yang lebih canggih abad ini, hampir semua aktivitas dapat dilakukan dengan *gadget* yang dengan mudah diakses kapan saja dan dimana saja bahkan dapat bertahan hingga berjam-jam lamanya. Dengan *gadget* yang semakin canggih, semua dapat dengan mudah menjangkau dan menggunakan media sosial. Media sosial adalah *platform* daring di mana pengguna bisa terlibat secara langsung, berinteraksi, serta berbagi pesan, audio, dan video. Sebagai contoh, terdapat berbagai macam jenis media sosial, seperti jejaring sosial, *platform* berbagi foto dan video, forum *online*.

Seiring kemajuan teknologi, media sosial juga semakin banyak digunakan tidak hanya sebagai alat komunikasi namun juga difungsikan sebagai lahan untuk berbisnis sebagai sumber mata pencaharian. Salah satunya dengan membuat *website* yang berisi portal berita *online*, persaingan media *online* yang semakin meningkat mengikuti perkembangan teknologi. Di Indonesia terdapat 1836 perusahaan pers yang terdaftar di Dewan Pers yaitu, 1004 media *cyber*, 438 media cetak, 376 media televisi, dan 18 media radio. Dari banyaknya perusahaan pers yang terdaftar dan belum terdaftar secara administrasi hanya ada 43 media *cyber* yang terverifikasi factual dan bersertifikat aktif sampai tahun 2024.¹ Perusahaan media berlomba-lomba untuk terus menghadirkan inovasi baru agar bisa menarik khalayak ramai. Selain menggunakan *website* beberapa media juga memperluas pemberitaannya melalui *channel youtube*.

Youtube merupakan *platform* media *online* berbasis video dengan beragam konten *creator*. *Youtube* diluncurkan pada Februari 2005 oleh tiga mantan pegawai *Paypal*, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. *Platform* ini menyajikan

¹ Dewanpers.or.id,"Data Perusahaan Pers"2024

berbagai konten video, mulai dari klip film, acara TV, hingga video buatan pengguna yang memiliki kanal *youtube* sendiri.²

Youtube terdiri menjadi empat kategori utama, yaitu musik, permainan, berita, dan film. Setiap orang memiliki minat dan hobi yang berbeda-beda. Terlebih lagi, bagi mereka yang ingin mengekspresikan minat dan hobi mereka melalui media sosial. Cara untuk melakukan ini adalah dengan menciptakan konten yang dapat menghibur diri sendiri dan orang lain. Menurut laporan suara.com, *youtube* telah diakui sebagai *platform* media sosial yang paling diminati di Indonesia dengan sebagian besar penontonnya berusia antara 16 hingga 64 tahun. *Youtube* tidak hanya diminati oleh kalangan remaja dan dewasa, tetapi juga telah menyediakan aplikasi *youtube ids* khusus untuk anak-anak. Dengan demikian, *platform* ini dapat dinikmati oleh semua segmen usia. *Youtube* memfasilitasi member untuk mendapatkan video maupun mengirimkan kepada member lainnya dengan mudah. *Youtube* dengan peran dan fungsinya yang menyajikan video yang memiliki beragam kegunaan serta kemudahan untuk semua pengguna dari berbagai segmen yang berbeda.³ *Youtube* sudah menjadi fenomena yang berpengaruh di seluruh penjuru dunia. Karena itu banyak orang yang memanfaatkan *platform youtube* sebagai media tempat untuk melakukan promosi.

Penggunaan *youtube* sebagai media berbagi informasi juga dikembangkan pada kalangan perusahaan layanan berita, salah satunya adalah Tribun Timur Makassar. Tribun Timur menyadari akan perkembangan teknologi tersebut menjadikan persaingan antar sesama perusahaan yang juga bergerak dibidang yang sama semakin kompetitif, sehingga perlu adanya sebuah strategi yang baik untuk menghadapi persaingan tersebut. Pesatnya perkembangan teknologi mendorong untuk terus bisa sejalan dan mengikutinya. Tribun Timur mulai bergabung dan aktif di

² Fatty Faiqah, “*Youtube Sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar Vidgram*,” Jurnal Ilmu Komunikasi KAREBA, 2 (Juli-Desember, 2016), h.259 .

³ Putri Maharani Sekarbuana, “*Manajemen Konten Channel Youtube Arik Blink Untuk Melestarikan Musik Keroncong*”, (Skripsi: Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo, 2022) h.1-2.

platform digital khususnya *youtube* pada 24 September 2011 dengan nama akun *youtube* “Tribun Timur”, keberhasilannya mengelola media *youtube* mengantarkan Tribun Timur berhasil memiliki 8,74 juta *subscriber* dan sudah ditonton sebanyak lebih dari 8 miliar kali dan meraih penghargaan *Most Viewed News Channel* pada 16 Agustus 2022. *Subscriber* menjadi salah satu faktor yang dapat menjadikan konten-konten yang ada pada *channel youtube* viral. Pelanggan merupakan elemen krusial yang menentukan keberhasilan sebuah kanal. Jumlahnya mencerminkan popularitas konten serta loyalitas penggemar. *Subscriber* aktif akan meningkatkan persembahan, keterlibatan, jangkauan audiens, serta peluang kerjasama dengan brand. Mempertahankan subscriber setia menjadi kunci penting bagi keinginan kanal.

Subscriber adalah pengguna yang berlangganan (*subscribe*) ke saluran (*channel*) *youtube* tertentu. Dengan menjadi *subscriber*, pengguna tersebut akan mendapatkan notifikasi setiap kali pemilik saluran tersebut mengunggah video baru. *Subscriber* juga dapat mengakses konten khusus yang disediakan oleh pemilik saluran, seperti video eksklusif atau *live streaming*. Selain *channel* Tribun Timur, Tribun Makassar juga mengelola *channel youtube* yang difokuskan untuk membahas tentang klub sepak bola asal Makassar yaitu *channel* Tribun PSM Makassar, *channel* Tribun PSM Makassar aktif pada 8 Desember 2022 dengan jumlah *subscriber* 3,2 ribu. PSM Makassar, salah satu klub sepak bola legendaris Indonesia, memiliki sejarah panjang sejak didirikan pada 2 November 1915 dengan nama *Macassarche Voetbalbond* (MVB). Klub ini merupakan representasi kebangkitan sepak bola Tanah Sulawesi dan menjadi saksi perkembangan olahraga di Nusantara. Saat ini PSM Makassar berada pada rangking ke-88 Asia dengan berbagai prestasi yang diraih.

Alasan utama *channel* Tribun PSM Makassar dibuat untuk memanfaatkan momentum Liga 1 Indonesia musim 2022/2023 sehingga banyak masyarakat yang tentunya mencari informasi mengenai pertandingan tersebut dan pada saat itu PSM berhasil mencetak sejarah dan menjadi juara pada Liga 1 Indonesia setelah 23 tahun lamanya dengan mengantongi 75 poin dari 34 laga. Imbas dari pertandingan dan

kemenangan tersebut *channel* Tribun PSM Makassar mendapat peningkatan *subscriber*.

Pengelola *channel youtube* Tribun PSM Makassar harus bekerja keras dan bersungguh-sungguh dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pengelolaan untuk meningkatkan *subscriber*. Perintah untuk bekerja dan berusaha dengan sungguh-sungguh dalam konteks penelitian ini telah dipaparkan dalam kitab suci Al-Qur'an pada Surah Al-Taubah Ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan”.⁴

Ayat ini menegaskan bahwa usaha dan pekerjaan yang dilakukan akan dilihat dan dinilai oleh Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang mukmin (dalam hal ini, *audiens/subscriber*). Strategi pengelolaan yang diterapkan akan dilihat dan dinilai keefektifannya oleh *subscriber*. Ayat ini juga menekankan pentingnya bekerja dan berusaha dengan sungguh-sungguh, profesional, dan penuh tanggung jawab dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pengelolaan *channel youtube* agar dapat meningkatkan jumlah *subscriber*.

Berdasarkan pada penjabaran latar belakang tentang proses pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar yang dikelola oleh Tribun Timur, maka alasan utama dan paling mendasar yang membuat penulis tertarik untuk mengadakan penelitian ini yaitu sesuai dengan tren perkembangan media baru dan pemanfaatan *platform* digital khususnya *youtube* serta objek penelitian yang unik dan spesifik

⁴ Al-Qur'an NU “Surah Al-Hujarat Ayat 6.”

dapat menghasilkan temuan yang menarik dan bermanfaat bagi pengelola *channel youtube* yang serupa. penelitian yang akan diadakan di beri judul “***Strategi Pengelolaan Channel Youtube Tribun PSM Makassar Dalam Meningkatkan Subscriber.***”

B. Rumusan Masalah

1. Apa saja konten yang ada dalam *channel youtube* Tribun PSM Makassar?
2. Bagaimana strategi pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar dalam meningkatkan *subscriber*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas, ialah:

1. Mengetahui apa saja konten yang ada dalam *channel youtube* Tribun PSM Makassar.
2. Mengetahui strategi pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar dalam meningkatkan *subscriber*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi masyarakat umum dalam upaya meningkatkan kualitas saluran media massa khususnya pengelola *channel youtube*.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah informasi dan strategi bagi masyarakat yang ingin menjadi *content creator* serta cara pengelolaan *channel youtube* dengan baik agar mampu meningkatkan *subscriber*.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Studi mengenai strategi komunikasi bukanlah hal yang baru, sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti yang telah meneliti topik tersebut.

1. Penelitian dari Farhan Ramadhan dengan judul “Strategi Pengelolaan Kanal Youtube Tagar Tv Dalam Meningkatkan *Viewers*” Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu strategi manajemen media menurut Wayne Mondy. Konsep *new media*, *youtube*, pengelolaan, strategi, *viewers* sebagai *audiens*, *youtube* sebagai media sosial. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan kualitatif untuk mendeskripsikan hasil penelitian dengan menyimpulkan hasil wawancara terstruktur dengan key informan dan informan.

Kesimpulan dari penelitian ini membuktikan bahwa dalam mengelola kanal *youtube* Tagar Tv untuk dapat meningkatkan *viewers* melakukan beberapa strategi yaitu dengan melakukan meningkatkan kualitas program video yang diunggah dengan konsep produksi yang berbeda-beda, melakukan promosi kanal *youtube* Tagar Tv pada media sosial dan website milik Tagar Tv, melakukan strategi *clickbait* dalam membuat beberapa judul pada program yang diunggah pada kanal *youtube* Tagar Tv, melakukan strategi SEO sebelum mengunggah video program yang akan diunggah pada kanal *youtube* Tagar Tv.⁵

Persamaan penelitian Farhan Ramadhan dengan penelitian yang dilakukan adalah keduanya menggunakan teori *new media* dan membahas tentang *channel youtube*. Perbedaannya terletak pada pemfokusan penelitiannya. Jika Farhan Ramadhan fokus *channel youtube* Tagar Tv.

⁵ Farhan Ramadhan, “Strategi Pengelolaan Kanal Youtube Tagar Tv Dalam Meningkatkan *Viewers*”, (Skripsi: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta 2022).

Sementara itu, penelitian peneliti fokus pada *channel youtube* Tribun PSM Makassar.

2. Penelitian selanjutnya dari Herna Yunizar dengan judul “Strategi Peningkatan Kualitas Konten dan Promosi *Channel YouTube* Ar-Raniry TV Dalam Memperbanyak *Subscriber* dan *Viewer* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus melalui wawancara, dengan menggunakan teori agenda setting. Hasil penelitian menunjukkan strategi peningkatan kualitas konten meliputi perbaikan sumber daya manusia, mengundang bintang tamu berkualitas untuk program *talkshow*, membuat konten yang menarik rasa penasaran penonton, merancang judul yang menarik dan informatif, menentukan batasan durasi program, serta meliput kegiatan di lingkungan universitas.

Sementara itu, strategi promosi dilakukan melalui dua pendekatan: *online* dan *offline*. Secara *online*, tim memanfaatkan media sosial lain seperti *Instagram*, *WhatsApp*, dan *TikTok* untuk menyebarluaskan tautan konten. Sedangkan secara *offline*, mereka mengundang narasumber yang sedang viral, memakai atribut khusus, dan memanfaatkan komunikasi kelompok di lingkungan kampus. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi strategi yang tepat dalam peningkatan kualitas konten dan promosi dapat membantu meningkatkan jumlah *subscriber* dan *viewer channel youtube* Ar-Raniry TV, sekaligus memberikan wawasan tentang pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pendukung pembelajaran dan penyebaran informasi di perguruan tinggi.⁶

⁶ Herna Yunizar, “Strategi Peningkatan Kualitas Konten dan Promosi *Channel YouTube* Ar-Raniry TV Dalam Memperbanyak *Subscriber* dan *Viewer* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh)”. (Skripsi: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh 2023).

Persamaan penelitian Herna Yunizar dengan penelitian ini adalah keduanya sama membahas tentang strategi peningkatan *subscriber* pada *channel youtube*. Sedangkan perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, penelitian Herna Yunizar menggunakan teori agenda setting sementara penelitian ini menggunakan teori *new media* dan manajemen strategi. Fokus penelitiannya juga berbeda. Jika Herna Yunizar fokus *channel youtube* Ar-Raniry TV. Sementara itu, penelitian ini fokus pada *channel youtube* Tribun PSM Makassar.

3. Penelitian selanjutnya dari Nofri Eriyanto dengan judul penelitian “Strategi Konten Kreator Kuliner dalam Meningkatkan Jumlah *Subscriber dan Viewer* (studi kasus pada *youtube channel enjoyaja*)”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi yang dilakukan oleh konten kreator kuliner khususnya akun Enjoyaja untuk meningkatkan subscriber dan viewer di *youtube*. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Enjoyaja dalam meningkatkan *subscriber* dan *viewer* yaitu konsistensi dalam mengupload video dan terjadwal, memberikan konten yang berkualitas kepada penonton, *engagement* yang erat dengan para penonton di *youtube* dan akun media sosial lainnya membuat promosi yang menarik perhatian para penonton, dan mengerti sistem algoritma *youtube*.⁷

Persamaan penelitian Nofri Eriyanto dengan penelitian ini adalah keduanya sama membahas tentang strategi peningkatan *subscriber* pada *channel youtube*. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya, jika Nofri Eriyanto

⁷ Nofri Eriyanto, “Strategi Konten Kreator Kuliner dalam Meningkatkan Jumlah *Subscriber dan Viewer* (studi kasus pada *youtube channel enjoyaja*)”. (Skripsi: Jurusan Broadcasting Universitas Mercu Buana 2020).

fokus pada *channel youtube* Enjoyaja. Sementara itu, penelitian ini fokus pada *channel youtube* Tribun PSM Makassar.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Media Baru (*New Media*)

Media baru merupakan hasil perkembangan teknologi komunikasi yang muncul beriringan dengan digitalisasi. Sebelumnya pada tahun 1980-an, media massa masih menggunakan koran, TV, bioskop, dan radio. Namun kini media muncul dalam model digital sesuai teori yang dikembangkan Pierre Levy. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai ruang informasi terbuka, dinamis, dan fleksibel yang memungkinkan manusia mengembangkan pengetahuan baru serta terlibat dalam dunia demokrasi yang lebih interaktif dan berbasis masyarakat dengan memberikan kekuasaan yang lebih luas.

Media baru mengonseptualisasi pengaruh media massa terhadap individu dan masyarakat. Ini mencakup berbagai asumsi tentang bagaimana media bekerja, seperti pengaruhnya terhadap penonton, pembentukan opini, dan pengaruh budaya. Banyak orang terlibat dalam mencipta atau menggunakan media baru, seperti yang bisa dilakukan oleh seseorang dengan komputer dan perangkat multimedia.

Perkembangan teknologi yang terus berlanjut memiliki dampak besar pada cara media diproduksi dan dikonsumsi, melebihi pengaruh dari masyarakat itu sendiri. Teori Media Baru didasarkan pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi modern, seperti internet, media sosial, dan perangkat *mobile*. Asumsinya termasuk perubahan dalam interaksi sosial, distribusi informasi yang lebih demokratis, dan transformasi dalam cara kita mengonsumsi dan menciptakan konten media. Asumsi dari teori Media Baru meliputi:

1. Konvergensi Media: Media tradisional dan digital semakin saling terintegrasi, menciptakan pengalaman yang lebih kompleks dan terhubung.
2. Partisipasi Aktif: Pengguna memiliki peran yang lebih dalam produksi, distribusi, dan konsumsi konten melalui platform seperti blog, media sosial, dan situs berbagi video.

3. Dekomodifikasi Informasi: Internet memungkinkan akses yang lebih mudah terhadap berbagai sumber informasi, memungkinkan pengguna untuk memilih konten yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka.
4. Desentralisasi Kekuasaan: Kekuasaan media tidak hanya terkonsentrasi di tangan beberapa perusahaan besar, tetapi juga di antara individu atau komunitas online.
5. Transformasi Identitas dan Komunitas: Identitas dan komunikasi online dapat dibentuk dan diperluas melalui interaksi digital, mengubah cara kita memahami diri kita sendiri dan hubungan sosial kita.⁸

Teori Media baru Media baru telah mengubah interaksi sosial dengan mengubah alur kerja, membentuk organisasi dan menciptakan pasar baru. Munculnya berbagai media dan platform digital telah berkontribusi pada bentuk baru masyarakat berjejaring. Selain itu, media baru menjadi sumber informasi yang relevan, memungkinkan pengguna untuk berbagi konten di media social sebagai sumber informasi yang kredibel dan percakapan atau ulasan *peer-to-peer* yang dipercaya untuk mempengaruhi keputusan pembelian.⁹

Media Baru mencakup berbagai platform seperti *blog*, *podcast*, publikasi video, layanan berbagi konten seperti *Youtube*, jejaring sosial seperti *Facebook*, mikroblogging baru seperti *Twitter* dan *Instagram*, video konferensi, sistem pesan instan seperti *ICQ*, *AOL*, *WhatsApp*, dan lainnya. Media baru memiliki karakteristik utama yaitu multimedia, interaktivitas, dan hipertekstualitas. Proses komunikasi di media baru sering kali ditandai dengan kecepatan yang tinggi. Media tradisional, yang disusun oleh para profesional seperti wartawan dan penulis yang terampil, memastikan bahwa konten informasi disampaikan dengan akurat dan lengkap. Media baru multimedia memiliki kemampuan untuk membuat dan menyebarkan konten

⁸ Manovich, L, "*The Language of New Media*" (2001), hal.31

⁹ G. Creeber, R Martin, "*Digital Cultures: Understanding New Media*" December 2009.hal.175

melalui program khusus dan layanan, serta mengakses teks yang dibuat oleh pengguna lain.

Menurut McQuail, terdapat beberapa perubahan signifikan yang terkait langsung dengan kemunculan media baru, antara lain:

- a. Digitalisasi dan konvergensi dari berbagai aspek media.
- b. Peningkatan interaksi dan konektivitas antar jejaring.
- c. Mobilitas dan delokasi dalam pengiriman serta penerimaan pesan.
- d. Adaptasi pada publikasi dan peran-peran khalayak.
- e. Kemunculan beragam bentuk media "gateway" baru sebagai pintu masuk untuk mengakses informasi di web.
- f. Fragmentasi dan batas yang semakin kabur pada institusi media.¹⁰

Perubahan yang disebabkan oleh munculnya media baru menunjukkan perbedaan antara media baru mampu menjembatani perbedaan kerangka acuan dengan cara meminimalkan ketidakjelasan, menyediakan petunjuk yang lebih banyak, melibatkan lebih banyak pemahaman, serta menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi penggunanya, ciri lainnya yaitu:

- a. *Interactivity*: Interaktivitas bisa diukur dengan melihat seberapa banyak respons atau inisiatif yang diberikan oleh pengguna terhadap "penawaran" dari sumber atau pengirim pesan. Ini bisa berupa jumlah komentar, like, share, atau tindakan lain yang diambil oleh pengguna terhadap pesan yang diterima. Semakin tinggi rasio respons ini, semakin tinggi tingkat interaktivitas yang terjadi antara pengguna dan sumber pesan.
- b. *Social presence (sociability)*: Dengan menggunakan media baru, pengguna dapat menciptakan kontak personal dengan orang lain.
- c. *Media Richness*: Media mampu menjembatani perbedaan kerangka acuan dengan cara meminimalkan ketidakjelasan, menyediakan petunjuk yang

¹⁰ McQuail, D. "Teori Media Massa (edisi ke-6)" (2010), hal.136-138

- lebih banyak, melibatkan lebih banyak pemahaman, serta menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi audiens.
- d. *Autonomy*: Seorang pengguna dapat merasakan kendali atas konten dan penggunaan, mandiri dari sumber.
 - e. *Playfulness*: Digunakan untuk hiburan dan kesenangan, sebagai lawan dari fungsi dan alat.
 - f. *Privacy*: Diasosiasikan dengan pengguna media dan isi konten yang dipilih.
 - g. *Personalization*: Tingkatan dimana konten dan pengguna media menjadi personal dan unik.¹¹

Robert K. Logan, dalam karyanya "*Understanding New Media*". Media baru memiliki sifat yang memudahkan proses, penyimpanan, pengubahan, pengambilan, pencarian, dan akses, serta kemampuan untuk dihubungkan secara *hyperlinked*.¹² Dari segi konseptual, *new media* atau media baru dipandang sebagai sebuah fenomena budaya yang merefleksikan perubahan serta Transformasi dan pergeseran nilai-nilai yang terjadi di lingkungan masyarakat. Istilah "media baru" dalam hubungannya dengan media "lama", seperti surat kabar cetak dan majalah, menunjukkan perbedaan dalam representasi statis teks dan grafik.

Media baru memiliki dua pengaruh yaitu pengaruh positif dan pengaruh negative. Dilihat dari pengaruh positifnya ialah dapat menyebarluaskan informasi dari berbagai media dengan sangat cepat dan mudah untuk dijangkau, selain itu untuk mengakses dimanapun dan kapanpun juga sangat mudah. Sedangkan pengaruh negative dari media baru terhadap halayak adalah informasi dari media yang tak terbatas dapat memudahkan masuknya budaya asing dengan begitu cepat, jika pengguna media baru tidak mampu menyaring informasi dengan baik maka akan tercipta informasi-informasi yang menyimpang dari kebenaran (*hoax*).

¹¹ Deuze, M. "Web dan Jurnalismenya: Mempertimbangkan Konsekuensi Berbagai Jenis Media Berita Online. *Media & Masyarakat Baru*" (2003), hal.207-209

¹² Logan, RK. "*Memahami Media Baru: Memperluas Marshall McLuhan*" (2010). hal.2

Media baru penggabungan antara media konvensional dengan media digital. Keunggulan utama media baru memiliki sifat yang *real-time*, memungkinkan masyarakat mengakses informasi dan layanan dengan cepat, kapan dan di mana saja selama terhubung dengan internet. Hal ini membuat media baru menjadi pilihan yang lebih efektif dan efisien dibandingkan media tradisional. Melalui media baru, masyarakat dapat dengan mudah memperoleh berita terkini, berbagi informasi, dan berinteraksi secara langsung.

2. Teori Manajemen Strategi

Peter K. Pringle dan rekan menjelaskan mengenai strategi program yang ditinjau dari aspek manajemen atau manajemen strategis (*management strategic*) program siaran terdiri dari empat, yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*)
2. Pengorganisasian (*Organizing*)
3. Eksekusi (*Execution*)
4. Pengawasan dan Evaluasi (*Monitoring and Evaluation*)¹³

Berikut penjelasan mengenai keempat aspek yang ada diatas, yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan melibatkan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa. Sebagaimana dikemukakan oleh Pringle Starr dan rekannya mengenai perencanaan program bahwa: “*Program planning involves the development of short, medium, and long range plans to permit the station to attain its programming and financial objectives.*”¹⁴ Ini berarti perencanaan program mencakup pekerjaan mencakup jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan

¹³ Peter K. Pringle, Michael F. Starr, “*Electronic Media Management*” (Fifth Edition), h.14.

¹⁴ Pringle, P. K., Starr, M. F., & McCavitt, W. E. “*Electronic Media Management*” (2nd edition.).

program dan tujuan keuangannya. Perencanaan adalah pemilihan dari berbagai kegiatan mencangkup dan mengambil keputusan apa saja yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, serta oleh siapa.

Menentukan tujuan stasiun dan rencana atau strategi yang nantinya akan digunakan dalam memperoleh tujuan tersebut. Melalui proses perencanaan ini, akan banyak tujuan yang dapat diidentifikasi. Perencanaan program diarahkan pada produksi program yaitu program apa yang akan diproduksi, pemilihan program apa yang akan dibeli, dan penjadwalan program untuk menarik sebanyak mungkin audiens yang tersedia pada waktu tertentu. Salah satu aspek penting dalam perencanaan strategi program adalah keuntungan konfetiitif yaitu suatu hal khusus yang dimiliki atau dilakukan stasiun penyiaran yang memberikan keuntungan dibandingkan kompotitor.¹⁵

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah proses di mana sumber daya manusia dan fisik diatur dalam struktur formal dan tanggung jawab diberikan pada unit, posisi, dan personel tertentu. Ini memungkinkan konsentrasi dan koordinasi kegiatan dan pengendalian manajemen upaya untuk mencapai tujuan stasiun. Di stasiun penyiaran yang khas, pengorganisasian melibatkan pembagian kerja menjadi spesialisasi dan pengelompokan karyawan dengan tanggung jawab khusus ke dalam departemen.

Menurut Peter Pringle dan rekan, kegiatan mengorganisasi atau pengorganisasian (*organizing*) adalah proses pengaturan sumber daya manusia dan materi dalam suatu struktur formal di mana tanggung jawab diberikan kepada berbagai unit, posisi dan personel tertentu. Proses ini memungkinkan konsentrasi dan koordinasi kegiatan dan pengawasan terhadap upaya-upaya untuk mencapai tujuan media.¹⁶

¹⁵ Albarran, A. B. “*Management of Electronic and Digital Media*” (6th edition.2016). Cengage Learning.

¹⁶ Peter K. Pringle, Michael F. Starr, “*Electronic Media Management*” (Fifth Edition), h. 15.

3. Eksekusi (*Eksecution*)

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Manajer program perlu berkoordinasi dengan bagian redaksi berita (news) dalam hal program itu memerlukan liputan wartawan seperti peristiwa khusus atau berita penting (breaking news). dalam hal ini, pengelola program harus cerdas menata program dengan melakukan teknik penempatan acara yang sebaik-baiknya untuk mendapatkan hasil yang paling optimal. Fungsi eksekusi berpusat pada stimulasi karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka dengan antusias dan efektif.¹⁷

Pengelola program juga harus memerhatikan berbagai ketentuan yang berlaku ketika menata programnya. Programmer harus mempertimbangkan berbagai faktor yang memengaruhi kebiasaan menonton audien seperti mobilitas audien, jenis pekerjaan, kebutuhan dan ketertarikan audien kepada hal-hal tertentu berdasarkan siklus harian, mingguan, bulanan, dan seterusnya. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah persaingan atau kompetisi dari pengelola lainnya, yaitu dengan melakukan perubahan jadwal acara, jika perlu, sebagai salah satu bentuk strategi dalam penataan acara.

4. Pengawasan dan Evaluasi (*Monitoring and Evaluation*)

Melalui perencanaan, stasiun penyiaran menetapkan rencana dan tujuan yang ingin dicapai. Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen, dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodic terhadap masing-masing individu dan departement memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Jika kedua kinerja tidak sama, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau

¹⁷ Peter K. Pringle, Michael F. Starr, “*Electronic Media Management*” (Fifth Edition), h. 17.

kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Misalnya, jumlah dan komposisi audien yang menonton atau mendengarkan program stasiun penyiaran bersangkutan dapat diukur dan diketahui melalui laporan riset rating.

Jika jumlah audien yang tertarik dan mengikuti program stasiun penyiaran lebih rendah dari yang targetkan, maka proses pengawasan mencakup kegiatan pengenalan terhadap masalah dan memberikan pengarahan untuk dilakukan diskusi agar mendapatkan solusi. Hasil diskusi dapat berupa perubahan rencana misalnya revisi yang lebih rendah dari ekspektasi sebelumnya atau tindakan lain yang akan dilakukan untuk dapat mencapai target semula. Dari keempat strategi penyiaran Peter Pringle bahwa strategi adalah suatu perencanaan yang dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang, yang dijadikan acuan untuk mencapai tujuan tertentu.¹⁸

C. Tinjauan Konseptual

Tinjauan konseptual membahas terkait hubungan atau kaitan konsep yang akan peneliti gunakan dengan konsep lain.

1. Strategi

Strategi menurut Stephanie K. Marrus dalam Anis Hamidati mengungkapkan bahwa strategi didefinisikan sebagai sebuah proses penetapan rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi atau perusahaan dalam melibatkan penyempurnaan metode atau upaya untuk mencapai tujuan yang akan tercapai.¹⁹ Selanjutnya terdapat tahapan-tahapan strategi yang dijelaskan oleh Fred R. David yaitu:

¹⁸ Peter K. Pringle, Michael F. Starr, "*Electronic Media Management*" (Fifth Edition), h. 19.

¹⁹Husein Umar, "*Strategic management in Action*" (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 31

- a. Perumusan Strategi, tahapan pertama pada proses strategi adalah perumusan strategi yang merupakan sebuah pengembangan strategi yang melibatkan pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman diluar organisasi, mengenali kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, mencari strategi alternatif demi mencapai tujuan.
- b. Tahap kedua dalam pengelolaan adalah penerapan strategi yang merupakan implementasi dari strategi yang telah dikembangkan sebelumnya. Disebut sebagai "tahap tindakan", penerapan ini membutuhkan disiplin, komitmen, dan pengorbanan. Penerapannya mencakup pengembangan budaya pendukung, penciptaan struktur organisasi efektif, peninjauan aktivitas pemasaran, penganggaran, pengembangan sistem informasi, serta mengaitkan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi.
- c. Penilaian Strategi, pada tahapan ketiga menjelaskan tentang penilaian strategi, penilaian strategi merupakan tahap akhir dari proses strategi. Pada tahap ini, strategi yang telah dikembangkan sebelumnya dievaluasi. Dengan berjalannya saat ini tidak selalu berhasil dikemudian hari, sehingga perlunya evaluasi strategi.²⁰

2. Pengelolaan

Nugroho menjelaskan bahwasanya Pengelolaan adalah sebuah konsep dalam disiplin ilmu manajemen. Secara etimologis, istilah ini dihilangkan dari kata "kelola" yang berarti "mengelola" atau "mengurus". Pengelolaan Merujuk pada proses mengatur atau menangani sesuatu dalam rangka mewujudkan tujuan yang telah

²⁰ Fred R. David, *"Manajemen Strategi, edisi ke-10"*, (Jakarta: Salemba empat, 2006), hal.18

ditetapkan sebelumnya. Pengelolaan merupakan implementasi dari Ilmu manajemen berkaitan dengan proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia.

Langkah-langkah pengelolaan berdasarkan tujuan tertentu meliputi: menentukan strategi, menetapkan sarana dan batasan tanggung jawab, menetapkan target yang mencakup kriteria hasil, kualitas, dan batas waktu, menentukan rencana pengukuran pengoperasian tugas, menetapkan standar operasional agar mengedepankan efektivitas dan efisiensi, menetapkan besaran penilaian, melaksanakan pertemuan langsung, melaksanakan rencana, mengadakan penilaian, mengadakan review berkala, serta melaksanakan tahap berikutnya secara berulang.

3. *Youtube*

Youtube adalah *platform* yang didirikan oleh tiga individu, yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Situs ini berfungsi sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi video kepada pengguna internet. Di *youtube*, pengguna dapat menemukan berbagai video yang telah dipublikasikan dapat ditonton tanpa menunggu waktu lama. Salah satu fitur menarik dari *youtube* adalah kemampuannya untuk menyediakan siaran langsung (*live streaming*). Selain itu, penonton juga dapat memberikan komentar langsung pada kolom yang disediakan, sebuah fitur yang tidak dimiliki oleh televisi konvensional.

Youtube telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di masyarakat karena menyediakan beragam jenis video yang bebas untuk diakses mulai dari hiburan, kecantikan, tips dan trik, kartun, hingga berita terfaktual yang sedang viral. Popularitas internet, terutama *youtube*, terus meningkat sehingga perusahaan

media dengan cepat memanfaatkannya sebagai *platform* untuk menyebarluaskan konten video mereka. Perkembangan ini mendorong semakin banyak perusahaan yang memilih *youtube* untuk mendistribusikan konten video kepada khalayak luas secara efisien dan murah. Sekarang, masyarakat luas dan kelompok-kelompok komunitas memiliki opsi untuk membuat kanal *youtube* mereka sendiri guna memproduksi konten video. Mereka tidak lagi membutuhkan perizinan khusus seperti yang diperlukan dalam penyiaran televisi tradisional. Dengan *youtube* siapa pun dapat dengan mudah memproduksi dan menyebarluaskan video ciptaan mereka kepada khalayak luas tanpa harus mengurus regulasi izin penyiaran yang ketat dan rumit.²¹

Salah satu sumber video populer yang sering dikunjungi pelanggan adalah *youtube*. Selain itu, siapa pun yang mencari video di internet dapat memilih berbagai opsi video serupa dengan apa yang dicari. *Youtube* berisi berbagai video termasuk diantaranya adalah memuat tentang berita, video musik, instruksional, dan banyak lagi. *Website* yang sering digunakan masyarakat saat ini memungkinkan pengguna untuk melihat postingan video meskipun akun yang digunakan tidak terdaftar sebagai member. situs *web* untuk berbagi video Pada tahun 2005, Pada awalnya, *youtube* peramakali diinisiasikan oleh tiga orang karyawan dari *PayPal*. Tiga orang pendiri *youtube*, yaitu pertama Chad Hurley, kedua Steve Chen, dan ketiga Jawed Karim, merupakan tokoh penting dalam menginisiasi lahirnya platform video sharing tersebut didirikan saat mereka masih mahasiswa di *University of Illinois* di Urbana Champaign. Pada tanggal 13 November 2006, Google mengakuisisi situs ini dengan nilai transaksi sebesar 1,65 miliar. Saat ini, kantor pusat *youtube* berlokasi di San

²¹Ali Abar, “Efektifitas *Youtube* Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada *Serambi On Tv*)”, (Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).

Bruno, California. Video pertama yang diunggah ke platform ini berjudul "*Me at the zoo*" yang diunggah pada 23 April 2005 pukul 20:27 WIB oleh Jawed Karim dengan nama pengguna "jawed". Salah satu dari pendiri situs tersebut. Meskipun video ini dianggap "berkualitas rendah" oleh The Observer, Karim memaparkan keunikan dari belalai gajah yang amat panjang. Meskipun hanya berdurasi 19 detik, video ini memiliki signifikansi historis bersejarah.²²

Youtube bukan hanya menjadi tempat untuk berbagi video, tetapi juga menjadi platform yang menginformasikan dan menginspirasi para pengguna internet di berbagai belahan dunia. *Youtube* telah menjadi wadah bagi berbagai jenis konten, mulai dari hiburan, pendidikan, berita, hingga gaya hidup. Dengan jangkauan globalnya, *youtube* telah menjadi salah satu sarana utama bagi individu dan organisasi untuk menyampaikan pesan mereka kepada khalayak yang lebih luas.

4. PSM Makassar

Sepak bola merupakan salah satu olahraga yang paling diminati dan dicintai oleh masyarakat Indonesia, mulai dari anak-anak hingga kalangan dewasa. Dapat dikatakan bahwa, sepak bola tidak memandang usia, ras, jenis kelamin, suku, serta status sosial. Semua kalangan berbaaur menjadi satu didalam stadion untuk mendukung tim kebanggaan yang sedang berlaga. Setiap kota di seluruh Indonesia mempunyai tim sepak bola yang mewakili kota tersebut, baik yang berlaga di liga profesional maupun liga amatir. Salah satunya adalah Persatuan Sepak bola Makassar (PSM Makassar) yang mewakili kota Makassar. Tim yang mempunyai julukan Ayam Jantan dari Timur ini juga dikenal dengan nama Juku Eja atau ikan merah dan Pasukan Ramang.

²² Abraham A, "*Sukses menjadi Artis dengan YouTube*", (Surabaya: Reform Media, 2011).

Syadzwinia menjelaskan “Berdiri pada tahun 1915, PSM Makassar juga menjadi salah satu klub dengan sejarah paling panjang di Indonesia. Klub dengan sejarah panjang yang penuh dengan kisah kepahlawanan, kecintaan, kebanggaan, juga tentang cerita yang pilu”. Syadzwinia juga menjelaskan “Pada tanggal 2 November 1915 resmi berdiri Makassar *Voetbal Bond* (MVB) yang terdiri dari gabungan orang Belanda dan pribumi Makassar. Saat berusia ke-25 tahun, aktivitas MVB meningkat drastis seiring penduduk Jepang di Makassar. Operasional MVB terhenti sama sekali, mengikuti nasib klub-klub sepak bola lainnya di Indonesia pada periode tersebut yang mengalami kelumpuhan serupa.”²³

Kedatangan Jepang membawa perubahan besar, termasuk aturan bahwa segala sesuatu yang terkait dengan Belanda harus dihapus. Sebagai langkah untuk mendapatkan dukungan dari penduduk setempat, Jepang memperbolehkan penggunaan nama dalam bahasa Indonesia. Akibatnya, MVB berubah menjadi PSM Makassar. PSM Makassar tidak lagi menggunakan dana Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) pada tahun 2011 seperti yang dituliskan pada website resmi PSM Makassar (2014-2019) “PSM Makassar menjadi klub profesional yang mandiri tanpa bantuan dana Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) sejak tahun 2011”.²⁴ Dengan berubahnya PSM Makassar menjadi klub profesional yang mandiri, maka sumber pemasukan klub didapatkan dari penjualan tiket, sponsor dan merchandise.

5. Tribun Timur

Harian Tribun Timur adalah surat kabar lokal yang bergerak di wilayah Sulawesi Selatan dan dikelola oleh grup media Kompas Gramedia. Kantornya

²³Ardiansyah, "Sepakbola Indonesia" (2018).

²⁴ PSM Makassar ” www.psmmakassar.co.id “, (2014-2019).

beralamat di Jalan Cendrawasih No. 40, Makassar, sebagai basis operasionalnya dalam menyajikan berita dan informasi untuk masyarakat setempat. Tribun Timur pertama kali diterbitkan pada tanggal 9 Februari 2004, yang bertepatan dengan Hari Pers Nasional (HPN).

Selain memproduksi media cetak, Tribun Timur juga memiliki portal *online* yaitu, www.tribun-timur.com yang menjadi media online pertama di Makassar dan Sulawesi Selatan yang mengedepankan unsur kecepatan berita dan *real time*. Tribun Timur dikembangkan oleh PT Indopersada Primamedia, anak perusahaan Kompas Gramedia. Kemudian, mereka menjalin kerjasama dengan Bosowa Group, sebuah perusahaan nasional yang berbasis di Makassar. Kerjasama ini menegaskan komitmen dalam mengembangkan dan mengoptimalkan peran Tribun Timur sebagai salah satu media lokal yang berpengaruh di wilayah tersebut.

Sebelum meluncurkan Harian Tribun Timur, PT Indopersada Primamedia (Persada Network) telah mengoperasikan sejumlah media lokal di berbagai daerah, antara lain Timika Pos, Pos Kupang, Sriwijaya Pos, Banjarmasin Pos, Serambi Indonesia, dan Bangka Pos. Tribun Timur menjadi koran generasi kedua di bawah jaringan Tribun setelah Tribun Kal-Tim. Pemilihan Makassar menunjukkan potensi dan kebutuhan akan media lokal di sana yang perlu dipenuhi oleh grup media Kompas Gramedia. Selain populasi dari penduduknya, Makassar juga memiliki daya beli yang tinggi dan juga merupakan kota utama pintu gerbang Indonesia Timur.²⁵ Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan Tribun Timur sebagai salah satu koran terkemuka di Makassar memiliki dampak strategis yang penting bagi perusahaan tersebut dalam upaya memperluas cakupannya di wilayah timur Indonesia.

²⁵ Mukhammad Ngizzudin, “*Dinamika Media Lokal*”,(2019).

6. *Youtube* Tribun PSM Makassar

Channel youtube PSM Makassar merupakan salah satu inisiatif digital yang dikelola oleh Tribun Timur, sebuah media lokal terkemuka di Sulawesi Selatan. Diluncurkan pada 8 Desember 2022, channel ini memiliki fokus utama untuk menyajikan konten eksklusif terkait klub sepak bola kebanggaan Sulawesi Selatan, PSM Makassar. Kehadiran channel ini menjadi bukti komitmen Tribun Timur dalam mengakomodasi antusiasme tinggi masyarakat terhadap perkembangan tim sepak bola lokal mereka.²⁶ Pemilihan waktu peluncuran *channel* ini sangat strategis, bertepatan dengan berlangsungnya Liga 1 Indonesia musim 2022/2023. Momentum ini dimanfaatkan dengan baik oleh Tribun Timur untuk menyediakan informasi terkini dan mendalam mengenai pertandingan-pertandingan yang melibatkan PSM Makassar. Strategi ini terbukti efektif dalam menarik minat penonton dan meningkatkan jumlah *subscriber*.

Keberhasilan PSM Makassar dalam menjuarai Liga 1 Indonesia setelah penantian panjang selama 23 tahun menjadi katalis utama pertumbuhan *channel* ini. Dengan mengoleksi 75 poin dari 34 pertandingan, PSM Makassar berhasil mengukir sejarah yang tentunya menarik perhatian besar dari para penggemar sepak bola di seluruh Indonesia, khususnya di Sulawesi Selatan. Prestasi gemilang ini memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan *subscriber channel youtube* Tribun PSM Makassar.²⁷

Konten yang disajikan dalam channel ini mencakup berbagai aspek terkait PSM Makassar, mulai dari liputan pertandingan, wawancara eksklusif dengan pemain dan staf pelatih, hingga analisis taktik dan strategi tim. Kedalaman dan keberagaman

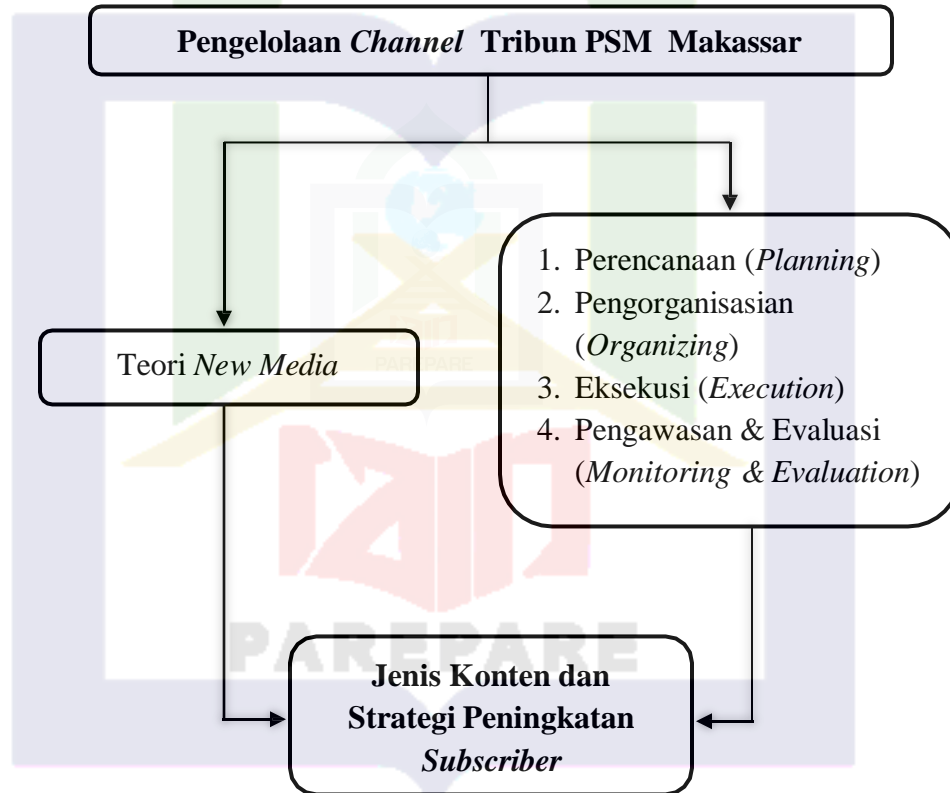
²⁶ Deskripsi, *Channel Youtube* “Tribun Timur Viral”

²⁷ psmmakassar.co.id. Category “Pertandingan”

konten ini menjadi daya tarik utama bagi para penggemar yang haus akan informasi mengenai tim kesayangan mereka.

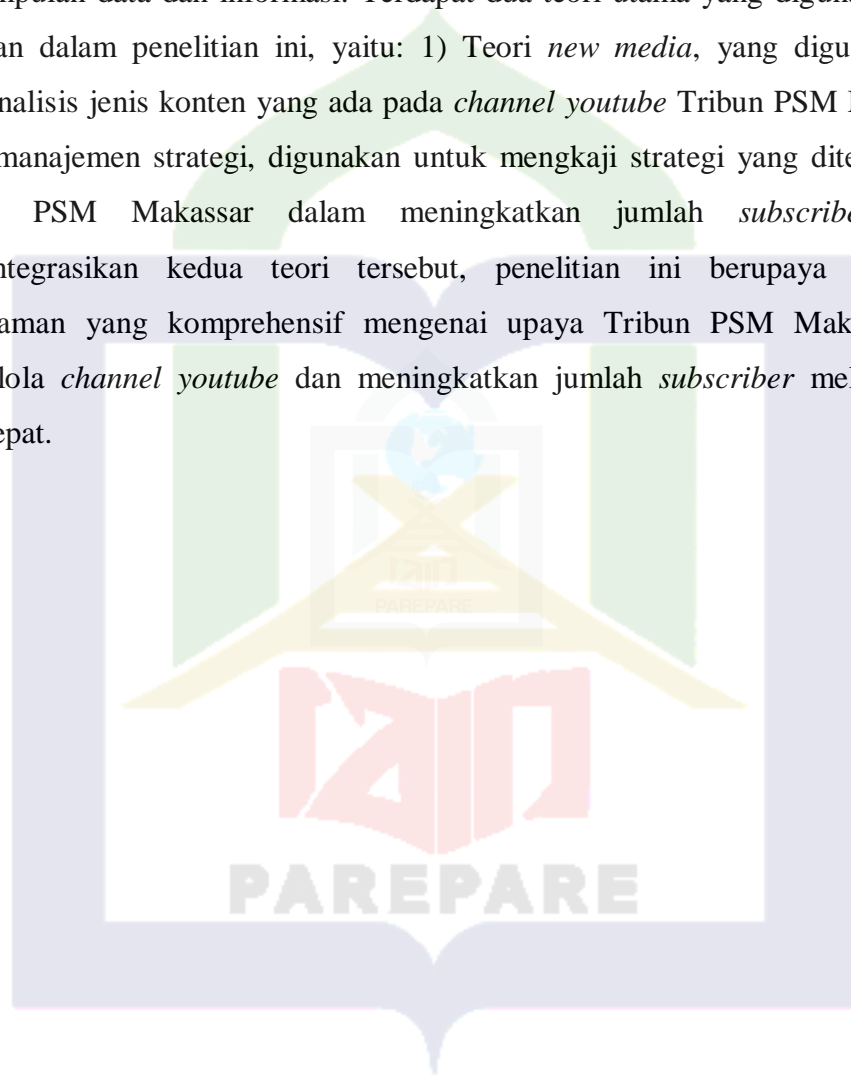
Channel ini kemudian mengalami evolusi. Saat ini, telah berganti nama menjadi "Tribun Timur Viral". Perubahan ini mencerminkan strategi dari Tribun Timur yang lebih luas, mencakup tidak hanya berita olahraga tetapi juga topik-topik viral lainnya yang menarik perhatian masyarakat Sulawesi Selatan dan sekitarnya.

D. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 : Bagan Kerangka Pikir

Berdasarkan kerangka pikir di atas dengan judul penelitian "Strategi Pengelolaan *Channel Youtube* Tribun PSM Makassar dalam Meningkatkan *Subscriber*", penelitian ini berfokus pada strategi yang digunakan Tribun PSM Makassar untuk meningkatkan *subscriber* melalui pendekatan kualitatif dalam pengumpulan data dan informasi. Terdapat dua teori utama yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini, yaitu: 1) Teori *new media*, yang digunakan untuk menganalisis jenis konten yang ada pada *channel youtube* Tribun PSM Makassar. 2) Teori manajemen strategi, digunakan untuk mengkaji strategi yang diterapkan oleh Tribun PSM Makassar dalam meningkatkan jumlah *subscriber*. Dengan mengintegrasikan kedua teori tersebut, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai upaya Tribun PSM Makassar dalam mengelola *channel youtube* dan meningkatkan jumlah *subscriber* melalui strategi yang tepat.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mengeksplorasi topik secara mendalam. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Tujuannya adalah mendeskripsikan fakta dan karakteristik subjek/objek secara akurat terkait bidang pendidikan dan perilaku manusia. Pendekatan ini berupaya menyajikan gambaran komprehensif fenomena yang diteliti untuk memperkaya pemahaman. Dengan metode ini, peneliti memperoleh informasi yang jelas dari berbagai sumber sebagai pembanding untuk validasi hasil analisis melalui komparasi data dan dapat mengungkap beragam isu secara sistematis.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti telah menentukan lokasi penelitiannya dengan mempertimbangkan beberapa hal sehingga data yang dibutuhkan dapat diperoleh dan tercapainya tujuan penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Harian Tribun Timur yang berlokasi di Jalan Cendrawasi No. 430, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Lokasi ini dipilih oleh peneliti karena sesuai dengan sasaran yaitu akun *Channel Youtube* Tribun PSM Makassar yang dikelola oleh Tribun Timur. Waktu penelitian dilaksanakan setelah melakukan tahapan seminar proposal serta telah memperoleh izin penelitian dari pihak tertentu selama dua bulan lamanya atau menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada.

C. Fokus Penelitian

Tulisan pada skripsi ini akan difokuskan untuk mengetahui Strategi Pengelolaan *Channel* Tribun PSM Makassar dalam Meningkatkan *Subscriber*.

D. Jenis dan Sumber Data

Untuk memperoleh data, Penulis menggunakan dua macam sumber data, yaitu: primer dan sekunder. Berikut penjelasannya.

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung melalui narasumber pilihan dan informasi melalui tanya jawab dalam wawancara serta pengamatan langsung di lapangan. Narasumber merupakan individu yang dijadikan sampel dalam penelitian yang memberikan tanggapan terhadap pertanyaan-pertanyaan penelitian.²⁸ Dalam penelitian ini, sumber utama untuk mendapatkan data berasal dari pengelola *Channel Youtube* Tribun PSM Makassar memiliki kriteria informan yang bertanggung jawab atas perencanaan dan pengambilan keputusan strategi pengelolaan *channel* serta yang terlibat dalam pelaksanaan strategi pengelolaan *channel*, seperti pembuat konten, editor video, atau pengelola media sosial dan bersedia untuk diwawancarai dan memberikan informasi terkait penelitian.

Berikut daftar informan dalam penelitian ini, diantaranya:

Nama Informan	Profesi/Jabatan
Mansur Amirullah	Manager Video
Nur Fajriani R	Reporter dan Voice Over
Multazam Firdaus	Editor Video

2. Data Sekunder

Data berasal dari sumber tidak langsung melalui perantara. Jenis data ini terdiri dari dokumen-dokumen yang diharapkan memberikan informasi tambahan dalam penelitian. Sumber data sekunder dapat berasal dari

²⁸Sugiyono, *Statistik Untuk Penulisan* (Bandung: CV Alfabeta, 2002), hal.34.

perpustakaan, internet, jurnal, publikasi elektronik, buku, ebook, artikel terkait, dan sumber lainnya.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data

1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung atau tidak langsung terhadap fenomena yang diamati, dan hasilnya dicatat menggunakan perangkat observasi. Dalam penelitian ini, peneliti akan terjun langsung ke lapangan untuk mengamati dan mengidentifikasi permasalahan terkait strategi yang diterapkan oleh Tribun PSM Makassar dalam upaya meningkatkan jumlah pelanggan (*subscriber*) mereka.

2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu bentuk interaksi lisan, jadi seperti obrolan, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi. Wawancara adalah alat penelitian yang lebih terstruktur. Wawancara sangat dibutuhkan dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pengelolaan channel youtube tribun PSM Makassar sesuai dengan judul penelitian, pertanyaan dan respon yang diberikan dilakukan secara lisan kepada narasumber yang berkompeten dibidangnya masing-masing. Umumnya komunikasi ini dilakukan secara langsung, atau jika terpaksa dapat dilakukan melalui telepon adalah suatu bentuk komunikasi verbal, jadi semacam percakapan, yang bertujuan memperoleh informasi.

Hubungan dalam wawancara umumnya bersifat sementara, yakni berlangsung dalam periode tertentu dan kemudian diakhiri. Dalam proses wawancara, individu yang dimintai informasi biasanya disebut sebagai informan atau narasumber. Pewawancara harus mampu menciptakan atmosfer yang nyaman dan akrab, sehingga informan merasa nyaman dan

bersedia memberikan keterangan secara sukarela.²⁹ Dalam melakukan wawancara dibutuhkan kecakapan berkomunikasi, menganalisis dan mengolah topik pembicaraan sehingga informan dapat menyampaikan seluruh penjelasan dan jawaban secara lengkap. Wawancara juga memerlukan suasana yang mendukung seperti perasaan aman, nyaman sehingga akurasi dan objektivitas sumber informasi dapat dipertanggungjawabkan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang terkait dengan masalah yang sedang diteliti. Dengan metode ini, diharapkan data yang terkumpul menjadi lengkap, sah, dan didasarkan pada fakta nyata, bukan sekadar perkiraan.³⁰ Dalam penelitian ini Peneliti mengumpulkan video atau gambar sebagai data dokumen terkait masalah yang diteliti.

F. Uji Keabsahan Data

Uji kredibilitas merupakan kepercayaan akan hasil data pada data penelitian kualitatif dalam penelitian ini, pengolahan data dilakukan melalui uji triangulasi. Triangulasi didefinisikan sebagai pemeriksaan data dari sumber yang berbeda dengan cara dan pada waktu yang berbeda.³¹ Untuk memastikan ketersediaan data dalam penelitian ini, peneliti melakukan triangulasi sumber dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber informasi yang berbeda. Proses triangulasi dilakukan terus menerus sepanjang proses pengumpulan dan analisis data, hingga peneliti yakin tidak ada lagi kejanggalan dan tidak ada lagi yang perlu dikonfirmasi kepada informan.

²⁹Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Prenada Media, 2011), h.111.

³⁰ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2015), h.158

³¹ Bruce L. Berg dan Howard Lune, "Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Sosial" (2012), hal.6

Implementasi triangulasi dilakukan dengan cara berikut:

1. Validasi data dari berbagai sumber dilakukan dengan melakukan pengecekan berulang kali melalui beberapa sumber yang terpercaya, dalam penelitian ini validasi data dilakukan dari beberapa tim yang juga terlibat dalam Tribun PSM Makassar namun tidak termasuk dalam kategori narasumber utama agar terhindar dari informasi yang tidak relevan.
2. Teori yang muncul dari penelitian kualitatif dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan. Analisis teori ini dapat meningkatkan pemahaman peneliti dengan syarat bahwa analisis mampu menemukan pengetahuan teoritis yang mendalam berdasarkan data yang diperoleh.³²

Setelah itu, peneliti melakukan pengujian konfirmabilitas yang bertujuan untuk memvalidasi hasil penelitian dengan menghubungkannya pada proses pelaksanaan penelitian. Apabila temuan dalam penelitian tersebut sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian itu dianggap relevan. Dalam sebuah penelitian, prosesnya tidak dapat diabaikan begitu saja, tetapi harus terdapat keselarasan antara proses dan hasil yang diperoleh.³³

G. Teknik Analisis Data

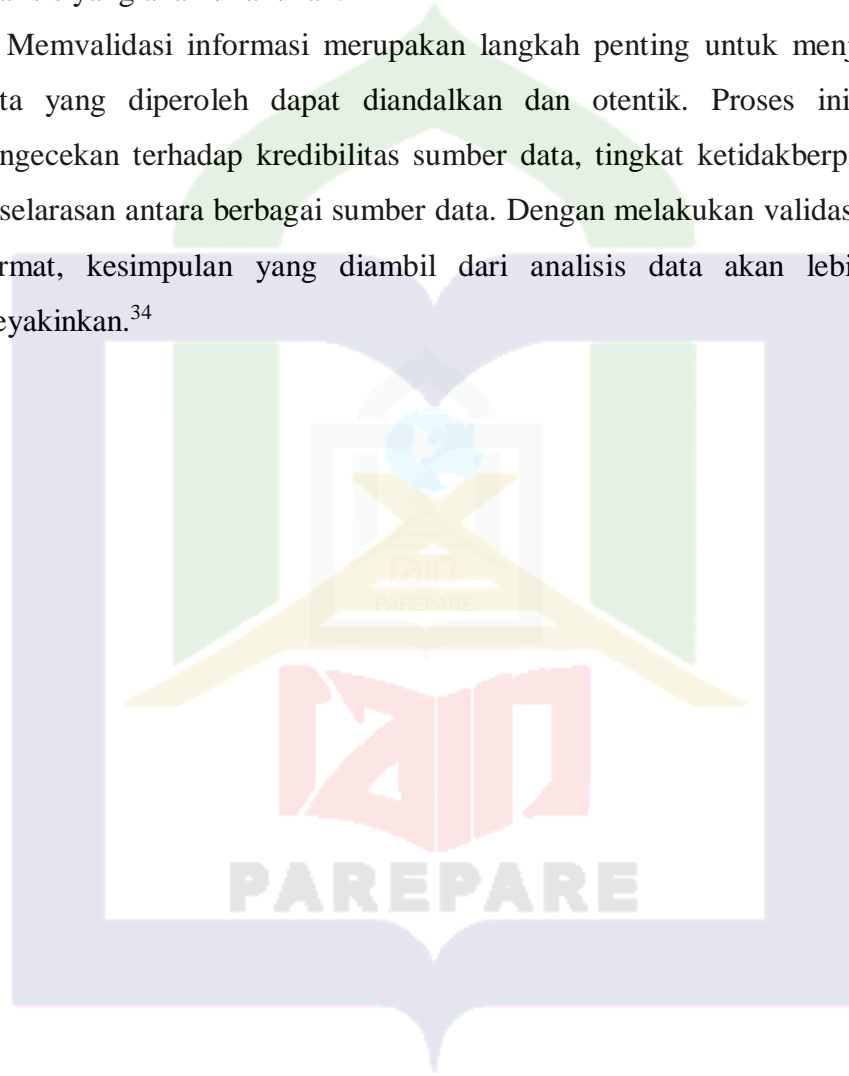
Metode pengumpulan data dalam penelitian ini mengadopsi pendekatan yang diperkenalkan oleh Miles dan Huberman, seperti yang dirujuk oleh Sugiyono, yang melibatkan tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi.

1. Proses reduksi data mencakup kegiatan meringkas, mengambil inti atau poin penting, serta memusatkan perhatian pada informasi yang relevan dari keseluruhan data yang berhasil dikumpulkan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi tema-tema dan pola-pola yang muncul dari data tersebut.

³² Bruce L. Berg dan Howard Lune, "Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Sosial", (2012), hal. 6-7

³³Sharan B. Merriam dan Elizabeth J. Tisdell "Penelitian Kualitatif: Panduan Desain dan Implementasi",(2016), hal.246-248.

2. Tahap penyajian data meliputi kegiatan mengorganisasikan data berdasarkan kategori dan sumbernya, serta memverifikasi kebenaran dan validitas data tersebut. Data dapat ditampilkan dalam berbagai format, seperti teks naratif, tabel, bagan, atau bentuk visual lainnya, yang disesuaikan dengan keperluan analisis yang akan dilakukan.
3. Memvalidasi informasi merupakan langkah penting untuk menjamin bahwa data yang diperoleh dapat diandalkan dan otentik. Proses ini melibatkan pengecekan terhadap kredibilitas sumber data, tingkat ketidakberpihakan, serta keselarasan antara berbagai sumber data. Dengan melakukan validasi data secara cermat, kesimpulan yang diambil dari analisis data akan lebih kuat dan meyakinkan.³⁴



³⁴ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D".(2015), hal.246

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pada bagian ini membahas data-data yang telah diperoleh dan temuan penelitian yang telah dihasilkan serta mengaitkan dengan hasil temuan dengan teori yang ada sesuai dengan judul penelitian “Strategi Pengelolaan *Channel Youtube* Tribun PSM Makassar dalam Meningkatkan *Subscriber*.”

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Tribun Timur Kota Makassar, mengenai Strategi Pengelolaan *Channel Youtube* Tribun PSM Makassar dalam Meningkatkan *Subscriber* dengan melakukan pengamatan dokumentasi dan wawancara kepada Narasumber yang ahli di bidangnya. Peneliti mendatangi secara langsung di Kantor Tribun Timur Makassar. Adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Konten-konten yang ada dalam *Channel Youtube* Tribun PSM Makassar

Jenis konten yang ada di *channel youtube* PSM Makassar meliputi:

NO	Jenis Konten	Jumlah Konten
1.	Pertandingan LIGA 1	902 Video
2.	<i>Video Short</i>	397 Video
3.	Profil Pemain PSM Makassar	183 Video
4.	Transfer Pemain	177 Video
5.	AFC Cup	125 Video
6.	<i>Live Tribun Sport</i>	104 Video
7.	<i>Champion Asia</i>	93 Video

Sumber : *Channel Youtube Tribun Timur Viral*

Berdasarkan dari semua kategori konten yang ada pada *channel youtube* Tribun PSM Makassar, berikut merupakan 3 (tiga) kategori dengan jumlah konten terbanyak diantaranya:

a. Pertandingan LIGA 1 2023

Pencapaian PSM Makassar sebagai juara Liga 1 musim 2023 merupakan prestasi yang dampaknya melampaui sekadar keberhasilan di lapangan hijau. Kemenangan ini telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat Makassar dan sekitarnya. Secara sosial, prestasi ini telah meningkatkan rasa bangga masyarakat, serta menjadi inspirasi bagi generasi muda untuk mengejar impian mereka. Dampak lainnya terlihat pada potensi peningkatan pariwisata olahraga, lonj akan penjualan *merchandise*, dan peluang investasi baru dalam infrastruktur olahraga. Budaya juga tak luput dari pengaruh positif ini, dengan sepak bola semakin memperkuat identitas lokal dan menjadi bagian integral dari ekspresi budaya Makassar.

Momentum ini juga membawa perubahan dalam lingkup media dan komunikasi, dengan peningkatan liputan media dan pengembangan *platform* digital khusus seperti yang dilakukan Tribun Timur Makassar. Dalam hal pengembangan bakat, prestasi ini berpotensi mendorong peningkatan kualitas akademi sepak bola dan minat anak-anak terhadap olahraga. Infrastruktur kota pun berpotensi mengalami perbaikan, dengan kemungkinan renovasi stadion dan pengembangan fasilitas pendukung.

Lebih jauh lagi, keberhasilan PSM Makassar menjadi alat diplomasi tidak resmi yang mempromosikan daerah di tingkat nasional dan bahkan internasional. Singkatnya, kemenangan PSM Makassar telah membuka babak baru dalam perkembangan kota ini, menciptakan momentum yang jika dikelola dengan baik, dapat menjadi penggerak perubahan positif jangka panjang di berbagai sektor.

Euforia dari kemenangan yang dicapai PSM Makassar menjadi inspirasi bagi Tribun Timur untuk memanfaatkan momentum tersebut dengan menjadikan *channel youtube* khusus untuk membahas klub sepak bola tersebut, berdasarkan hasil wawancara yang saya lakukan dengan Mansur Amirullah selaku Manajer video di Tribun Timur Makassar mengatakan bahwa:

“*Channel youtube* PSM Makassar sebenarnya berawal dari memanfaatkan momentum pertandingan Liga 1 2023 ketika PSM Makassar berhasil keluar sebagai juara Liga 1 yang menyebabkan berita soal PSM Makassar di Tribun Timur itu sangat tinggi Pembacaannya, pokoknya setiap berita soal PSM, Akhirnya dari situ muncul sebuah pemikiran dibuatlah *channel* khusus PSM Makassar.”³⁵

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa *channel youtube* PSM Makassar merupakan sebuah inisiatif yang lahir dari pemanfaatan momentum keberhasilan klub sepakbola PSM Makassar menjuarai Liga 1 pada tahun 2023. Tingginya pembacaan berita tentang PSM Makassar menjadi indikator kuat adanya permintaan pasar yang belum terpenuhi serta antusiasme pembaca terhadap setiap berita mengenai PSM Makassar menjadi awal tercetusnya ide untuk membuat *channel* khusus yang berfokus pada klub kebanggaan masyarakat Sulawesi Selatan.

Tingginya pembacaan berita tentang PSM Makassar menjadi indikator kuat adanya permintaan pasar yang belum terpenuhi. Tribun Timur merespon hal ini dengan menciptakan saluran khusus yang berfokus sepenuhnya pada PSM Makassar, menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik terhadap kebutuhan *audiens*. Pemilihan *youtube* sebagai *platform* utama menunjukkan kesadaran akan tren konsumsi konten video yang semakin meningkat.

Keputusan Tribun Timur untuk menciptakan *channel youtube* khusus PSM Makassar merupakan langkah strategis yang cerdas dan visioner dalam merespon dinamika media digital dan kebutuhan informasi yang terus berkembang dari para penggemar sepak bola. Langkah ini mencerminkan pemahaman mendalam tim Tribun Timur terhadap pergeseran pola konsumsi media, di mana *platform* video *online* seperti *youtube* semakin menjadi sumber utama informasi dan hiburan bagi banyak orang.

Dengan berjalannya waktu, data yang terkumpul dari *channel youtube* Tribun PSM Makassar dapat digunakan untuk terus menyempurnakan strategi konten,

³⁵ Mansur Amirullah, *Video Manager Tribun Timur Makassar*, Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli 2024.

memahami preferensi audiens, dan mengoptimalkan performa channel. Konten dalam *channel youtube* Tribun PSM Makassar dijelaskan oleh Mansur Amirullah selaku Manajer Video di Tribun Timur Makassar:

“*Channelnya* tentu kami isi konten tentang PSM Makassar, baik pada saat latihan, pertandingan, hingga kegiatan sehari-hari para pemainnya.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dengan jelas menggambarkan isi yang ada dalam *channel youtube* Tribun PSM Makassar. Dengan menyajikan konten tentang sesi latihan, *channel* tersebut memberikan wawasan kepada penggemar tentang persiapan tim menghadapi pertandingan, taktik yang sedang dikembangkan, dan kondisi fisik para pemain. Dengan konten tersebut penggemar akan merasa lebih dekat dengan proses di balik layar dan memahami kerja keras yang dilakukan tim untuk mencapai performa terbaiknya.

Liputan pertandingan tentu menjadi inti dari konten *channel* ini. Penggemar dapat menyaksikan *highlight* pertandingan, analisis pasca-pertandingan, dan mungkin juga wawancara eksklusif dengan pemain atau pelatih. Hal ini membantu mempertahankan antusiasme penggemar dan memberikan mereka materi untuk didiskusikan. Yang lebih menarik, *channel* ini juga menyoroti kegiatan sehari-hari para pemain. Aspek ini memberikan dimensi personal yang kuat, memungkinkan penggemar untuk melihat sisi manusiawi dari para bintang lapangan. Konten semacam ini bisa mencakup kegiatan pemain di luar lapangan, interaksi mereka dengan keluarga atau masyarakat, atau bahkan hobi dan minat mereka. Pendekatan ini membantu membangun koneksi emosional yang lebih kuat antara penggemar dan tim.

Dengan menggabungkan ketiga elemen ini - latihan, pertandingan, dan kehidupan sehari-hari, *channel* tersebut menciptakan narasi yang menyeluruh tentang PSM Makassar. Strategi ini tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi penggemar tentang performa tim di lapangan, tetapi juga memuaskan rasa ingin tahu mereka tentang kehidupan para pemain di luar lapangan.

b. *Video Short*

Tribun PSM Makassar telah mengadopsi format video pendek sebagai bagian integral dari strategi konten digitalnya. *Channel* ini menyajikan informasi seputar PSM Makassar dalam bentuk video berdurasi 15 hingga 60 detik, menyesuaikan dengan preferensi *audiens* modern yang menginginkan informasi cepat dan padat. Kontennya beragam, mencakup *highlight* pertandingan, wawancara singkat, momen menarik di dalam dan luar lapangan, informasi transfer pemain, reaksi suporter, serta statistik dan fakta menarik tentang klub. Berdasarkan hasil wawancara dengan Mansur Amirullah selaku manajer video, mengatakan bahwa:

“video pendek (*short*) kami peruntukan untuk menarik penonton yang kurang tertarik dengan video yang memiliki durasi agak panjang, makanya strategi yang digunakan yaitu dengan membuat video lebih ringkas namun tetap informative.”

Dari penjelasan diatas, era digital yang serba cepat ini, banyak orang cenderung memiliki rentang perhatian yang lebih singkat dan kurang tertarik pada konten video yang berdurasi panjang. Menanggapi kecenderungan ini, tim Tribun PSM Makassar mengadopsi pendekatan yang lebih ringkas namun tetap informatif. Dengan membuat video pendek yang dapat menyampaikan informasi penting secara padat dan menarik, tanpa memerlukan komitmen waktu yang besar dari penonton. Strategi ini bertujuan untuk memperluas jangkauan *audiens*, terutama menarik perhatian mereka yang biasanya enggan menonton video berdurasi panjang. Dengan menyajikan konten dalam format yang lebih singkat dan mudah dicerna, pembuat konten berharap dapat meningkatkan *engagement* dan menjangkau segmen penonton yang lebih luas.

Dengan memanfaatkan elemen visual dan audio untuk meningkatkan *engagement* penonton, pendekatan ini juga memfasilitasi penyebaran konten yang lebih luas di berbagai *platform* media sosial, sehingga meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan *audiens*. Sehingga Tribun PSM Makassar dapat mempertahankan relevansinya dalam lanskap media digital yang terus berkembang, sambil tetap

memenuhi kebutuhan informasi penggemar sepak bola, khususnya pendukung PSM Makassar.

Komitmen kuat Tribun Timur terhadap PSM Makassar dan penggemarnya tercermin juga dalam penugasan reporter khusus untuk meliput tim setiap hari. Pendekatan ini memungkinkan terciptanya liputan yang mendalam dan konsisten, karena reporter tersebut dapat membangun pemahaman komprehensif tentang dinamika tim, strategi permainan, dan perkembangan terkini. Seiring waktu, reporter ini akan mengembangkan keahlian spesifik, membangun jaringan sumber yang kuat, dan memahami nuansa-nuansa yang mungkin terlewatkan oleh reporter umum.

Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas liputan, tetapi juga membangun kepercayaan dengan tim dan penggemar. Penggemar akan menghargai konsistensi dan kedalaman informasi yang disajikan, sementara tim mungkin lebih terbuka dalam berbagi informasi dengan reporter yang mereka kenal dan percaya. Pendekatan ini juga memungkinkan pengembangan narasi yang berkelanjutan tentang perjalanan tim, memberikan konteks yang lebih kaya dalam setiap liputan. Kemudian dari sisi pengelola channel Tribun PSM Makassar Mansur Amirullah mengatakan bahwa:

“Kita memiliki reporter yang secara khusus ditugaskan untuk meliput PSM Makassar setiap hari. Reporter ini diwajibkan untuk menghasilkan minimal 5 liputan berita tentang PSM Makassar setiap harinya. Dari 5 liputan tersebut, sudah termasuk siaran langsung melalui Facebook yang disertai video, serta video *on demand*. Konten-konten inilah yang kemudian kami manfaatkan sebagai bahan untuk *channel youtube* Tribun PSM Makassar.”³⁶

Dengan mewajibkan reporter untuk menghasilkan minimal 5 liputan setiap hari, Tribun menerapkan prinsip konsistensi dalam strategi kontennya. Konsistensi ini penting untuk membangun kebiasaan *audiens* dan mempertahankan engagement. Frekuensi tinggi ini juga membantu dalam optimalisasi algoritma platform digital, meningkatkan visibilitas konten Tribun PSM Makassar. Temuan penelitian ini

³⁶ Mansur Amirullah, *Video Manager Tribun Timur Makassar*, Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli 2024.

menunjukkan bahwa Tribun Timur memiliki strategi liputan yang intensif dan komprehensif untuk meliput kegiatan PSM Makassar. Hal ini dibenarkan oleh dua personel kunci dari tim liputan Tribun Timur, yaitu Yaumil sebagai reporter dan Sanofra sebagai *videographer*, yang secara khusus ditugaskan untuk meliput berita seputar PSM Makassar. Strategi liputan mereka mencakup pembuatan minimal lima liputan per hari, yang mencerminkan komitmen tinggi dalam memberikan informasi terkini dan mendalam tentang klub sepak bola ternama ini.

Konten liputan yang dihasilkan sangat bervariasi dan disesuaikan dengan aktivitas terkini PSM Makassar. Ketika tim sedang menghadapi pertandingan, fokus liputan diarahkan pada persiapan tim. Ini mencakup pelatihan fisik para pemain dan sesi latihan taktis di lapangan, di mana strategi permainan dimatangkan. Liputan semacam ini memberikan wawasan berharga bagi penggemar tentang kesiapan tim menghadapi pertandingan dan strategi yang mungkin akan diterapkan.

c. Profil Pemain

Di luar periode pertandingan, tim Tribun Timur tetap aktif menghasilkan konten yang menarik dan informatif. Mereka memproduksi berbagai jenis liputan, termasuk profil para pemain, yang memungkinkan penggemar untuk mengenal lebih dekat idola mereka. Berita transfer pemain juga menjadi fokus utama, memberikan informasi terkini tentang pergerakan pemain yang selalu menjadi topik hangat di kalangan penggemar sepak bola. Selain itu, tim juga meliput kegiatan harian para pemain di luar jadwal pertandingan untuk memberikan gambaran lebih personal tentang kehidupan para atlet. Berdasarkan hasil wawancara dari multazam sebagai editor video mengatakan bahwa:

“Profil pemain PSM Makassar termasuk salah satu konten yang diminati oleh subscriber karena mereka juga perlu tau informasi mengenai pemain apalagi pemain andalan mereka”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, konten yang menampilkan profil pemain PSM Makassar merupakan salah satu jenis konten yang sangat diminati oleh para

subscriber channel youtube Tribun PSM Makassar. Tingginya minat terhadap konten ini menunjukkan bahwa para penggemar tim sepak bola PSM Makassar memiliki keingintahuan yang besar terhadap informasi mengenai para pemain, terutama pemain-pemain andalan tim.

Konten profil pemain ini memenuhi kebutuhan *subscriber* akan informasi yang lebih dalam dan personal mengenai para pemain PSM Makassar. Melalui konten tersebut, para penggemar dapat mengenal lebih dekat sosok-sosok yang mereka idolakan di lapangan, termasuk latar belakang, prestasi, dan juga sisi kehidupan pribadi para pemain. Hal ini dapat meningkatkan koneksi emosional antara penggemar dengan tim dan para pemainnya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas *subscriber* terhadap *channel youtube* Tribun PSM Makassar.




Dengan memahami minat *subscriber* terhadap konten profil pemain ini, pengelola *channel youtube* Tribun PSM Makassar dapat mengoptimalkan strategi konten mereka. Mereka dapat merencanakan untuk memproduksi lebih banyak konten serupa, dengan variasi format atau pendekatan yang berbeda, untuk terus memenuhi kebutuhan informasi *subscriber* dan potensial menarik lebih banyak penggemar PSM Makassar untuk berlangganan ke *channel* tersebut.

Strategi penyebaran informasi Tribun Timur dengan memanfaatkan berbagai *platform* media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penggunaan fitur siaran langsung (*live*) di *platform* seperti *youtube*, *instagram*, dan *facebook* memungkinkan penggemar untuk mendapatkan update *real-time* tentang PSM Makassar. Pendekatan *multi-platform* ini menunjukkan adaptasi Tribun Timur terhadap tren konsumsi media modern, di mana *audiens* mengakses informasi melalui berbagai saluran digital.

Strategi liputan komprehensif ini tidak hanya mendemonstrasikan dedikasi Tribun Timur dalam meliput PSM Makassar, tetapi juga mencerminkan pemahaman mereka tentang kebutuhan dan minat penggemar sepak bola. Dengan menyajikan konten yang beragam dan mendalam, dari persiapan pertandingan hingga kehidupan sehari-hari pemain, Tribun Timur berhasil memberikan pengalaman yang lebih kaya

dan mendalam bagi para penggemar PSM Makassar. Pendekatan ini tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi penggemar, tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat antara klub, media, dan basis penggemar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pembaca dan pengikut Tribun Timur.

Konsistensi dan frekuensi tinggi dalam produksi konten adalah fondasi penting strategi digital yang efektif. Tribun PSM Makassar menerapkan pendekatan ini dengan mewajibkan setiap reporter menghasilkan minimal lima liputan per hari. Strategi ini mencerminkan komitmen terhadap penyajian informasi yang terstruktur dan disiplin kepada *audiens*. Dengan mempertahankan aliran konten yang stabil dan bervolume tinggi, pendekatan ini juga memungkinkan *platform* untuk tetap relevan dalam lanskap media yang cepat berubah, meningkatkan visibilitas, dan membangun loyalitas *audiens*. Namun, penting untuk menjaga keseimbangan antara kuantitas dan kualitas konten untuk memastikan nilai informasi yang disajikan tetap tinggi.

<input type="checkbox"/>		Matheus Souza Datang, PSM Makassar #tribunpsm #beritabola #psmmakassar TRIBUN-TIMUR.COM - PSM Makassar sudah memagari 2 pemain incaran mereka yakni...	Publik	Aktif	Tidak ada	3 Mei 2023 Dipublikasikan	25.454
<input type="checkbox"/>		Gol Cantik Adilson Silva Menit 5 PSM Makassar vs Yangon U... #tribunpsm #beritabola #psmmakassar TRIBUN-TIMUR.COM - Gol, PSM Makassar unggul cepat atas tamunya yangon United 1...	Publik	Aktif	Tidak ada	23 Agu 2023 Dipublikasikan	22.994
<input type="checkbox"/>		RAHMAT ARJUNA CALON SAINGAN BARU SAYURI BERSAUD... #tribunpsm #beritabola #psmmakassar RAHMAT ARJUNA CALON SAINGAN BARU SAYURI BERSAUDARA DI PSM MAKASSAR...	Publik	Nonaktif	Tidak ada	8 Apr 2023 Dipublikasikan	19.942

Sumber :Channel Youtube Tribun Timur Viral, (Sabtu 01/07/2024)
Gambar 4.1

Strategi konten yang diterapkan Tribun untuk PSM Makassar ini mendemonstrasikan pendekatan yang matang dan terintegrasi. Dengan menggabungkan konsistensi, variasi format, pendekatan *multi-platform*, dan fokus konten, Tribun telah menciptakan strategi yang tidak hanya efektif dalam

menyampaikan konten, tetapi juga dalam membangun dan mempertahankan *audiens* yang setia.

Dengan menjaga kualitas tetap menjadi prioritas utama. Tribun PSM Makassar harus memastikan bahwa fokus pada kuantitas tidak mengorbankan kualitas konten. Menjadikan kualitas sebagai prioritas utama, Tribun PSM Makassar menghadapi tantangan untuk menyeimbangkan tuntutan kuantitas tanpa mengorbankan standar konten mereka. Hal ini memerlukan pendekatan yang cermat dan strategis dalam produksi konten.

2. Strategi pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar dalam meningkatkan *subscriber*

Strategi pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar dalam meningkatkan *subscriber* berdasarkan hasil wawancara yang saya lakukan bersama Mansur Amirullah mengatakan bahwa :

“Dalam pengelolaan *channel* itu kita menggunakan 1 orang videographer, 1 reporter, 2 narator dan 2 editor nah merekalah yang menjalankan tugas masing-masing sesuai *jobdesk* mereka agar bisa mengelola *channel* dengan baik dan maksimal.”³⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas, pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar memiliki tim yang terdiri dari 6 orang dengan bidangnya masing-masing. Struktur ini menunjukkan komitmen serius dari Tribun Timur dalam menghasilkan konten berkualitas secara konsisten dan setiap anggota tim memiliki peran dan tanggung jawab yang spesifik memungkinkan mereka untuk fokus pada keahlian masing-masing. 6 orang tersebut mencakup 1 videographer untuk pengambilan gambar, 1 reporter untuk pengumpulan informasi dan wawancara, 2 narator untuk *voice over*, dan 2 editor untuk proses *post-production*.

³⁷ Mansur Amirullah, *Video Manager Tribun Timur Makassar*, Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli 2024.

Tribun Timur menunjukkan komitmen untuk menjadi sumber utama konten tentang klub tersebut. Tribun Timur telah mengadopsi pendekatan yang terstruktur dan fokus dalam mengelola *channel youtube* PSM Makassar. Strategi ini menunjukkan keseriusan Tribun Timur dalam membangun *presence* digital yang kuat seputar PSM Makassar, memanfaatkan keahlian spesifik setiap anggota tim untuk memaksimalkan *output* dan kualitas konten. Berdasarkan hasil wawancara yang saya lakukan dengan Multazam selaku editor di Tribun Timur mengatakan bahwa:

“Kalau saya di bagian editor itu diwajibkan untuk mengedit 4 video per harinya di antaranya 2 video panjang berdurasi 3-10 menit dan 2 video *short*, jadi dalam satu hari ada 8 video yang *ter-upload* karena ada dua orang editor khusus untuk konten *channel* PSM Makassar.”³⁸

Dari hasil wawancara di atas jelas memberikan gambaran menarik tentang strategi produksi konten yang diterapkan oleh tim *channel* PSM Makassar. Dengan memproduksi 8 video per hari (4 per editor) menunjukkan komitmen yang luar biasa terhadap konsistensi dan kuantitas konten. Pernyataan Asriadi, editor lainnya dari Tribun Timur untuk *channel youtube* Tribun PSM Makassar, memperkuat dan memperdalam pemahaman kita tentang strategi produksi konten yang diterapkan oleh tim media ini. Konfirmasi Asriadi terhadap pernyataan sebelumnya dari Multazam menggarisbawahi intensitas dan konsistensi upaya tim dalam menghasilkan konten berkualitas tinggi secara regular.

Fakta bahwa kedua editor ini ditugaskan untuk memproduksi minimal delapan konten setiap hari menunjukkan komitmen yang luar biasa dari Tribun Timur dalam memberikan liputan komprehensif tentang PSM Makassar. Target produksi yang tinggi ini mencerminkan pemahaman tim redaksi terhadap *appetite audiens* untuk informasi terkini dan beragam seputar klub. Hal ini juga menandakan bahwa Tribun Timur menyadari pentingnya konsistensi dan frekuensi dalam mempertahankan *engagement audiens* di *platform* digital seperti *youtube*.

³⁸ Multazam, *Editor Video Tribun Timur Makassar*, Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli 2024.

Kebutuhan untuk menghasilkan volume konten yang tinggi ini tentu membawa tantangan tersendiri bagi tim editor. Asriadi menekankan pentingnya koordinasi yang erat antara para editor untuk memastikan pembagian dan pengelolaan konten yang efektif. Koordinasi ini tidak hanya penting untuk menghindari duplikasi konten, tetapi juga untuk memastikan bahwa berbagai aspek terkait PSM Makassar dapat tercakup secara menyeluruh dan seimbang.

Proses koordinasi yang disebutkan Asriadi menunjukkan adanya pendekatan yang terstruktur dan strategis dalam produksi konten. Para editor harus memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi tidak hanya informatif dan menarik secara individual, tetapi juga bersinergi dan saling melengkapi satu sama lain. Ini mungkin melibatkan perencanaan editorial yang cermat, pembagian tugas yang jelas, dan komunikasi yang konstan antar anggota tim.

Kebutuhan untuk menghasilkan konten yang "beriringan" satu sama lain mengindikasikan bahwa tim Tribun Timur tidak hanya fokus pada kuantitas, tetapi juga pada kualitas dan koherensi narasi keseluruhan. Mereka berupaya menciptakan alur informasi yang mengalir dan terhubung, memungkinkan *audiens* untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang berbagai aspek PSM Makassar, mulai dari performa di lapangan hingga perkembangan di luar lapangan.

Pendekatan produksi konten yang intensif dan terkoordinasi ini juga mencerminkan adaptasi Tribun Timur terhadap dinamika media digital. Dalam lanskap media yang cepat berubah dan kompetitif, kemampuan untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi secara konsisten dan cepat menjadi kunci untuk mempertahankan relevansi dan membangun loyalitas *audiens*. Strategi ini memungkinkan Tribun Timur untuk memenuhi ekspektasi penggemar PSM Makassar akan *update* reguler dan komprehensif, sekaligus memosisikan diri sebagai sumber informasi utama tentang klub.

Secara keseluruhan, pendekatan yang dijelaskan oleh Asriadi menggambarkan operasi *newsroom* modern yang gesit, produktif, dan berorientasi pada *audiens*. Ini menunjukkan bagaimana outlet media lokal seperti Tribun Timur dapat mengadopsi

praktik produksi konten yang canggih untuk melayani komunitas penggemar yang spesifik, dalam hal ini penggemar PSM Makassar, sambil tetap mempertahankan standar jurnalistik yang tinggi.

Strategi pendekatan yang sangat agresif dalam dunia produksi konten digital. Selain itu, hal ini bisa sangat menguntungkan channel karena Algoritma youtube cenderung menguntungkan saluran yang secara konsisten mengunggah konten baru. Keputusan untuk memproduksi kombinasi video panjang (3-10 menit) dan video pendek (shorts) adalah strategi yang bagus. Video yang panjang memungkinkan pembahasan yang lebih mendalam dan komprehensif, sementara video pendek dapat menjangkau audiens yang menginginkan konten yang cepat dan mudah dicerna.

Video panjang dengan durasi 3-10 menit tentu membawa keuntungan signifikan bagi Tribun PSM Makassar dalam strategi konten mereka. Strategi ini memungkinkan pembahasan yang lebih mendalam dan komprehensif, memberikan ruang untuk analisis detail tentang pertandingan, strategi tim, atau wawancara pemain yang lebih spesifik. Selain itu, durasi yang lebih panjang membuka peluang untuk storytelling yang lebih kompleks, memungkinkan pengembangan narasi yang lebih menarik, seperti profil mendalam tentang pemain atau eksplorasi sejarah klub.

Dari segi monetisasi, video yang lebih panjang umumnya lebih menguntungkan karena memungkinkan penempatan lebih banyak iklan, yang berpotensi meningkatkan pendapatan *channel*. Dengan memanfaatkan keuntungan-keuntungan ini, Tribun PSM Makassar dapat memperkuat posisinya sebagai sumber informasi utama dan terpercaya bagi penggemar PSM Makassar.

Video pendek atau *shorts* menawarkan serangkaian keunggulan yang unik bagi strategi konten Tribun PSM Makassar. Karakteristik singkat dan padat dari *shorts* membuatnya lebih mudah dibagikan, meningkatkan potensi viral dan membantu memperluas jangkauan *channel* secara signifikan. *Shorts* juga efektif dalam menjangkau audiens baru, terutama mereka yang mungkin tidak tertarik atau tidak memiliki waktu untuk menonton video yang lebih panjang. Fleksibilitas format pendek memungkinkan Tribun PSM Makassar untuk merespon dengan cepat

terhadap berita terkini atau momen viral dalam dunia sepak bola, menjaga konten mereka tetap relevan dan tepat waktu. Selain itu, algoritma *youtube* cenderung mempromosikan shorts, memberikan peluang lebih besar bagi konten untuk ditemukan oleh penonton baru, sehingga meningkatkan visibilitas *channel* secara keseluruhan.

Dengan menghasilkan 8 video per hari dalam berbagai format, tim produksi bertujuan untuk memaksimalkan kehadiran digital PSM Makassar, memenuhi berbagai *preferensi audiens*, dan memanfaatkan berbagai fitur *youtube* secara optimal. Pendekatan ini menunjukkan komitmen yang kuat untuk menjadi sumber konten utama tentang PSM Makassar. Ini memiliki potensi besar untuk membangun kehadiran yang kuat di *youtube* dan memenuhi kebutuhan informasi fans PSM Makassar. Namun, penting untuk memastikan bahwa kualitas tetap konsisten di kedua format. Meskipun shorts lebih pendek, mereka tetap harus informatif dan menarik. Begitu juga dengan video yang lebih panjang, yang harus tetap fokus dan tidak berisi konten yang tidak perlu hanya untuk mencapai durasi tertentu.

Strategi ini membantu Tribun PSM Makassar untuk dapat memaksimalkan potensi *youtube* sebagai platform untuk menjangkau dan melibatkan penggemar sepak bola, sambil membangun brand mereka sebagai sumber informasi utama tentang PSM Makassa. Berdasarkan wawancara saya dengan Nur Fajriani selaku Narator di Tribun Timur mengatakan bahwa:

“Pada bagian narator itu saya tergantung dari video yang dihasilkan videographer, kemudian narasinya sesuai dengan yang diberikan reporter. Kuncinya pada saat voice over intonasinya harus dibedakan dengan video berita lain, kalau PSM Makassar kan berita olahraga jadi intonasinya harus juga lebih sporty supaya lebih bersemangat dan sesuai dengan berita yang sedang dibawakan. Selain itu sebagai narator juga harus memiliki pemahaman seputar pertandingan atau laga yang sedang berlangsung dan harus tau juga nama pemainnya PSM Makassar supaya pada saat voice over tidak kaku dan monoton.”³⁹

³⁹ Nur Fajriani, *Narator Tribun Timur Makassar*, Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli 2024.

Berdasarkan hasil wawancara di atas Narator harus mampu beradaptasi dengan berbagai jenis konten yang dihasilkan. Ini dapat mencakup sorotan pertandingan, wawancara pemain, analisis taktis, atau berita terkini seputar klub. Setiap jenis konten mungkin memerlukan pendekatan vokal yang berbeda, menuntut fleksibilitas tinggi dari narator. Penggunaan intonasi yang *sporty* dan bersemangat adalah kunci untuk menciptakan identitas audio yang khas untuk konten PSM Makassar. hal bukan hanya tentang menyampaikan informasi, tetapi juga untuk menciptakan suasana yang sesuai dengan konten olahraga. Intonasi yang tepat dapat meningkatkan keterlibatan penonton dan membuat konten lebih menarik.

Pemahaman yang baik tentang PSM Makassar, pemain, dan dinamika pertandingan juga menjadi sangat penting. Seorang narator harus mampu memberikan konteks yang relevan dalam memberikan informasi, merespon dengan cepat momen-momen penting yang tertangkap dalam rekaman untuk meningkatkan nilai informatif dalam konten yang dinarasikan.

Berdasarkan penuturan Memet yang juga merupakan bagian dari tim Tribun PSM Makassar bagian narator turut memperkuat pernyataan dari Nurfajriani terkait dengan bagaimana cara kerja seorang narator dalam mengisi voice over khususnya untuk konten PSM Makassar, narator merupakan sebuah nyawa dari video yang dihasilkan oleh videographer dimana isi dari video tersebut harus mampu dinarasikan dengan baik agar informasi yang ada didalamnya bisa disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Pengetahuan dan wawasan terkait klub PSM Makassar sangat diperlukan untuk menjadi seorang narator, tidak hanya sekedar membaca dan mengisi suara saja.

Pentingnya narasi yang berkualitas dalam konten multimedia juga mencerminkan evolusi konsumsi media di era digital. Dengan banyaknya *platform* dan format konten yang tersedia, kemampuan untuk menyampaikan informasi secara efektif dan menarik melalui narasi menjadi kunci dalam mempertahankan perhatian audiens dan memastikan bahwa pesan utama tersampaikan dengan baik. Secara

keseluruhan, *insights* dari Memet menekankan bahwa narasi dalam produksi konten multimedia, khususnya untuk topik spesifik seperti PSM Makassar adalah sebuah keahlian yang kompleks. Ini memadukan kemampuan vokal, pengetahuan subjek yang mendalam, keterampilan *storytelling*, dan pemahaman tentang kebutuhan audiens. Peran ini sangat penting dalam menghasilkan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan mudah diakses oleh berbagai kalangan penggemar PSM Makassar.

Narator tidak hanya membacakan fakta, tetapi juga berperan dalam membangun narasi yang menarik. Mereka mesti mampu menangkap esensi dari cerita yang ingin disampaikan dan mengomunikasikannya dengan cara yang menggugah emosi penonton. Peran narator dalam produksi konten *youtube* PSM Makassar jauh lebih kompleks dari sekedar membaca naskah. Mereka adalah elemen kunci dalam menciptakan konten yang menarik, informatif, dan memiliki identitas khas. Kombinasi antara pengetahuan mendalam, keterampilan vokal, dan kemampuan beradaptasi menjadikan posisi ini sangat penting dalam keseluruhan strategi konten. Selain daripada menciptakan konten yang menarik, Tribun Timur juga memiliki strategi promosi untuk menarik *viewers* dan *subscriber*. Berdasarkan wawancara, Mansur Amirullah mengatakan bahwa:

“Kita pakai semua promosinya lewat semua akun media sosial kita, lewat instagram, lewat facebook Berita-berita juga kita contohkan selalu bahwa Tribun Timur sudah punya kanal youtube PSM Makassar.”⁴⁰

Dari hasil wawancara diatas bisa disimpulkan bahwa selain fokus menciptakan konten yang menarik pada Tribun Timur juga memiliki strategi untuk mempromosikan konten dan channel khusus klub sepakbola PSM Makassar yang mereka kelola, pernyataan tersebut menggambarkan strategi promosi lintas *platform* yang diterapkan oleh Tribun Timur untuk *channel youtube* PSM Makassar.

⁴⁰ Mansur Amirullah, *Video Manager Tribun Timur Makassar*, Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli 2024.

Tribun Timur menggunakan berbagai *platform* media sosial (Instagram, Facebook) serta berita-berita mereka untuk mempromosikan *channel youtube* PSM Makassar. Ini menunjukkan pemahaman bahwa *audiens* mereka tersebar di berbagai *platform* dan perlu pendekatan yang komprehensif untuk menjangkau mereka semua. Menggunakan *platform* berita dan media sosial yang sudah mapan untuk mempromosikan *channel youtube* baru adalah strategi yang efisien. Ini memungkinkan Tribun Timur untuk memanfaatkan *audiens* yang sudah ada untuk membangun basis *subscriber* baru di *youtube*.

Dengan strategi promosi tersebut, Tribun Timur meningkatkan peluang untuk menjangkau berbagai segmen *audiens*. Misalnya, pengguna Instagram mungkin berbeda dengan pembaca berita *online* mereka sehingga hal tersebut dapat menarik perhatian penonton untuk mengunjungi *channel* mereka yaitu Tribun PSM Makassar. Strategi promosi lintas *platform* yang diterapkan Tribun Timur untuk *channel youtube* PSM Makassar menunjukkan pendekatan yang holistik dan terintegrasi dalam pemasaran digital. Ini memaksimalkan jangkauan, memanfaatkan kekuatan masing-masing *platform*, dan menciptakan sinergi antar berbagai aset digital yang dimiliki Tribun Timur. Untuk mengukur indikator keberhasilan *channel* Mansur Amirullah mengatakan bahwa:

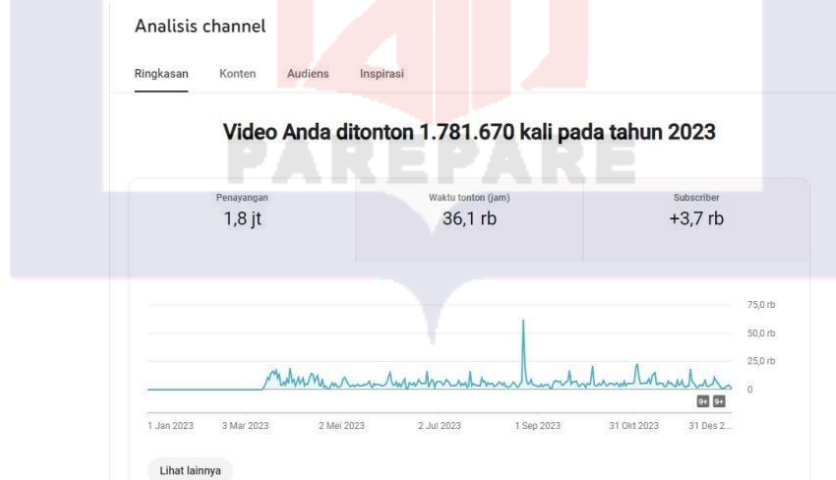
“Kalau indikator keberhasilannya sederhana sekali kalo *youtube* kan ada namanya *youtube studio*, pada *youtube studio* kita bisa lihat berapa *views* atau penontonnya setiap hari di video-video kita.”⁴¹

Untuk mengukur keberhasilan setiap konten yang diciptakan bisa dilihat pada *youtube studio* yang disediakan oleh *youtube* untuk para konten kreator karena merupakan pusat informasi yang sangat penting untuk menganalisis performa *channel* dan video-video yang diunggah serta menilai seberapa baik *channel* dan konten bekerja, memudahkan untuk memahami apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki.

⁴¹ Mansur Amirullah, *Video Manager Tribun Timur Makassar*, Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli 2024.

Dari *youtube* studio kita bisa melihat konten apa saja yang memiliki banyak penonton dan bisa menarik banyak *subscriber* sehingga itu bisa menjadi patokan untuk membuat konten selanjutnya. Informasi tentang jumlah penonton mudah diakses dan dipahami oleh kreator, tidak memerlukan keahlian analisis data yang kompleks. *Youtube studio* menyediakan alat yang berharga bagi kreator untuk memahami performa konten mereka. Dengan menganalisis jumlah penonton dan pertumbuhan *subscriber*, kreator dapat mengidentifikasi jenis konten yang paling diminati *audiens* mereka. Informasi ini mudah diakses dan dipahami.

Dengan memanfaatkan wawasan ini, kreator dapat membuat keputusan yang lebih baik tentang arah konten mereka di masa depan. Mereka dapat fokus pada topik atau format yang terbukti populer, meningkatkan peluang untuk menarik lebih banyak penonton dan *subscriber*. Pendekatan ini memungkinkan kreator untuk terus mengembangkan saluran mereka secara efektif, merespon preferensi *audiens*, dan meningkatkan keterlibatan secara keseluruhan. Selain itu, wawasan yang diperoleh dari penelitian ini juga dapat membantu kreator mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam pengelolaan *channel youtube* dengan mengetahui strategi yang efektif, terstruktur, serta mengantisipasi perubahan tren atau preferensi *audiens* di masa depan.



Sumber : *Channel Youtube* *Tribun Timur Viral* (Sabtu 03/07/2024)

Gambar 4.2

Pesatnya perkembangan *viewers* dan *subscribe* juga berdampak pada penghasilan yang bisa diambil dari konten yang ada pada *channel youtube* Tribun PSM Makassar. Berdasarkan hasil wawancara saya dengan Mansur Amirullah selaku Manajer Video di Tribun Timur, mengatakan bahwa:

“Meskipun kanal Tribun PSM Makassar Belum tinggi sekali viewsnya penontonnya, karena kanal baru. Tapi ya paling tidak kanal baru, gak sampai 1 bulan dibuat sudah bisa monetize, sebuah kanal monetize itu dia butuh 1000 subscriber plus 4000 jam tayang. Kemarin kanal Tribun PSM Makassar itu gak sampai 2 minggu sudah memenuhi syarat semua untuk monetize Saking eforianya, meskipun faktanya penontonnya tidak tinggi-tinggi amat 10.000 - 5.000 per hari.”⁴²

Berdasarkan hasil wawancara diatas, channel tribun PSM Makassar membuktikan mampu mencapai 1000 *subscriber* dan 4000 jam tayang dengan waktu kurang dari 2 minggu dengan memanfaatkan eforia pertandingan pada saat PSM berhasil menjuarai Liga 1 musim 2023. Pencapaian cepat ini menunjukkan bahwa strategi konten yang digunakan cukup efektif dalam menarik penonton dan *subscriber*. Dengan monetisasi yang sudah aktif, kanal ini sudah bisa mulai menghasilkan pendapatan dari iklan yang masuk pada konten-konten yang ada di *channel youtube* Tribun PSM Makassar. Keberhasilan ini tidak hanya menunjukkan bahwa konten yang diproduksi relevan dan menarik bagi target *audiens*, tetapi juga membuktikan bahwa tim di balik channel ini memiliki pemahaman yang baik tentang preferensi pengguna *youtube* dan algoritma *platform*.

Pendapatan dari iklan yang mulai masuk bukan hanya sebuah pencapaian finansial, tetapi juga merupakan validasi terhadap kualitas dan daya tarik konten yang dihasilkan. Ini menandakan bahwa advertiser melihat nilai dalam audiens yang telah dibangun oleh Tribun Timur dalam *channel youtube* Tribun PSM Makassar. Dari berbagai pencapaian yang berhasil diraih tentu ada pengawasan yang dilakukan agar

⁴² Mansur Amirullah, *Video Manager Tribun Timur Makassar*, Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli 2024.

semua bisa berjalan sesuai dengan yang direncanakan, Mansur Amirullah mengatakan bahwa:

“Selaku manajer video saya selalu lakukan pengawasan bahkan setiap hari untuk mengotrol kinerja tim dan juga pengawasan terkait perkembangan *channel* Tribun PSM Makassar itu sendiri, dari pengawasan tersebut kita bisa evaluasi mana yang butuh diperbaiki atau butuh dikembangkan.”⁴³

Berdasarkan hasil wawancara diatas, Pengawasan dan evaluasi yang dilakukan oleh manajer video merupakan aspek krusial dalam manajemen konten digital, khususnya untuk *channel youtube* seperti Tribun PSM Makassar. Proses ini mencerminkan pendekatan proaktif dan strategis dalam pengelolaan channel, memastikan kualitas konten tetap tinggi dan perkembangan channel sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.

Dengan pendekatan pengawasan dan evaluasi yang komprehensif ini, manajer video memainkan peran vital dalam memastikan keberhasilan dan pertumbuhan berkelanjutan *channel youtube* Tribun PSM Makassar. Proses ini tidak hanya membantu dalam mempertahankan kualitas konten dan kinerja tim, tetapi juga mendorong inovasi dan adaptasi yang diperlukan untuk bersaing di lanskap media digital yang dinamis.

B. Pembahasan

1. Konten yang ada dalam *channel youtube* Tribun PSM Makassar

Pembahasan penelitian terkait konten apa saja yang ada dalam *channel youtube* Tribun PSM Makassar untuk menarik *viewers* dan *subscriber*. Dengan memanfaatkan momentum pertandingan Liga 1 musim 2023 Tribun Timur mampu menciptakan lonjakan signifikan dalam minat pembaca terhadap berita-berita seputar PSM Makassar di media lokal Tribun Timur. Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian ini berkaitan dengan teori *new media*, teori *new media* menekankan konvergensi antara berbagai bentuk media. Dalam hal ini, Konvergensi media yang

⁴³ Mansur Amirullah, *Video Manager Tribun Timur Makassar*, Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli 2024.

dilakukan oleh Tribun Timur melalui *channel youtube* Tribun PSM Makassar merupakan contoh nyata dari transformasi lanskap media di era digital. Proses ini menggambarkan bagaimana media tradisional beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumsi informasi masyarakat.

Tribun Timur, yang awalnya dikenal sebagai media cetak, kini memperluas jangkauannya ke *platform* digital *youtube*. Langkah ini tidak hanya sekadar perpindahan medium, tetapi juga melibatkan perubahan fundamental dalam cara konten diproduksi dan dikonsumsi. Melalui *youtube*, Tribun Timur dapat menggabungkan elemen teks (yang merupakan kekuatan utama media cetak) dengan konten video yang lebih dinamis dan interaktif.

Konvergensi ini memungkinkan Tribun Timur untuk menyajikan informasi dalam format yang lebih kaya dan beragam. Misalnya, berita tentang PSM Makassar yang sebelumnya hanya bisa disajikan dalam bentuk artikel tertulis, kini dapat diperkaya dengan *highlight* pertandingan, wawancara eksklusif dengan pemain atau pelatih, dan bahkan liputan *behind-the-scenes* yang memberikan pengalaman lebih mendalam bagi penggemar.

Platform youtube memungkinkan interaksi langsung dengan audiens melalui fitur komentar, *likes*, dan *shares*. Hal ini menciptakan hubungan dua arah antara media dan pembaca yang tidak mungkin dilakukan dalam format cetak tradisional. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan engagement, tetapi juga memberikan umpan balik langsung yang dapat digunakan untuk menyempurnakan strategi konten. Konvergensi ini juga memungkinkan Tribun Timur untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas dan beragam. Sementara media cetak mungkin terbatas pada pembaca lokal, platform digital seperti *youtube* memungkinkan akses global, potensial menjangkau penggemar PSM Makassar di seluruh dunia.

Dengan demikian, konvergensi media yang dilakukan Tribun Timur tidak hanya sekadar perubahan *platform*, tetapi merupakan evolusi komprehensif dalam cara media berinteraksi dengan audiens dan menyajikan informasi di era digital. Penggunaan *youtube* oleh Tribun PSM Makassar memang selaras dengan konsep

algoritma dalam *new media* yang merupakan aspek penting dalam cara konten didistribusikan dan dikonsumsi di era digital.

Dengan menghasilkan konten secara konsisten, Tribun menciptakan lebih banyak peluang bagi audiens untuk berpartisipasi aktif melalui komentar, *shares*, dan interaksi lainnya. Strategi konsistensi Tribun PSM Makassar tidak hanya tentang produksi konten, tetapi juga tentang menciptakan ekosistem media yang mendorong partisipasi aktif *audiens*, selaras dengan prinsip-prinsip kunci dalam teori *new media*. Pendekatan ini mengubah dinamika tradisional media-audiens menjadi hubungan yang lebih interaktif dan kolaboratif.

Dengan berfokus pada satu klub sepak bola, Tribun menargetkan segmen audiens yang sempit namun loyal. Strategi ini memungkinkan Tribun untuk menyajikan konten yang lebih mendalam, eksklusif, dan relevan, memenuhi kebutuhan informasi penggemar PSM Makassar yang mungkin tidak terpenuhi oleh media umum. Pendekatan ini juga memungkinkan Tribun untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiensnya, meningkatkan engagement dan loyalitas pengguna.

Strategi Tribun PSM Makassar untuk menghasilkan minimal 4-8 konten per hari sangat selaras dengan karakteristik *New Media* yang menekankan kecepatan informasi dan kepuasan instan audiens. Dalam era digital, di mana informasi mengalir tanpa henti, *audiens* mengharapkan *update* konstan dan *real-time*. Pendekatan ini memenuhi kebutuhan tersebut dengan menyediakan aliran konten yang konsisten, memastikan bahwa penggemar PSM Makassar selalu memiliki informasi terbaru tentang tim andalan mereka. Kecepatan produksi konten ini juga memungkinkan Tribun untuk merespons cepat terhadap perkembangan terkini, baik itu hasil pertandingan, berita transfer, atau insiden di luar lapangan.

Selain itu, frekuensi tinggi ini mendukung algoritma *platform* digital yang cenderung mempromosikan konten yang diperbarui secara teratur, meningkatkan visibilitas *channel* dan mempertahankan engagement *audiens*. Strategi ini

menciptakan siklus berita yang terus-menerus, memenuhi ekspektasi *audiens* modern akan informasi yang cepat dan selalu tersedia.

Pembuatan *short-form content*, seperti *highlight* pertandingan atau cuplikan wawancara singkat, cocok untuk konsumsi cepat dan viral. *Long-form content*, seperti analisis mendalam atau dokumenter tentang sejarah klub, memungkinkan eksplorasi topik secara lebih komprehensif. Sementara itu, live streaming memberi penggemar akses real-time ke konferensi pers, sesi latihan, atau bahkan pertandingan.

Fleksibilitas ini memungkinkan Tribun PSM Makassar untuk menyesuaikan format konten dengan jenis informasi yang disampaikan dan preferensi *audiens*. Hal ini juga memungkinkan eksperimentasi dengan berbagai pendekatan *storytelling*, meningkatkan *engagement audiens*, dan memaksimalkan potensi setiap cerita atau informasi yang ingin disampaikan. Dengan memanfaatkan berbagai format ini, Tribun PSM Makassar dapat menciptakan ekosistem konten yang kaya dan beragam, memenuhi berbagai kebutuhan informasi penggemar sepak bola khususnya PSM Makassar.

2. Strategi pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar dalam meningkatkan *subscriber*

Metode pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar menunjukkan pendekatan yang matang dan profesional. Dengan tim yang terdiri dari spesialis dibidang masing-masing, mereka memposisikan diri dengan baik untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi secara konsisten. Struktur ini tidak hanya menunjukkan komitmen terhadap kualitas konten, tetapi juga berpotensi untuk meningkatkan jumlah *subscriber* melalui produksi konten yang menarik dan informatif. Namun, keberhasilan jangka panjang akan bergantung pada kemampuan tim untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan dinamika *platform youtube* serta preferensi audiens yang terus berubah.

Strategi Tribun Timur dalam mengelola *channel youtube* PSM Makassar menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang lanskap media digital

kontemporer. Dengan fokus pada konten berkualitas tinggi, spesialisasi tim, dan komitmen untuk menjadi sumber utama informasi tentang PSM Makassar, Tribun Timur memosisikan diri dengan baik untuk sukses dalam era digital. Pendekatan ini tidak hanya berpotensi meningkatkan presence digital mereka, tetapi juga dapat berdampak positif pada industri media lokal, ekonomi, dan komunitas sepak bola di Makassar. Namun, keberhasilan jangka panjang akan bergantung pada kemampuan mereka untuk terus berinovasi, beradaptasi dengan perubahan teknologi dan preferensi *audiens*, serta mempertahankan relevansi dalam lanskap media yang selalu berevolusi.

Penelitian ini dikaitkan dengan Teori Manajemen Strategi yang dikemukakan oleh Peter Pringle

1. Perencanaan (*Planning*)

Tribun Timur menunjukkan perencanaan strategis yang jelas dan komprehensif dalam pengelolaan *channel youtube* PSM Makassar. Pendekatan ini mencerminkan pemahaman mendalam tentang dinamika platform digital dan kebutuhan audiens target mereka. Pembentukan tim khusus dengan 6 anggota yang memiliki peran spesifik merupakan langkah strategis yang signifikan. Struktur tim ini, yang terdiri dari 1 videographer, 1 reporter, 2 narator, dan 2 editor, menunjukkan pemahaman Tribun Timur akan kompleksitas produksi konten digital berkualitas tinggi. Setiap anggota tim memiliki keahlian khusus, memungkinkan fokus pada aspek-aspek kritis dalam produksi konten. Spesialisasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memastikan kualitas output yang konsisten di setiap tahap produksi.

Penetapan target produksi 8 video per hari, dengan kombinasi format panjang (3-10 menit) dan pendek (*shorts*), menunjukkan strategi konten yang matang. Pendekatan ini mempertimbangkan berbagai preferensi audiens dan optimalisasi algoritma *youtube*. Video panjang memungkinkan pembahasan mendalam dan analisis komprehensif, sementara video pendek menarik audiens yang menginginkan informasi cepat dan ringkas. Kombinasi ini juga memaksimalkan visibilitas channel

di berbagai fitur *youtube*, seperti feed utama dan shorts. Fokus pada menjadi sumber utama konten tentang PSM Makassar menunjukkan strategi *positioning* yang jelas. Dengan memilih niche spesifik ini, Tribun Timur memposisikan diri sebagai otoritas dalam topik tersebut. Strategi ini tidak hanya membantu dalam membangun audiens loyal, tetapi juga menciptakan identitas yang kuat untuk channel.

Fokus ini juga memungkinkan tim untuk mengembangkan keahlian mendalam tentang PSM Makassar, meningkatkan kualitas dan kredibilitas konten mereka. Perencanaan strategis ini mencerminkan pemahaman Tribun Timur akan pentingnya konsistensi, variasi, dan spesialisasi dalam lanskap media digital yang kompetitif. Pendekatan ini memposisikan channel *youtube* PSM Makassar untuk pertumbuhan jangka panjang dan keberhasilan dalam menarik serta mempertahankan audiens yang tertarik pada klub sepak bola tersebut.

Melalui proses perencanaan ini, Tribun Timur dapat mengidentifikasi berbagai tujuan tambahan, seperti meningkatkan engagement penonton, memperluas jangkauan audiens, dan potensial monetisasi konten di masa depan. Pendekatan terstruktur ini memposisikan mereka dengan baik untuk adaptasi dan pertumbuhan berkelanjutan dalam lanskap media digital yang dinamis.

Peter Pringle menekankan bahwa perencanaan format program yang sesuai dengan target audiens adalah kunci dalam manajemen media yang efektif. Dalam konteks *channel youtube* Tribun PSM Makassar, ini tercermin dalam beberapa aspek penting seperti identifikasi berbagai jenis konten seperti sorotan pertandingan, wawancara pemain, analisis taktis, dan berita terkini menunjukkan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan informasi yang beragam dari penggemar PSM Makassar. Ini memungkinkan *channel* untuk menyajikan konten yang komprehensif dan relevan.

Perencanaan pendekatan vokal yang sesuai untuk setiap jenis konten menunjukkan kesadaran akan pentingnya penyampaian yang tepat. Misalnya, sorotan pertandingan mungkin memerlukan narasi yang lebih dinamis, sementara analisis taktis membutuhkan pendekatan yang lebih mendalam dan penjelasan.

pengembangan identitas audio yang khas melalui intonasi yang *sporty* dan bersemangat membantu membangun brand recognition. Ini tidak hanya membedakan channel dari kompetitor, tetapi juga menciptakan koneksi emosional dengan *audiens*, meningkatkan loyalitas penonton.

Penggunaan intonasi yang *sporty* dan bersemangat tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan atmosfer yang sesuai dengan konten olahraga. Intonasi yang tepat dapat meningkatkan daya tarik konten, membantu penonton lebih terhubung secara emosional, dan pada akhirnya meningkatkan interaksi audiens dengan konten yang dikelola dengan baik pada *channel youtube* Tribun PSM Makassar.

2. Produksi (*Production*)

Proses produksi *channel youtube* Tribun PSM Makassar menunjukkan perencanaan yang matang dan terstruktur. Alur kerja dimulai dengan pengambilan gambar oleh *videographer*, diikuti pengumpulan informasi oleh reporter. Selanjutnya, dua narator melakukan *voice over*, memberikan narasi yang sesuai dengan konteks olahraga dan menghidupkan konten. Proses ini diakhiri dengan tahap *post-production* oleh dua editor, yang menggabungkan semua elemen menjadi produk final. Struktur ini memungkinkan setiap anggota tim untuk fokus pada keahlian spesifik mereka, meningkatkan efisiensi dan kualitas output. Alur yang jelas ini juga memfasilitasi koordinasi yang baik antar tim, memastikan konsistensi dalam produksi 8 video per hari. Perencanaan produksi yang baik ini mencerminkan pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip manajemen produksi media modern.

Efisiensi dalam penggunaan sumber daya yang ditunjukkan oleh Tribun PSM Makassar melalui tim 6 orang mereka sangat sejalan dengan prinsip manajemen produksi efektif Peter Pringle. Dengan menempatkan personel khusus untuk setiap tahap produksi - dari pengumpulan informasi hingga *post-production* - tim ini mampu mengoptimalkan alur kerja dan memaksimalkan *output*. Struktur ini memungkinkan fokus yang lebih baik pada setiap aspek produksi, mengurangi tumpang tindih tugas, dan memastikan kualitas yang konsisten. Pendekatan ini juga memungkinkan

fleksibilitas dalam merespons tuntutan produksi yang berubah-ubah, sambil tetap menjaga efisiensi biaya. Pringle menekankan bahwa manajemen sumber daya yang efektif tidak hanya tentang jumlah, tetapi juga tentang alokasi yang tepat, dan struktur tim Tribun PSM Makassar mencerminkan prinsip ini dengan baik.

Tim memproduksi video dengan konsisten per hari, sebuah pencapaian yang menunjukkan komitmen luar biasa terhadap konsistensi dan kuantitas konten. Pendekatan ini secara langsung mendukung prinsip produksi berkelanjutan dalam manajemen media, di mana tujuan utamanya adalah menjaga kontinuitas dan kualitas dalam jangka panjang. Konsistensi dalam pembuatan konten sangat penting untuk mempertahankan keterlibatan audiens dan membangun hubungan yang kuat dengan penonton. Dengan memproduksi video secara teratur dan dalam jumlah besar, tim dapat memastikan bahwa audiens selalu mendapatkan materi yang baru, relevan, dan bermanfaat.

Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan audiens tetapi juga mendukung strategi jangka panjang yang efektif dalam dunia media. Dengan demikian, tim ini menunjukkan dedikasi yang mendalam terhadap kualitas dan efektivitas konten, serta berkontribusi pada kesuksesan berkelanjutan dan pertumbuhan di industri media yang kompetitif. Produksi yang stabil ini memperkuat kehadiran mereka di pasar dan menegaskan komitmen terhadap inovasi dan keberlanjutan dalam penyampaian konten.

Dengan memproduksi berbagai jenis video yang mencakup video panjang berdurasi 3 hingga 10 menit serta video pendek dalam format shorts. Strategi ini mencerminkan pendekatan diversifikasi konten yang cermat untuk memenuhi beragam preferensi audiens. Dengan menghadirkan video panjang, tim mampu menyajikan konten yang lebih mendalam, informatif, dan terperinci, yang sangat berguna untuk audiens yang mencari informasi atau hiburan yang lebih substansial dan mendalam. Di sisi lain, video pendek atau shorts dirancang untuk menarik perhatian dalam waktu singkat, menawarkan konten yang cepat, ringkas, dan mudah dicerna bagi mereka yang lebih suka konsumsi media yang efisien dan cepat.

Diversifikasi ini tidak hanya memungkinkan tim untuk menjangkau berbagai segmen audiens dengan preferensi yang berbeda, tetapi juga meningkatkan fleksibilitas dalam strategi konten. Video panjang dan pendek memiliki kekuatan masing-masing dalam hal keterlibatan dan dampak, sehingga strategi ini memberikan kemampuan untuk beradaptasi dengan tren yang berkembang dan perubahan dalam perilaku konsumsi media. Dengan cara ini, tim dapat memaksimalkan jangkauan dan relevansi mereka di pasar, serta meningkatkan peluang untuk membangun audiens yang lebih luas dan beragam.

Pendekatan ini juga menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang dinamika platform media sosial dan kebutuhan audiens yang terus berkembang. Dengan menawarkan variasi dalam format konten, tim tidak hanya mempertahankan minat penonton tetapi juga memanfaatkan algoritma platform yang seringkali memprioritaskan keberagaman konten dan frekuensi posting. Ini memungkinkan mereka untuk tetap relevan dan bersaing di dunia digital yang terus berubah.

3. Eksekusi (*Eksecution*)

Eksekusi merupakan pengimplementasian dari semua yang telah menjadi perencanaan produksi. Eksekusi program dalam manajemen media, termasuk *platform* digital seperti *youtube* sangat bergantung pada koordinasi yang efektif antar berbagai bagian tim. Dalam kasus Tribun PSM Makassar, mereka telah mengembangkan struktur tim yang terdiri dari 6 orang dengan peran yang sangat spesifik. Struktur ini mencerminkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan produksi konten digital yang berkualitas dan konsisten. Tim 6 orang ini terdiri dari:

1. Satu *Videographer*: Bertanggung jawab untuk pengambilan gambar. Peran ini krusial dalam menghasilkan konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi. *Videographer* harus memiliki pemahaman yang baik tentang teknik pengambilan gambar untuk olahraga, khususnya sepak bola, serta mampu menangkap momen-momen penting dalam pertandingan atau kegiatan PSM Makassar.

2. Satu Reporter: Bertugas untuk pengumpulan informasi dan wawancara. Reporter menjadi ujung tombak dalam mengumpulkan berita terkini, melakukan wawancara dengan pemain, pelatih, atau pihak manajemen klub. Mereka harus memiliki pengetahuan mendalam tentang PSM Makassar dan sepak bola Indonesia secara umum.
3. Dua Narator: Bertanggung jawab untuk *voice over*. Peran ganda ini memungkinkan variasi suara dan gaya narasi, yang penting untuk menjaga ketertarikan penonton. Narator harus mampu menyesuaikan intonasi mereka dengan jenis konten, memberikan energi yang sesuai untuk berita olahraga, dan memiliki pemahaman yang baik tentang terminologi sepak bola.
4. Dua Editor: Para editor tidak hanya bertanggung jawab untuk menggabungkan footage, tetapi juga harus kreatif dalam presentasi konten. Ini bisa meliputi penggunaan grafis, efek visual, transisi yang menarik, dan pacing yang tepat untuk menjaga keterlibatan penonton. Kedua editor harus memahami algoritma youtube dan tren konten terkini. Mereka perlu mengoptimalkan video untuk performa yang baik di platform, termasuk membuat thumbnail yang menarik, mengatur titik-titik penting dalam video untuk retensi penonton, dan memastikan bahwa konten sesuai dengan pedoman *youtube*.

struktur tim ini juga memungkinkan fleksibilitas dalam merespon peristiwa tak terduga atau berita yang sedang tren. Misalnya, jika ada perkembangan mendadak terkait PSM Makassar, tim dapat dengan cepat memobilisasi sumber daya mereka untuk menghasilkan konten yang relevan dan tepat waktu. Dengan demikian, eksekusi program melalui koordinasi tim yang efektif ini menjadi kunci keberhasilan Tribun PSM Makassar dalam mengelola *channel youtube* mereka, memungkinkan mereka untuk secara konsisten menghasilkan konten yang menarik dan informatif bagi para penggemar PSM Makassar dan pecinta sepak bola Indonesia secara umum.

4. Pengawasan dan Evaluasi (*Monitoring and Evaluation*)

Proses pengawasan menentukan sejauh mana tujuan dan rencana direalisasikan oleh stasiun, departemen, dan karyawan. Proses pengawasan pada kasus ini dilakukan oleh manajer video dimana memastikan tujuan dan rencana yang sudah dibuat dapat terlaksana dengan baik. Manajer video Tribun PSM Makassar melaksanakan pengawasan harian yang ketat menggunakan *youtube Studio* sebagai alat utama.

Platform ini menyajikan data komprehensif yang sangat berharga untuk menganalisis performa *channel* dan setiap video yang diunggah. Dengan akses ke informasi real-time, manajer dapat dengan cepat memantau fluktuasi jumlah *views*, pertumbuhan *subscriber*, dan tingkat *engagement audiens*.

Analisis tren performa konten memungkinkan identifikasi pola dan preferensi penonton dari waktu ke waktu. Lebih lanjut, kemampuan untuk mengidentifikasi konten yang paling sukses dan yang kurang perform memberikan wawasan berharga untuk penyesuaian strategi konten. Pendekatan ini memastikan bahwa channel tetap responsif terhadap minat audiens dan terus berkembang dalam lanskap digital yang dinamis.

Pengawasan melalui *youtube Studio* tidak hanya berfokus pada performa konten, tetapi juga menjadi alat penting untuk menilai produktivitas tim Tribun PSM Makassar. Manajer video dapat menganalisis *output* konten harian, mengukur kualitas berdasarkan performa video, dan mengevaluasi konsistensi produksi tim. Data ini memungkinkan identifikasi tren produktivitas dan efisiensi kerja setiap anggota tim. Analisis terhadap performa video dapat mengungkapkan area-area di mana tim mungkin memerlukan dukungan atau pelatihan tambahan. Misalnya, jika video dengan topik tertentu secara konsisten kurang perform, ini bisa mengindikasikan kebutuhan pelatihan dalam penulisan naskah atau teknik editing untuk jenis konten tersebut. Pendekatan ini memungkinkan pengembangan tim yang terarah dan efektif, meningkatkan kualitas konten secara keseluruhan, dan memastikan tim tetap kompetitif dalam industri konten digital yang dinamis.

Proses pengawasan memiliki kaitan erat dengan evaluasi dalam konteks manajemen dan pelaksanaan program. Evaluasi merupakan tahap krusial yang dilaksanakan setelah suatu program selesai diimplementasikan. Tujuan utamanya adalah untuk melakukan analisis komprehensif terhadap berbagai aspek program, baik dari segi teknis maupun konten. Dalam tahap evaluasi, tim pengelola program akan mengkaji secara mendalam hasil-hasil yang telah dicapai, mengidentifikasi kekurangan-kekurangan yang ada, serta merumuskan rekomendasi untuk perbaikan di masa mendatang. Aspek teknis yang dievaluasi dapat mencakup efektivitas metode yang digunakan, kesesuaian timeline, alokasi sumber daya, serta efisiensi proses kerja. Sementara itu, evaluasi terhadap tema pembahasan meliputi relevansi konten, kedalaman materi, serta dampaknya terhadap target audiens.

Evaluasi berfungsi sebagai forum untuk mengidentifikasi dan mendiskusikan berbagai hambatan yang dihadapi selama proses pembuatan konten. Hal ini mencakup kendala teknis, keterbatasan sumber daya, tantangan dalam koordinasi tim, atau kesulitan dalam memperoleh data dan informasi yang diperlukan. Dengan mengungkap hambatan-hambatan ini, tim dapat merumuskan strategi untuk mengatasinya di program-program selanjutnya.

Hasil dari proses evaluasi ini kemudian akan menjadi masukan berharga untuk siklus perencanaan berikutnya. Temuan-temuan dan rekomendasi yang dihasilkan akan digunakan untuk menyempurnakan desain program, memperbaiki proses kerja, serta meningkatkan kualitas konten secara keseluruhan. Dengan demikian, evaluasi menjadi jembatan penting yang menghubungkan satu siklus program dengan siklus berikutnya, memastikan adanya perbaikan berkelanjutan dan peningkatan efektivitas program dari waktu ke waktu.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Tribun PSM Makassar menyajikan konten *youtube* yang beragam. Kategori konten meliputi profil pemain, pertandingan LIGA 1 2023, video pendek (*short*), berita transfer, serta liputan kompetisi internasional seperti *Champions Asia* dan *AFC Cup*. Mereka juga menawarkan siaran langsung melalui *Live Tribun Sport*. Dari beberapa kategori konten yang ada, 3 (tiga) diantaranya merupakan kategori konten dengan video terbanyak yaitu pertandingan LIGA 1 2023, video *short* dan profil pemain. Keragaman ini mencerminkan upaya Tribun Timur dalam memenuhi berbagai kebutuhan informasi penggemar, mulai dari informasi tentang pemain hingga analisis pertandingan dan perkembangan terkini klub.
2. Strategi pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar menerapkan strategi yang komprehensif untuk meningkatkan *subscriber*. Proses produksi terstruktur dengan alur kerja yang jelas, dari pengambilan gambar hingga *post-production*. Dengan melakukan promosi lintas *platform* memanfaatkan media sosial dan berita *online* Tribun Timur untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Analisis performa menggunakan *youtube Studio* membantu tim menyesuaikan strategi konten. Pengawasan dan evaluasi rutin memastikan kualitas dan perkembangan *channel* tetap terjaga. Keseluruhan strategi ini mencerminkan pendekatan yang terstruktur dan adaptif dalam pengelolaan konten digital, dengan fokus pada konsistensi, kualitas, dan analisis data untuk meningkatkan jumlah *subscriber*.

B. Saran

1. Bagi Tribun Timur dalam mengoptimalkan strategi manajemen media digitalnya meliputi diversifikasi konten untuk mencakup topik-topik yang

lebih luas, pengembangan tim khusus untuk pengelolaan media digital, dan pemanfaatan teknologi terkini untuk meningkatkan kualitas produksi.

2. Bagi Pembaca diharapkan hasil penelitian dapat menjadi sarana pendidikan dan sumber referensi yang relevan di masa depan untuk peneliti yang ingin melakukan penelitian di bidang jurnalistik islam.
3. Bagi Media yang mengelola *channel youtube* serupa diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan acuan untuk mengembangkan kemampuan dalam mengelola *channel youtube*.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an NU "Surah Al-Hujarat Ayat 6."
- Adiba, Azka. "*Manajemen Produksi Video Blog Pada Channel Youtube Alffy Rev*", (Skripsi: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2020).
- Ali Abar. "*Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi On Tv)*", (Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).
- Abraham A.Sukses menjadi Artis dengan YouTube, (Surabaya: Reform Media, 2011)
- Azizah Nur. "*Strategi Harian Tribun Timur Meningkatkan Jumlah Pengiklan Di Kota Makassar*", (Skripsi: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (Uin) Alauddin Makassar, 2016).
- Albarran, A. B. "*Management of Electronic and Digital Media*" (6th edition. Cengage Learning 2016).
- Ardiansyah, "*Sepakbola Indonesia*" (2018).
- Burhan Bungin. "*Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosia Lainnya*" (Jakarta: Prenada Media, 2011).
- Basrowi dan Suwandi. "*Memahami Penelitian Kualitatif*"(Jakarta, Rineka Cipta, 2015).
- Bruce L. Berg dan Howard Lune, "*Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu Sosial*", (2012).
- Creeber ,G. & Martin,R "*Digital Cultures: Understanding New Media*"(2009).
- Dewanpers.or.id,"*Data Perusahaan Pers*"(2024).
- Deskripsi, *Channel Youtube* "Tribun Timur Viral"
- Deuze, M. "*Web dan Jurnalismenya: Mempertimbangkan Konsekuensi Berbagai Jenis Media Berita Online. Media & Masyarakat Baru*" (2003).
- Fatty Faiqah. "*Youtube Sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar Vidgram*," Jurnal Ilmu Komunikasi KAREBA, 2 (Juli-Desember, 2006).

- Fred R. David, “*Manajemen Strateg*”, edisi 10, (Jakarta: Salemba empat, 2006).
- Farhan Ramadhan, “Strategi Pengelolaan Kanal *Youtube* Tagar Tv Dalam Meningkatkan *Viewers*”, (Skripsi: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta 2022).
- Husein Umar. “*Strategic management in Action*”(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001).
- Herna Yunizar, “Strategi Peningkatan Kualitas Konten dan Promosi *Channel YouTube* Ar-Raniry TV Dalam Memperbanyak *Subscriber* dan *Viewer* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh)”. (Skripsi: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh 2023).
- Logan, RK. “*Memahami Media Baru: Memperluas Marshall McLuhan*” (2010).
- McQuail, “*Teori Media Massa*”(2010).
- Mukhammad Ngizzudin, “*Dinamika Media Lokal*”,(2019).
- Manovich, L, “*The Language of New Media*” (2001).
- Mansur Amirullah, “*Video Manager Tribun Timur Makassar*”. Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli (2024).
- Multazam, *Editor Video Tribun Timur Makassar*, Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli (2024).
- Nofri Eriyanto, “Strategi Konten Kreator Kuliner dalam Meningkatkan Jumlah *Subscriber* dan *Viewer* (studi kasus pada *youtube channel enjoyaja*)”. (Skripsi: Jurusan Broadcasting Universitas Mercu Buana 2020).
- Nugroho, “*Definisi Pengelolaan*”(2003).
- Nur Fajriani, *Narator Tribun Timur Makassar*, Wawancara di Tribun Timur Makassar, 1 Juli 2024.
- Nurjannah “*kecenderungan agenda media terhadap pergantian media terhadap pergantian wali kota makassar akibat pandemi covid-19*”, (Tesis : Program Pascasarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Uviversitas Hasanuddin Makassar 2021).

PSM Makassar ” www.psmmakassar.co.id “, (2014-2019).

PSM Makassar, psmmakassar.co.id, *category* ”Pertandingan”.(2022)

Profil Tribun Timur, di www.Tribun-com (21 mei 2024)

Peter K.Pringle, Michael F. Starr, “*Electronic Media Management*” (*Fifth Edition*)

Pringle, P. K., Starr, M. F., & McCavitt, W. E. “*Electronic Media Management*” (*2nd edition.*).

Robert K. Logan, “*Understanding New Media*” (2010).

Sulsel.bps.go.id, Jumlah Penduduk Tahun (2004-2006).

Sugiyono, “*Statistik Untuk Penulisan*” (Bandung: CV Alfabeta, 2011).

Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”.(2015)

Sharan B. Merriam dan Elizabeth J. Tisdell “*Penelitian Kualitatif: Panduan Desain dan Implementasi*”,(2016),





LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar Izin Meneliti dari Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-1137/ln.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

14 Juni 2024

Yth. Kota Makassar
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Prov. Sulsel di Makassar
di

KOTA MAKASSAR

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : NUR ARIZKA
Tempat/Tgl. Lahir : PINRANG, 10 Pebruari 2003
NIM : 2020203870202002
Fakultas / Program Studi : Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Jurnalistik Islam
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : DESA MARONENG KEC. DUAMPANUA KAB. PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Kota Makassar dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI PENGELOLAAN CHANNEL YOUTUBE TRIBUN PSM MAKASSAR DALAM MENINGKATKAN SUBSCRIBER

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 14 Juni 2024 sampai dengan tanggal 14 Juli 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP 196412311992031045

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan PTSP Prov. SulSel Makassar


PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : ptsp@sulselprov.go.id
Makassar 90231

Nomor : **16110/S.01/PTSP/2024** Kepada Yth.
Lampiran : - Pimpinan Redaksi Tribun Timur
Perihal : **Izin penelitian** Makassar

di-
Tempat

Berdasarkan surat Dekan Fak. Ushuluddin, Adab dan Dakwah INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE Nomor : B.1137/IN.39/PP.00.9/06/2024 tanggal 14 Juni 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **NUR ARIZKA**
Nomor Pokok : **2020203870202002**
Program Studi : **Jurnalistik Islam**
Pekerjaan/Lembaga : **Mahasiswa (S1)**
Alamat : **Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang Kota Parepare**
PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

" STRATEGI PENGELOLAAN CHANNEL YOUTUBE TRIBUN PSM MAKASSAR DALAM MENINGKATKAN SUBSCRIBER "

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **14 Juni s/d 14 Juli 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada Tanggal 14 Juni 2024

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**

 **ASRUL SANI, S.H., M.Si.**
Pangkat : **PEMBINA TINGKAT I**
Nip : **19750321 200312 1 008**

Tembusan Yth
1. Dekan Fak. Ushuluddin, Adab dan Dakwah INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE;
2. *Pertinggal.*

Lampiran 3. Surat Keterangan Selesai Meneliti di Tribun Timur Makassar



Office :
Jl. Cenderawasih No.430 Makassar 90134
Phone : 0411-8115555, 8115500
Fax : 0411-8115511, 8115522

SURAT KETERANGAN

No. 02/HRTT-SKP/VII/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sonny Maryanto
Jabatan : Operation Manager PT Bosowa Media Grafika (Tribun Timur)

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nur Arizka
NIM : 2020203870202002
Prog. Studi : Jurnalistik Islam IAIN Parepare

Telah melaksanakan kegiatan penelitian pada PT Bosowa Media Grafika (Tribun Timur) dalam rangka penyusunan Tugas Akhir dengan judul "**STRATEGI PENGELOLAAN CHANNEL YOUTUBE TRIBUN PSM MAKASSAR DALAM MENINGKATKAN SUBSCRIBER**" sejak tanggal 14 Juni 2024 sampai dengan tanggal 14 Juli 2024 pada Divisi Editorial Tribun Timur.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 16 Juli 2024

Sonny Maryanto
Operation Manager

Lampiran 4. Profil Tribun Timur Makassar

GAMBARAN UMUM TRIBUN TIMUR MAKASSAR

1. Sejarah Tribun Timur

Tribun Timur adalah surat kabar lokal yang berpusat di Makassar, ibu kota provinsi Sulawesi Selatan. Kantornya berlokasi di Jalan Cendrawasih No. 430 Makassar 90134 Indonesia. Surat Kabar Tribun Timur dioperasikan oleh sebuah perusahaan bernama PT. Cabang surat kabar lokal Kompas Gramedia, Indopersada Primamedia, bekerja sama dengan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Bosowa Group yang berbasis di Makassar. Sebelum menerbitkan Harian Tribun Timur, PT. Indopersada Primamedia (Persada Network) sudah terlebih dahulu menerbitkan Manager online Redaktur Berita Lokal Sul-Sel Redaktur Berita Sport Redaktur Berita Nasional - Internasional Redaktur Berita Lokal Sul-Sel Staf Sumber: Staf Fajar Online.Com, Juni 2016 35 beberapa koran daerah atau lokal di daerah lain di Indonesia, seperti: Timika Pos di Timika, Pos Kupang di Kupang, Sriwijaya Pos di Palembang, Banjarmasin Pos di Banjarmasin, Serambi Indonesia di Aceh, Bangka Pos di Bangka dan lain sebagainya Makassar Tribuntimur.com, 2015.⁴⁴

Surat kabar ini merupakan generasi baru surat kabar daerah Kompas setelah generasi pertama Tribun lahir di Kalimantan Timur (Tribun Kaltim) dan kemudian Tribun Timur, sukses Tribun Kaltim dan Tribun Timur membuat bendera Tribun semakin berkibar, terlebih setelah surat kabar Tribun yang lainnya juga menuai sukses yang luar biasa: Tribun Batam, Tribun Pekanbaru, Tribun Pontianak, dan Tribun Jabar (dulu Metro Bandung). Persda terus mengembangkan Tribun ke seluruh nusantara. Menyusul dalam waktu dekat, Tribun Manado, Sulawesi Utara. Sejak pertama kali terbit, Tribun Timur mendapat sambutan yang luar biasa dari

⁴⁴ Nurjannah “*kecenderungan agenda media terhadap pergantian media terhadap pergantian wali kota makassar akibat pandemi covid-19*”, (Tesis : Program Pascasarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin Makassar, 2021), hal. 34-35.

pasar, Tribun Timur sekarang menjadi surat kabar utama dan terkemuka di Makassar.

Pada usia ketiga, tahun 2007, Persda menobatkan Tribun Timur sebagai surat kabar terbaik dari sisi financial perspective, business process, learn and growth, dan customer perspective. Dari sisi sirkulasi (oplah) dan readership, Tribun Timur juga tumbuh pesat, menempatkan surat kabar ini tidak hanya sebagai surat kabar terkemuka di Makassar tapi juga masuk dalam jajaran surat kabar dengan readership terbanyak secara nasional. Tribun Timur hadir di Makassar untuk memenuhi kebutuhan masyarakat profesional kota dan keluarga metropolitan.

Tribun Timur yang memiliki basis kuat di pasar langganan, setiap pagi mengunggungi pembaca di rumah mereka sebelum berangkat ke tempat kerja atau sekolah. Untuk memudahkan keluarga metropolitan menikmati Tribun Timur, surat kabar ini dibagi dalam enam sesi (36 halaman): *Front page*, Tribun Pemilu, Tribun Makassar, Tribun *women*, superball, dan Tribun Iklan. Sejak awal kelahirannya, Tribun Timur hadir dengan edisi *Online* melalui *tribun-timur.com*. Inovasi terus dilakukan, sehingga pada September 2007, *tribun-timur.com* tidak hanya menerbitkan edisi print (*print go online*) melainkan juga edisi real time (real time news). Inovasi ini menempatkan *tribun-timur.com* sebagai portal berita real time pertama di luar Jawa.⁴⁵

2. Visi Misi Tribun Timur

Visi Misi dan Ikon Harian Tribun Timur Visi Misi Harian Tribun Timur yaitu menjadikan kelompok usaha penerbitan kabar daerah terbesar di Indonesia melalui informasi yang terpercaya, untuk memberikan spirit baru dan mendorong terciptanya demokratisasi daerah dengan menjalankan bisnis yang beretika, efisiensi dan menguntungkan. Selain memiliki visi dan misi Harian Tribun Timur juga memiliki ikon tersendiri sebagaimana institusi lainnya. Ikon Harian Tribun Timur adalah Spirit Baru Makassar. Untuk mewujudkan visi misi tersebut Tribun

⁴⁵ Profil Tribun Timur, di www.Tribun-com (21 mei 2024)

Timur Mendorong terciptanya kota Makassar tumbuh menjadi kota modern dan melayani masyarakat kaum profesional. Maka dari itu, Harian Tribun Timur memberikan ruang yang cukup besar kepada masyarakat untuk terlibat langsung dalam pemberitaan dengan menyediakan rubrik publik service atau layanan masyarakat.⁴⁶

3. Struktural Tribun Timur

Struktur Keredaksian/Organisasi

- 1). Penerbit: PT Bosowa Media Grafika
- 2). Pemimpin Umum: Andi Suruji
- 3). Pemimpin Redaksi / Penanggung Jawab: Nur Thamzil Thahir
- 4). Wakil Pemimpin Redaksi: AS Kambie
- 5). Manajer Video: Mansur Amirullah
- 6). Pj Manajer Online/Medsos: Edi Sumardi
- 7). Editor: Ina Maharani Sri Istianingtyas, Muh Irham, Imam Wahyudi, Hasriyani Latief, Edi Sumardi, Wa Ode Nurmin, Rasni Gani, Ilham Arsyam, Sakinah Sudin, Sudirman, Abdul Azis Alimuddin, Muh Hasim Arfah, Saldy Irawan, Sukmawati Ibrahim, Alfian, Fahrizal Syam, Ari Maryadi.
- 8). Reporter: Nur Fajriani R.
- 9). Kontributor: Darullah, Faqih Imtiyaaz, Ivan Ismar, Kasdar Kasau, Kaswadi Anwar, M Yaumil Bohari, Muh Sauki Maulana, Nining Angreani, Nurul Hidayah, Rudi Salam, Samsul Bahri, Sayyid Zulfadli, Sitti Aminah, Wahyudin Tamrin, Erlan Saputra, Muh Agung Putra Pratama, M Jabal Qubais, Renaldi Cahyadi.
- 10). Fotografer: Alim Bahri, Muhammad Abdiwan, Sanovra JR
- 11). Sekretaris Redaksi: Budiman M
- 12). GM Business : Yunitra

⁴⁶ Profil Tribun Timur, di www.Tribun-com (21 mei 2024)

- 13). Manajer Iklan: Dedy Pakiding
- 14). Manajer HR and GA: Sonny Maryanto
- 15).GM Content Print: Domuara Ambarita
- 16). GM Content Digital: Yulis Sulistyawan

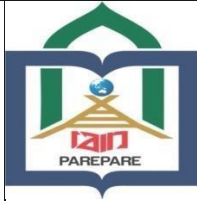
Alamat Redaksi: Jl. Cenderawasih No. 430 Makassar 90134

Telepon: 0411-811-5555

Fax Redaksi: 0411-811-5522



Lampiran 4. Pedoman Wawancara

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	VALIDASI INSTRUMENT PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : NUR ARIZKA
NIM : 2020203870202002
FAKULTAS : USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
PRODI : JURNALISTIK ISLAM
JUDUL : Strategi Pengelolaan *Channel Youtube* Tribun PSM Makassar dalam Meningkatkan *Subscriber*.

PEDOMAN WAWANCARA

Pertanyaan wawancara penelitian

1. Pihak Tribun Timur Makassar

A. Manajer Video

1. Apa yang melatarbelakangi Tribun Timur dalam menciptakan *channel youtube* Tribun PSM Makassar?
2. Bagaimana Strategi konten yang digunakan Tribun Timur untuk *channel* Tribun PSM Makassar?
3. Bagaimana strategi yang dilakukan untuk melakukan promosi terkait channel Tribun PSM Makassar?
4. Apa indikator keberhasilan yang menjadi tolak ukur untuk mengukur seberapa progresif *channel*?
5. Siapa saja yang terlibat dalam pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar?

6. Bagaimana bentuk pengawasan dan evaluasi yang dilakukan untuk mengontrol channel dan juga kinerja tim?

B. Editor Video

1. Bagaimana proses kerja dari editor untuk mengelola *channel youtube* Tribun PSM Makassar?
2. Konten apa saja yang sering anda buat untuk *channel* Tribun PSM Makassar?
3. Bagaimana bentuk koordinasi yang dilakukan tim?

C. Narator Video

1. Bagaimana proses kerja dari narator untuk mengelola channel youtube Tribun PSM Makassar?
2. Apa kunci utama yang harus dimiliki seorang narator dalam mengisi *voice over* untuk konten *channel* Tribun PSM Makassar?
3. Bagaimana pendapat anda mengenai kinerja tim untuk mengelola *channel youtube* Tribun PSM Makassar?

Lampiran 5.1 Transkrip Hasil Wawancara Narasumber 1

TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Mansur Amirullah
Hari/Tanggal : Senin, 01 Juli 2024
Waktu : 15.30 – 16.00

Wawancara Manajer Video Tribun Timur Makassar

- Penulis : Apa yang melatarbelakangi Tribun Timur dalam menciptakan *channel youtube* Tribun PSM Makassar?
- Narasumber : Iya, berawal PSM Makassar juara Liga 1 Kemudian juga pembaca berita soal PSM Makassar di Tribun Timur itu sangat tinggi Pembacaannya setiap berita soal PSM. Akhirnya dari pemikiran itu kita tambah lagi satu *channel youtube* khusus untuk video-video PSM Makassar Akhirnya dibuatlah Tribun PSM Makassar.
- Penulis : Bagaimana Strategi konten yang digunakan Tribun Timur untuk *channel* Tribun PSM Makassar?
- Narasumber : Kita setiap hari ada reporter *dedicated* meliput PSM Makassar Jadi setiap hari dia wajib ada minimal 5 liputan berita soal PSM Makassar. Dari 5 itu sudah ada juga *live facebook* dengan video, video dia namanya video *on demand* Dari situ kontennya kita ambil, kemudian diolah lagi untuk mengisi kanal Tribun PSM Makassar di *youtube*.
- Penulis : Bagaimana strategi yang dilakukan untuk melakukan promosi terkait *channel* Tribun PSM Makassar?
- Narasumber : Kita pakai semua promosinya lewat semua akun media sosial kita, lewat *instagram*, lewat *facebook* Berita-berita juga kita contohkan selalu bahwa Tribun Timur sudah punya kanal *youtube* PSM Makassar.
- Penulis : Apa indikator keberhasilan yang menjadi tolak ukur untuk mengukur seberapa progresif *channel*?

- Narasumber : Kan sederhana sekali kalo *youtube* ada namanya *youtube studio* di *youtube studio* kita bisa lihat berapa *views* atau penontonnya setiap hari di video-video kita dan seberapa progresif peningkatan *subscribarnya*. contohnya, ini *youtube studionya* Tribun PSM Makassar dulu sebelum berubah nama menjadi Tribun Viral Belum tinggi sekali *viewsnya* penontonnya, karena kanal baru kan. Tapi ya paling tidak kanal baru, gak sampai 1 bulan dia dibuat sudah bisa monetize. Sebuah kanal monetize itu dia butuh 1000 *subscriber* dan 4000 jam tayang. Kemarin kanal Tribun PSM Makassar itu gak sampai 2 minggu sudah memenuhi syarat semua untuk monetize saking eforianya, meskipun faktanya penontonnya tidak tinggi-tinggi amat sekitar 5.000-10.000 per hari.
- Penulis : Siapa saja yang terlibat dalam pengelolaan *channel youtube* Tribun PSM Makassar?
- Narasumber : Untuk *channel youtube* Tribun PSM Makassar itu memiliki tim yang terdiri dari 1 orang videographer, 1 reporter, 2 narator, 2 editor yang memiliki job masing.
- Penulis : Bagaimana bentuk pengawasan dan evaluasi yang dilakukan untuk mengontrol *channel* dan juga kinerja tim?
- Narasumber : Pengawasannya untuk mengontrol *channel* bisa dilihat langsung dari channelnya sementara kalau untuk tim yang bertugas itu bisa diawasi secara langsung dan dikontrol pada saat mereka bekerja sesuai jam kerjanya, kemudian evaluasi kami lakukan setiap kali ada kendala pada akun ataupun pada tim pasti kita evaluasi lagi.

Lampiran 5.2 Transkrip Hasil Wawancara Narasumber 2

TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Multazam Firdaus

Hari/Tanggal : Senin, 01 Juli 2024

Waktu : 17:00 – 17.30

Wawancara Editor Video Tribun Timur Makassar

Penulis : Bagaimana proses kerja dari editor untuk mengelola channel youtube Tribun PSM Makassar?

Narasumber : Kalau saya dibagian editor itu diwajibkan untuk mengedit 4 video perharinya diantaranya 2 video panjang berdurasi 3-10 menit dan 2 video *short*, jadi dalam satu hari ada 8 video yang ter upload karena ada dua orang editor khusus untuk konten *channel* PSM Makassar.

Penulis : Konten apa saja yang sering anda buat untuk channel Tribun PSM Makassar?

Narasumber : Jenis kontennya itu bervariasi, kami mengedit sesuai hasil liputan yang dikirim oleh videographer, reporter, dan juga *voice over* dari narator kemudian kami gabungkan semua menjadi video panjang maupun *short*.

Penulis : Bagaimana bentuk koordinasi yang dilakukan tim?

Narasumber : Kita koordinasi dibawah arahan dari manajer tentunya, kita juga punya grup *whatsApp* untuk saling komunikasi dan mengirim update video yang akan diupload ke *channel* Tribun PSM Makassar

Lampiran 5.2 Transkrip Hasil Wawancara Narasumber 3

TRANSKRIP WAWANCARA

Nama Narasumber : Nur Fajriani
Hari/Tanggal : Senin, 01 Juli 2024
Waktu : 18:00 – 18.30

Wawancara Editor Video Tribun Timur Makassar

- Penulis : Bagaimana proses kerja dari narator untuk mengelola channel youtube Tribun PSM Makassar?
- Narasumber : Pada bagian narator itu saya tergantung dari video yang dihasilkan *videographer*, kemudian narasinya sesuai dengan yang diberikan reporter. Jadi saya tinggal *voice over* kemudian hasilnya saya kirimkan ke editor untuk dikonversi dan diedit menjadi konten.
- Penulis : Apa kunci utama yang harus dimiliki seorang narator dalam mengisi *voice over* untuk konten *channel* Tribun PSM Makassar?
- Narasumber : Kuncinya pada saat *voice over* intonasinya harus dibedakan dengan video berita lain, kalau PSM Makassar kan berita olahraga jadi intonasinya harus juga lebih *sporty* supaya lebih bersemangat dan sesuai dengan berita yang sedang dibawakan. Selain itu sebagai narator juga harus memiliki pemahaman seputar pertandingan atau laga yang sedang berlangsung dan harus tau juga nama pemainnya PSM Makassar supaya pada saat *voice over* tidak kaku dan monoton.
- Penulis : Bagaimana pendapat anda mengenai kinerja tim untuk mengelola *channel youtube* Tribun PSM Makassar?
- Narasumber : Sejauh ini tim berusaha untuk selalu maksimal, masing-masing dari kita focus pada tugas dan tanggung jawab yang sudah diberikan sehingga dampaknya bisa kita lihat pada progresif *channel* yang signifikan.

Lampiran 6.1 Surat Keterangan Wawancara (Mansur Amirullah)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mansur Amirullah
Alamat : Jl. Yosda No 7A MFS
Fungsi/Jabatan : Manajer Video

Menerangkan dengan jelas bahwa:

Nama : Nur Arizka
NIM : 2020203870202002
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Parepare
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Prodi : Jurnalistik Islam
Alamat : Desa Maroneng, Kecamatan Duampanua, Kabupaten Pinrang

Telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Strategi Pengelolaan Tribun PSM Makassar Dalam Meningkatkan Subscriber”**

Surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 01 Juli 2024
Narasumber,


Mansur Amirullah

Lampiran 6.2 Surat Keterangan Wawancara (Multazam Firdaus)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Multazam Firdaus*

Alamat : *—*

Fungsi/Jabatan : *Editor video*

Menerangkan dengan jelas bahwa:

Nama : *Nur Arizka*

NIM : *2020203870202002*

Perguruan Tinggi : *Institut Agama Islam Negeri Parepare*

Fakultas : *Ushuluddin Adab dan Dakwah*

Prodi : *Jurnalistik Islam*

Alamat : *Desa Maroneng, Kecamatan Duampanua, Kabupaten Pinrang*

Telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Strategi Pengelolaan Tribun PSM Makassar Dalam Meningkatkan Subscriber”**

Surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 01 Juli 2024
Narasumber,



Multazam Firdaus

Lampiran 6.3 Surat Keterangan Wawancara (Nur Fajriani)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur fajriani
Alamat : Jl. Cenrawasih
Fungsi/Jabatan : Narator (vo)

Menerangkan dengan jelas bahwa:

Nama : Nur Arizka
NIM : 2020203870202002
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Parepare
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Prodi : Jurnalistik Islam
Alamat : Desa Maroneng, Kecamatan Duampanua, Kabupaten Pinrang

Telah melakukan wawancara dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Strategi Pengelolaan Tribun PSM Makassar Dalam Meningkatkan Subscriber”**

Surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 01 Juli 2024
Narasumber,


Nur Fajriani

Lampiran 7. Dokumentasi



Wawancara dengan Pak Mansur Amirullah (Manajer Video)



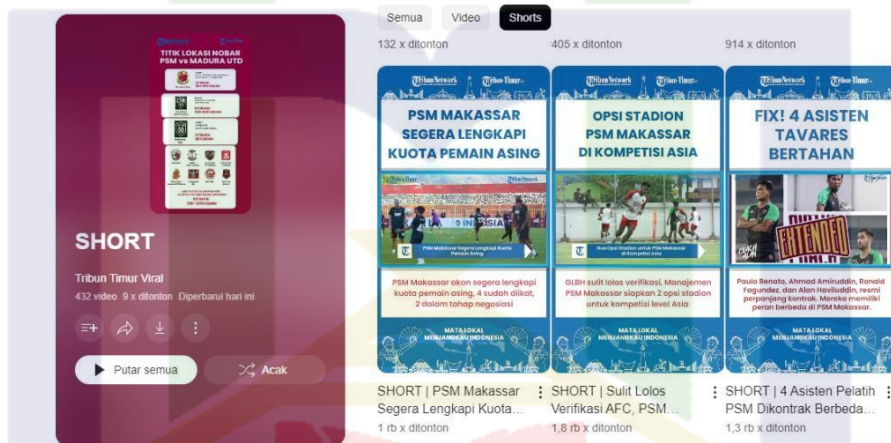
Wawancara dengan Kak Multazam Firdaus (Editor Video)



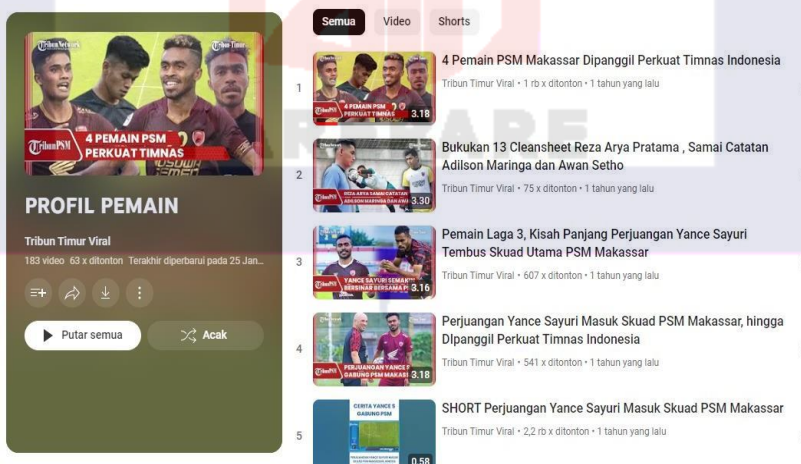
Wawancara dengan Kak Nur Fajriani (Narator Video)



Dokumentasi Konten LIGA 1 2023 PSM Makassar di *channel* Tribun Timur Viral



Dokumentasi Konten *SHORT* PSM Makassar di *channel* Tribun Timur Viral



Dokumentasi Konten Profil Pemain PSM Makassar di *channel* Tribun Timur Viral

BIODATA PENULIS



Nur Arizka, lahir pada tanggal 10 Februari 2003 di Desa Maroneng Kecamatan Duampanua, Kabupaten Pinrang, Sulawesi Selatan, Indonesia. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Naharuddin dan Ibu Salmia. Memiliki 4 (empat) saudara dan 1 (satu) kucing peliharaan bernama Ichii. Adapun riwayat pendidikan penulis pertama kali dimulai pada tingkat Sekolah Dasar di SD Negeri 140 Duampanua (lulus pada tahun 2014), kemudian lanjut di SMP Negeri 2 Duampanua (lulus pada tahun 2017), dan penulis melanjutkan pendidikan di MAN 2 Parepare dengan mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA), (lulus pada tahun 2020). Beranjak dari dunia siswa dan memasuki fase mahasiswa, penulis mendapatkan kesempatan untuk melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi Islam yakni Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare (sejak tahun 2020) dengan mengambil fokus Program Studi Jurnalistik Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD). Selama perkuliahan, penulis tidak hanya ikut mata kuliah namun juga turut aktif dalam ORMAWA yang ada di kampus yaitu Mahasiswa Islam Pecinta Alam (MISPALA) COSMOSENTRIS yang bergerak dibidang kepecinta alaman dan dipercaya menjadi bendahara umum priode kepengurusan tahun 2023. Selain itu penulis juga pernah terlibat dalam Himpunan Mahasiswa Program Studi (HM-PS) Prodi Jurnalistik Islam dengan kepercayaan jabatan sebagai bendahara umum priode kepengurusan 2022. Selain itu, penulis juga turut aktif di Ikatan Pelajar Mahasiswa Letta (IPMAL) salah satu organisasi kedaerahan dengan kepercayaan jabatan sebagai koordinator bidang Publikasi dan dokumentasi priode kepengurusan tahun 2023 . Berkat kerja keras dan dorongan dari berbagai pihak, pada tahun 2024 penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi dan menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) dengan skripsi yang berjudul **“Strategi Pengelolaan Channel Youtube Tribun PSM Makassar Dalam Meningkatkan Subscriber”**.