

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Penelitian Terdahulu**

Penelitian berjudul *Digital Capitalism Behind the “Broadcast Yourself” Tagline: Study of Digital Discourse on the Popularity in Indonesia’s YouTube Content Industry* menegaskan bahwa proses penyuntingan video merupakan tahap krusial dalam meningkatkan mutu visual serta memperkuat daya tarik suatu konten audiovisual. Tahap pascaproduksi melalui kegiatan editing tidak hanya berperan dalam merapikan dan menyelaraskan potongan gambar, tetapi juga dalam membangun kesinambungan alur visual, melakukan penyeimbangan audio, serta memperjelas pesan yang hendak disampaikan agar lebih komunikatif dan mudah dipahami oleh audiens (Febriyanti & Ida, 2023). Kualitas editing yang tepat terbukti mampu memberikan nilai estetika yang lebih tinggi sekaligus meningkatkan keterlibatan penonton terhadap sebuah tayangan digital. Temuan ini menjadi pijakan konseptual yang relevan dalam produksi video *Behind The Scene (BTS)* pada event olahraga, mengingat konten *BTS* menuntut pengolahan visual yang runtut, informatif, dan menarik sehingga mampu menyampaikan dinamika penyelenggaraan pertandingan secara optimal.

Penelitian yang berjudul *“Adventure, Culture, And Nature Strategi Promosi Sport Tourism Jogja Melalui Produksi Konten Video”* dilakukan oleh (Setyawan, 2025) mengungkapkan bahwa produksi konten video yang dirancang melalui pendekatan strategis memiliki kemampuan signifikan dalam meningkatkan efektivitas promosi, terutama melalui pemanfaatan narasi visual yang responsif terhadap dinamika konsumsi media digital. Kajian tersebut menerapkan metode *production-based research* dalam proses pengembangan konten audiovisual, yang menekankan urgensi perencanaan praproduksi, pelaksanaan produksi, serta pengelolaan pascaproduksi secara sistematis untuk menghasilkan materi

yang tidak hanya menarik secara estetis tetapi juga komunikatif. Temuan penelitian tersebut menegaskan bahwa kualitas penyajian visual, pemilihan struktur narasi yang tepat, serta konsistensi konsep kreatif merupakan elemen kunci yang menentukan keberhasilan dalam membangun keterlibatan audiens pada platform digital.

Latar belakang masalah dalam penelitian berjudul *A Review of YouTube for Tourism Promotion in Indonesia*, dari besarnya potensi kawasan Pantai Selatan Yogyakarta sebagai destinasi sport tourism yang menawarkan beragam aktivitas berbasis petualangan. Meskipun memiliki daya tarik yang tinggi, upaya promosi yang dilakukan sebelumnya masih bersifat sekadar dokumentatif dan belum sepenuhnya memanfaatkan kekuatan narasi visual yang selaras dengan perkembangan tren konsumsi media digital pada tingkat global. Situasi ini memperlihatkan adanya ketidaksesuaian antara potensi destinasi dengan strategi komunikasi yang diterapkan. Oleh karena itu, dibutuhkan pengembangan konten video yang disusun secara strategis, kreatif, dan adaptif agar promosi sport tourism mampu menarik perhatian audiens secara lebih efektif serta memperkuat posisi destinasi tersebut dalam persaingan promosi pariwisata di ranah nasional maupun internasional (Agustina et al., 2021).

Menurut analisis (Restu Fajar Maulana, 2025) dalam penelitian berjudul *Proses Produksi Video Iklan Digital Melalui Media Sosial Di Universitas Indonesia Maju (Studi Kasus pada Instagram @uimaofficial)* tersebut mengindikasikan bahwa produksi konten video yang disusun melalui pendekatan strategis mampu meningkatkan efektivitas komunikasi promosi, terutama melalui pemanfaatan storytelling visual yang kuat, pemilihan shot yang memiliki nilai sinematik, serta penerapan teknik penyuntingan yang relevan dengan preferensi audiens digital. Pendekatan production-based research terbukti memberikan kerangka kerja yang sistematis bagi tim produksi dalam merancang setiap tahap, mulai dari praproduksi, proses pengambilan gambar, hingga penyuntingan akhir, sehingga pesan yang disampaikan dapat tersusun lebih runtut, koheren,

dan menarik secara visual. Selain itu, pemilihan platform distribusi digital seperti YouTube dinilai efektif dalam memperluas jangkauan publikasi konten sekaligus meningkatkan keterlibatan audiens melalui metrik interaktif yang tersedia. Temuan tersebut mempertegas bahwa kualitas produksi audiovisual memiliki hubungan langsung dan signifikan terhadap keberhasilan publikasi serta daya jangkau media digital secara keseluruhan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Soufiyarno et al., 2018) dalam jurnal berjudul “Cara Pembuatan Film Dokumenter Bola-Bola Mimpi di Ramzan Studio” menjelaskan bahwa film dokumenter merupakan bentuk media audiovisual yang memiliki fungsi utama sebagai sarana penyampaian pesan secara faktual, informatif, dan berbasis realitas kepada audiens. Studi tersebut menegaskan bahwa proses produksi film dokumenter harus melalui tiga tahapan pokok, yakni praproduksi, produksi, dan pascaproduksi, yang masing-masing memiliki peran strategis dalam menentukan kualitas akhir karya. Pada tahap praproduksi, peneliti menyoroti pentingnya formulasi ide cerita, penyusunan treatment, pelaksanaan riset pendukung, serta pembuatan shooting list sebagai pijakan dasar yang menentukan kelancaran proses produksi. Tahap produksi kemudian berfokus pada pengambilan gambar dan perekaman audio yang perlu mengikuti rancangan yang telah disusun secara terencana. Sementara itu, tahap pascaproduksi mencakup rangkaian pekerjaan seperti proses penyuntingan, penyesuaian warna (colour grading), penambahan subtitle, hingga proses rendering sebagai langkah final untuk menghasilkan film dokumenter yang utuh, koheren, dan komunikatif bagi audiens. Temuan penelitian tersebut relevan dengan tugas akhir penulis karena sama-sama menekankan pentingnya manajemen alur produksi audiovisual yang sistematis. Perbedaannya, penelitian ini berfokus pada produksi video Behind The Scene Final Liga 4 Jawa Tengah yang dipublikasikan melalui platform YouTube sebagai media distribusi digital resmi.

Dengan merujuk pada kajian terdahulu yang berjudul *Enhancing Male Students ' Soccer Skills , Motivation , and Learning Engagement through Short Video Techniques : A Study in a Jiangxi Province University*, menunjukkan bagaimana hasil dan temuan relevan dengan topik dan tujuan tugas akhir ini, yang dapat memperkuat dasar ilmiah dan argumentasi dalam project tentang produksi video behind the scene di industri olahraga untuk mengedukasi para penggemar sepak bola daerah, Masyarakat umum, media officer suatu klub sepak bola, dan stakeholder (Zhipeng & Rahman, 2024).

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Produksi Video Audiovisual**

Produksi video audiovisual merupakan suatu proses kreatif yang menggabungkan elemen gambar bergerak dan audio untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. Dalam kajian (Setiawan et al., 2022) komunikasi, media audiovisual memiliki daya persuasif yang kuat karena mampu menghadirkan informasi secara simultan melalui stimulus visual dan auditori, sehingga pesan dapat terserap dengan lebih jelas dan meyakinkan. Oleh sebab itu, kualitas sebuah video sangat bergantung pada perencanaan yang sistematis, penguasaan teknik produksi yang memadai, serta pengolahan pascaproduksi yang dilakukan secara cermat dan terarah.

Dalam konteks organisasi terutama organisasi olahraga produksi video tidak hanya berfungsi sebagai bentuk dokumentasi kegiatan, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam mendukung publikasi, membangun citra merek, dan menjalankan fungsi kehumasan. Melalui konten audiovisual yang terkonsep dengan baik, organisasi dapat menampilkan profesionalitas, menciptakan identitas visual yang kuat, serta meningkatkan keterlibatan publik dalam berbagai aktivitas yang diselenggarakan. Dengan demikian, produksi video yang berkualitas berperan penting dalam memperkuat reputasi organisasi dan memperluas jangkauan komunikasi kepada audiens yang lebih luas.

### **2.2.2 Konsep Behind The Scene (BTS)**

Behind The Scene (BTS) merupakan bentuk konten audiovisual yang menampilkan rangkaian proses di balik pelaksanaan suatu kegiatan atau produksi. Format ini memberikan sudut pandang eksklusif kepada audiens mengenai dinamika kerja, tahapan persiapan, serta suasana yang tidak tercakup dalam tayangan utama. Dalam praktik komunikasi digital, konten Behind The Scene (BTS) memiliki nilai strategis karena mampu meningkatkan transparansi organisasi, membangun kedekatan psikologis dengan audiens, memperkuat narasi

institusional, serta mendorong interaksi pada platform media sosial. Pada ranah olahraga, konten BTS pertandingan terbukti efektif dalam menampilkan profesionalitas penyelenggara sekaligus memperkaya pengalaman audiens terhadap sebuah event.

Dengan demikian, produksi video BTS Final Liga 4 Jawa Tengah menjadi relevan sebagai bagian dari strategi komunikasi dan penguatan media digital organisasi, terutama dalam upaya membangun citra yang lebih kredibel, humanis, dan menarik bagi publik.

### **2.2.3 Youtube Sebagai Media Distribusi Konten Video Behind The Scene**

YouTube merupakan salah satu platform distribusi video terbesar yang banyak dimanfaatkan oleh berbagai organisasi untuk menyebarkan konten audiovisual secara luas. Platform ini menyediakan mekanisme penyebaran informasi yang tidak hanya memiliki jangkauan masif, tetapi juga memungkinkan proses pemantauan dan pengelolaan distribusi secara terukur dan berkelanjutan.

Dalam konteks organisasi olahraga, YouTube memegang peran strategis sebagai media publikasi pertandingan, sarana dokumentasi aktivitas, kanal penyampaian storytelling organisasi, serta instrumen untuk meningkatkan keterlibatan supporter. Pemanfaatan kanal YouTube resmi oleh PSSI Jawa Tengah menjadi bagian dari upaya transformasi digital organisasi, khususnya dalam memperkuat fungsi media, publikasi, dan kehumasan melalui pemanfaatan platform audiovisual yang relevan dengan pola konsumsi informasi masyarakat modern.

### **2.2.4 Peran Media Digital Dalam Organisasi Olahraga**

Dalam penyelenggaraan kompetisi seperti Liga 4 Jawa Tengah, produksi konten video Behind The Scene (BTS) menjadi strategi yang tepat untuk memperkuat dokumentasi penyelenggaraan event, meningkatkan visibilitas kompetisi, membangun citra profesional

organisasi, serta mempererat kedekatan dengan komunitas sepak bola daerah.

Dengan demikian, produksi video *Behind The Scenes* Final Liga 4 Jawa Tengah 2025/2026 melalui kanal YouTube resmi PSSI Jawa Tengah merupakan bentuk nyata dari penerapan media digital sebagai instrumen komunikasi dan kehumasan yang mendukung transformasi organisasi dalam era digital.