Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)
Vol. 6, No. 5, November 2026, Hal. 3807-3818
https://jurnal-id.com/index.php/jupin

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

Inovasi Penyiaran Olahraga Digital pada *Live Streaming* Pertandingan Pramusim Sepak Bola Kanal Youtube Hanif Thamrin

Muhammad Rijal Setiawan*[1], Ainaya Mutia[2], Rommy Mochamad Ramdhani[3]

[1,2,3]Program Studi Manajemen Inovasi, Fakultas Pascasarjana, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: [1]26072235010@mhs.unesa.ac.id, [2]26072235001@mhs.unesa.ac.id ,
[3]rommyramdhani@unesa.ac.id

Abstrak

Perkembangan dunia digital mendorong inovasi dalam tayangan sepak bola. Hadirnya tayangan sepak bola melalui kanal YouTube memunculkan berbagai inovasi penyiaran. Penelitian ini bertujuan menganalisis inovasi penyiaran pertandingan sepak bola pada kanal YouTube Hanif Thamrin melalui siaran langsung pertandingan pramusim. Pendekatan kualitatif dengan metode netnografi digunakan untuk melakukan pengamatan pada arsip siaran langsung (*live streaming*) pertandingan pramusim pada kanal YouTube Hanif Thamrin. Observasi dan pengumpulan data dilakukan pada 25 Juli – 22 Oktober 2026. Total arsip *live streaming* pada pertandingan pramusim kanal Hanif Thamrin dalam penelitian ini berjumlah 5 video. Analisis data menggunakan triangulasi, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengkodean data dilakukan dengan mengkategorikan transkrip siaran, interaksi kolom komentar, serta komunikasi sponsor ke dalam siaran. Berdasarkan analisis yang dilakukan pada kelima tayangan pertandingan pramusim masing-masing meraup lebih dari 310.000 penayangan view. Angka penayangan tersebut diambil pada 22 Oktober 2026 dan bersifat dinamis, sehingga akumulasi penayangan yang dilakukan akan mengalami perubahan beriringan dengan video yang ditonton setelah proses pengumpulan data ini selesai.

Kata kunci: *inovasi disruptif, penyiaran olahraga digital, youtube*

Abstract

Developments in the digital realm have spurred innovation in football broadcasting. The emergence of football content on YouTube has given rise to various broadcasting innovations. This study aims to analyze the broadcasting innovations employed for football matches on the "Hanif Thamrin" YouTube channel, specifically through live streams of preseason matches. A qualitative approach utilizing the netnography method was applied to examine the archived live streams of preseason matches on the Hanif Thamrin YouTube channel. Observations and data collection took place between July 25 and October 22, 2026. A total of five live-streamed preseason match archives from the Hanif Thamrin channel were included in this study. Data analysis was conducted using triangulation, encompassing data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Data coding involved categorizing broadcast transcripts, interactions within the comments section, and the integration of sponsor-related communication into the broadcasts. The analysis revealed that each of the five preseason match broadcasts garnered over 310,000 views. These view counts were recorded as of October 22, 2026; as these figures are dynamic, the cumulative number of views will continue to change as the videos are watched further, even after the data collection period has concluded.

***Keywords**: disruptive innovation, digital sports broadcasting, youtube.*

1. PENDAHULUAN

Penelitian ini berfokus pada pergeseran inovasi penyiaran tayangan sepak bola di Indonesia. Penyiaran pertandingan sepak bola di Indonesia yang dijumpai melalui televisi menjadi hal yang lumrah. Pendekatan penyiaran televisi yang formal telah membersamai penggemar sepak bola yang dimana dalam penayangannya hanya membatasi aksesibilitas dan cakupan siaran berdasarkan letak geografis (Amalia, 2026). Namun, meningkatnya penetrasi internet dan berkembangnya platform digital yang begitu dinamis telah mendorong preferensi penonton secara signifikan. Terdapat inovasi berupa tayangan pertandingan yang disiarkan secara langsung melalui kanal YouTube. Munculnya

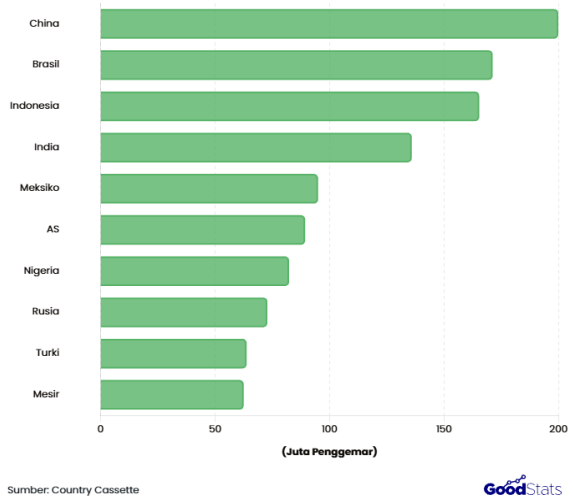
DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

kanal YouTube menjadi sebuah media baru dalam industri sepak bola. Media baru hadir dari berbagai inovasi media lama yang diperbarui menyesuaikan dengan perkembangan zaman (Reynata, 2022). Inovasi baru tersebut dapat tercermin dalam tayangan kanal YouTube. Hanif Thamrin menyiarkan pertandingan pramusim klub raksasa eropa secara gratis melalui kanal YouTube menjadi inovasi yang baru dalam penyiaran pertandingan sepak bola.

Disrupsi penyiaran dapat dirasakan pada tayangan sepak bola. Tayangan yang awalnya dimiliki pada sumber daya mumpuni beralih pada pelaku baru dengan sumber daya terbatas. Kanal YouTube mampu mendorong pemanfaatan penayangan siaran sepak bola secara gratis. Terdapat perubahan dalam pola interaksi yang terjadi. Konsumsi konten yang awalnya pasif beralih partisipasi aktif membuat lembaga penyiaran merumuskan strategi yang relevan (Kalorth, 2024 dalam Lubi et al, 2026). Melalui *live chat* pengguna YouTube dapat berpartisipasi aktif dalam pertandingan yang berlangsung. Selain itu, tayangan pramusim menjadi tayangan yang fleksibel dan memiliki pemegang hak siar yang relatif singkat. Penayangan relatif singkat tidak terlepas dari jumlah pertandingan yang sedikit, hal ini berbanding terbalik dengan hak siar kompetisi resmi yang memiliki durasi selama satu musim penuh.

Perspektif penyiaran ini dapat dikaji dalam manajemen inovasi, fenomena yang terjadi menunjukan inovasi tidak selalu berbentuk penemuan baru. Inovasi dapat muncul melalui perubahan layanan yang diberikan, nilai yang ditawarkan oleh pengguna, dan mekanisme organisasi memperoleh manfaat ekonomi (Hajar Adhayanti & Par, 2026). Sehingga memerlukan strategi dalam menghadapi disrupsi yang terjadi. Strategi bisnis menghadapi era disrupsi harus fokus pada kemampuan memahami pelanggan secara baik, serta membangun model bisnis sesuai kebutuhan (Ostewalder & Pigneur, 2010 dalam Oktaviantiz et al., 2023:125). Tidak heran tayangan *live streaming* yang ada menjadi respon menjawab kebutuhan penikmat sepak bola.

Kanal YouTube Hanif Thamrin menunjukan disrupsi inovasi yang ada dengan melihat celah pertandingan pramusim. Tayangan tersebut mampu menjangkau penonton yang lebih banyak, sehingga memicu kanal YouTube lain melakukan hal serupa. Inovasi yang dilakukan menunjukan transformasi yang jelas dalam penayangan pertandingan yang dapat disaksikan oleh masyarakat. Selain itu, solidaritas masyarakat hadir dari kanal YouTube. Media sosial dapat menciptakan solidaritas dan rasa memiliki sebagai sebuah bangsa (Sukawati et, al, 2026). Pertandingan sepak bola menciptakan rasa emosionalitas yang tinggi terutama dalam mendukung tim kebangaan.



Gambar 1. 10 Negara dengan Penggemar Sepak Bola Terbesar di Dunia
Sumber : data.goodstats.id (Medy, 2025)

Berdasarkan data dari Country Cassette pada tahun 2026, menunjukkan bahwa negara Indonesia menempati posisi ketiga dengan jumlah penggemar sepak bola terbesar di dunia dengan total 165,480 juta penggemar melebihi setengah dari total populasi Indonesia (Country Cassette, n d). Angka tersebut menunjukan potensi pasar yang besar dalam sebuah industri. Antusias masyarakat pada

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

tayangan sepak bola menjadi daya pikat untuk menghadirkan inovasi yang menjanjikan. Kecintaan masyarakat pada sepak bola dapat dilihat dari antusias masyarakat saat menonton Timnas Indonesia bermain. Bahkan kondisi tersebut memiliki antusias yang tinggi pada Timnas Indonesia kelompok umur.

Namun, kendati demikian akses yang masih terbatas pada penyiaran pertandingan sepak bola membuat masyarakat mengalami kesulitan dalam menyaksikan pertandingan. Tidak semua masyarakat dapat dengan mudah mengakses televisi yang menjadi tempat penyiaran pertandingan sepak bola. Hadirnya kanal YouTube yang menyiarkan pertandingan sepak bola secara resmi dapat membantu menciptakan akses yang menyeluruh untuk masyarakat dalam menyaksikan pertandingan sepak bola. Hal ini diperkuat dengan data statistik yang menunjukkan besarnya minat penggunaan kanal YouTube di Indonesia yang mencapai 143 juta pengguna pada tahun 2025 (Yonatan, 2025). Angka ini menunjukkan adanya potensi yang besar untuk menjangkau penikmat sepak bola yang merupakan pengguna YouTube.

Inovasi pada kanal YouTube terkait sepak bola dapat dijumpai pada kanal mancanegara seperti CazéTV kanal milik Casimiro Miguel. Penyiaran CazéTV pada tayangan Piala Dunia berdasarkan pengalaman empiris (Zanquim & Trindade, 2026). Menunjukkan pengalaman menyaksikan pertandingan dapat direalisasikan melalui media yang telah dibuat. Inovasi yang telah muncul dari YouTuber mancanegara mendorong inovasi *live streaming* pertandingan sepak bola hadir. Keterbatasan pada penyiaran pertandingan sepak bola dalam YouTube menjadi celah dalam mengkaji inovasi yang dilakukan, terutama dalam perkembangan beberapa tahun yang akan datang. Tujuan penelitian ini, Bagaimana inovasi penyiaran olahraga digital pada *live streaming* pertandingan pramusim sepak bola kanal YouTube Hanif Thamrin?. Apakah Inovasi penyiaran yang dilakukan menjadi nilai dalam menarik pengguna YouTube dalam menyaksikan pertandingan?.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan dilakukan menggunakan Kualitatif. Objek penelitian berfokus pada kanal YouTube Hanif Thamrin, pemilihan kanal Hanif Thamrin merujuk pada pionir awal menayangkan *live streaming* pertandingan sepak bola. Terbukti dari penayangan pertandingan pertama Hanif Thamrin pada 25 Juli 2026 pertandingan antara AC Milan Vs Celtic. Penyiaran pertandingan olahraga berlanjut pada berbagai kanal YouTube di Indonesia hingga saat ini. Kanal YouTube Hanif Thamrin menjadi salah satu pembuka dari rentetan *live streaming* pertandingan olahraga. Selain itu, kanal YouTube Hanif Thamrin juga berfokus pada olahraga sepak bola berbeda dengan kanal lain yang memiliki fokus beragam. Metode yang digunakan yakni netnografi, netnografi berfokus pada studi interaksi sosial di dunia daring (Praditya et al., 2025). Melalui metode netnografi dapat menganalisis penelitian secara mendalam terkait penyiaran sepak bola pada kanal YouTube.

Netnografi digunakan dengan observasi partisipatif pada tayangan video *live streaming* pertandingan pramusim pada kanal Hanif Thamrin. Unit analisis mencangkup visual siaran, komentator *play by play*, penempatan sponsor, dan interaksi dalam tayangan. Pada Analisis sekunder dilakukan dengan mengumpulkan data opini, kritik, dan testimoni dari praktisi industri penyiaran. Melalui analisis yang dilakukan teknik analisis dilanjutkan pada triangulasi data menyilangkan komponen yang ada. Data Primer Digital, Data Sekunder Opini, dan Data Metrik Pihak ketiga.

Tabel 1. Objek Penelitian

Judul	Tanggal Upload	Link	Jumlah Tayangan
AC MILAN VS CELTIC - PRESEASON FRIENDLY - LIVE FULL MATCH - HANIF X DEANKT X ADEL	25 Juli 2026	https://www.youtube.com/live/yhRzmQF2W34?si=MtUoW3K87NmmR9v2	315.152
MAN CITY VS INTER MILAN - LIVE FULL MATCH x DEANKT & ADEL	1 Agustus 2026	https://www.youtube.com/live/_Rx8u6tZjHY?si=8-1Gz5bfsCu9iLwa	742.118

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

CHELSEA VS JUVENTUS (LIVE FULL MATCH) X DEANKT & ADEL	5 Agustus 2026	https://www.youtube.com/live/RI1MbiG_4vE?si=8gJlmmP4VUg7VVpT	819.610
LIVERPOOL VS AS MONACO (LIVE FULL MATCH) X DEANKT & ADEL	9 Agustus 2026	https://www.youtube.com/live/Pk1Hpozr7Zg?si=-_nn8VilV_HTnx3y	468.319
MAN UNITED VS LEEDS UNITED (LIVE FULL MATCH) X DEANKT & ADEL	13 Agustus 2026	https://www.youtube.com/live/FqAnF7dIssc?si=5lpi1b_ZlGjdMJ2f	318.196

Sumber : YouTube Hanif Thamrin, diambil 22 Oktober 2026 pukul 14.22 WIB

Objek penelitian ini berfokus pada 5 tayangan *Live Match Pre-Season* di kanal YouTube Hanif Thamrin. Pemilihan 5 tayangan tersebut didasarkan pada jumlah penonton tertinggi per 20 Oktober 2026 pukul 18.23 WIB. Observasi dilaksanakan mulai dari tanggal 25 Juli - 22 Oktober 2026, dimana peneliti terlibat langsung sebagai penonton saat siaran berlangsung serta melakukan pengamatan ulang melalui arsip *live* kanal YouTube Hanif Thamrin. Inovasi yang dihadirkan Hanif menunjukkan adanya pergeseran dalam penyiaran pertandingan sepak bola di Indonesia yang awalnya pada televisi menuju kanal YouTube di Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kanal YouTube Hanif Thamrin berfokus pada industri *sport entertainment*. Total *Subscriber* kanal tersebut mencapai 278 ribu dari 750 video yang telah dipublikasikan per 20 Oktober 2026 pukul 18.23 WIB. Daya tarik dari tayangan kanal ini terletak pada berbagai inovasi konten yang disajikan melalui beragam *playlist* seperti, *Football Morning Show*, *Shorts*, IRL, Grebek Komunitas, Subathon FC, *Late Night Show*, FMS Ramadan, FMS +62, FMS Pildun, FMS *Corner*, *Live Match Pre-Season*, *The Derby*, dan Lokal *Pride*. Beragamnya *playlist* tayangan yang disajikan menunjukkan berbagai inovasi di industri *sport entertainment* dilakukan. Di antara kategori yang ada, *Football Morning Show* menjadi program utama dengan jumlah video terbanyak, yaitu 360 video per 20 Oktober 2026 pukul 18.23 WIB. Tidak heran pada *playlist* lainnya juga terdapat variasi dari *Football Morning Show* seperti FMS Ramadan, FMS +62, FMS Pildun, dan FMS *Corner*.

Pembawaan Hanif Thamrin dalam kanalnya menunjukkan pendekatan yang sama dengan YouTuber gaming, terdapat *backsound meme* yang digunakan sebagai penunjang dalam pernyataan yang diungkap. Ciri khas ini semakin diperkuat dengan karakteristik siaran sebelum pertandingan dimulai, di mana penonton disuguhkan dengan pemutaran musik, pembahasan terkait pertandingan yang akan berlangsung, hingga sesi wawancara langsung di lapangan dengan para pemain pada beberapa siaran seperti pertandingan antara Man City VS Inter Milan. Selain itu, Hanif menyapa para penonton YouTubenya dengan sebutan *my friends,* penyebutan tersebut menciptakan kedekatan antara penggemar dan Hanif. Melalui kanal YouTube Hanif Thamrin mengajak para penonton untuk menikmati sajian sepak bola yang telah lama hilang, seperti tayangan informasi sepak bola pada pagi hari, tayangan sepak bola gratis (tayangan pramusim), dan tayangan inovatif yang telah dihadirkan. Berdasarkan hasil observasi dari 25 Juli - 22 Oktober 2026, metode netnografi dilakukan pada arsip *live streaming* pertandingan pramusim di kanal YouTube Hanif Thamrin.

3.1. Konstruksi Disrupsi Penyiaran Inovasi Kanal Hanif Thamrin

Hanif Thamrin menghadirkan inovasi baru dalam dunia *live streaming* olahraga di Indonesia. Kanalnya menyiarkan pertandingan pramusim yang dapat disaksikan secara gratis. Disrupsi terjadi ketika sebuah produk atau layanan baru masuk ke pasar dengan membawa karakteristik yang lebih sederhana, lebih murah, dan lebih nyaman, yang pada mulanya dianggap sebelah mata oleh pemain lama. (Christensen, 1997 dalam Oktavianty et al., 2023:125). *Live streamin*g Hanif Thamrin

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

menunjukan terjadi disrupsi yang dapat dilihat dalam tiga indikator utama ; karakteristik pasar bawah, keandalan teknologi baru, dan evaluasi kualitas performa.

Tabel 2. Proses Disrupsi Pertandingan Sepak Bola Kanal Hanif Thamrin

Industri Televisi Mapan - Fokus pada Hak siar pertandingan Resmi - Biaya Produksi Masif
Ancaman Migrasi yang terjadi
Kanal YouTube Hanif Thamrin - Masuk Celah Pramusim Pertandingan - Interaktif melalui *live chat*

Sumber : diolah oleh peneliti

Kanal Hanif Thamrin memulai disrupsi dengan pertandingan pramusim, tidak langsung menyasar hak siar liga-liga besar eropa. Kondisi tersebut menunjukan kejelian melihat celah yang ditinggalkan televisi. Televisi memandang pertandingan pramusim tidak bernilai komersial karena sifatnya yang tidak resmi dan berpotensi rating yang tidak menentu. Celah tersebut membuat Hanif Thamrin mendapatkan pintu masuk yang sempurna. Dengan kapasitas yang dimiliki sekarang yang tidak semasif produksi televisi, Hanif mampu memberikan tayangan yang dinikmati secara luas oleh penikmat sepak bola.

Konstruksi yang dibangun memanfaatkan *milestone* sebagai gerakan kolektif untuk mendukung pengembangan kanal Hanif. Melalui *milestone* mengajak pengguna YouTube mencapai jumlah *subscriber* sebanyak 500.000 untuk membeli hak siar liga Italia. Terdapat upaya kolektif untuk membentuk komunitas yang mendukung perkembangan Hanif Thamrin. Secara tidak langsung keuntungan Hanif sebagai pemilik kanal dan pengguna YouTube saling menguntungkan. Hanif dapat *subscriber* baru dan dapat menjual ke sponsor, sedangkan penonton mendapatkan tayangan yang menarik dari kanal Hanif Thamrin.



Gambar 2. Target *Milestone* 500 Ribu *Subscriber* untuk *Bidding* Hak Siar Serie A pada Kanal YouTube Hanif Thamrin
Sumber : YouTube Hanif Thamrin

Milestone yang digunakan ditampilkan secara langsung pada penayangan yang dilakukan. Tampilan yang digunakan dengan *"500k Subs Bidding Hak Siar Serie A"* menunjukkan terdapat upaya konstruksi untuk menayangkan pertandingan yang lebih besar lagi dalam hal ini *Serie A* (Liga Italia). Pemilihan *Serie A* sebagai penyiaran tidak terlepas dari liga yang masuk dalam 5 besar dunia. Jumlah penonton *Serie A* mencapai 24,7 ribu per pertandingan dengan lebih dari 2 juta penonton di seluruh dunia (Fadilah, 2025). Jumlah tersebut menunjukkan terdapat pasar yang menjanjikan dalam menyiarkan pertandingan *Serie A*. Tim yang bermain di Serie A memiliki basis suporter yang cukup besar di Indonesia. Selain itu, Hani Thamrin memiliki kanal lain yang terafiliasi dengannya yang

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

memuat beberapa tim Serie A seperti Juve *Corner* dan Milan *Corner* yang membahas tim *Serie A*, yakni Juventus dan AC Milan.

3.2. *Value Innovation* Pertandingan Pramusim Hanif Thamrin

Inovasi disruptif yang dilakukan memenuhi empat kuadran skema tindakan *Value Innovation* (Inovasi Nilai) dalam *Blue Ocean Strategy* (Kim & Mauborgne, 2005), strategi bertahan dalam persaingan tanpa bersaing secara ketat, namun mampu menciptakan suatu produk inovatif sehingga mampu memasuki pasar yang dilupakan oleh pesaing (Strategy, 2021) . Konsep ini dijalankan menggunakan kerangka ERRC (*Four Actions Framework*) yang terdiri dari empat tindakan utama *Eliminate* (Hilangkan), *Reduce* (Kurangi), *Raise* (Tindakan), dan *Create* (Ciptakan).

Tabel 3. *Value Innovation* Pertandingan Pramusim Kanal Hanif Thamrin

Eliminate (Hilangkan)	*Reduce* (Kurangi)
- Akses berbayar dan hambatan geografis	- Mengurangi penggunaan bahasa formal
Raise (Tingkatkan)	*Create* (Ciptakan)
- Interaksi Langsung	- Monetisasi secara langsung - Sesi wawancara pemain setelah pertandingan

Sumber : diolah oleh peneliti

3.2.1. *Eliminate* (Hilangkan).

Eliminate mengharuskan perusahaan untuk dapat mengidentifikasi dan mengeliminasi faktor-faktor yang sudah tidak relevan dalam persaingan industri dan tidak lagi memberikan nilai tambah kepada konsumen. Hal ini berdampak pada berkurangnya biaya produksi secara drastis. Hanif Thamrin menghilangkan sistem *paywall* yang selama ini diterapkan oleh televisi satelit prabayar, OTT (*over-the-top*), dan platform lainnya. Hanif memiliki tujuan untuk siaran pertandingan dapat dinikmati secara gratis oleh penggemar sepak bola. Melalui tayangan yang dapat diakses secara gratis menunjukkan komitmen tersebut. Komitmen Hanif didukung oleh Sponsor dengan memberikan dukungan yang serupa.

"Rexona sebagai Brand Deodoran Nomor 1 di Dunia dan di Indonesia, berkomitmen untuk senantiasa mendukung passion sepakbola yang tinggi di Indonesia. Salah satu bentuk dukungan tersebut adalah kerjasama ini dengan Football Morning Show untuk menghadirkan inovasi terbaru yang inklusif dan membantu banyak orang agar dapat menikmati sepak bola internasional tanpa hambatan," kata Felix Winarta sebagai Head of Deodorant Category Unilever. (Syachniar, 2026).

Pernyataan dari pihak sponsor menunjukkan terdapat kesamaan visi dalam menghadirkan tayangan sepak bola yang dapat dinikmati oleh penikmat sepak bola. Campaign ini bagian dari inovasi yang dilakukan sebagai upaya menciptakan gerakan kolektif dari penggemar sepak bola dan my friends dalam mendukung Hanif dan pihak sponsor dalam penayangan pertandingan.

3.2.2. *Reduce* (Mengurangi)

Pendekatan yang dilakukan dalam kanal YouTube Hanif Thamrin sudah merepresentasikan penerapan *Reduce* karena tayangan sepak bola dilakukan dengan bahasa yang lebih dekat dengan penonton YouTube. Berbeda dengan tayangan televisi yang membuat komentator berbicara secara formal, sedangkan Hanif Thamrin mengurangi formalitas dari komentator *play by play* dengan pendekatan ngobrol yang kadang kala membahas diluar sepak bola untuk mencairkan suasana dan membangun kedekatan emosional dengan penonton.

3.2.3. *Raise* (Tingkatkan)

Jika perusahaan sudah mengurangi unsur yang tidak bermanfaat, maka perusahaan juga perlu meningkatkan unsur yang memiliki keunggulan sehingga dapat menciptakan peluang baru yang membedakannya dengan pesaing. Penayangan pertandingan sepak bola yang dilakukan menempatkan

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

penonton dengan berinteraksi secara langsung. Berbanding terbalik pada saluran televisi yang membuat penonton menjadi objek pasif. Tindakan yang dilakukan memicu interaksi secara kolektif dan menjangkau lebih banyak lagi pengguna Youtube. Melalui *live chat* Youtube membuat penonton dapat memberikan komentar selama pertandingan berlangsung, kondisi tersebut juga berpengaruh pada arah pembahasan.



Gambar 3. Komen Kanal YouTube Hanif Thamrin pertandingan AC Milan Vs Celtic
Sumber : YouTube Hanif Thamrin

Pengguna YouTube terlibat aktif dalam interaksi yang dilakukan. Pada komentar Kanal YouTube Hanif Thamrin pertandingan AC Milan Vs Celtic, menunjukkan keterlibatan aktif dari penonton YouTube. Komentar yang dilakukan tidak terbatas pada pertandingan yang dilakukan melainkan memberikan apresiasi pada Hanif Thamrin atas tayangan yang diberikan, selain itu Rexona sebagai sponsor juga mendapatkan apresiasi dari penonton. Secara tidak langsung terdapat peningkatan dalam keterlibatan penonton dalam pertandingan, serta menciptakan *Brand awareness* pada pertandingan yang disiarkan.

3.2.4. *Create* (Ciptakan)

Menciptakan elemen baru yang belum pernah ditawarkan atau terpikirkan oleh industri sehingga memicu terjadinya permintaan baru dan keunggulan kompetitif. Model monetisasi yang dilakukan Hanif Thamrin membuat sponsor mendapatkan panggung utama. Pada televisi konvensional mengandalkan slot iklan jeda pertandingan (*half time*) yang membuat penonton tidak menyaksikan secara utuh iklan tersebut. Pada kanal Hanif Thamrin membuat sponsor diintegrasikan secara langsung dalam obrolan tanpa menghentikan jalannya tayangan pertandingan. Selain itu, inovasi ini diperkuat dengan penyematan tautan *e-commerce* resmi dari produk sponsor seperti Rexona didalam video sehingga penonton dapat melakukan pembelian secara langsung. Dengan adanya pendekatan ini tidak hanya meningkatkan penjualan bagi sponsor, tetapi dapat menciptakan peluang bisnis baru dengan menggabungkan live streaming sepak bola dengan transaksi digital secara bersamaan.

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366



Gambar 4. pengintegrasian sponsor dengan menyematkan link *e-commerce* selama pertandingan berlangsung
Sumber : YouTube Hanif Thamrin

Kanal YouTube Hanif Thamrin juga memberikan nilai tambah kepada penonton yang membedakannya dengan Televisi yaitu sesi wawancara pemain setelah pertandingan berlangsung. Wawancara pemain di Televisi terbatas dengan durasi dan etika siaran yang ketat. Namun, di kanal YouTube Hanif Thamrin, tidak jarang pertanyaan berasal dari penonton sehingga secara tidak langsung penonton merasa dilibatkan. Keterlibatan ini akan terbatas dijumpai pada penyiaran konvensional, sehingga inovasi yang dilakukan bukan sekedar memberikan tayangan pertandingan, melainkan melibatkan penonton lebih dekat dengan pertandingan.



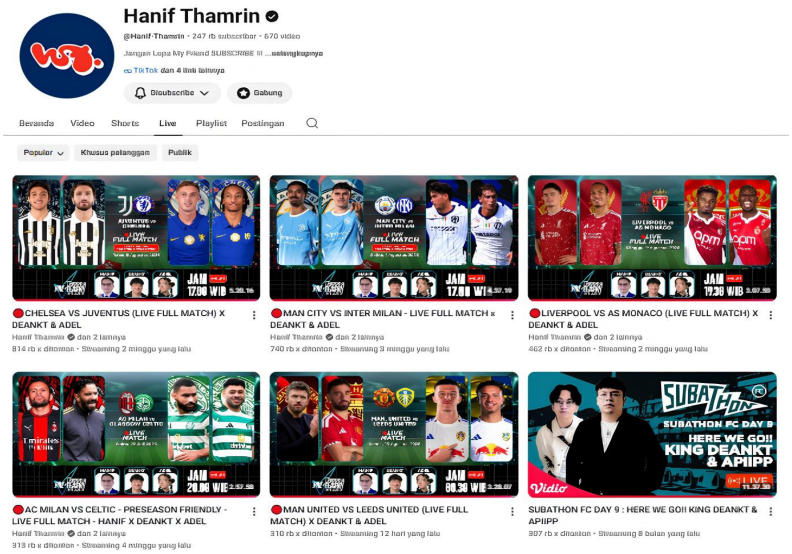
Gambar 5. wawancara pemain setelah pertandingan MAN CITY VS INTER MILAN
Sumber : YouTube Hanif Thamrin

3.3. Dampak Penyiaran Pertandingan Pramusim

Kelebihan inovasi *live streaming* Hanif Thamrin dapat dilihat dari transparansi data mulai dari jumlah penonton sampai interaksi yang dilakukan, berbeda dengan televisi yang hasil tayangan dapat diketahui pada beberapa hari selanjutnya. Melalui kanal Hanif Thamrin dapat diketahui jumlah penonton saat *live* berlangsung sampai selesai. Data yang ada dapat menjadi daya tarik bagi sponsor dalam mengukur pengembalian investasi iklan secara akurat.

Tayangan pertandingan pramusim kanal Hanif Thamrin menunjukan tayangan populer dibandingkan *live streaming* program Hanif Thamrin lainnya. 5 pertandingan pramusim setidaknya memiliki jumlah penonton diatas 310.000, penayangan paling rendah dengan jumlah 315.152 dan tertinggi 819.610 dengan rincian pada tabel 4.

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366



Gambar 6. Video Populer *Live* Kanal YouTube Hanif Thamrin
Sumber : Youtube Hanif Thamrin

Tabel 4. Tayangan Pertandingan Pra Musim Kanal Hanif Thamrin

Judul	Jumlah Tayangan
AC MILAN VS CELTIC - PRESEASON FRIENDLY - LIVE FULL MATCH - HANIF X DEANKT X ADEL	315.152
MAN CITY VS INTER MILAN - LIVE FULL MATCH x DEANKT & ADEL	742.118
CHELSEA VS JUVENTUS (LIVE FULL MATCH) X DEANKT & ADEL	819.610
LIVERPOOL VS AS MONACO (LIVE FULL MATCH) X DEANKT & ADEL	468.319
MAN UNITED VS LEEDS UNITED (LIVE FULL MATCH) X DEANKT & ADEL	318.196

Sumber : YouTube Hanif Thamrin, diambil 22 Oktober 2026 pukul 14.22 WIB

Fenomena penyiaran pertandingan pramusim kanal Hanif Thamrin pada akhirnya menjadi pembuktian ilmiah bahwa model disrupsi penyiaran bukan prediksi masa depan, melainkan realitas yang ada saat ini. Inovasi yang dilakukan menunjukan pondasi pergeseran industri olahraga di Indonesia terutama dalam penyiaran pertandingan. Pada sisi lain dengan penayangan pertandingan pra musim Hanif Thamrin memperoleh jumlah penonton yang melebihi jumlah *subscriber* yang dimiliki. Inovasi yang dihadirkan bukan sekedar keterbaruan, melainkan menunjukkan peningkatan dalam jumlah tayangan dan kualitas tontonan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap lima tayangan pertandingan pramusim di kanal YouTube Hanif Thamrin, penelitian ini menyimpulkan tiga temuan utama. Analisis yang dilakukan pada lima tayangan pertandingan pramusim di kanal YouTube Hanif Thamrin menunjukan, tiga temuan utama dalam inovasi penyiaran pertandingan sepak bola pada kanal YouTube, yakni konstruksi penyiaran pada kanal Hanif Thamrin, *Value Innovation* Pertandingan Pramusim Hanif Thamrin, dan Dampak penyiaran pertandingan pramusim. Konstruksi yang dibangun beriringan dengan dampak pada *subscriber* Hanif dan kanalnya, *subscriber* mendapatkan tayangan yang menarik dan Hanif mendapatkan subscriber baru. Value Innovation yang hadir dalam kanal Hanif, yakni *Eliminate*, *Reduce*, *Raise*, dan *Create*. Serta dampak penyiaran pertandingan pramusim membuat terdapat jumlah

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

penonton yang signifikan pada kanal Hanif Thamrin terutama pada lima pertandingan pramusim yang disiarkan secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, A. (2026). *UFC Digital: Tinjauan Teknis dan Pengembangan Sistem*. Afdan Rojabi Publisher.

Cassette, C. (n.d.). *countrycassette.com*. Retrieved Oktober 22, 2026 from Football Fans by Country 2026: https://countrycassette.com/rankings-sports-football-fans-by-country/

Fadilah, R. (2025, Maret 7). *10 liga sepak bola terbaik di dunia: Liga Inggris pertama!* Retrieved Oktober 31, 2026, from antaranews.com: https://www.antaranews.com/berita/4694149/10-liga-sepak-bola-terbaik-di-dunia-liga-inggris-pertama

Hajar Adhayanti, S. E., & Par, M. M. (2026). *Manajemen Inovasi: Konsep, Strategi, dan Implementasi dalam Organisasi*. PT. SAMUDRA SOLUSI PROFESIONAL.

Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant. Boston, MA: Harvard Business School.

Lubis, D. S., Mitra Uktutias, S. A., & Febriana, F. N. (2026). Transformasi Media Penyiaran Digital dalam Strategi Komunikasi Publik: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis. *PROMEDIA, (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, 1-21.

Medy, R. (2025, Maret 25). *Indonesia Jadi Negara dengan Jumlah Penggemar Sepak Bola Terbesar Ke-3 di Dunia*. Retrieved Oktober 11, 2026, from data.goodstats.id: https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-jadi-negara-dengan-jumlah-penggemar-sepak-bola-terbesar-ke-3-di-dunia-zhi21

Oktavianty, Nadapdap, K. M. N., Hendy, Rismayani, R., Irwadi, Tarigan, H., Harwiki, W., Sumarsih, Wardhana, A., Sudjiman, L. S., Sudjiman, P. E., Hendrayani, E., Baharuddin, S. M., Sudirman, A., Panjaitan, M., Sinurat, E. J., Napitupulu, J., Putri, M. K., Sihite, M., Pramawati, I. D. A. A. T., & Firdaus, M. A. (2023). Pengantar bisnis (Disrupsi, diversifikasi, dan digitalisasi) (H. Hartini, Ed.). CV. Media Sains Indonesia.

Praditya, A., Rahmadi, M. F., & Soraya, N. N. (2025). Studi Netnografi tentang Respon Masyarakat Daring terhadap Keputusan Perpanjangan Kontrak Shin Tae Yong sampai Tahun 2027. *Jurnal Mahasiswa Humanis*, 1564-1579.

Reynata , A. V. (2022). Penerapan YouTube Sebagai Media Baru dalam Komunikasi. *Komunikologi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* , 96-101.

Strategy, B. O. (2021). Blue Ocean Strategy. *What Is Blue Ocean Strategy*.

Sukawati, F., Silondae, T. T., Nurdin, M., & Sugara, D. (2026). Konstruksi Nasionalisme Digital Melalui Media Sosial: Analisis Isi Konten Laga Sepak Bola Indonesia vs Bangladesh di YouTube. *Punggawa Global Research: Jurnal Multidisiplin*, 66-74.

Syachniar, Z. E. (2026, Juli 24). *FMS tayangkan lima laga pramusim klub Eropa secara gratis di YouTube*. Retrieved 28 Oktober, 2026, from m.antaranews.com: https://m.antaranews.com/amp/berita/5664721/fms-tayangkan-lima-laga-pramusim-klub-eropa-secara-gratis-di-youtube

Thamrin, H. (2026, Juli 25). *AC MILAN VS CELTIC - PRESEASON FRIENDLY - LIVE FULL MATCH - HANIF X DEANKT X ADEL*. Retrieved Oktober 22, 2026, from YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=yhRzmQF2W34&t=10518s

Thamrin, H. (2026, Agustus 5). *CHELSEA VS JUVENTUS (LIVE FULL MATCH) X DEANKT & ADEL*. Retrieved Oktober 22, 2026, from YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=RI1MbiG_4vE&t=16685s

DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

Thamrin, H. (2026, Agustus 9). *LIVERPOOL VS AS MONACO (LIVE FULL MATCH) X DEANKT & ADEL*. Retrieved Oktober 22, 2026, from YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=Pk1Hpozr7Zg&t=6360s

Thamrin, H. (2026, Agustus 1). *MAN CITY VS INTER MILAN - LIVE FULL MATCH x DEANKT & ADEL*. Retrieved Oktober 22, 2026, from YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=_Rx8u6tZjHY&t=4951s

Thamrin, H. (2026, Agustus 3). *MAN UNITED VS LEEDS UNITED (LIVE FULL MATCH) X DEANKT & ADEL*. Retrieved Oktober 22, 2026, from YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=FqAnF7dIssc&t=12145s

Yonatan, A. Z. (2025, Maret 9). *Indonesia Masuk Jajaran Pengguna YouTube Terbanyak di Dunia 2025*. Retrieved Oktober 11, 2025, from goodstats.id: https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-jajaran-pengguna-youtube-terbanyak-di-dunia-2025-7Cvdz

Zanquim, S. H., & Trindade, E. (2026). The Final Whistle for Traditional TV? Circulation and Media-Driven Consumption in the CazeTV Phenomenon. *Anais de Resumos Expandidos - Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais*, 1-17.

Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)
Vol. 6, No. 5, November 2026, Hal. 3807-3818
https://jurnal-id.com/index.php/jupin
DOI: https://doi.org/10.54082/jupin.2856
p-ISSN: 2808-148X
e-ISSN: 2808-1366

Halaman Ini Dikosongkan