

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan teknologi berkembang sangat pesat. Berbagai negara berlomba-lomba mengembangkan inovasi dalam bidang teknologi, hal tersebut dilakukan karena bidang teknologi menjadi salah satu indikator kemajuan dari sebuah negara. Negara dikatakan maju apabila memiliki tingkat penguasaan tinggi terhadap sebuah teknologi, sedangkan negara yang tidak mampu mengikuti laju perkembangan teknologi disebut sebagai negara tertinggal.

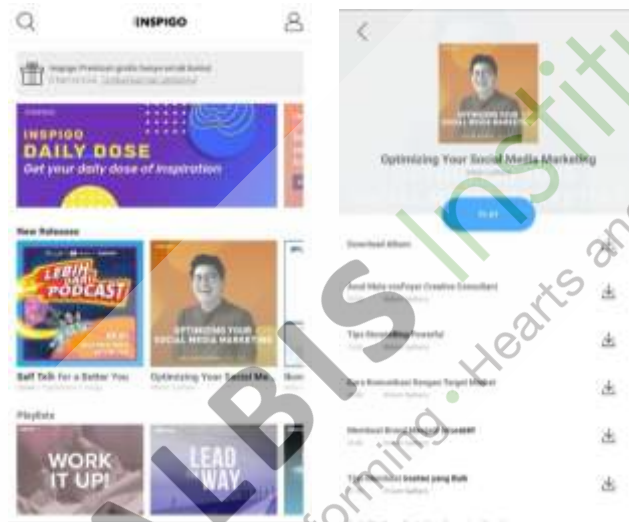
Hal ini membuat masyarakat turut beradaptasi dengan mengikuti perkembangan teknologi tersebut. Secara langsung maupun tidak langsung perkembangan teknologi sudah mengubah pola hidup manusia dalam perspektif sosial dan budaya. Pengaruh tersebut dapat dilihat melalui beberapa aspek, seperti gaya hidup, kegemaran, orientasi dan cara pandang manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Perubahan gaya hidup masyarakat tersebut menimbulkan efek masyarakat yang cenderung melakukan sesuatu dengan cepat, instan dan memiliki kemampuan *multitasking* yang lebih tinggi dibandingkan era sebelum teknologi berkembang sepesat saat ini, masyarakat dengan gaya hidup tersebut sering disebut masyarakat modern. Perubahan gaya hidup yang dimiliki masyarakat modern berpengaruh pula pada pengambilan keputusan sehari-hari yang dibuat guna memenuhi tuntutan sebagai masyarakat modern yang cepat dan *multitasking*.

Salah satu contoh perubahan pengambilan keputusan sehari-hari adalah pemilihan media, masyarakat modern akan memilih media yang mampu mengakomodir kebutuhan sesuai dengan karakteristiknya. Sehingga perubahan gaya hidup tersebut mendorong munculnya inovasi pada media massa, hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya media baru yang bermunculan, salah

satunya adalah podcast, yaitu sebuah media baru yang saat ini sedang digandrungi di Indonesia.

Kemunculan podcast di Indonesia disambut dengan antusiasme yang cukup tinggi, hal ini menyebabkan para pembuat konten berbondong-bondong membuat konten dengan format podcast di berbagai *platform*. Baik dalam format audio podcast maupun video podcast. Bahkan terdapat aplikasi khusus yang diperuntukkan hanya untuk mendengarkan podcast, yang memungkinkan penggunaanya untuk mendengarkan podcast dimana saja dan kapan saja.



Gambar 1.1 Tampilan Aplikasi Podcast Inspigo

Sumber: Aplikasi Inspigo, 2019

Dari fenomena *booming*-nya podcast di Indonesia, dikenal satu pembuat konten podcast yang sangat diminati bernama Raditya Dika. Sebagai contoh kepopuleran konten podcast milik Raditya Dika, salah satunya ditunjukkan dengan podcast yang berjudul “MEMBESARKAN ANAK YANG TERKENAL (FT. RACHEL VENNYA)”, podcast tersebut sudah didengarkan/dilihat lebih dari 3,6 juta kali terhitung dua bulan sejak pengunggahan pertamanya.

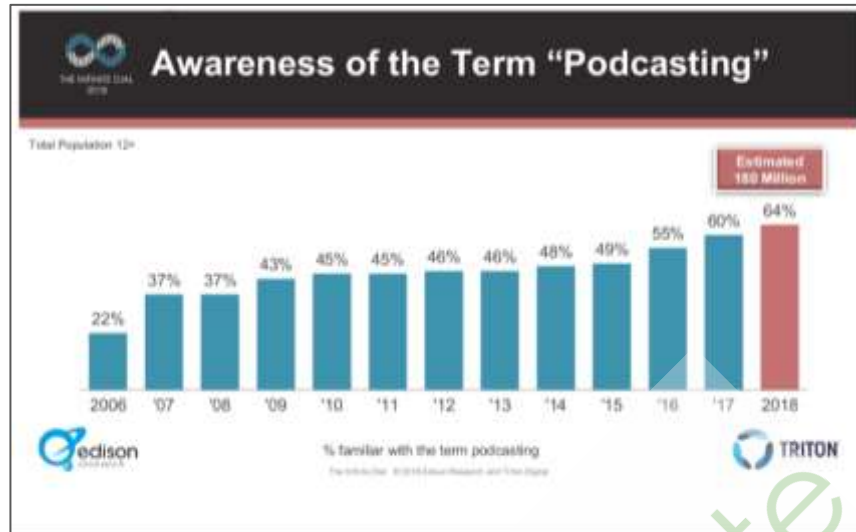


Gambar 1.2 Tampilan Konten Video Podcast Milik Raditya Dika

Sumber: Channel YouTube Raditya Dika, 2019

Raditya Dika, hanyalah satu dari sekian banyak pembuat konten yang berlomba-lomba dalam membuat konten berformat podcast. Podcast saat ini menjadi trend yang menjamur baik dari sisi pembuat konten media maupun khalayak yang mengonsumsi konten media, sehingga semakin hari masyarakat semakin *familiar* dengan media baru podcast.

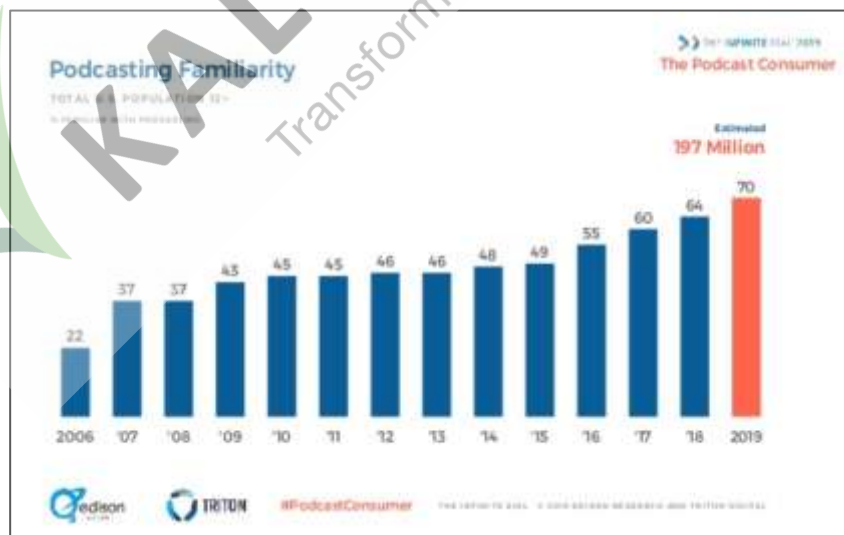
Hal ini diperkuat dengan riset internasional yang dilakukan oleh Edison Research, berjudul *The Podcast Consumer 2018*. Dalam riset tersebut diperoleh data dari 2000 sampel dengan responden berusia di atas 12 tahun. Penelitian ini dilakukan di dua negara, yaitu Inggris dan Spanyol. Pada hasil riset tersebut diketahui bahwa 64% masyarakat sudah familiar dengan podcast, angka 64% ini diestimasikan berjumlah 180.000.000 dari keseluruhan jumlah populasi. Angka presentase tersebut semakin bertambah pada penelitian selanjutnya di tahun 2019.



Gambar 1.3 Hasil Penelitian *The Podcast Consumer 2018*, mengenai Podcasting Familiarity

Sumber: Edison Research, 2018

Di tahun selanjutnya, yaitu tahun 2019, Edison Research kembali melakukan penelitian dengan judul *The Podcast Consumer 2019*. Dalam riset tersebut diperoleh data bahwa 70% dari 1500 sampel masyarakat sudah familiar dengan media podcast. Angka 70% tersebut diasumsikan berjumlah 197.000.000 dari keseluruhan jumlah populasi.



Gambar 1.4 Hasil Penelitian *Podcast Consumer Research 2019* yang menampilkan Awareness of the Term "Podcasting"

Sumber: Edison Research, 2019

Di Indonesia sendiri penelitian terhadap podcast dilakukan oleh Social Daily ID dengan judul *Podcast User Research in Indonesia 2018*. Dari penelitian tersebut diperoleh data 67.97% responden mengaku sudah *familiar* dengan podcast. Dan dalam penelitian yang tersebut diperoleh data bahwa khalayak lebih memilih podcast dalam mengkonsumsi informasi berbasis audio dibanding radio, yaitu dengan persentase selisih sebesar 7,61% untuk podcast sebagai pilihan mengkonsumsi konten audio.



Gambar 1.5 Headline Mengenai Perkembangan Podcast

Sumber: Armenia, 2019

Podcast yang saat ini menjadi trend di Indonesia, bahkan diprediksi akan menjadi masa depan penyiaran di Indonesia, dalam artikel yang dibuat oleh Resty Armenia untuk CNN Indonesia seperti yang ditampilkan pada gambar 1.5. Dalam artikel tersebut dijabarkan bahwa menurut hasil penelitian dari *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2018* yang melibatkan 194 editor, bos dan pejabat perusahaan media digital dunia, diperkirakan mulai tahun 2018, media dengan format audio akan mengalami peningkatan.

Fenomena podcast yang saat ini menjadi trend memunculkan hal menarik, yaitu apa yang membuat podcast mulai diminati oleh khalayak. Sehingga menggugah industri dan para kreator media untuk mengikuti *demand* yang tinggi dari khalayak tersebut. Pada podcast umumnya berisi percakapan atau monolog seorang *podcaster* (individu/kelompok yang memproduksi podcast) dengan durasi yang cukup lama, yaitu dengan rata-rata konten podcast berdurasi 15-60 menit, durasi dengan rentang waktu tersebut merupakan waktu yang cukup lama dan dapat memunculkan kebosanan terhadap pendengarnya sehingga tidak

memilih podcast sebagai media pilihannya, namun hal tersebut bertolak belakang dengan semakin banyak khalayak yang memilih podcast sebagai media untuk mengkonsumsi informasi.

Hal tersebut menimbulkan pertanyaan dalam benak peneliti, “seberapa besar media podcast dianggap memenuhi kebutuhan khalayak”, sehingga khalayak rela mengalokasikan waktu yang tidak sedikit untuk mendengarkan podcast, dan *demand* terhadap konten podcast yang tinggi tersebut menyebabkan podcast semakin berkembang. Oleh sebab itu, peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan teori *Uses and Gratification* untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang didapatkan dari mendengarkan media podcast.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar tingkat kepuasan yang didapatkan khalayak setelah mendengarkan media podcast?

## **1.3 Batasan Masalah**

Mengingat banyaknya perkembangan topik bahasan yang dapat melebar pada penelitian ini. Maka perlu adanya batasan masalah yang jelas mengenai apa yang dibuat dan diselesaikan, Adapun batasan masalah pada penelitian ini yaitu kepuasan khalayak dalam memilih podcast sebagai media yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan khalayak dalam mengonsumsi media.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepuasan khalayak dalam memilih podcast sebagai media yang dapat memenuhi kebutuhan dalam mengonsumsi media.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dalam penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan sumbangan pemikiran dalam penggunaan media podcast sebagai media baru, memberikan sumbangan ilmiah dalam hikayat keilmuan komunikasi tradisi psikologi sosial dan media baru, dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan topik motif dan kepuasan khalayak dalam menggunakan sebuah media.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan dapat mengetahui tingkat kepuasan khalayak, sehingga para praktisi dapat mengetahui strategi yang cocok untuk diterapkan pada media podcast sebagai media massa dan dapat mengetahui potensi podcast berdasarkan tingkat kepuasan khalayak.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk lebih memudahkan dalam penulisan dan pembahasan secara sistematis, maka bentuk penulisan skripsi terdiri dari lima bab, sebagai berikut:

### **Bab 1 Pendahuluan**

Di dalam bab I berisikan latar belakang masalah; perumusan masalah; batasan masalah; tujuan penelitian; manfaat penelitian; manfaat akademik dan manfaat praktis; sistematika penulisan.

### **Bab 2 Tinjauan Pustaka**

Di dalam bab II berisikan landasan teori *Uses and Gratification*, yang mana teori tersebut menjadi teori yang digunakan untuk acuan dalam menganalisis fenomena dalam penelitian ini, landasan konsep berisi deskripsi hal-hal terkait penelitian, salah satunya adalah mengenai konsep media podcast, kerangka berpikir yang menjelaskan alur serta logika peneliti dalam melakukan penelitian, dan pada bab ini berisikan literatur-literatur maupun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik penelitian.

### **Bab 3 Metodologi Penelitian**

Di dalam bab III berisikan model konseptual penelitian; paradigma penelitian; pendekatan penelitian; definisi operasional; jenis penelitian; lokasi dan waktu penelitian; populasi dan sampel; teknik analisis data; uji validitas dan uji realibilitas.

### **Bab 4 Hasil dan Pembahasan**

Dalam bab IV berisikan analisis pre-test; uji validitas; uji realibilitas; analisis *main test*; deskripsi karakteristik responden; analisa hasil penelitian.

### **Bab 5 Simpulan dan Saran**

Dalam bab V berisikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang berkaitan dengan analisis penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.