



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Keberadaan media massa dalam kehidupan masyarakat tidak dapat dianggap mudah karena media massa merupakan satu komponen yang ada di dalam masyarakat. Media massa dalam suatu negara tidak berada di luar masyarakat itu, melainkan di dalam. Media massa menjadi bagian dari masyarakat, karena hal tersebut menjadi suatu sistem secara keseluruhan (Oetama, 1989, p. 92).

Fungsi utama dari media massa ialah menyampaikan informasi kepada masyarakat dan setiap informasi yang disampaikan harus bersifat akurat, faktual, menarik, benar, lengkap-utuh, berimbang, relevan, dan bermanfaat (Sumadira, 2005, p. 32). Sehingga apapun informasi yang disebarluaskan media massa hendaknya bermanfaat bagi masyarakat.

Radio dan televisi sebagai media penyiaran konvensional di beberapa tahun ini mengalami perubahan menuju ke arah digital. Kedua media penyiaran ini menggunakan Internet untuk memperluas jangkauan siaran demi menjawab kebutuhan zaman. Radio menyediakan fitur *streaming*, baik melalui *website* maupun aplikasi *streaming* radio. Begitu pun dengan televisi yang kini harus bersaing dengan program siaran daring seperti *Youtube*.

Akibatnya persaingan yang ada di antar media semakin ketat. Bahkan, terdapat beberapa media yang tersingkir karena sulit bersaing dengan media lainnya. Persaingan tersebut membuat media-media yang ada menjadi tidak kreatif

dan beragam, hal tersebut terjadi karena media cenderung berorientasi pada keuntungan dan *rating* (Fred, 2012, p. 1).

Radio dan Televisi sebagai kegiatan yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (*games, quiz, reality show, infotainment*, dan lainnya). Semakin lama terus berinovasi untuk dapat mengikuti zaman. Perkembangan teknologi yang ada telah membuat industri radio harus mengikutinya (Fred, 2012, p. 45).

Radio siaran sebagai media massa memiliki karakteristik tersendiri, yang tentunya mempunyai keunggulan dan kelemahan menyampaikan pesan atau pernyataannya yang dikemas dalam suatu program. Hal tersebut meliputi bahasa lisan, musik atau lagu, dan efek suara, yang menjadi sebuah identitas utama dari stasiun radio dalam menyajikan programnya untuk memikat pendengarnya.

Karakteristik radio yang pertama adalah imajinatif karena radio siaran hanya bisa didengar. Ketika penyiar berbicara di depan mikrofon, maka pendengar hanya bisa membayangkan suaranya tanpa mengetahui sosoknya seperti apa. Imajinasi pendengar dapat memiliki ragam persepsi yang menciptakan *theatre of mind*, membuat pendengar terbawa suasana saat ia mendengarkan drama radio yang disiarkan (Masduki, 2004, p. 32-35).

Kedua ialah auditori yang artinya radio adalah bunyi atau suara yang hanya bisa dikonsumsi oleh telinga. Maka itu, apa yang didengar oleh telinga kemampuannya cukup terbatas. Ada sebuah istilah berbunyi lebih baik memiliki satu catatan daripada seribu ingatan. Begitupun telinga juga memiliki keterbatasan

dalam mengingat pesan yang didengarnya. Untuk itu pesan radio siaran harus jelas, singkat dan sepintas lalu (Masduki, 2004, p. 32-35).

Karakteristik ketiga adalah akrab. Radio bersifat intim karena penyiar menyampaikan pesannya secara personal atau individu, walaupun radio itu didengarkan oleh orang banyak. Sapaan penyiar yang khas seolah ditujukan kepada diri pendengar secara seorang diri, menjadikan si penyiar seakan-akan berada di sekitarnya. Sehingga radio bisa menjadi “teman” di kala seorang sedang sedih ataupun gembira. Itulah sifat akrab radio (Masduki, 2004, p. 32-35).

Keempat adalah gaya percakapan, bahasa yang digunakan bukan tulisan, tapi gaya obrolan sehari-hari. Tak heran juga banyak bahasa-bahasa percakapan yang unik muncul dari dunia radio yang diperkenalkan oleh penyiar menjadi sesuatu yang populer. Sedangkan sifat pendengar radio itu meliputi ; kesukaan, kegembiraan, kebiasaan, minat, serta keinginannya (Masduki, 2004, p. 32-35).

Berdasarkan hasil riset *Roy Morgan* (2014) konsumsi radio siaran di Indonesia berada di urutan terbawah. Hanya 22% dari total populasi penduduk Indonesia mengkonsumsi radio siaran konvensional. Meski demikian, internet bukan menjadi ancaman akan tetapi pada saat yang bersamaan juga menjadi peluang bagi pengelola radio untuk memiliki situs radio online di internet.

Konten audio yang merupakan berbasis siaran radio, memiliki potensi untuk dikembangkan di ranah internet. Program-program radio juga dapat didistribusikan melalui *youtube*, media sosial, dan siniar. Saat ini bentuk distribusi siniar begitu populer di Indonesia. Secara sederhana, siniar adalah materi audio

atau video yang tersedia di internet secara otomatis dipindahkan ke komputer atau media lain secara gratis maupun berlangganan.

Popularitas siniar di Indonesia cenderung meningkat, menurut data *Daily Social* (2018) sebesar 42,12% masyarakat Indonesia yang berumur 20-25 atau yang biasa disebut generasi milenial gemar mendengarkan siniar. Angka tersebut lebih besar dibandingkan dengan usia pendengar lainnya.

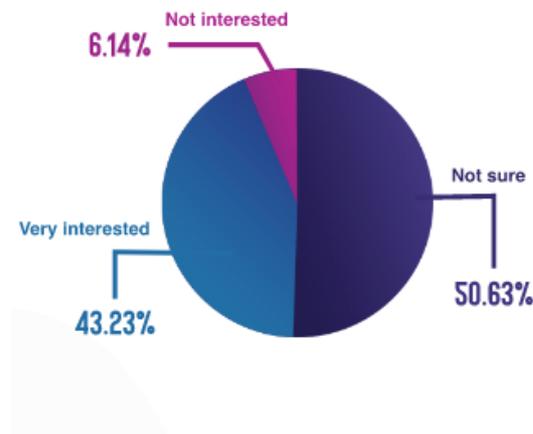
**Gambar 1.1 Persentase Pendengar Siniar di Indonesia**



Sumber: *DailySocialPodcastUserResearch* 2018

Siniar dapat dikatakan mirip dengan radio dari segi karakteristik media dibandingkan dengan media lain seperti media cetak dan televisi. Kesamaan radio dengan siniar adalah formatnya yang sama-sama berupa audio. Pembuatan siniar juga jauh lebih mudah dan tidak membutuhkan biaya yang besar seperti membuat stasiun radio. Oleh karena itu industri siniar berkembang pesat, serta menarik perhatian para generasi milenial untuk mendapatkan berita maupun hanya sekadar mencari informasi tambahan.

**Gambar 1.2 Ketertarikan pada Siniar**



Sumber: *DailySocialPodcastUserResearch* 2018

Karena pengguna siniar saat ini lebih banyak didengarkan oleh para generasi milenial, *platform* yang digunakan juga semakin berkembang. Berdasarkan data yang didapat dari *Daily Social* (2018) terdapat beberapa *platform* yang paling banyak digunakan yaitu *Spotify* menjadi akses favorit sebesar 52%, yang kedua ialah dari *Soundcloud* sebesar 46% dan yang terakhir dari *Google Podcast* sebesar 41%.

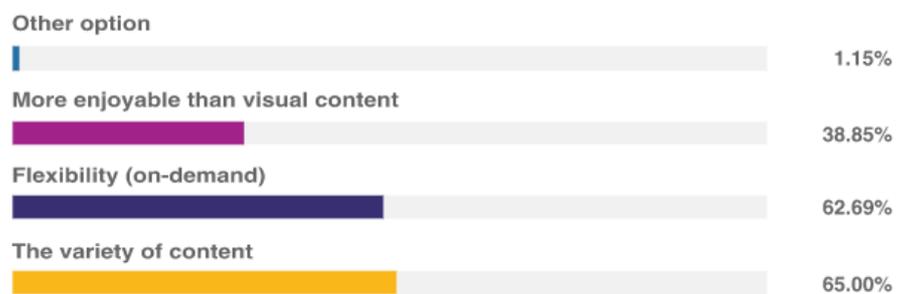
**Gambar 1.3 Platform Pendengar Siniar**



Sumber: *DailySocialPodcastUserResearch 2018*

Siniar memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan radio, oleh karena itu banyak masyarakat memilih mendengarkan siniar karena dianggap memiliki konten yang sesuai atau yang diinginkan oleh pendengar, serta dianggap memenuhi aspek permintaan yang digemari oleh para pendengar karena siniar lebih memiliki konten yang beragam dari segi hiburan, teknologi, berita, dan pendidikan.

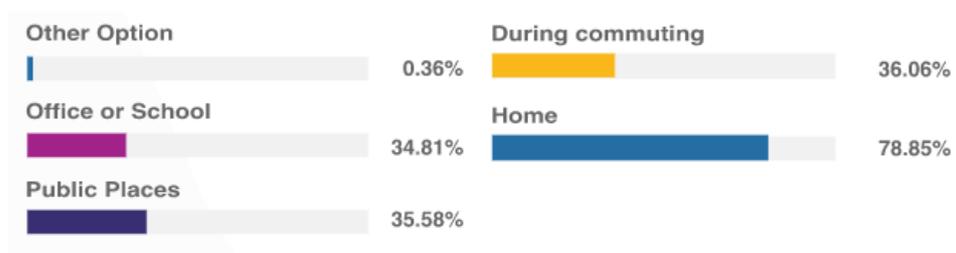
**Gambar 1.4 Alasan Siniar Digemari**



Sumber: *DailySocialPodcastUserResearch 2018*

Selain itu, pendengar siniar lebih banyak menghabiskan waktunya mendengarkan siniar saat berada di rumah, karena pada saat tersebut pendengar dapat fokus mendengarkan serta dapat melakukan aktivitas lainnya sehingga tidak dapat terganggu dan kehilangan fokus. Selain itu, terdapat juga pendengar yang lebih gemar mendengarkan siniar saat di dalam perjalanan dan tempat umum (kafe, perpustakaan, kampus, dan tempat kerja).

**Gambar 1.5 Tempat Mendengarkan Siniar**



Sumber: *DailySocialPodcastUserResearch* 2018

Siniar dapat dikatakan salah satu media yang tidak memiliki batasan waktu seperti radio, karena pada saat mendengarkan siniar, pendengar dapat memilih serta dapat mendengar kapan saja sesuai keinginan. Sementara radio memiliki jam siaran serta tidak ada pengulangan jika kita melewatkan jam siaran acara tersebut. Menurut data dari *Daily Social* (2018), rata-rata masyarakat Indonesia mendengarkan siniar ialah di atas pukul 17:00 WIB hingga di atas pukul 21:00 WIB. Waktu tersebut merupakan waktu yang diminati untuk mendengarkan siniar.

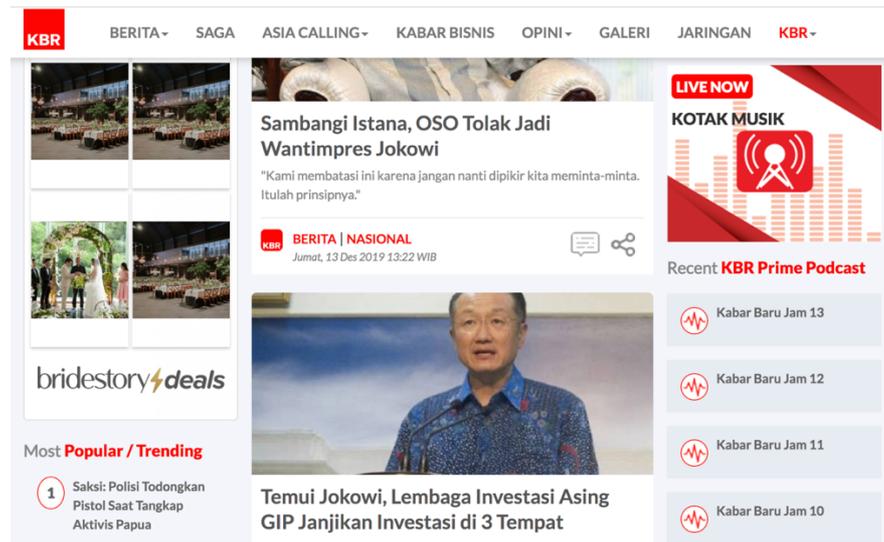
**Gambar 1.6 Persentase Waktu Mendengar Siniar**



Sumber: *DailySocialPodcastUserResearch* 2018

Saat ini cukup banyak jenis konten siniar yang berkembang. Mulai dari berita, wawancara, dan *feature* atau dokumenter. Tapi tidak terbatas pada jenis itu saja. Berbagai kreativitas dilakukan oleh para pembuat siniar, seperti dalam bentuk situs bersuara, yaitu pemilik situs dapat bercerita dalam bentuk pengalamannya tentang kuliner, travelling dan lainnya. Siniar berita dan *feature* dapat dilihat pada situs [www.kbr.id](http://www.kbr.id)

**Gambar 1.7 Situs Kantor Berita Radio**



Sumber: <https://kbr.id/>

Kantor Berita Radio adalah siniar berita pertama di Indonesia, tidak banyak media berbasis audio yang memproduksi berita dalam bentuk siniar panjang. KBR secara reguler bekerjasama dengan *The Conversation* Indonesia, siniar dari KBR juga dapat didengarkan melalui *The Conversation* Indonesia melalui Sains Sekitar Kita, konten yang diberitakan adalah tentang isu politik .

**Gambar 1.8 Sains Sekitar Kita**



Sumber: *theconversation.com*

KBR memiliki aplikasi khusus untuk para pendengarnya yaitu KBR Prime. Sinier KBR sudah memiliki lebih dari 100 episode. Topik sinier yang ada pada

KBR yakni berita ekonomi, politik, dan kesehatan. Durasi yang dimiliki KBR beragam dari durasi 25 menit, 20 menit, dan 5 menit. Secara garis besar siniar belum memiliki karakteristik yang pasti, tidak seperti radio.

Berdasarkan data yang telah ditemukan dari *Daily Social* (2018), usia 20-25 tahun yang masuk dalam generasi milenial memiliki angka persentase yang tinggi dalam mendengarkan siniar di Indonesia, ketertarikan dalam mendengarkan siniar berita juga tinggi. KBR telah memproduksi banyak siniar berita untuk didengarkan, ketertarikan masyarakat untuk menerima informasi melalui siniar juga menjadi keingintahuan untuk dibahas secara lebih dalam melalui siniar dari KBR.

Tampak dari uraian hasil pengamatan di atas, bahwa kaum milenial saat ini memiliki ketertarikan dalam mendengarkan siniar berita. Karakteristik siniar dapat menentukan formulasi siniar berita yang sesuai bagi kaum milenial. Penulis kemudian tertarik mengetahui dan menganalisis lebih lanjut mengenai karakteristik siniar berita yang dianggap sesuai bagi kaum milenial.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang sudah ada, oleh karena itu terbentuk suatu rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik siniar sebagai medium pemberitaan bagi kaum milenial?

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan oleh peneliti, maka dibentuk beberapa pertanyaan penelitian yang dapat dikaji dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah topik yang sesuai dan cocok dalam pemberitaan siniar bagi kaum milenial?
2. Berapa durasi pemberitaan siniar yang sesuai didengarkan bagi kaum milenial?
3. Bagaimana gaya bahasa yang digunakan oleh siniar sebagai medium pemberitaan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah peneliti uraikan dapat dijabarkan bahwa memiliki tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi topik yang sesuai dan cocok dalam pemberitaan siniar bagi kaum milenial.
2. Menghitung durasi pemberitaan siniar yang sesuai didengarkan bagi kaum milenial.
3. Menentukan pola gaya bahasa yang digunakan oleh siniar sebagai medium pemberitaan bagi kaum milenial.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian dibagi menjadi dua bagian karena setiap instansi memiliki manfaat yang berbeda-beda, yaitu manfaat praktis dan manfaat akademis/teoritis.

### **1.5.1 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian yang telah dilakukan akan bermanfaat bagi media KBR Indonesia, karena hal tersebut KBR Indonesia mendapatkan gambaran topik, durasi, serta gaya bahasa yang diinginkan bagi masyarakat saat ini terutama yang diinginkan oleh kaum milenial, sehingga hal tersebut dapat menarik kaum milenial untuk mendengarkan siniar melalui KBR Indonesia.

Selain itu, penelitian ini dapat bermanfaat bagi produsen siniar lainnya di Indonesia. Para produsen siniar bisa mendapatkan gambaran topik, durasi dan tata bahasa yang diinginkan oleh kalangan milenial. Sehingga siniar yang akan disiarkan melalui *platform* pilihan para siniar menjadi lebih menarik, khususnya bagi kaum milenial.

### **1.5.2 Manfaat Akademis**

Manfaat akademis atau teoritis dari penelitian ini adalah para produsen siniar dapat menemukan formulasi siniar yang sesuai dan baik yang diinginkan oleh masyarakat serta kaum milenial. Dalam penelitian ini dapat ditemukan manfaat dari topik, durasi, serta gaya bahasa yang tepat dan sesuai bagi kaum milenial itu sendiri. Hanya tinggal bagaimana produsen dari siniar sendiri

menentukan medium yang diinginkan untuk menyebarkan siniar itu sendiri agar lebih dikenal oleh masyarakat luas terutama bagi para kaum milenial.

## **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti memiliki keterbatasan penelitian yaitu dalam menentukan segmentasi dari topik yang ada, medium yang dipilih oleh peneliti yaitu siniar, yang masih jarang digunakan oleh media-media konvensional karena dianggap membutuhkan waktu lebih untuk membuat suatu siniar. Selain itu, masih jarang sekali media di Indonesia yang menggunakan siniar sebagai sarana informasi mereka karena dianggap kurang aktual.

Keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti lainnya adalah kurangnya buku mengenai siniar, kebanyakan hanya membahas mengenai bagaimana membuat siniar yang baik dan benar tetapi tidak memberikan penjelasan mengenai siniar itu sendiri secara mendalam. Serta, kurangnya penelitian terdahulu mengenai siniar kebanyakan hanya mengaitkan siniar sebagai sarana pembelajaran bukan sebagai medium untuk mendengarkan suatu berita.