



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

Teknologi telah menjadi bagian besar dalam kehidupan manusia yang tak terelakkan. Berdasarkan laporan dari We Are Social dan Hootsuite (Kemp, 2019b, p. 7) pada Juli 2019, dari total populasi dunia 7,7 miliar, sebanyak 4,3 miliar adalah pengguna internet dan 5,1 miliar adalah pengguna ponsel pintar (*smartphone*). Data tersebut telah menunjukkan peningkatan sebesar 8,2 persen untuk pengguna internet dan 2,5 persen untuk pengguna *smartphone* terhitung sejak Juli 2018 (Kemp, 2019b, p. 8).

Selain itu, perkembangan teknologi seperti fitur pencarian atau pemberian perintah melalui suara (*voice search and command*) juga turut tinggi penggunaannya. Secara global, rata-rata pengguna fitur tersebut mencapai 43 persen dengan nilai tertinggi diraih oleh India dengan angka 56 persen (Kemp, 2019b, p. 21). Pengguna fitur mayoritas adalah generasi muda dengan total 52 persen masyarakat berusia 16 hingga 24 tahun dan 49 persen berusia 25 hingga 34 tahun (Kemp, 2019b, p. 22).

Indonesia sendiri telah cukup mengadopsi perkembangan teknologi dengan baik. Data dari We Are Social dan Hootsuite pada Januari 2019 menunjukkan bagaimana dari 268 juta total penduduk, pengguna internet telah mencapai 150 juta dengan penetrasi 56 persen (Kemp, 2019a, p. 15). Hal tersebut membuat pertumbuhannya terhitung sejak Januari 2018 adalah 13 persen karena telah ditambah 17 juta pengguna (Kemp, 2019a, p. 16). Data juga menunjukkan bagaimana 79 persen menggunakan internet setiap harinya (Kemp, 2019a, p. 23).

Dengan tingginya pengenalan dan perkembangan teknologi, program siaran media massa yang membahas seputar teknologi justru sedikit di Indonesia. Berdasarkan temuan penulis, program TV di Indonesia yang membahas seputar

teknologi hanya satu yaitu Tech News dari CNN Indonesia sedangkan untuk radio tidak ada sama sekali. Di luar negeri sendiri, program radio yang penulis temukan hanya dua buah. Pertama adalah Tech Tent yang tayang di BBC World Service dan Popular Technology Radio yang tayang di Radio America. Sedangkan untuk *podcast* terdapat jauh lebih banyak opsi, baik di Indonesia sekalipun seperti Kode Nol dari Deep Tech Foundation dan Gadgetainment Podcast.

Kenyataan tersebut bertolak belakang dengan fungsi media massa sebagai sumber informasi dan pendidikan. Dalam memberikan informasi, media massa menyajikan berbagai informasi seputar kejadian dan situasi masyarakat dan dunia, menunjukkan relasi kekuasaan, dan memudahkan berinovasi, beradaptasi, dan kemajuan (Halik, 2013, p. 57). Kemudian untuk fungsi pendidikan, media massa menjadi sarana pengajaran etika, norma, materi, dan peraturan-peraturan yang berlaku di masyarakat melalui program yang disajikan (Ardianto, 2009, p. 18). Jika tidak terdapat siaran program di media massa, seperti TV dan radio, untuk mendidik dan memberi informasi seputar suatu bidang maka dapat terjadi ketimpangan pengetahuan masyarakat pada bidang tersebut.

Radio sendiri masih memiliki ruang untuk dapat menjadi populer. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019, persentase perhatian masyarakat usia sepuluh tahun ke atas terhadap media radio, TV, dan surat kabar pada tahun 2018, radio tetap diminati dengan 13% masyarakat masih mendengarkan radio (Kusnandar, 2019). Selain itu, radio memiliki empat keunggulan utama dibanding media massa lain, yaitu (Ishadi, 1999, pp. 141-142):

1. Kuat mengembangkan imajinasi dengan suara
2. Selektifitas dalam pemilihan program dan target khalayak
3. Fleksibel, mudah dibawa kemana-mana dan menemani pada berbagai kesempatan
4. Sangat personal, menjadi medium yang efektif menghubungkan antar pribadi dalam keakraban, kehangatan, dan kejujuran

Kemudian, memproduksi program radio yang unik dan berbeda dengan yang lain akan mempersedikit persaingan sehingga semakin menguntungkan (Tupman, 2006, p. 27).

Karena pertumbuhan teknologi yang baik dan ketersediaan program radio yang membahas teknologi tidak ada, penulis hendak membuat konten talk show untuk program radio yang membahas dunia teknologi. *Talk show* adalah bentuk program yang memadukan bentuk percakapan dan unsur institusional dengan karakteristik komunikasi informal dengan mempertemukan orang-orang berkemampuan atau signifikan (Illie, Talk Shows, 2006, p. 489). Dengan program *talk show*, program akan membawa suasana yang berbeda, yakni kedekatan yang lebih kepada khalayak, dengan menghadirkan percakapan informal, tokoh-tokoh yang populer atau dikenal masyarakat, visual, dan interaktivitas (Illie, Talk Shows, 2006, p. 490).

Selain dari unsur kedekatan, *talk show* turut menghadirkan topik-topik yang tengah hangat dibicarakan serta membahasnya dengan analitis dan mendalam (Masduki, 2004, p. 80). Dengan demikian, menghadirkan *talk show* dengan tema teknologi dapat membawakan beragam bahasan seputar dunia teknologi yang tengah populer secara mendalam, informatif, dan santai.

1.2 Tujuan Karya

Produksi konten *talk show* ini memiliki tujuan untuk menjadi program yang membahas seputar teknologi yang diaplikasikan di dalam maupun luar negeri pada berbagai sektor.

1.3 Kegunaan Karya

Konten berguna untuk mengenalkan dan mengedukasi masyarakat pada pemanfaatan teknologi untuk mengatasi permasalahan sosial dan kehidupan masyarakat. Program juga bisa menjadi referensi bagi masyarakat untuk menggunakan teknologi-teknologi yang dikenalkan dalam *talk show*.