



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

Radio menjadi media informasi yang memberikan keleluasaan kepada *audiens*-nya untuk dapat melakukan hal lain. Hal ini dikarenakan radio merupakan alat komunikasi massa yang menggunakan lambang komunikasi yang berbunyi atau suara (Triartanto, 2010, p.59-60) Triartanto, berpendapat, juga menyampaikan bahwa radio memiliki keunggulan lain yaitu medium dengar ini dapat menstimulasi imajinasi pendengar dan fleksibilitasnya dalam penyajian informasi dengan bentuk sajian yang beragam seperti diskusi dan dialog.

Seiring berkembangnya waktu, muncul internet sebagai salah satu teknologi modern, berbagai cara diupayakan untuk membuat radio masih didengar oleh masyarakat. Salah satu strateginya adalah membuat *podcast*. *Podcast* sudah cukup populer dan berkembang di Amerika Serikat dan beberapa negara di Eropa. Kata *podcast* ini pertama kali muncul di tahun 2004 sebagai kata gabungan dari ‘iPod’ dan ‘broadcast’. Meski seperti radio, *podcast* cukup berbeda lantaran pendengar dapat memilih topic apa yang ingin didengar (Armenia, 2018, para. 2-4). *Podcast* yang dapat diunduh dari internet dan dapat didengar di *personal computer* (PC) ataupun pemutar MP3. Para pengguna *podcast* juga dapat memilih topik apa yang ingin mereka dengar. Siapapun bisa membuat *podcast* asalkan

mempunyai peralatan yang dibutuhkan, seperti mikrofon, software seperti Adobe Audition, Smartphone. Sebagian besar *podcast* tidak dikenakan biaya dan dapat didengarkan melalui aplikasi-aplikasi tertentu, seperti Spotify, SoundCloud, iTunes, dan sebagainya. Namun seiring berjalannya waktu, *podcast* kini dapat berupa visual dan audio. Oleh karenanya, *podcast* juga dapat diakses melalui situs lain seperti YouTube.

Berdasarkan hasil survei dan data yang dikumpulkan oleh artikel berjudul *Podcast, Masa Depan Penyiaran yang Belum Pasaran di Indonesia*, (Armenia, 2018, para.10) sebanyak 58 persen media akan berfokus pada *podcast* karena peningkatan signifikan bahwa konsumen media digital dalam mendengarkan *podcast*. Namun, bentuk audio ini belum cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia pada artikel yang sama dikatakan bahwa konten *podcast* masih belum terlalu menjadi pilihan di kalangan masyarakat Indonesia, karena belum ada konten yang cocok bagi pendengar (Armenia, 2018, para.20).

Sebuah survei yang berjudul *Laporan DailySocial: Penggunaan Layanan Podcast 2018* yang melakukan studi *Podcast UserResearch Indonesia 2018* kepada 2.023 pengguna ponsel pintar tentang layanan podcast. Dari survei ini, 42,23% responden menyatakan mereka tertarik mendengarkan *podcast* setiap hari. Tiga platform teratas yang menjadi favorit untuk mengakses *podcast* adalah Google Podcast (41,25%), SoundCloud (46,25%), dan Spotify (52,02%). 37,21% konsumen *podcast* memandang *podcast* dengan durasi sepanjang 10-20 menit adalah durasi yang ideal, sedangkan 31,54% di antaranya lebih suka mendengar *podcast* dengan durasi sepanjang 20-30 menit. Namun, ada sebanyak 19,81%

responden yang tidak masalah jika mendengarkan *podcast* dengan durasi sepanjang lebih dari 30 menit.

Maka itu, mayoritas *podcast* mengangkat topik yang lebih ringan, seperti hiburan, gaya hidup, teknologi, dan edukasi. Yang menariknya lagi, usia pendengar *podcast* di Indonesia 40 persen lebih dari usia 20-25 tahun (42,12%), diikuti oleh usia 26-29 tahun (25,52%) dan usia 20-25 tahun (15,96%). Artinya, generasi millennial dapat menikmati berbagai macam topik lewat *podcast*. Secara tidak langsung, kalangan usia tersebut sangat suka dengan hal-hal yang dianggap baru. Selain itu, 80% lebih pendengarnya lebih banyak di Pulau Jawa. Survei DailySocial juga membuktikan bahwa masyarakat lebih memilih Spotify untuk mendengarkan *podcast* (Eka, 2018).

Dalam wawancara dengan Tirto.id, pemimpin redaksi Kantor Berita Radio, Citra Dyah Prastuti mengungkapkan bahwa *podcast* menjadi sebuah peluang, dirinya juga mengutip New York Public Radio bahwa *podcast merupakan* inkarnasi dari radio (Zuhra, 2019, para. 7). Pada artikel yang sama *podcast dijelaskan* tetap menggunakan pendekatan jurnalistik dengan etika jurnalisisme yang sama. Dengan kata lain di *podcast* eksplorasi akan lebih longgar. Salah satu konsep yang dijabarkan mengenai *audio on demand*, yang berarti audiens siap mendengarkan sepanjang apapun durasinya karena mereka sendiri yang memilih untuk mendengarnya (Zuhra, 2019, par 17-18). Pada bagian kesimpulan dari jurnal ilmiah yang berjudul *Podcast: Potensi dan Pertumbuhan Di Indonesia* disebutkan bahwa peluang pertumbuhan *podcast* di Indonesia mulai terlihat hal itu terbukti dari

masyarakat yang mulai mengenal *podcast* dan menggunakannya untuk kebutuhan relaksasi (Rafiza, 2020, p.9).

Beberapa nama *podcast* yang hadir merupakan sebuah karya segar di kalangan milenial sendiri. Pasar dari setiap program *podcast* yang sudah disiapkan membuat target pendengar jadi lebih maksimal. Karya ini memiliki target pendengar yang berada pada rentan umur 18-35 tahun dengan status pelajar hingga pekerja. Pembicaraan mengenai *unpopular opinion* ini akan membantu masyarakat semakin berpikir kritis bahwa ada hal lain yang perlu dipertimbangkan dan juga diketahui. Karya ini juga bertujuan untuk membuka ruang publik yang merupakan suatu wadah untuk membangun diskusi publik yang dapat diikuti oleh setiap individu secara terbuka dan bebas dari intervensi (Habermas, 2010, p. 220-221).

Dalam tugas akhir ini, penulis bersama tim di antaranya Lusia Auliana dan Andreas Pranatalta dengan judul *podcast* “*Let’s Talk About*” yang akan membahas *unpopular opinion* dengan berkonsep *talk show*. *Podcast* ini mengusung tiga judul untuk tiga episode pilot ini, di antaranya akan membahas tentang *quarter life crisis*, edukasi seks, dan *disability*. Episode yang menjadi tanggung jawab penulis adalah episode *disability*. Dikutip dari Tempo.co, data penyandang difabel pada tahun 2018 yang dihimpun oleh Survei Sosial Ekonomi Nasional atau Susenas terdapat 162.732.512 juta penyandang difabel yang berada pada kategori umur 19-59 tahun (Kustiani, 2019, para. 6). Berdasarkan dari hasil survei BPS sekitar 9-12 persen warga negara Indonesia merupakan penyandang disabilitas sedang dan berat (Febrinastri, 2019, para. 7). Dikutip dari Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas pada pasal 1 ayat 2, disebutkan bahwa

penyandang disabilitas memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan peluang dalam rangka menyalurkan segala potensi yang ada. Pemerintah juga berupaya dengan menjabarkan hak-hak bagi penyandang disabilitas, terdapat sebelas poin yang terdapat pada pasal 2 UU No 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas (Indonesia, 2016). Mulai dari kesamaan kesempatan, aksesibilitas, dan kesetaraan merupakan tiga dari sebelas poin yang ada, yang menjadi perhatian penulis dalam membuat karya ini.

Cucu Saidah yang merupakan seorang aktivis difabel menyampaikan bahwa Indonesia masih belum ramah difabel. Hal ini disampaikan pada artikel yang diunggah Liputan6.com berjudul “Indonesia Masih Belum Ramah pada Difabel”. Cucu Saidah berpendapat bahwa para penyandang disabilitas belum mendapatkan hak-hak dasar seperti aksesibilitas pada transportasi umum, pekerjaan hingga perlindungan hukum (Gusrina, 2019). Sebelum lebih jauh membahas hak-hak yang dijanjikan pemerintah terhadap penyandang disabilitas.. Karya ini akan menjadi langkah awal sebagai sebuah gerakan bagi penyandang disabilitas khususnya penyandang tunanetra membuat sebuah konten dan aplikasi *podcast* yang ramah difabel. Secara garis besar, pada episode pertama penulis akan membuat sebuah konten yang menghapus stigma yang ada di masyarakat mengenai difabel.

Seperti yang dikutip dari Remotivi bagaimana seorang penyandang disabilitas yang berada di serial Game of Thrones penokohan dari Tyrion Lannister, yang merupakan salah satu tokoh pada serial itu digambarkan dengan seorang yang cerdas dan simpatik. Hal ini berhasil mendobrak pandangan disabilitas yang biasanya ditampilkan sebagai sosok yang kekurangan dan cenderung jadi bahan

candaan. Remotivi juga mengutip Beth Haller yang mengatakan bahwa media “mengonstruksi” difabel sebagai individu yang tidak masuk dalam konstruksi “normal” (Imaduddin, 2019, para. 11-14).

Berangkat dari permasalahan itu, pada episode pertama karya ini ingin membuktikan bawah difabel layak diberlakukan seperti non disabilitas. Kebanyakan masyarakat juga ragu untuk bersinggungan dengan difabel karena tidak mengetahui bagaimana cara berinteraksi dengan penyandang difabel. Pada episode kedua, karya ini akan memperlihatkan bagaimana penyandang disabilitas berusaha untuk melengkapinya satu sama lain untuk kebutuhan dan hak-hak mereka yang belum diberikan oleh pemerintah. *Podcast* ini akan menjadi pengantar bagaimana nantinya penyandang disabilitas memiliki sebuah *podcast* sebagai sarana hiburan dan informasi bagi sesama difabel. Mengutip buku Panduan Peliputan Disabilitas di Indonesia yang diusung oleh International Labour Organisation Bersama dengan Dewan Pers dan AJI, media perlu meliput penyandang disabilitas untuk mendapatkan hak-haknya. Selain itu, media dapat membantu memberikan pemahaman yang baik bagi penyandang disabilitas di tengah masyarakat luas. Bahwa mereka dapat secara aktif ikut berkontribusi di tengah masyarakat khususnya Indonesia. (Ilo, 2014, p.20). Berangkat dari situ penulis akan membuat *podcast* yang dapat mengubah stigma masyarakat luas mengenai penyandang disabilitas.

1.2 Tujuan Karya

Tujuan dari skripsi berbasis karya ini adalah:

1. Menghasilkan produk jurnalistik yang dapat didengar secara *worldwide* dan online melalui platform Spotify
2. *Podcast* ini dapat menjangkau lebih dari 500 audiens untuk keseluruhan total pendengar Let's Talk About
3. Memberikan pandangan kepada khalayak bahwa penyandang disabilitas memiliki kemauan dalam berusaha untuk menaikan taraf diri sendiri dan sesama penyandang disabilitas dan menjawab pertanyaan khalayak khususnya non-disabilitas ketika berinteraksi dengan penyandang disabilitas

1.3 Kegunaan Karya

Kegunaan dari skripsi berbasis karya ini adalah:

1. Mendorong ilmu jurnalistik untuk berkembang di *podcast* dengan pengaplikasian *talk show*.
2. Menjadi inspirasi kepada khalayak untuk membahas isu disabilitas lebih lanjut dengan sudut pandang yang baru.
3. Membantu meningkatkan kesadaran bagi pemerintah dan masyarakat non disabilitas untuk memenuhi hak dan keresahan yang selama ini dialami oleh penyandang disabilitas