

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Memperkuat karya *podcast* yang penulis buat, penulis menambahkan tiga karya serupa yang menjadi acuan penulis untuk membuat karya, diantaranya:

- a. AMwave by AMvibe



Gambar 2.1 *Podcast* Karya Sejenis (Sumber: Spotify)

AMwave adalah saluran *podcast* milik AMvibe yang dipandu Bobby Mandela dan Raja Humuntar Panggabean. *Podcast* ini menggali berbagai tema seputar sudut pandang manusia termasuk salah satunya adalah musik. *Podcast* yang telah berjalan tujuh episode ini dapat didengarkan diberbagai layanan *streaming* seperti spotify, iTunes, Soundcloud dan YouTube.

Layaknya *Podcast* milik AMWAVE dari AMVIBE ini juga membahas mengenai pergerakan musik mulai dari sejarah suatu genre musik hingga relevansinya suatu genre musik zaman sekarang. Contohnya, AMwave pada episode ke-35 dengan judul: Praktik Bunyi

Musik yang membahas pergerakan musik Eksperimental.

Episode *Praktik Bunyi Musik Eksperimental* ini AMwave mengupas tuntas musik eksperimental mulai dari pengertian, sejarah, dan penggiat serupa. *Podcast* berdurasi sekitar 1 jam ini terus juga mengundang seorang penggiat musik ini yaitu, Harsya Wahono untuk memperkuat informasi pada topik yang dibahas.

b. Behind That Scene by Agordiclub



Gambar 2.2 *Podcast* Karya Sejenis (Sumber: Spotify)

Behind That Scene adalah *podcast* yang digarap oleh situs musik agordiclub.com. *Podcast* ini mengupas musik Indonesia dari berbagai genre baik lewat sudut pandang musisi sebagai pencipta karya maupun para pelaku di balik kancahnya.

Podcast yang dipandu oleh Pramedya Nataprawira ini menghadirkan banyak musisi, band, serta pelaku musik di Indonesia selama sekitar setahun terakhir. *Podcast* dapat didengar melalui situs agordiclub.com atau lewat *channel* YouTube Agordiclub, serta di Spotify.

Penulis melihat adanya kesamaan dengan karya *podcast* yang penulis

kerjakan. *Podcast* berdurasi kurang lebih satu jam ini mengajak musisi dan mengupas sejarah serta pergerakan mereka di dalam industri itu sendiri. Contohnya yang terdapat pada episode: Kelompok Penerbang Roket dimana Pramedya Nataprawira mengupas latar belakang musisi dan pembuatan album band itu sendiri

Penulis dalam karyanya akan mengundang seorang atau beberapa musisi disko terutama yang senior. Tujuannya, untuk mengetahui bagaimana perkembangan yang terjadi dimasa lampau yaitu, 70an (awal disko di Indonesia) dan saat ini. Serta, penulis akan mengupas album dan industrinya dimasa kejayaan disko itu sendiri.

c. Kekoreaan



Gambar 2.3 *Podcast* Karya Sejenis (Sumber: Spotify)

Kekoreaan adalah program ngobrol-ngobrol dua fans K-POP yang “sudah terlalu lama terjebak di kubangan Kekoreaan,” mereka adalah Ron dan Dita. *Podcast* yang dimulai sejak bulan April tahun 2019 ini telah berjalan sebanyak 71 episode.

Garis besar *podcast* Kekoreaan membahas mengenai genre, kultur, dan fenomena demam Kpop di Indonesia. Layaknya *Podcast* disko milik

penulis, *podcast* ini juga mengulas bagaimana sebuah skena musik dapat berkembang di Indonesia. Tidak jarang kekoreaan juga membahas artis dan komunitas Kpop yang sudah ada sejak Kpop masih belum setenar sekarang di Indoneisa.

2.2 Teori Yang Digunakan

2.2.1 Media Masa

Media massa adalah sarana komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan atau menyampaikan pesan dengan cepat dan serempak kepada khalayak luas. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis sarana komunikasi lain adalah bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu (Nurudin, 2007, h. 9).

Media massa juga dapat digunakan dan diartikan sebagai sarana tempat penyampaian hasil kerja aktivitas jurnalistik (Yunus, Syarifudin, 2010, p.26). Pengertian tersebut membuat media massa memiliki peran kuat sebagai saluran informasi secara menyeluruh kepada khalayak luas. Media massa pada dasarnya memiliki fungsi sebagai pengantar dan penyebar informasi, kegiatan dalam lingkungan publik, menjangkau banyak orang, dan rata-rata dapat dikonsumsi dengan harga murah (McQuail, 2010, h.37).

Terdapat beberapa ragam media massa yang umum dijadikan sebagai alat-alat komunikasi mekanis, contohnya seperti surat kabar, film, radio dan televisi

(Cangara, 2002, h.140).Pesan yang disampaikan oleh media massa seperti majalah, tabloid, koran,internet, radio,televisi film, dan lainnya, dapat diterima secara bersamaan oleh jutaan orang. Media massa harus menjalankan fungsinya sama seperti fungsikomunikasi massa yang dikemukakan Harold Laswell, yaitu untuk menginformasikan, mendidik dan menghibur (Karimi, 2012, h. 5-6).

2.2.2 Media Digital

Perkembangan teknologi informasi dalam hal komunikasi tidak terlepas dari peran internet. Dengan munculnya world wide web (www) menambah medium untuk mendapatkan informasi yang disebut sebagai media digital atau media baru. Menurut penelitian Antonius Birowo, Saraswati, Nuswantoro, dan Fachrudin Putra, dalam bukunya yang berjudul ‘Pergulatan Media Komunitas Di Tengah Arus Media Baru’ mengatakan bahwa istilah media baru tidak bisa dilepaskan dari perkembangan teknologi informasi khususnya internet dan kemunculan world wide web. Flew (Birowo, Saraswati, Nuswantoro, & Putri, 2016, h.20) menjelaskan fenomena media baru ini dengan dua pendekatan. Pertama, media baru adalah media yang mengalami suatu proses konvergensi.

Kedua, adalah dengan melihat media baru sebagai media digital, yakni suatu konten media yang menggabungkan dan mengintegrasikan data, teks, suara dan segala jenis gambar visual yang disimpan dalam format digital dan didistribusikan melalui jaringan yang berbasis broadband, kabel serat optik, satelit, dan sistem transmisi gelombang mikroLievrow dan Livingstone (Birowo,

Saraswati, Nuswantoro, & Putria, 2016, h.21) juga menjelaskan ada tiga elemen dari media baru memungkinkan dan bahkan meningkatkan kemampuan kita dalam berkomunikasi. Kedua, pada praktik dan aktivitas komunikasi yang kita lakukan dengan melibatkan alat tersebut.

Ketiga, pada organisasi dan tatanan susunan sosial yang terbentuk di sekitar alat dan praktik penggunaan alat tersebut. Mengacu pada definisi yang dituturkan Flew, maka podcast termasuk media baru yang terkoneksi dengan internet sebagai pendistribusian kontennya.

Adapun ciri lain media baru ialah adanya saling keterhubungan, aksesnya sebagai terhadap khalayak individu, sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana (McQuail, 2011, p.44).

2.2.3 Karakteristik Radio Siaran

Pada dasarnya *podcast* memiliki kesamaan dengan radio siaran, contohnya adalah dengan memberikan informasi atau hiburan melalui audio. Menurut Rony Agustino Siahaan (2015) dalam bukunya. “Jurnalistik Suara” menjelaskan bahwa dasar karakteristik radio siaran terbagi empat elemen:

a. Radio is Personal

Radio berhubungan dengan suara manusia, berarti berurusan dengan kepribadian individu yang mengeluarkan suara tersebut. Secara umum

suara bisa menunjukkan kepribadian orang yang menggunakannya dan suara juga dapat menyentuh perasaan dari pribadi yang lain, sehingga memunculkan kesan persona.

b. Radio is Also Social

Radio berkemampuan dalam memberi rasa social, yaitu kesadaran bahwa kita berada dalam suatu kumpulan orang-orang yang disebut masyarakat atau komunitas. Sewaktu mendengarkan radio, kita dapat berhubungan dengan banyak orang yang memiliki kesamaan dengan kita, dan saat itu juga dalam siaran radio memungkinkan terjadinya interaksi satu sama lain yang memiliki potensi dalam mendorong sebuah kohesi atau ikatan social yang lebih kuat

c. Radio Creates "Theater of The Mind"

Walau hanya berbentuk suara, namun radio senantiasa membuat kita bervisual. Saat kita mendengarkan radio, kita pun membentuk gambaran-gambaran didalam benak dari hal-hal yang kita dengar. Radio juga merangsang daya imajinasi lebih cepat daripada media lain.

d. Radio Can Be A Social Service

Radio juga dapat membantu dalam pengembangan diri, salah satunya dengan membentuk kepribadian yang lebih peduli. Seperti pelayanan social dalam program mobilitas massa dan forum diskusi, aksi ini ditunjang secara bersamaan dengan program on-air dan odd air.

2.2.4 Podcast

Pada tahun 2004 tercatat sebagai awal kemunculan istilah podcast. Ben Hammersley menyebutkan kata “podcasting” di dalam artikelnya di www.theguardian.com yang membahas audioblogs dan radio online. Selama hampir 7 bulan, istilah “podcasting” seolah tenggelam sampai akhirnya beberapa orang menggunakannya sebagai nama pada saat mendaftarkan domain seperti yang dilakukan Dannie Gregoire yang mendaftarkan domain podcaster.net (Geoghegan & Klass dikutip dalam Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017)

Melihat dari sejarah podcast tidak terlepas dari lahirnya iPod buatan perusahaan Apple yang diperkenalkan oleh Steve Jobs pada tahun 2001. Podcast bisa disebut sebagai “iPod broadcasting” karena siarannya berbeda dengan radio FM ataupun AM konvensional, podcast tidak menyiarkan siarannya secara linear tetapi serupa dengan youtube yang merupakan platform siaran suara on demand (Zaenudin, 2017)

Ada tiga karakteristik utama dari podcast, yaitu; episodik, download, dan program yang didorong dengan tema tertentu. Ada tiga jenis podcast, yaitu: (1) Audio podcast, podcast yang paling umum biasanya di file MP3, (2) Peningkatan podcast, podcast yang berbentuk gambar di sertai dengan audio, dan (3) Video podcast, adalah film yang dilengkapi dengan suara serta biasanya dalam format MP4 (Toyib, Syafiq, & Muzakki, 2012, p.52)

Keunggulan podcast adalah fleksibilitas yang tinggi. Kita tidak perlu menunggu atau takut kelewatan jam tayang seperti di radio, tetapi di podcast anda hanya cukup mendownload dan mendengarkan kapan saja dan dimana saja,

terkadang juga untuk mendengarkan podcast anda juga harus berlangganan ataupun gratis

Produksi dan distribusi podcast tergolong sederhana namun memiliki 3 elemen wajib yaitu, Materi podcast, Penyedia RSS (Really Simple Syndication), Penangkap (podcatcher)

Ukuran dokumen (file) berkisar antara 1 mb sampai 200 mb (tergantung dari frame rate, ukuran dsb.). Elemen berikutnya adalah penyedia RSS atau penyimpanan di server cloud seperti www.soundcloud.com.

2.2.5 Audio Reporting and Thematic Story-Telling

Pembelajaran penulis dalam bidang jurnalistik mengajarkan, jurnalisme menyediakan informasi tanpa mendikte orang sehingga individu dapat mengatur dirinya sendiri. Menyampaikan informasi dalam bentuk berita merupakan komunikasi yang bertujuan untuk memberi informasi kepada manusia dengan sumber-sumber yang selalu berubah, isu, dan karakter individu. (Siahaan, 2015, h. 43-44)

Penyampaian berita melalui suara menekankan penggunaan suara untuk bicara. Dalam penyampaiannya di bidang jurnalistik meliputi reportase, wawancara, siaran berita, dan debat. Maka berbicara merupakan esensi dasar berita dan perbincangan tentang suatu masalah yang hangat (*current affairs*). Penyampaian berita dilandasi berdasarkan fakta di lapangan (*field report*) yang dilengkapi dengan suara asli narasumber melalui *sound-bites* dan *actualities*.

Penggunaan suara ini dimaksud untuk memperkuat kredibilitas pemberitaan, yaitu berita yang disampaikan berasal dari sumber aslinya (Siahaan, 2015, h. 40-41).

Dunia penyiaran umumnya mengatakan berita sangat dekat hubungannya dengan seni bercerita. (Siahaan, 2015, h. 51). Bercerita atau *story-telling* menekankan unsur emosionalitas sebagai titik sentral. *Story-telling* jurnalistik menggali reaksi emosional khalayak sehingga khalayak merasa terlibat dan memahami situasi, perasaan, dan motif orang lain (Siahaan, 2015, h. 7).

Dalam dunia jurnalistik dan penyiaran bercerita atau *story-telling* harus melakukan tahap investigasi. Tahap investigasi dalam penyampaian berita diperlukan untuk mengalisa data dan menggunakan dokumen yang tersedia. Tujuannya agar menghasilkan berita yang menarik dan bagus untuk pendengar. (Siahaan, 2015, h. 55).

Maka dari itu penulis mengemas karya *audio reporting and thematic story-telling* dalam bentuk podcast dengan durasi 10 menit untuk satu item laporan berita. Maka satu program *thematic story-telling* berdurasi 1 jam akan terdiri dari 6 segmen (Universitas Multimedia Nusantara, 2018).

2.2.6 Jurnalisme Hiburan/ *Entertainment Journalism*

Jurnalistik hiburan merupakan ranah jurnalistik yang dituntut untuk bergerak cepat dan mandiri. Hasil berita jurnalisme hiburan tergolong sebagai soft news atau ringan. Menentukan sebuah topik berita dapat membuat sebuah berita menjadi menarik dan menghibur. Namun, menentukan topik yang menarik tidak cukup untuk membuat berita yang disampaikan menjadi penting. Jurnalis harus

memiliki angle yang berbeda dan memahami betul inti dari kasus yang dibahas. (Falk, Ben, 2018, h.4-5).

Pada awalnya jurnalistik hiburan atau *entertainment journalism* bukanlah sesuatu yang baru, keberadaanya sudah ada sejak 1880-an. Saat itu jurnalistik hiburan lebih dikenal dengan istilah *infotainment* atau gosip. Gosip merupakan berita yang menyebarkan kabar perselingkuhan, romansa, kehamilan, dan penyimpangan dengan informasi yang tidak pasti. (Falk, Ben, 2018, h.17).

Gosip ini semakin berkembang dengan adanya kolom gosip radio mingguan, Walter Winchell pada tahun 1950. Pembahasannya selalu terkait soal kehidupan artis baik hobi sampai berita kehamilan. Peran pakar pewarta gosip ini masih menjadi pedoman bagi perkembangan internet-buzz atau pewartaan sebuah informasi dari mulut ke mulut melalui internet. (Falk, Ben, 2018, h.17-18).

Ranah hiburan dalam dunia jurnalistik tidak sekedar gosip sekalipun pasti memiliki kaitannya. Namun, ranah ini juga mencakup bidang politik, film, dan bahkan musik. Membahas musik seorang jurnalis harus memiliki sudut pandang sendiri tanpa menelan mentah informasi yang didapat. Pemilihan topik yang dianggap tidak penting bagi publik jurnalis mampuewartakan dan melihat fenomena dari suatu kasus. (Falk, Ben, 2018, h.31-32)

2.2.7 Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya-jawab yang dilakukan reporter atau wartawan dengan narasumber untuk memperoleh informasi menarik dan penting yang diinginkan. Wawancara merupakan alat utama bagi jurnalis, dalam hal ini

podcaster dalam pengumpulan bahan podcast. Dengan melakukan wawancara podcaster akan dapat menggali informasi sebanyak dan sedalam mungkin dari narasumber terkait topik yang dibahas. (Sumadiria, 2006, h. 103-104).

Menurut Sumadiria, (2006, h 107-108) terdapat 6 jenis wawancara berita:

a. Wawancara sosok pribadi (*personal interview*)

Wawancara dilakukan dalam dua golongan sosok pribadi. Pertama, dengan orang yang baru pertama kali tampil dalam suatu profesi seperti profesi dalam politik, niaga, perbankan, ilmu pengetahuan, hiburan, kegiatan sosial, dan olah raga. Kedua, dengan orang yang berada di luar orbit berita, yakni orang biasa yang sebenarnya tidak melakukan kegiatan bernilai berita sebagaimana layaknya orang-orang besar. Tetapi orang itu menarik karena memiliki prilaku aneh atau memiliki pekerjaan yang aneh.

b. Wawancara berita (*news interview*)

Wawancara diselenggarakan sehubungan dengan adanya berita besar dengan maksud untuk memperoleh pendapat atau tanggapan dari orang yang berwenang. Wawancara berita umumnya dilakukan untuk mendapatkan keterangan atau pendapat dari seseorang untuk pertimbangan kewenangannya, prestasi, serta keahlian, untuk diterbitkan sebagai *straight news*. Sumber berita itu seperti Presiden, menteri, petinggi negara, olahragawan, ilmuwan, pemodal, politisi, tokoh masyarakat.

c. Wawancara Jalanan (*man in the street interview*)

Wawancara diadakan di jalanan umum dengan menyetop dan menanyakan pendapat mengenai sebuah kasus atau berita yang penting. Wawancara ini

ditujukan agar mendapatkan pandangan masyarakat umum mengenai sebuah kasus.

d. Wawancara sambil lalu (*casual interview*)

Wawancara ini tidak direncanakan melainkan secara kebetulan. Pertemuan dan dialog dengan orang berwenang disebut kesempatan adalah sarana untuk memperoleh keterangan dari orang besar yang ditemui pada kesempatan tertentu.

e. Wawancara telepon (*telephone interview*)

Wawancara melalui telepon merupakan wawancara yang dapat dilakukan sewaktu-waktu antara pewawancara dan narasumber. Hal ini akan lebih mudah dilakukan jika pewawancara dan narasumber sudah akrab.

f. Wawancara tertulis (*written interview*)

Wawancara ini memiliki kekurangan, pewawancara tidak dapat mendapatkan informasi dengan cepat. Namun, berita atau informasi yang dimiliki dapat dipertanggung jawabkan karena adanya bukti.

g. Wawancara kelompok (*discussion interview*)

Wawancara dilakukan bersama dengan kelompok orang, seakan-akan pewawancara adalah peserta didalam sebuah seminar. Hasil wawancara merupakan rangkuman dari pendapat yang transparan dalam sebuah seminar.

Dalam porses wawancara juga terdapat jenis-jenis pertanyaan dalam melakukan wawancara. Mengutip dari Sumadiria, (2006, h. 113 – 114) terdapat 7 jenis pertanyaan:

a. Pertanyaan terbuka

Pertanyaan terbuka merupakan pertanyaan yang bebas. Narasumber dapat menentukan jawabannya dan pewawancara dapat memilih beberapa kutipan dari hasil wawancara. Namun, wawancara ini memiliki waktu yang panjang sehingga memungkinkan narasumber bingung untuk memulai jawaban.

b. Pertanyaan hipotek terbuka

Penanya dapat memberikan keterangan lebih luas dengan memberikan keterangan terhadap narasumber. Keterangan yang pewawancara berikan dapat disesuaikan dengan situasi wawancara.

c. Pertanyaan langsung

Pertanyaan ini bertujuan agar pewawancara mendapatkan jawaban yang singkat dan jelas dari narasumber. Jawabannya berupa 'ya' atau 'tidak', dengan memberikan pertanyaan yang dapat mengendalikan pembicaraan dan mendapat jawaban pasti.

d. Pertanyaan tertutup

Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang membatasi ruang gerak narasumber. Penjawab tinggal menentukan salah satu pilihan jawaban. Kekurangannya adalah jika jawaban yang telah disediakan tidak sesuai dengan yang dipikirkan narasumber. Sehingga diperlukan pernyataan dan penjelasan lebih diluar jawaban yang telah disediakan.

e. Pertanyaan beban

Pertanyaan ini merupakan pertanyaan yang bersikap menyinggung perasaan atau bersifat emosional. Dimana tidak hanya narasumber yang dapat mengalami dampak emosional dari pertanyaan melainkan juga pewawancara.

f. Pertanyaan terpinin

Pertanyaan ini merupakan pertanyaan yang disertai dengan arahan jawaban. Pertanyaan terpinin sangat membantu untuk memahami sejauh mana narasumber setuju dengan pertanyaan yang dilontarkan.

g. Pertanyaan orang ketiga

Pertanyaan ini merupakan jenis pertanyaan yang dapat membantu pewawancara agar terhindar dari permasalahan emosi. Pertanyaan yang dilontarkan seakan-akan pertanyaan tidak dibuat oleh pewawancara melainkan pewawancara bersikap sebagai perantara antara satu dengan yang lainnya.

2.2.8 Storytelling

Storytelling merupakan cara untuk menyampaikan suatu cerita kepada penyimak, baik dalam bentuk kata-kata, gambar, foto, maupun suara. Story telling juga merupakan teknik atau kemampuan untuk menceritakan sebuah kisah, pengetahuan, adegan, *event*, dan juga dialog. (Rukayah dan Thaba, 2013, h.2)

Tarigan, (2008, h. 35) menyatakan, storytelling atau bercerita merupakan keterampilan berbicara yang dimaksud untuk memberikan informasi kepada orang

lain. Hal ini dikarenakan ketereampilan berbicara termasuk situasi informatif yang dapat membuat pengertian-pengertian atau makna menjadi jelas.

Dalam era saat ini podcast merupakan salah satu bentuk baru dari digital storytelling. Storytelling dapat mencakup berbagai macam topik tidak terbatas dan dapat diakses dari berbagai software yang tersedia. Sehingga podcast dapat digunakan sebagai media storytelling dimana saja dan kapan saja. (Ernungtyas dan Dalila, 2020, h.142)

Dengan penyampaian berita seperti bercerita (storytelling) dengan kata-kata yang digunakan, akan muncul gambaran atau visualisasi yang utuh dan yang dibuat sendiri oleh pendengar mengenai suatu ide atau pemikiran termasuk perasaan yang ada di situ (*theater of the mind*). Akibatnya pendengar akan lebih teryakinkan (*well-informed*) dengan berita yang ia dengar. Emosionalitas menjadi titik sentral teknik storytelling dalam jurnalistik. Storytelling dikemas agar mampu membangun empati atau identifikasi dengan memahami situasi, perasaan, dan motif orang lain (Siahaan, 2016, h.221-222).

Terdapat tiga tujuan umum dari bercerita (storytelling), yaitu: a. Memberi tahu dan melaporkan (*to inform*), b. Menjamu dan menghibur (*to entertain*), c. Membujuk, mengajak, dan meyakinkan (*to persuade*). (Tarigan, 2008, h. 17).

2.2.9 Disko Indonesia

Disko berasal dari kata *diskothèque*, bahasa perancis untuk klub dansa, (bahasa Indonesia : diskotek) (Saefullah, 2009, Lampiran). Di diskotek diputar musik yang dipakai sebagai musik pengiring dansa. Istilah disko awalnya secara

spesifik dipakai untuk musik dansa Afrika - Amerika. Namun pada 1970-an, istilah disko dipakai untuk menyebut semua musik dansa yang sedang populer (Taher, 2009, h.48).

Genre musik disko hadir dan memeriahkan jiwa-jiwa pencinta musik yang haus hentakkan kaki di lantai dansa. Sebenarnya ini bukanlah kali pertama musik disko diminati oleh masyarakat. Sejak tahun 1970-an, pengaruh Barat mulai masuk ke Indonesia, salah satunya lewat musik disko (Taher, 2009, h.48)

Influence dari musik disko pun cukup besar. Banyak akhirnya musisi pop yang hadir saat itu memberikan sentuhan disko pada albumnya. Selain ditandai dengan masuknya unsur musik disko di genre lainnya, kemunculan tempat-tempat ajojing juga menjadi tanda bahwa musik disko semakin digemari (Kumpanan, 2019).

Walau sempat meredup, kini musik disko kembali digemari masyarakat khususnya generasi muda Indonesia. Genre musik ini kembali diminati karena hentakkan beat-nya yang cepat membuat ingin bergoyang. Kebangkitan genre disko pun ditandai dengan hadirnya beberapa musisi seperti Diskoria, Pemuda Sinarmas, Diskopantera (Kumpanan, 2019).