

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Istilah *podcast* mulai muncul setelah iPod diperkenalkan oleh CEO Apple terdahulu, Steve Jobs, pada tahun 2001. Awalnya, istilah ini disingkat menjadi "iPod Broadcasting". Ketika *podcast* semakin populer, banyak orang mengatakan *podcast* adalah transformasi digital dari radio (Laporan DailySocial: Penggunaan Layanan Podcast 2018, 2018, p. 3) .

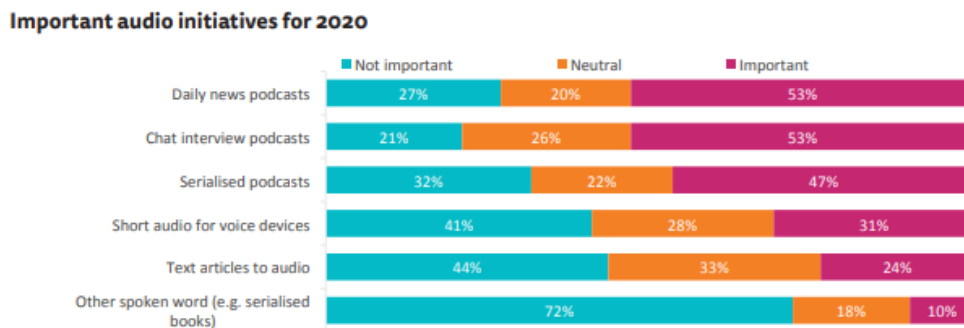
Tidak seperti radio, *podcast* tidak menyiarkan audio secara linier, tetapi sesuai permintaan dan keinginan audiens. Hal ini mirip dengan konten video di YouTube atau konten musik di Spotify. Aplikasi yang menyediakan konten *podcast* juga semakin banyak dimiliki oleh platform dan *mobile developer* (Fadilah, Yudhaprarnesti, & Aristi, 2017, p. 94). Platform yang menyediakan konten *podcast* misalnya Spotify, Anchor, Castbox, Podbean, Pocket Casts, Podcast Addict dan Podcast Go dan masih banyak lagi.

Riset dari Reuters Institute dan Oxford University menemukan bahwa tahun 2020 tampaknya akan menjadi tahun besar untuk *podcasting*, dengan lebih dari setengah responden penerbit/*publisher* (53%) mengatakan inisiatif *podcast* akan penting bagi mereka pada tahun tersebut. Riset ini juga menunjukkan temuan bahwa terdapat 60 *podcast* berita harian di lima negara, yang sebagian besar sudah mulai diproduksi dalam 18 bulan terakhir (terhitung saat temuan ini dipublikasikan)—dan masih banyak

lagi yang sedang dalam proses. Temuan ini menunjukkan bahwa media konvensional sudah mulai beralih ke konten audio *podcast* sebagai cara untuk tetap berinovasi dan menjaga audiens mereka (Neuman, Kueng, Nielsen, Selva, & Suárez , 2020, p. 7).

Dalam riset yang sama, disebutkan bahwa terdapat beberapa hal yang membuat nilai ekonomis *podcast* semakin tinggi, antara lain, audiens yang semakin banyak, pengukuran analitik yang baik, dan akses yang mudah terhadap *podcast*. Oleh sebab itu, hal ini akan mendorong penerbit untuk berinvestasi dalam menciptakan konten dan platform yang lebih berkualitas. Penerbit akan melihat *podcasting* sebagai kesempatan untuk menarik audiens yang lebih muda, membangun kebiasaan/*habit*, dan menghasilkan pendapatan tambahan (Neuman, Kueng, Nielsen, Selva, & Suárez , 2020, p. 19).

**Gambar 1. 1 Survei Tingkat Kepentingan Konten Audio 2020**



**Q10.** There are new opportunities opening up in audio and voice with growing audiences and advertising revenue, to what extent will the following initiatives be important for your company in 2020? N=217

**Sumber: Neuman, Kueng, Nielsen, Selva, & Suárez , 2020, p. 19**

Berdasarkan survei tersebut, *podcast* terbukti mulai beranjak naik di tahun 2020. Dari 217 responden, 53% merasa *podcast* berita harian dan wawancara penting untuk membuka peluang konten audio dan penghasilan *revenue* (Neuman, Kueng, Nielsen, Selva, & Suárez , 2020, p. 19).

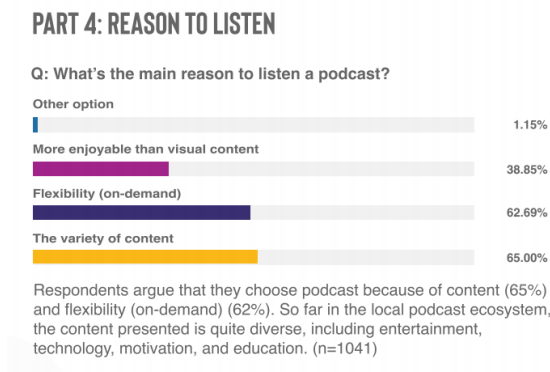
Riset lain dari DailySocialid yang dilakukan bersama Jakpat Mobile Survey menemukan bahwa dari 2018 responden di Indonesia, 67,97% sudah familiar dengan *podcast*. Dari 1041 responden, 56,78% menganggap radio dan *podcast* sama-sama menarik, 25,29% menganggap *podcast* menarik, sedangkan hanya 17,98% menganggap radio menarik (Laporan DailySocial: Penggunaan Layanan Podcast 2018, 2018, p. 8).

Perkembangan *podcast* ini juga dibuktikan dengan jumlah responden yang mengenal *podcast* sebanyak 67,9% dari 2018 responden. Dari 1372 responden, 80,82% diantaranya mengaku telah mendengarkan *podcast* selama 6 bulan terakhir. Sekitar 43% responden mempertimbangkan untuk mendengarkan *podcast* secara reguler. Ketika responden ini membandingkan *podcast* dan radio, sebesar 25,29% responden menjawab lebih menyukai mendengarkan *podcast*, 17,98% lebih menyukai radio, dan 56,73% menyukai keduanya (Laporan DailySocial: Penggunaan Layanan Podcast 2018, 2018).

*Podcast* yang semakin memperoleh ketenaran ini dapat digunakan menjadi media informasi dan penyebaran konten jurnalistik. Hal inilah yang kemudian menginspirasi penulis untuk menggunakan platform *podcast* sebagai bentuk karya. Kebutuhan masyarakat akan konten terpublikasi yang semakin meningkat akan

menjadi peluang besar untuk memanfaatkan platform ini sebagai sumber penyebaran informasi.

**Gambar 1.2 Alasan Konsumsi Media Podcast**



**Sumber: Survei Dailysocialid, 2018**

Berdasarkan survei DailySocialid tersebut, banyak pendengar *podcast* mengakui bahwa alasan mereka mendengarkan *podcast* adalah karena variasi konten, fleksibilitas (waktu pendengaran), lebih dinikmati dari konten visual, dan lain-lain. Aplikasi untuk mendengarkan *podcast* juga tidak berbayar. Misalnya saja Spotify, Inspigo, Anchor, Soundcloud, dan lain-lain. Mengunggah *podcast* buatan sendiri pun gratis, sehingga penyebarannya dan produksi dapat dikatakan mudah.

Topik bahasan *podcast* dapat bervariasi, fleksibel, dan tidak ada aturan yang membatasinya. Fleksibelnya waktu dan durasi siaran *podcast* membuat topik konten juga fleksibel. Pada platform Spotify, *podcast* dengan genre komedi berada pada posisi pertama Top *Podcast* Spotify Indonesia periode Februari 2020. *Podcast* cerita misteri berada di posisi kedua *podcast* teratas Spotify. Ada juga topik lain yang masuk dalam

lima genre favorit pendengar Spotify seperti sosial budaya, olahraga, serta seni dan hiburan (Tim Publikasi Katadata, 2020, para. 4).

Dengan pertimbangan hasil survei mengenai lima genre favorit pendengar tersebut, *podcast* yang akan dibuat penulis memiliki genre sosial budaya dan *current issues* dengan nama Coba Dengar. Nama Coba Dengar ini dibuat dengan makna keinginan penulis dan tim mengajak khalayak untuk mendengarkan dan membahas isu sosial dari berbagai perspektif. Penulis dan tim berharap khalayak memiliki keinginan “mencoba mendengarkan” perspektif lain dan membuka pikiran atas suatu isu dari berbagai sudut pandang.

Selain karena genre ini merupakan salah satu favorit pendengar, penyampaian karya jurnalistik juga akan sangat cocok jika menggunakan genre sosial budaya dan *current issues*. Program *podcast* yang membahas genre ini masih membahas isu secara subjektif dari satu sisi tanpa melengkapi perspektif dengan menggunakan beberapa sudut pandang.

*Podcast* Coba Dengar memiliki durasi 60 menit pada setiap topiknya yang dibagi menjadi dua episode dan ditujukan untuk segala gender dan segala latar belakang pekerjaan. Bahasan pada episode *podcast* yang digarap penulis adalah mengenai kesetaraan gender. *Podcast* ini akan menghadirkan beberapa narasumber yang akan memberikan berbagai sudut pandang dari isu yang dibahas. Sehingga, pendengar dapat mengetahui fakta objektif yang jarang ditemui di *podcast-podcast* pada umumnya. Selain kesetaraan gender, *podcast* juga akan membahas isu-isu lain seperti *social media toxicity* dan fenomena *sexual disorder* (Paraphilia) oleh rekan-rekan penulis.

Penulis memilih isu kesetaraan gender karena penulis seringkali menemui isu ini di berita, baik di dalam negeri maupun dari luar negeri mengenai ketidakadilan hak-hak yang diterima oleh gender tertentu. Misalnya saja ketika polemik RUU P-KS mulai ramai dibicarakan di media. Polemik ini mengundang tanya karena dikeluarkan dari prolegnas legislatif, padahal memiliki tujuan sebagai payung hukum bagi korban kekerasan seksual. Selain itu, hak-hak buruh perempuan pada UU Cipta Kerja juga banyak dibicarakan di media karena tidak memberikan hak-hak tertentu kepada buruh perempuan. Polemik UU Cipta Kerja ini juga menimbulkan aksi demonstrasi. Berangkat dari ide ini, penulis kemudian memiliki inspirasi untuk menyampaikan fakta kepada khalayak mengenai bagaimana implementasi kesetaraan gender di Indonesia. Penulis berharap masyarakat semakin memahami segala seluk beluk isu kesetaraan gender.

Kesetaraan gender, khususnya untuk perempuan, merupakan hal yang mulai diperjuangkan sejak beberapa dekade yang lalu. Perlahan, hak-hak kesetaraan gender memang mulai muncul, tetapi belum sepenuhnya dipraktikkan. Kajian menunjukkan bahwa penyebab ketidaksetaraan gender berawal dari konstruk budaya masyarakat melalui budaya patriarki yang membedakan peran laki-laki dan perempuan. Konstruk budaya semacam ini telah berlangsung lama dari generasi ke generasi. Perbedaan peran dan fungsi ini berawal dari kodrat perempuan yang sudah menjadi stigma (Anwar, 2017).

Karya penulis ini nantinya akan menonjolkan beberapa nilai berita yang dijelaskan dari buku Wendratama (2017, pp. 45-50), yaitu *impact* atau dampak, karena

tema memiliki dampak terhadap perlakuan dan perlindungan hukum bagi perempuan, *relevance*, atau relevansi, karena isu ini berhubungan dengan kondisi budaya dan kejadian di masyarakat mengenai gender, *conflict* atau konflik, karena melibatkan konflik antara aktivis perjuangan perlindungan kesetaraan gender dengan lembaga hukum yang menangani isu ini, dan *proximity* atau kedekatan, karena isu yang dibahas merupakan isu sosial yang berada dalam masyarakat Indonesia

Meningkatnya minat penggunaan *podcast* sebagai media penyebaran informasi, fleksibilitas topik yang dibahas pada *podcast*, dan kegentingan isu kesetaraan gender ini menjadi alasan dibalik pembuatan *podcast* Coba Dengar khususnya episode “Perempuan & Kesetaraan Gender”.

*Podcast* “Coba Dengar” dengan topik Perempuan & Kesetaraan Gender hadir untuk meneruskan usaha kesetaraan gender yang saat ini belum tercapai sepenuhnya.

## **1.2 TUJUAN KARYA**

Tujuan karya yang ingin dicapai dari dibentuknya karya ini adalah:

1. Menghasilkan program *podcast* bertajuk Coba Dengar yang dipublikasikan melalui platform digital Anchor dan Spotify. Terdiri dari satu episode pilot perkenalan dan tiga topik dengan bahasan isu sosial yang berbeda. Tiga topik *podcast* tersebut akan memiliki durasi 60 menit yang dibagi menjadi dua episode dengan durasi masing-masing episode 30 menit.

2. Mendapatkan total 100 pendengar untuk setiap episode, terhitung satu bulan dari setiap tanggal pengunggahan episode *podcast*.
3. Menyampaikan informasi mengenai stigma-stigma dan ketidaksetaraan gender yang ada di masyarakat melalui perspektif yang berbeda.

### **1.3 KEGUNAAN KARYA**

Kegunaan karya ini adalah:

1. Menjadi sumber informasi dan perspektif baru yang dapat membantu pendengar dalam menanggapi dan mengambil sikap atas isu-isu terkini dan isu-isu sosial yang masih sensitif untuk diperbincangkan.
2. Memenuhi kebutuhan masyarakat akan program terpublikasi reguler untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat mengenai isu terkini dan isu-isu sosial yang masih sensitif untuk diperbincangkan.
3. Menjadi sumber rujukan untuk produksi *podcast* jurnalistik dengan tema Kesetaraan Gender.