BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program radio merupakan salah satu dari sekian banyak elemen dalam sebuah radio. Namun, siaran tidak bisa dilepaskan dari program karena itulah yang sebenarnya disiarkan. Menurut para praktisi penyiaran, istilah program biasa digunakan untuk sebuah acara yang bersifat tunggal atau yang sering disebut dengan “mata acara”. (Darmanto,dkk. 2014, p.19).

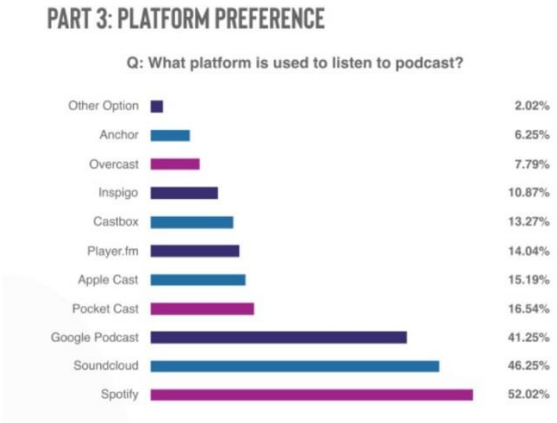
Di era modern ini, masyarakat dihadirkan dengan banyak platform yang membebaskan khalayak untuk mendengar dan melihat apapun yang mereka inginkan. Sebaliknya, platform tersebut juga bersifat bebas bagi para pembuat konten yang mempublikasikan konten mereka di platform-platform tersebut. Karena itu, banyak media yang beralih ke ranah *online*. Mereka menyajikan konten yang mereka siarkan di media TV, Radio, Koran, ataupun Majalah dan kemudian mereka publikasikan juga melalui internet. Alat komunikasi yang dimiliki sekarang memungkinkan untuk tidak hanya berkomunikasi secara lisan melainkan, berkomunikasi dengan tukar menukar data, berkirim pesan tertulis, dan dengan jumlah yang sangat besar (Haryanto 2004, p.170).

Semakin mudahnya akses terhadap internet membuat adanya perubahan terhadap pola masyarakat dalam mengonsumsi media. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016 lalu, menunjukkan sekitar 132,7 juta atau sekitar 51,8% warga Indonesia mengakses internet. Hal tersebut membuat media berusaha keras untuk beradaptasi. Ada yang berhasil dan ada pula yang mulai ditinggalkan karena tidak mampu beradaptasi dengan cepat. (Hidayat dan Basith,2019, p.2).

Untuk itu, penulis dalam hal membuat program ini akan menggunakan teknik *podcast*. *Podcast* sendiri berdasarkan kamus Oxford memiliki artian: *a digital audio file that can be taken from the internet and played on a computer or a device that you can carry with you.* Menurut Ed McKinley (2020, p.15) dalam artikelnya di majalah *luckbox*, *podcast* menyediakan hiburan yang diinginkan orang pada saat mereka menginginkannya. *Podcast* memberikan pembaruan sehingga orang tidak perlu repot-repot mengejar ketertinggalannya. Dalam hal hiburan, *podcast* dapat membawa pendengar hanyut dalam konten apapun mulai dari konten kriminal, misteri, sampai kepada olahraga.

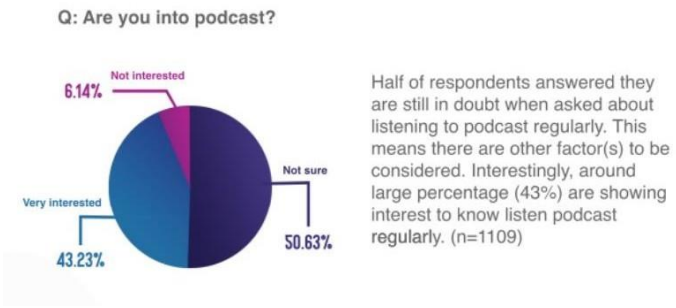
Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis menganggap bahwa program ini akan lebih mudah mendapatkan pendengar di era digital ini jika dikemas ke dalam *podcast.* oleh karena itu, penulis akan merancangkan sebuah siaran yang nantinya akan direkam dan di publikasikan melalui sebuah platform yang bernama *Spotify*.

Berdasarkan laporan Daily Social yang melakukan survey pada 2018, Spotify merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk mendengarkan *podcast*, dengan perolehan hasil sebanyak 52,02%.



Gambar 1.1 Preferensi Platform menurut survey Daily Social tahun 2018

Daily Social juga menunjukkan persentase minat masyarakat Indonesia dalam mendengarkan *podcast*.



Gambar 1.2 Persentase minat masyarakat Indonesia terhadap *podcast* berdasarkan survey Daily Social tahun 2018

Gambar 1.2 menggambarkan bahwa paling banyak orang yang ragu apakah mereka menyukai *podcast* atau tidak dengan persentase sebesar 50,63%. Akan tetapi, penulis berpusat kepada lebih banyaknya jumlah orang tertarik mendengarkan *podcast* dengan persentase sebesar 43,23% dibandingkan dengan orang yang tidak tertarik dengan persentase sebesar 6,14%. Untuk orang yang ragu, menurut penulis, jika konten yang disajikan menarik untuk mereka maka akan ada kemungkinan mereka akan menyukainya.

Dalam pemilihan topik, penulis menentukan topik bersama dengan rekan satu kelompok. Topik besar yang diambil untuk program radio ini adalah *lifestyle* di era serba digital. Dengan alasan, kemajuan teknologi yang sangat pesat di era sekarang ini mempermudah setiap orang untuk melakukan suatu hal hanya dengan menggunakan proses digital. Hal-hal tersebut tentu sajak bisa berdampak baik positif maupun negatif. Dampak-dampak tersebut lah yang nantinya akan di bahas dalam program *podcast* yang di beri judul *Digitalk* ini. Dalam program ini, penulis dan rekan kelompok

membagi program ini ke dalam tiga pilot episode dan episode yang dipegang oleh penulis adalah mengenai berbisnis dan memperoleh keuntungan melalui media sosial, dimana pada zaman sekarang ini internet sangat membawa pengaruh yang cukup besar. Apalagi, di tengah pandemi Covid 19 ini, seperti yang ditulis di *detik.com*, Banyak UMKM yang memanfaatkan media sosial untuk menjual produknya. Salah satu platform yang membantu UMKM untuk berkembang di media sosial adalah Avana, salah satu platform social commerce. Avana merupakan Software as a Service (SaaS) yang melayani banyak pemilik brand agar mereka dapat mengoptimalkan bisnisnya secara digital dengan mudah melalui saluran seperti : Facebook, Instagram, Whatsapp, Line, hingga Telegram. Avana Menjelaskan bahwa lebih dari 130 juta pelaku usaha di Indonesia telah memaksimalkan bisnisnya melalui Facebook dan 80 juta brand sudah berhasil mengoptimalkan bisnisnya lewat Instagram (Ketika Media Sosial Bisa Datangkan Cuan di Tengah Pandemi, 2020, para. 2-5). Dari data tersebut terbukti bahwa media sosial dapat menguntungkan bagi para pembisnis. Untuk itu, pembahasan yang akan dibahas dalam pilot episode yang akan digarap oleh penulis adalah mengenai proses sampai kepada kiat-kiat dalam melakukan bisnis di media sosial.

Media seperti televisi, radio, dan surat kabar merupakan media informasi yang populer sebelum tahun 2000an. Akan tetapi, media informasi berbasis internet kini mendegradasi popularitas media-media tersebut. Teknologi berbasis internet akan menjadi media yang terus digunakan pada masa mendatang. (Sulianta, 2015, p.2)

Berdasarkan buku yang ditulis oleh Butow,dkk (2020, p.3), Sebuah bisnis dapat bekerja sama dengan perusahaan periklanan untuk mengidentifikasi satu atau lebih penempatan papan reklame yang tampak menjanjikan karena lokasi, volume lalu lintas, atau beberapa faktor lain. Mereka akan menggunakan jasa desainer untuk mendesain iklan mereka yang pas untuk papan reklame perusahaan iklan tersebut. Mereka juga harus membayar per bulannya sesuai kontrak yang sudah ditetapkan dengan perusahaan iklan. Alternatif yang lain, mereka dapat menaruh iklan mereka di media seperti televisi, radio, dan koran. Namun, iklan tersebut hanya akan menguntungkan jika dilihat orang yang tepat di waktu yang tepat, dan sulit untuk mengukur waktu tersebut. Jika memasang iklan di papan reklame ataupun media, tidak memungkinkan bagi para pembisnis mengetahui berapa orang yang melihat iklan mereka dan juga tidak memungkinkan berkomunikasi dengan orang yang melihat iklan mereka untuk dapat berkomunikasi secara langsung kecuali, orang yang melihat iklan tersebut menghubungi terlebih dahulu.

Berbeda dengan media sosial, dimana para pembisnis dapat membuat konten mereka dan mempromosikan produk mereka secara gratis. Mereka juga dengan mudahnya dapat melihat matriks mengenai seberapa besar orang melihat dan melakukan interaksi terhadap iklan mereka.

1.2 Tujuan Karya

a. Menghasilkan karya berdurasi 60 menit dengan menggunakan format *talk show* dan menggunakan topik mengenai berbisnis dan mengdapatkan keuntungan melalui media sosial.
b. Mendatangkan narasumber yaitu Sharonn Jordana pemilik bisnis *online* dengan akun Instagram @peppermints.cake , dan Stevanie Djulifen pemilik bisnis *online* dengan akun Instagram @teatimelabel untuk berbagi informasi kepada orang-orang yang mempunyai minat serupa.
c. Melakukan pendistribusian program melalui *platform Spotify* yang bisa di dengar dan dapat menjadi sumber inspirasi yang dirasa dekat dengan kehidupan seseorang.

1.3 Kegunaan Karya

Karya yang dibuat dapat menjadi salah satu sumber informasi bagi orang-orang yang ingin melakukan bisnis melalui media sosial. *Podcast Digitalk* akan membuat khalayak yang mendengar mendapatkan motivasi untuk dapat menjalankan bisnis mereka secara *online*, diambil dari perbincangan dengan Sharonn Jordana dan Stevanie Djulifen yang sukses mendatangkan pelanggan untuk membeli produknya akibat promosinya melalui media sosial.