

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Podcast merupakan salah satu teknologi digital yang menjadi alternatif untuk distribusi konten audio selain radio. Tidak seperti radio, *podcast* memiliki keunggulan dalam fleksibilitas waktu untuk mendengarkannya. Selain itu, *podcast* memiliki keleluasaan untuk setiap orang agar bisa berkreasi atau yang bisa disebut *prosumer*. Konsep *prosumer* merupakan sesuatu yang dilakukan dengan penggabungan aktivitas produksi dan konsumsi masyarakat di era digital. *Prosumer* nantinya menyasar pada tindakan *sharing* segala sesuatu secara horizontal (Gane & Beer, 2008, p. 79).

Seseorang kini bisa menjadi produsen dan bisa memberikan pengalaman pribadi seperti hobi dan kesehariannya melalui sebuah *podcast*. Hal tersebut senada dengan pemaparan Jenkins (2006, p. 27) yang mengatakan kemajuan digital kini membentuk segalanya bisa terkoneksi. Iklim komunikasinya pun kini bisa semakin partisipatoris, di mana seseorang bisa ikut aktif dan menjadi sumber informasinya.

Dalam kaitannya *podcast* memiliki hubungan erat dengan kebiasaan anak muda untuk mengetahui sebuah informasi. Format penuturan yang disajikan *podcast* dikatakan memiliki potensi yang lebih baik untuk disimak. Hal tersebut karena sifatnya yang terasa dekat dengan pengalaman sehari-hari yang bisa mewakili perasaan seseorang (Di Balik Populernya Podcast, Ada Rasa “Seperti Punya Teman Senasib”, 2020, para. 10).

Di dalam *podcast* seseorang bisa dengan leluasa membagikan pembahasan apa pun. Pembuatan *podcast* kini tersaji dengan bebas sehingga seseorang bisa mengobrol secara leluasa dengan durasi waktu yang tak terbatas (Di Balik Populernya Podcast, Ada Rasa “Seperti Punya Teman Senasib”, 2020, para. 2). Semuanya bisa dibicarakan dengan gaya *pop culture* dan disajikan dengan ulasan yang bisa membuatnya *timeless* (Di Balik Populernya Podcast, Ada Rasa “Seperti Punya Teman Senasib”, 2020, para. 2).

Podcast kini muncul dengan pilihan format yang begitu banyak dan topik yang begitu melimpah. Dalam *podcast*, seseorang bisa memilih program *talkshow*, monolog, drama serta *feature*. Semua pilihan program tersebut bisa memainkan pikiran khalayak lewat imajinasinya dengan bantuan audio yang disajikan. Sifatnya yang bisa didengar kapan saja, membuat *podcast* begitu diminati. Seseorang bisa mendapatkan isi pesan yang spesifik dengan tetap melakukan aktivitas lain sambil mendengarkan *podcast* (Di Balik Populernya Podcast, Ada Rasa “Seperti Punya Teman Senasib”, 2020, para. 17).

Podcast juga memberikan kebebasan tersendiri untuk produsennya. Dalam *podcast*, produsen memiliki kebebasan untuk menentukan program apa dengan penyusunan jadwal yang juga dibentuk sendiri (Allifiansyah, 2018, p. 5). Sehingga dalam pembentukan *podcast*, penulis bersama tim bisa secara langsung menentukan seperti apa program yang akan dibuat.

Podcast juga menjadi sarana yang bisa dinikmati seseorang untuk mengisi waktu luang. Dari hasil penelitian Faradinna (2020, p. 46) pun didapati bahwa *podcast* disukai karena fleksibilitasnya dalam waktu. Orang-orang yang merasa

perlu melakukan sesuatu di waktu luang bisa mendengarkan *podcast* (Faradinna, 2020, p. 46). Namun, hal tersebut dapat dilakukan jika berdasarkan dengan kemauan dari khalayak.

Maka dari itu penting untuk menentukan target pasar dari program *podcast* itu sendiri. Kini, program *podcast* begitu banyak pilihannya. Ada *Sudut Pandang* milik Aria Notharia, *Subjective* yang dibawakan Iqbal Hariadi, sampai *Rapot*. Semua *podcast* tersebut menasar generasi millennial dengan membagikan pengalaman pribadi lewat cerita santai (7 Podcast Indonesia Ini Dijamin Bikin Hari Makin Menyenangkan, 2019, para. 10-33).

Banyaknya pilihan program *podcast*, tidak membuat peluang untuk program baru tertutup. Setiap *podcast* cenderung memiliki ciri khasnya masing-masing, pembahasan dari satu program ke program yang lain cenderung berbeda. Keadaan sosial untuk mengetahui informasi juga membuat seseorang ingin mencari pendapat berbeda. Hal tersebut bisa didapatkan dengan mendengar *podcast* sehingga bisa menjadi bahan pembicaraan antarteman (Di Balik Populernya Podcast, Ada Rasa “Seperti Punya Teman Senasib”, 2020, para. 18).

Seseorang tidak sepenuhnya memiliki independensi untuk memilih media. Mereka cenderung memilih dan menggunakannya untuk mengimbangi keadaan sosial (Allifiansyah, 2018, p. 6). Dalam *podcast*, seseorang tidak hanya mendengarkan satu program. Seseorang bisa mendengarkan banyak *podcast* karena adanya tekanan sosial. Keadaan tersebut yang membuat seseorang mau mencari informasi lain sehingga bisa menambah bahan obrolan di lingkungannya.

Beberapa pembahasan tersebut yang kemudian menjadi pertimbangan penulis untuk membentuk *programming-based project*. Program *podcast* yang dibentuk dengan mengusahakan pembahasan topik yang erat kaitannya dengan kehidupan sekarang. Dari hal tersebut, penulis dan tim menentukan topik besar yakni *lifestyle* di era serba digital. Isu tersebut diangkat dengan maksud mengincar kedekatan yang disajikan dalam *podcast* seperti artikel yang diberitakan *Tirto.id*. Dalam artikelnya, dikatakan bahwa *podcast* menjadi tren karena memiliki ikatan layaknya teman senasib (Di Balik Populernya Podcast, Ada Rasa “Seperti Punya Teman Senasib”, 2020).

Pembahasan terkait kehidupan di era digital akan memberikan informasi yang memiliki kaitan erat dengan para pendengar. Terlebih aktivitas daring kini lebih marak dan menjadi kebutuhan yang diperlukan untuk kehidupan sehari-hari. Kegiatan seperti berkuliah dan bekerja kini bahkan diharuskan daring sejak pandemi COVID-19 ada. Keadaan yang juga memaksa seseorang untuk meningkatkan kreativitasnya untuk mencari peluang bisnis. Namun, semuanya kini bisa dibantu karena adanya internet yang bisa menghubungkan apa pun dalam segala aspek kehidupan (Internet Hidupkan Bisnis di Tengah Pandemi, Jadi Solusi Kemacetan, 2020, para. 5).

Fakta tersebut membuat penulis dan tim tertarik untuk memberikan topik terkait *lifestyle* di era digital. Beberapa kebiasaan melalui fitur digital kini juga memunculkan beberapa ide bisnis baru. Dengan pertimbangan era digital sebagai suatu perkembangan yang dekat dengan orang-orang, maka *podcast* yang dibentuk

bernama *Digitalk*. Nama tersebut merupakan gabungan dari kata digital dan juga *talk*.

Digitalk memiliki maksud untuk memberikan informasi kehidupan digital lewat pembicaraan di dalamnya. Informasi tersebut bertujuan bisa memberikan kesadaran dan cara untuk menjalani kehidupan yang mulai bergantung dengan platform digital. Dengan tujuan tersebut diharapkan seseorang bisa mendapatkan cara positif dan mengatasi permasalahan-permasalahan di era digital.

Beberapa plot episode nantinya akan mengambil tema besar dengan *lifestyle* di era digital. Dengan tiap-tiap episodenya memberikan pendapat dan pengalaman dari berbagai pihak. Dari pelaku yang memanfaatkan platform digital, khalayak penikmat di kehidupan daring, sampai pelaku bisnis di dunia daring.

Salah satu episode membahas platform yang kini marak digunakan yaitu *live streaming*. Kehidupan di masa pandemi COVID-19 ini membuat seseorang perlu beradaptasi dengan kebiasaan baru. Salah satunya untuk khalayak yang kerap mengadakan *event* luring dan harus berpindah ke acara daring.

Sepanjang tahun 2020, penyelenggaraan *event online* juga mengalami peningkatan yang tinggi. LOKET, perusahaan teknologi manajemen *event* yang merupakan bagian dari Gojek, mendapati 10.000 penyelenggaraan *event online* sepanjang tahun 2020 (4 Event Online yang Jadi Tren di Tengah Pandemi, 2021, para. 2). Jumlah acara via daring tersebut merupakan acara terbanyak yang pernah diselenggarakan oleh LOKET untuk *event online*.

Khalayak juga perlu mengetahui apa yang bisa mereka lakukan dan apa yang bisa mereka dapatkan. Di episode pertama, akan diberikan informasi dari

pengalaman seseorang yang pernah menjadi bagian dari *event online*. Selain itu, khalayak juga perlu mengetahui salah satu bisnis yang mulai banyak digunakan yaitu penyedia jasa *live streaming*. Isu tersebut diangkat karena telah menjadi kebiasaan dan bahkan memunculkan ide bisnis baru yang cukup menjanjikan.

Sebagai pengguna yang membutuhkan platform tersebut sudah seharusnya mengetahui lebih dalam apa yang mereka gunakan. Pembahasan tersebut sekaligus menjadi pondasi seseorang untuk menghadapi kesulitan di kondisi pandemi COVID-19 ini. Dengan teknologi digital, proses kerja yang terhambat kini bisa terbantu, khalayak pun bisa terus aktif beraktivitas.

Pembahasan di episode “*Event Online via Live Streaming, Mudah atau Sulit?*” juga memberikan pandangan bahwa selalu ada jalan untuk mengatasi hambatan yang ada. Seperti dengan penyedia *live streaming*, kegiatan-kegiatan yang tadinya dipikirkan tidak mungkin berlangsung, akhirnya bisa terlaksana. Penyedia jasa *live streaming* bisa memberikan informasi bahwa ada cara yang bisa membuat acara menjadi lebih baik. *DigitalTalk* Episode tersebut juga akan berisikan informasi terkait kendala-kendala yang terjadi yang bisa menjadi pelajaran untuk diatasi setelahnya.

Pendengar yang pernah mengalami dan menggunakan jasa *live streaming* pun akan memiliki relevansi yang besar dengan isu yang dibahas. Sedangkan orang yang belum pernah menggunakan jasa *live streaming* bisa mengetahui apa yang bisa mereka manfaatkan. Seperti informasi yang bisa memberikan inovasi baru dengan ide-ide kreatif yang bisa diterapkan. Lalu, dari platform *live streaming* yang bisa dieksplor lebih untuk dimanfaatkan dengan baik.

Ishwara (2011, pp. 76-81) memberikan pemaparan untuk sebuah nilai yang harus dimiliki dalam berita. Delapan *news value* tersebut adalah konflik, bencana, dampak, *prominence*, kedekatan, *unusualness*, *human interest*, hingga seks. Pembahasan topik *event online* via *live streaming* mengandung beberapa nilai tersebut di dalamnya. Pertama adanya konflik, yakni terkait situasi dan kondisi yang memaksa seseorang untuk melakukan kegiatannya secara daring. Hal yang juga disertai dengan polemik sulitnya menjalankan sebuah acara dengan efektif melalui platform digital yang ada.

Selain itu terdapat nilai kedekatan dengan khalayak, karena kondisi sekarang banyak orang yang turut mengadakan atau menghadiri kegiatan-kegiatan daring. Kegiatan yang banyak dijalankan seperti *webinar*, konser musik secara virtual sampai konferensi secara daring (Jangan Kehabisan Akal, Ini 5 Ide Event Online yang Menarik Untuk Konsumenmu, 2020). Selanjutnya nilai dampak dari pembahasan ketua *event* daring dan penyedia jasa *live streaming*. Pembahasan dari kedua narasumber tersebut bisa menggerakkan keinginan seseorang untuk melakukan hal bermanfaat di masa pandemi ini. Salah satunya memotivasi khalayak sehingga tidak lagi takut dengan masalah ketika mengadakan acara daring via *live streaming*.

1.2 Tujuan Karya

- a. Membuat program *podcast* berdurasi 60 menit dalam format *talkshow* dengan topik *event online* dan *live streaming*.

- b. Memberikan informasi tambahan terkait munculnya kebiasaan serta ide bisnis baru di era digital dengan berbagai nilai positif dan negatifnya.
- c. Mendistribusikan program di Spotify sehingga bisa bebas didengarkan dan menjadi sumber informasi yang terasa dekat dengan kehidupan seseorang.
- d. Setelah dipublikasikan *Digitalk* memiliki target 50 pendengar dalam sebulannya.

1.3 Kegunaan Karya

- a. Menjadi salah satu sumber informasi untuk menambah wawasan terkait *event online* dan penyedia jasa *live streaming*.
- b. Memberikan keberanian untuk pendengar sehingga mau melakukan sesuatu secara daring.
- c. Bisa menjadi acuan untuk mengetahui tahapan yang dilalui dalam pembuatan *podcast*.