

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya teknologi di bidang jurnalistik membuat berbagai media baru bermunculan. Salah satu media yang muncul ke permukaan adalah *podcast* yang digunakan sebagai alat penyampaian informasi. Kelebihan dari *podcast* adalah khalayak dapat memilih apa yang mereka ingin dengarkan, sehingga penyedia konten dapat menyajikan pemberitaan yang sedang ramai dibicarakan. Selain itu, khalayak sudah semakin aktif dan bebas memilih media dan konten yang sesuai dengan kehendaknya serta tidak lagi bisa didikte oleh satu medium saja dalam waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhan informasinya (Littlejohn & Foss, 2011, p.978).

Podcast sendiri awalnya lahir dari iPod buatan Apple yang diperkenalkan Steve Jobs pada 2001. *Podcast* bisa dibilang sebagai “iPod *broadcasting*” alias media siaran dengan menggunakan iPod (RS, n.d., para. 4). Saat ini, *podcast* lebih mudah didengarkan, melalui layanan *streaming* dan dapat diunduh di perangkat seluler yang terhubung dengan internet.

Podcast telah menjadi pasar yang berkembang dengan kuat dan unik dalam media digital di seluruh dunia, termasuk Indonesia (Vrikki & Malik, 2019, p. 280). Ada beberapa alasan kenapa *podcast* berkembang pesat yakni, *podcast* telah menjadi media alternatif dari kejenuhan masyarakat terhadap radio yang kurang fleksibel. Selain itu, media massa berbasis audio ini dapat didistribusikan tanpa terhalang batasan ruang dan waktu (Balls-Berry et al., 2018, p. 24). *Podcast* juga menawarkan kemudahan bagi siapapun yang ingin menjadi pembuat konten (Hurst, 2019, p. 214). Bagi *podcaster*, *podcast* adalah salah satu cara yang mudah untuk membagikan informasi dan hiburan ke berbagai pendengar. Bagi para pendengar, *podcast* adalah sebuah sarana untuk mendapatkan informasi serta hiburan dari berbagai penjuru dunia.

Salah satu karakteristik *podcast* adalah memberikan informasi secara lebih intim kepada pendengarnya, karena orang yang diwawancarai dan *host* sama-sama cenderung untuk memaparkan pemahaman dan berbagi pengalaman sehingga membuat audiens seperti mendengarkan dongeng (Lindeberg, 2019, p. 4). Informasi audio juga disebut sebagai “sono-montase” atau audio dapat menjadi alat sekunder untuk memberikan makna tersendiri bagi pendengarnya (Stoever-Ackerman, 2010, p. 61).

Dengan karakteristik dan ciri khasnya, *podcast* telah menjadi salah satu media alternatif yang mulai dikenal oleh masyarakat. Hasil wawancara terhadap konsumen yang dilakukan di Indonesia kepada 15 orang berusia antara 20 hingga 40 tahun, sebanyak 93,3 persen narasumber merupakan pendengar *podcast*, di mana 26,6 persen di antaranya mendengarkan *podcast* seminggu sekali dengan rata-rata durasi sekitar lima sampai 30 menit (*Podcast Kian Populer Di Kalangan Anak Muda - Infografik Katadata.Co.Id*, n.d., para. 4).

Berkembangnya jumlah pendengar *podcast* dikarenakan medium tersebut memiliki berbagai macam topik pembahasan untuk dinikmati oleh masyarakat, seperti berita, hiburan, komedi, investigasi, motivasi, dan lain-lain. Oleh karena itu, pendengarnya mendapatkan kebebasan untuk memilih konten yang mereka ingin dengarkan.

Dikutip dari *Pew Research Center* (2017) khalayak *podcast* di Amerika Serikat lebih menyukai konten format berita. Berikut adalah data yang peneliti dapatkan; *podcast* yang paling banyak didengar adalah yang berformat berita/berbincang-bincang 9,6 persen, kemudian disusul oleh *pop contemporary hit* 8,1 persen, *adult contemporary* 7,5 persen, 7,4 persen *country* dan *hot adult contemporary* 6,4 persen, di bawahnya dimiliki oleh berbagai format lainnya.

Sementara di Indonesia sendiri, *podcast* berita kurang begitu populer di kalangan masyarakat. Berdasarkan *podcast charts* di Spotify, urutannya adalah (1) seni dan hiburan, (2) komedi (3) cerita misteri, (4) sosial budaya, (5) Religi. Data yang didapatkan berasal dari hasil pengamatan terhadap 20 tema di kanal *podcast*

yang teratas di Spotify periode Mei 2022. Sementara *podcast* berita di Indonesia yang paling banyak didengarkan oleh masyarakat Indonesia adalah *Asumsi.co* di urutan 192.

Asumsi.co menjadi salah satu contoh media jurnalistik yang terjun ke dunia *podcast*. Media ini telah membuat *podcast* di dua aplikasi yakni, Apple Music dan Spotify. *Asumsi.co* memiliki *podcast* yang bernama *Asumsi Bersuara*. Episode-episode *podcast* tersebut membahas tentang *current affair*, budaya populer, dan berita-berita politik. *Asumsi Bersuara* mengemas *podcast* dengan cara yang berbeda, yakni mengundang bintang tamu ahli atau pakar dalam topik yang menjadi pembahasan.

Salah satu episode yang menarik perhatian peneliti adalah pemberitaan mengenai Vaksinasi Covid-19. Pemberitaan ini menginformasikan kepada masyarakat mengenai vaksinasi serta efek-efek yang akan ditimbulkan apabila kita melakukan vaksin. Episode *podcast Asumsi Bersuara* yang berjudul “*Segala Tentang Pervaksinan Yang Lo Perlu Tau,*” berbicara bahwa “Vaksin Sinovac Covid-19 sungguh tidak berbahaya, pemberitaan yang beredar itu adalah di Norwegia dan itu Vaksin Pfizer bukan Sinovac. Penyebab hal tersebut (pasien meninggal) bukan karena menggunakan vaksin, melainkan karena menderita dehidrasi” (Rayestu & Dirga, n.d.).

Banyak orang Indonesia belum percaya pada efektivitas vaksin dalam mengurangi gejala Covid-19, sehingga media berperan penting dalam membantu pemerintah untuk mensosialisasikan vaksin. *Podcast* bisa menjadi alat bantu untuk mengemas pesan penting yang ingin disampaikan oleh media. Proses komunikasi itu melibatkan media sebagai pemberi pesan dan khalayak sebagai penerima pesan (Rakhmat, 2013, p. 176). Selain itu, secara tidak sadar audiens akan terpengaruh oleh media apabila media tersebut memberitakan sesuatu, mulai dari positif maupun negatif (McLuhan & Fiore, 2001, p. 164).

Jalur komunikasi yang baik dapat menjadi kunci untuk meningkatkan serta mendukung masyarakat untuk terhindar dari berbagai penyakit yang akan timbul,

sehingga meningkatkan kewaspadaan dan pengambilan keputusan untuk menjaga kesehatan diri sendiri dan orang lain (Pan Health Organization, 2021, p. 3). Komunikasi berbasis audio lebih efektif dibandingkan pencegahan melalui film pendek non-narasi dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang kesehatan (Murphy et al., 2013, p. 121).

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) merilis data mengenai peredaran hoaks pada 23 Agustus 2021 pukul 06.00 WIB. Total ada 299 hoaks yang beredar di masyarakat, baik di media sosial maupun media massa.

Gambar 1. 1 Data Informasi Hoaks Vaksin Di Indonesia



Sumber: Kominfo (2021)

Maraknya pemberitaan hoaks mengenai vaksin yang beredar di media membuat masyarakat kebingungan dan bertanya-tanya tentang kebenaran efektivitas vaksin. Media di Indonesia khususnya *Asumsi Bersuara*, membantu pemerintah untuk meluruskan fakta-fakta mengenai vaksinasi dan menanggulangi hoaks yang beredar.

Siniar dapat menjadi salah satu alat pemberi informasi yang dapat meluruskan permasalahan hoaks. Hal ini didasari karena *podcast* memiliki sebuah perbedaan

dengan berita siaran lainnya karena platform ini memberikan pengalaman dan kontrol yang lebih intim kepada pendengarnya, dan karena berbasis audio sehingga membutuhkan keterlibatan langsung para audiensnya, sehingga *podcast* sangat membutuhkan platform media sosial untuk penyebarannya (Spinelli, 2019, p. 20).. Audiens pada *podcast* memiliki ciri khas tersendiri, yakni gemar mendiskusikan sebuah episode satu sama lain sehingga *podcast* dapat berkembang dan lebih unggul dibanding medium lain (Spinelli, 2019, p. 25).

Walau banyaknya perbedaan, *podcast* juga memiliki kesamaan dengan yang dilakukan berbagai media siaran lainnya, seperti televisi, dan radio. *Podcast* memiliki ciri khas yang sama, yaitu sebuah rangkaian pemberitaan naratif. Informasi naratif dikemas dengan sebuah runtutan kronologis untuk membangun minat, ketegangan serta keterlibatan penonton yang menjadi daya tarik bagi audiensnya (Ekström, 2000, p. 472). Hal tersebut juga dilakukan oleh berbagai penyedia konten *podcast* berita.

Pemberitaan naratif pada *podcast* audio tak lepas dari kekentalan budaya tutur kata masyarakat Indonesia. Selain itu, formula perkembangan *podcast* juga diawali dengan keunggulannya yang mengemas sebuah berita secara “ringan” dengan limpahan informasi yang beragam bagi calon pendengar (Fadilah et al., 2017, p. 102-103).

Limpahan informasi yang diberikan oleh penyedia konten *podcast* dapat memberikan efek bagi pendengarnya tergantung baik atau buruknya sebuah pemberitaan. Disebutkan dalam teori *hypodermic needle*, yakni penyampaian pesan dari media massa memiliki efek yang sangat kuat terhadap penerima pesan sehingga dapat memengaruhi perilaku serta pandangan seseorang mengenai sebuah peristiwa (Rakhmat, 2013, p. 63). Penelitian ini ingin melihat sebuah pemberitaan mengenai kesehatan, sehingga kesadaran atau efek yang ditimbulkan dalam penerimaan informasi sangat dibutuhkan.

Namun, media kerap kali gagal untuk memengaruhi audiensnya, sehingga teori *hypodermic needle* kurang relevan dengan realita saat ini. Hal tersebut

memunculkan pandangan baru seperti yang disebutkan dalam teori efek terbatas media yang mengatakan bahwa media massa tidak memiliki pengaruh yang besar dalam mengubah perilaku seseorang (Baran et al., 2012, p. 165-166).

Perdebatan mengenai efek yang diterima oleh masyarakat mengenai sebuah informasi, khususnya kesehatan, membuat peneliti ingin mengetahui pemaknaan serta respons dari audiens terhadap informasi yang diberikan oleh media, seperti yang ada di dalam teori *encoding-decoding* Stuart Hall. Teori tersebut meyakini proses komunikasi yang kompleks akan membuat pesan yang diberikan akan berubah jika dimaknai dan dipahami oleh khalayak, sehingga pemaknaan yang dilakukan oleh setiap individu akan berbeda (Hall et al., 1973, p. 165).

Penelitian ini ingin mengetahui resepsi dari remaja pada *podcast Asumsi Bersuara*. Khalayak remaja dipilih peneliti karena remaja telah mengalami peningkatan pemahaman dan telah memiliki kemampuan berpikir secara rasional. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana khalayak memahami sebuah pemberitaan yang telah diinformasikan oleh *Asumsi Bersuara*. Peneliti juga akan mewawancarai penyedia *podcast* agar dapat mengetahui pesan seperti apa yang ingin disampaikan kepada khalayak.

Selain itu, khalayak remaja dipilih karena pendengar *podcast* di Indonesia didominasi oleh remaja. Berikut rincian pendengar *podcast* di Indonesia, 22,1% berusia 15-19 tahun, 22,2% pendengar berusia 20-24 tahun, diikuti dengan 25-29 tahun 19,9%, 30-34 tahun sebesar 15,7% (Databoks, 2021). Data tersebut menjadi acuan peneliti untuk memilih remaja sebagai objek penelitian.

Penelitian ini menggunakan teori *encoding-decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall. Teori tersebut digunakan untuk melihat bagaimana pemaknaan dan pemahaman khalayak *podcast Asumsi Bersuara* yang berbentuk audio. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui makna yang didapatkan dalam informasi yang mereka dengarkan. Meski teks berita telah memproduksi posisi pembacaan, pemahaman audiens remaja terhadap berita juga melibatkan hubungan yang transaksional antara penyedia dan penerima (Eriyanto, 2001, p. 149). Penelitian ini

menggunakan metode pengumpulan data *focus group discussion* kepada pendengar remaja di *Podcast Asumsi Bersuara* dan wawancara mendalam kepada pembuat pesan.

Peneliti juga telah menentukan isu yang akan diangkat adalah pemberitaan mengenai Vaksinasi Covid-19. Isu tersebut dipilih karena banyaknya pemberitaan yang simpang siur di masyarakat sehingga peneliti ingin melihat bagaimana pemaknaan dari pendengar *podcast* Asumsi Bersuara.

1.2 Rumusan Masalah

Podcast menawarkan keterlibatan audiens, dapat didengarkan di mana saja, dapat diakses secara otomatis dan kontrol ada di tangan Konsumen (Geoghegan dan Klass, 2007, p. 3). Menurut Efi Fadilah, Yudhapramesti, Nindi Aristi (2017) pada penelitian yang mereka lakukan kepada *podcast Subjective* milik Iqbal Hariadi, *Podcast Awal Minggu* milik Adriano Qalbi, dan *Teman Berkemudi* milik Joshua Suherman, *podcast* dibuat untuk memberikan alternatif konten bagi khalayak yang jenuh dengan media arus utama.

Meski *podcast* sudah ada sejak 2004, namun penelitian terkait *podcast* jarang ditemukan. Dalam berbagai studi (Rebecca & Arthur, 2021; Lindsey 2020) tema penelitian *podcast* cenderung berfokus untuk menganalisis sebuah konten *podcast*.

Berbagai pertimbangan di atas akan dirumuskan oleh penelitian ini menjadi “Bagaimana pemahaman serta pemaknaan pendengar dari *podcast Asumsi Bersuara* mengenai ada pemberitaan vaksinasi Covid-19?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat satu pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian:

Bagaimana posisi resepsi khalayak remaja terhadap pemberitaan vaksinasi Covid-19 di *Asumsi Bersuara*?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui posisi resepsi khalayak remaja terhadap pemberitaan vaksinasi Covid-19 di *Asumsi Bersuara*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori resepsi yang dikemukakan oleh Stuart Hall yang belakangan telah dikembangkan oleh Fuchs dan Mosco (2016). Teori tersebut biasanya digunakan untuk membahas mengenai novel, film, atau berita teks, sementara penelitian ini bertujuan untuk menawarkan serta mengembangkan teori resepsi ke dalam ranah media baru seperti *podcast*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini mencoba meninjau pemaknaan khalayak terhadap pemberitaan vaksinasi Covid-19 kepada masyarakat Indonesia. Dengan meneliti pemberitaan terkait vaksinasi Covid-19 diharapkan media-media di Indonesia bisa membangun *podcast* dengan memberitakan mengenai kebenaran terutama mengenai hal yang menyangkut kesehatan orang banyak.

1.5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki kekurangan karena banyaknya keterbatasan yang dilakukan dalam penelitian, yakni peneliti sukar untuk bertemu langsung dengan para narasumber untuk mendapatkan data yang lebih jelas. Hal ini disebabkan adanya pandemi Covid-19 dan pemberlakuan PSBB yang tentunya narasumber akan sulit untuk dilakukan wawancara secara mendalam.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A