

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*podcast* merupakan sebuah media audio yang dikenal sejak tahun 2004-2005. *podcast* telah menunjukkan peningkatan tren penyampaian audio dalam format yang baru dan cukup signifikan. Sebagai sebuah media audio baru, *podcast* dapat diartikan sebuah materi audio atau video yang tersedia di internet melalui aplikasi secara gratis tetapi berlangganan. *podcast* ini hadir untuk memberikan alternatif bagi para pendengar konten audio *broadcast* selain mendengarkan radio (Fadilah, E., Yudha Pramesti, P., & Aristi, N. 2017, p.90-103).

*podcast* memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari media audio lainnya yaitu *episodic*, *download*, *streaming*, dan memiliki tema yang *segmented*. *podcast* sendiri terbagi menjadi tiga jenis *podcast*, yang pertama adalah audio *podcast*, *podcast* yang paling umum dalam bentuk file MP3, yang kedua adalah peningkatan *podcast* yang menggunakan visual dan audio seperti di Youtube, dan yang ketiga adalah video *podcast*, berisi film dengan audio dan biasanya berbentuk dalam format MP4. *podcast* juga menyiarkan berbagai macam topik yang berbeda sehingga pendengar memiliki banyak pilihan topik untuk di dengarkan, seperti

contohnya yaitu topik mengenai bisnis, desain, startup, film, teknologi, animasi, komedi, dan gim (Dalila & Ernungtyas, 2020, p.140).

Pada awal munculnya *podcast*, *podcast* hanya memiliki beberapa topik bahasan. Dengan perkembangannya seiring berjalannya waktu dan teknologi, materi *podcast* menjadi semakin beragam. Konten *podcast* yang ada saat ini dapat berupa drama/sandiwara, *talk show*, monolog, dan *feature*/dokumenter dengan berbagai *genre* seperti sejarah, musik, komedi/hiburan, dan politik (Fadilah *et al*, 2017, p. 96).

Dilansir dari Musicoomph (2020) berdasarkan kajian terbaru Edison dan Nielson, dilihat dari statistik saat ini terdapat lebih dari 850.000 *podcast* yang aktif dengan 30 juta episode *podcast* dalam 100 bahasa telah tersedia di *platform* digital. Genre *podcast* yang paling populer sendiri adalah sosial & budaya, berita & politik, bisnis, komedi, dan kesehatan (Zellatifanny, 2020, p. 120).

Di Indonesia sendiri konten *on-demand* seperti musik dan video, popularitas *podcast* masih tertinggal. Namun, masyarakat Indonesia sekarang mulai mencari dan mendengarkan *podcast* (Zellatifanny, 2020, p. 123). Hal tersebut dibuktikan dengan hasil survei yang dilakukan oleh DailySocial dan JakPat Mobile terhadap 2023 pengguna *smartphone* di Indonesia pada 2018. Survei tersebut menanyakan reaksi masyarakat terhadap *podcast*. Hasil survei menunjukkan bahwa dalam 6 bulan terakhir, 67.97% responden mengenal *podcast*, dan 80.82% responden pernah mendengarkan *podcast*. Responden menjawab bahwa alasan mendengarkan *podcast* adalah keragaman konten, dengan presentase 65% diikuti oleh fleksibilitas *podcast*

dengan presentase 62.69% (*Podcast User Research in Indonesia 2018*, 2018, p. 3). Dari hasil survei data di atas, penulis menarik kesimpulan bahwa *podcast* merupakan media yang sangat populer dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia sehingga penulis tertarik untuk membuat *podcast* sebagai tugas akhir *programming based project*.

Esports merupakan istilah yang sering dipakai dalam suatu permainan digital yang diperlombakan atau bersifat kompetitif. Di zaman yang serba digital ini, esports mulai digemari dan memiliki banyak peminatnya di semua kalangan khususnya kalangan remaja. Esports menjadi salah satu lahan basah dalam industri, banyaknya turnamen-turnamen esport nasional maupun internasional yang telah terselenggara dengan jumlah hadiah yang besar merupakan tanda kesuksesan industri ini. Ekosistem esports yang makin berkembang dapat menjadikan lahan bisnis baru. Esports di Indonesia masih dibidang baru tetapi pendapatan yang didapatkan di Indonesia sangat besar, menurut data yang telah dipaparkan oleh Katadata, Indonesia merupakan pasar gim terbesar di Asia Tenggara. Dengan 43,7 juta pemain, diperkirakan pendapatan dari pasar gim mencapai US\$ 1,1 miliar atau sekitar Rp 15,4 triliun (kurs Rp.13.600/US\$) pada 2018. Pendapatan tersebut meningkat 25 persen dibandingkan tahun sebelumnya. (Pusparisa, 2020, p. 1).

Esport di Indonesia juga sudah mulai didukung oleh pemerintah, salah satu upaya untuk meningkatkan pasar gim di tanah air, pemerintah mendorong ajang kompetisi *electronic sports* (Esports). Bahkan kompetisi ini telah dilombakan dalam Asian

Games 2018 lalu di Jakarta. Para atlet esports di Indonesia pun dianggap mampu bersaing di kancah Internasional, sama seperti olahraga tradisional. (Pusparisa, 2020, p. 1). Pada 27 Agustus 2020, Kementerian Pemuda dan Olahraga (Kemenpora) serta Komite Olahraga Nasional Indonesia (KONI) telah meresmikan bahwasannya esports sebagai sebuah cabang olahraga di Indonesia (Primus, 2020, p. 1).

Hadirnya esports di Indonesia tidak mulus untuk diterima oleh beberapa masyarakat Indonesia, adanya pro dan kontra tentang esport itu sendiri masih ada. Masih menjadi pertanyaan bagi masyarakat tentang esport sebagai pekerjaan atau hobi bermain gim saja. Esport sudah diakui oleh pemerintah sebagaimana dijelaskan oleh Menpora dalam Simposium Esports yang mereka adakan di Banjarmasin dengan tema “Interpretasi Esports dalam Wacana Keolahragaan Nasional”, simposium ini diadakan sebagai bentuk respons kemenpora terhadap perkembangan dan segala pro kontra terhadap esports di masyarakat Indonesia. Eddy Lim selaku ketua IESPA sempat mengatakan bahwa “Esport berbeda dengan bermain gim, atlet esport itu memiliki tujuan dalam bermain gim dan pada umumnya mengejar prestasi sehingga berbeda dengan gamer yang hanya main untuk hiburan atau biasa disebut dengan *gamer casual*” (Michael, 2019, p. 3). Namun beberapa orang masih mempersoalkan esports sebagai cabang olahraga. Dilansir dari artikel katadata.co.id berjudul “Pro-Kontra eSports: Antara Olahraga dan Sekadar Hobi” terdapat infografik yang mengatakan bahwa Esport dianggap sebagai candu bermain gim dan tidak melibatkan kekuatan fisik seperti olahraga tradisional.

Esports memang telah diakui Pemerintah Indonesia, tetapi masih menimbulkan persoalan apakah termasuk olahraga atau sekadar hobi. Industri ini belum didukung regulasi serta tak melibatkan kekuatan fisik seperti olahraga tradisional. Sebaliknya, eSports mengandalkan kemampuan motorik dan menghasilkan detak jantung tinggi layaknya atlet maraton (Pusparisa, 2020, p. 3).

Karya ini mengandung nilai konflik, yang berpotensi mengundang ketidaksetujuan pihak-pihak yang memegang kepercayaan tentang pro dan kontra esports itu sendiri. Lalu ada *human interest* atau ketertarikan manusia. Dengan gaya penulisan storytelling, karya ini juga dapat menggugah perasaan pembaca untuk peduli bahwa banyak jurnalis yang berjuang demi mengungkap dan menghasilkan sebuah karya yang dapat dinikmati banyak orang.

Pembahasan ini menjadikan pertimbangan bagi penulis dalam membuat *audio programming based project*. Penulis memutuskan untuk membuat karya tugas akhir yaitu sebuah program *podcast* yang bernama PES (percakapan esport). Program ini akan membahas sesuatu yang berhubungan dengan esport, episode yang penulis pilih yaitu pro kontra hadirnya esport di Indonesia

Penulis tertarik untuk membuat *podcast* tentang pro kontra hadirnya esport di Indonesia dianggap pekerjaan atau sekadar hobi menjadi dua segmen dengan narasumber yang berbeda dari setiap episodenya. Penulis mengemas karya ini menjadi *podcast* karena penulis melihat bahwasannya di Indonesia ini masih sangat jarang yang membahas pro dan kontra esports di dalam negerinya. Selain itu

karya ini penulis jadikan *podcast* karena penulis ingin menyampaikan pesan melalui indra pendengaran kepada para pendengar yang ingin mengetahui lebih dalam tentang industry esports dan segala pro kontranya.

## 1.2 Tujuan Karya

Karya ini memiliki tujuan untuk:

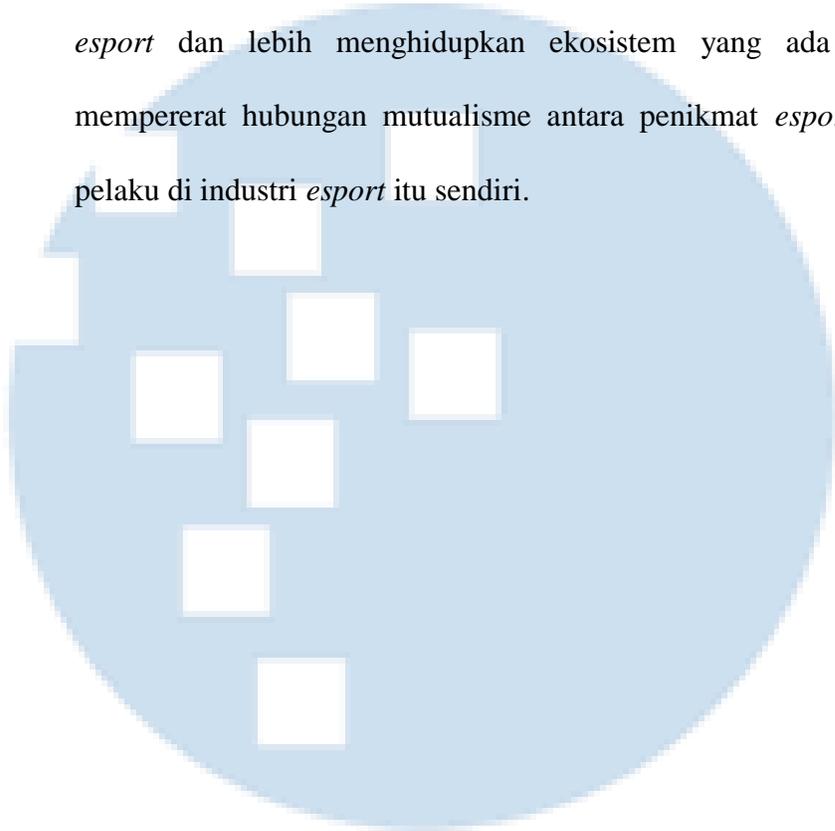
1. Membuat karya audio *podcast* tentang pro kontra hadirnya esport di Indonesia dianggap pekerjaan atau sekadar hobi sebanyak dua episode yang memiliki total durasi satu jam.
2. Memublikasikan karya audio ke *platform Spotify*
3. Mendapatkan 100 pendengar tentang pro kontra hadirnya esport di Indonesia dianggap pekerjaan atau sekadar hobi di *platform Spotify*.

## 1.3 Kegunaan Karya

Kegunaan karya ini adalah:

1. Karya ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang dunia esports kepada masyarakat Indonesia, bahwa esports saat ini sudah dapat menjadi pekerjaan yang potensial dan dapat membuat peluang pekerjaan baru.
2. Karya ini diharapkan memiliki pengaruh terhadap masyarakat khususnya pemain gim di Indonesia untuk lebih sadar akan eksistensi

*esport* dan lebih menghidupkan ekosistem yang ada serta mempererat hubungan mutualisme antara penikmat *esport* dan pelaku di industri *esport* itu sendiri.



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA