

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Kecepatan perkembangan teknologi berdampak besar pada media komunikasi. Awalnya hanya ada media cetak dan media siaran tapi kali ini muncul *new media*. Kemunculan *new media* membuat terjadi perpindahan konten lintas bentuk media, yang membuat beberapa media menyadari bahwa kolaborasi antar bentuk media sangat mungkin terjadi (Friedman, 2017).

Kemajuan teknologi terutama dalam hal konektivitas internet dan perangkat mobile, telah mengubah cara orang dalam mengonsumsi konten. Video podcast menjadi salah satu bentuk konten yang populer pada saat ini. Video podcast adalah format podcast yang menggabungkan audio dengan video. Mirip dengan podcast audio tradisional, video podcast juga berfokus pada pembicaraan atau konten yang disampaikan dalam format episodik, tetapi dengan tambahan elemen visual. Video podcast ini bisa berupa wajah pembawa acara, gambar, grafik, klip video, atau konten visual lainnya yang mendukung atau memperkuat pembicaraan atau topik yang dibahas (Nurpratama, 2020).

Video podcast sering kali diunggah ke platform seperti YouTube, Vimeo, atau platform streaming video lainnya, sehingga pemirsa dapat menontonnya secara streaming atau mengunduhnya untuk ditonton nanti. Ada berbagai macam podcast yang menawarkan konten untuk hampir setiap minat dan topik. Mulai dari berita dan politik hingga komedi, cerita misteri, sejarah, kesehatan, dan banyak lagi (Hennig, 2017).

Menurut Afgiansyah (2022) sebagai *digital communication specialist* menyatakan bahwa produksi podcast tidak memerlukan peralatan mahal atau staf besar seperti produksi film atau acara televisi. Cukup bermodalkan smartphone atau laptop dan koneksi internet semua orang bisa membuat konten di Youtube. Semakin serius konten yang dibuat, maka kemungkinan akan semakin banyak orang yang menonton. Hal ini telah memungkinkan munculnya banyak podcast independen yang menarik minat penggemar dengan berbagai macam topik. Host

yang karismatik atau konten yang informatif dapat menciptakan hubungan yang kuat antara produsen podcast dan pendengar mereka. Hal ini dapat mendorong rekomendasi, pembagian episode, dan partisipasi dalam diskusi di media sosial atau forum online. Podcast telah menjadi salah satu bentuk media yang paling berpengaruh dan berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Podcast memiliki potensi untuk memengaruhi opini, membentuk budaya, dan bahkan mempengaruhi keputusan pembelian (Aguilar, 2013).



**Gambar 1.1**  
**Data Pertumbuhan Pentonton Podcast**  
**Sumber : dailysocial.id (2018)**

Dari infografis yang tertera di atas dapat hasil survei podcast di Indonesia yang dilakukan oleh *dailysocial* (2018) dan *JakPat Mobile Survey Platform*. Survei dilakukan terhadap 2023 pengguna *handphone* dan dilakukan pengajuan pertanyaan tentang podcast. Sebesar 67,97% responden menjawab mereka merasa *familiar* mengenai podcast. Selain itu, 43,23% responden mengatakan bahwa *entertainment* adalah konten *podcast* yang favorit atau banyak disukai. Besar kemungkinan podcast akan menjadi salah satu konten yang paling diminati melihat banyaknya konten kreator podcast yang muncul.

Menurut Firmansyah (2019) *clickbait* pada *podcast* adalah istilah yang mengacu pada judul atau deskripsi episode *podcast* yang dirancang untuk menarik

perhatian dengan cara yang menarik atau kontroversial, mirip dengan praktik *clickbait* yang umum di platform media sosial dan situs web. Judul yang menarik atau deskripsi yang kontroversial dapat memicu minat awal dan memotivasi seseorang untuk memeriksa episode tersebut. Selain itu, jika *podcast* memenuhi atau melebihi ekspektasi yang dihasilkan oleh judul atau deskripsi *clickbait*, pendengar mungkin merasa puas dengan pengalaman mendengarkan dan mungkin lebih cenderung untuk terus mengikuti *podcast* tersebut. Secara keseluruhan, pengaruh *clickbait* *podcast* terhadap minat menonton dapat bervariasi dan bergantung pada sejumlah faktor, termasuk kualitas konten, kepuasan pengalaman mendengarkan, dan kepercayaan pada pembuat *podcast*.

Salah satu video *podcast* yang sedang digemari saat ini ialah *podcast* youtube Najwa Shihab. Lembaga riset Iptek Wahid Strategik (IPWS) merilis survei terkait *podcast* yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia salah satunya adalah *podcast* Najwa Shihab yang disukai oleh 36,79% responden. *Podcast* Najwa Shihab adalah salah satu program *podcast* yang dipandu oleh Najwa Shihab, seorang jurnalis ternama asal Indonesia. *Podcast* ini menampilkan wawancara dengan berbagai tokoh terkenal, baik dari dalam maupun luar negeri, serta membahas topik-topik menarik yang relevan dengan isu-isu saat ini. *Podcast* Najwa Shihab sering kali menjadi sumber inspirasi dan wawasan bagi pendengarnya. Salah satu konten *podcast* Najwa Shihab dengan jumlah penonton terbanyak yakni 22 juta penonton menggunakan *clickbait* “Eksklusif:Prabowo Subianto Bicara”. Salah satu komentar dari penonton dengan akun @wiwihusnulkhatimah mengatakan bahwa “Baru kali ini saya nangis karena tau masih ada tokoh politik setulus dan sebijak ini yg Allah siapkan untuk Indonesia di akhir zaman ini 🙏🙏..bapak Prabowo..saya pindah haluan untuk bapak!!❤️” dan juga salah satu komentar selanjutnya dengan akun @NNANN0211 mengatakan bahwa “Gue perhatikan dari awal sampai akhir.. Beliau tidak pernah menyanjung diri beliau..Malah lebih banyak menyanjung orang lain.. Top pak.. Inilah negarawan sejati..❤️”. Berdasarkan komentar dalam konten tersebut, penonton merasa tertarik dengan konten tersebut dikarenakan narasumber dalam *podcast* youtube Najwa Shihab merupakan tokoh yang digemari saat ini. Selain itu

faktor Judul dan deskripsi yang dirancang dengan baik memiliki kekuatan untuk menarik perhatian orang, membuat mereka penasaran untuk mengetahui lebih lanjut.

Namun berbeda dengan konten lainnya di podcast Najwa Shihab dengan clickbait yang berjudul “Mengintip Basecamp Juara Dunia PUBG” yang hanya mendapatkan viewers 29 ribu. Salah satu komentar dari akun @mediabolakita3943 mengatakan bahwa “Assalamualaikum Mba.. Liput Banjarnegara Dong.. Biar Publik Tau Bagaimana Kualitas Pembangunan Skarang Setelah Bupatinya Di Vonis” dan komentar lainnya oleh akun @mazhentrallatrilili3176 mengatakan bahwa “Ke politik aj k Nazwa, kyk ad yg hilang. Kritik tajamny kita rindukan. Vlog kek gini biar yg lain aja”. Salah satu alasan utama adanya komentar tersebut adalah konten podcast yang tidak menarik bagi target audiensnya. Jika topik yang dibahas kurang relevan atau tidak menarik, pendengar mungkin kehilangan minat untuk melanjutkan mendengarkan dikarenakan konten mengenai juara PUBG tidak mencerminkan seorang Najwa Shihab yang terkenal sebagai jurnalis politikus. Hal ini menjadi penyebab sepi penonton pada konten tersebut. Dalam podcastnya, Najwa Shihab mengatakan opini yang berbeda dari banyak sudut pandang yang kurang relevan sehingga memberikan dampak buruk dengan menurunnya minat menonton.

Judul-judul konten Youtube Najwa Shihab seringkali mengemas clickbait yang menarik penonton. Berdasarkan hasil analisa awal penulis dengan melihat semua judul video di youtubanya Najwa Shihab dapat dilihat bahwa Najwa Shihab sangat sering menggunakan judul – judul berclickbait yang cukup kontroversial sehingga dapat menarik pengguna sosial media untuk membuka videonya. Sosok Najwa Shihab sendiri dikenal sebagai sosok yang kritis dalam mengkritik terutama dalam hal berbau politik. Contohnya konten Najwa Shihab yang berjudul “Debat di Makan Siang Mata Najwa” yang diunggah pada 2 November 2023 yang memperoleh 3 juta + views. Angka views dari video tersebut tergolong banyak dibandingkan dengan konten Najwa Shihab yang berjudul “Aksi Unik Suporter Timnas Indonesia di Balik Layar Mata Najwa” yang diunggah pada tanggal 5 Desember 2023 hanya mendapat 16k views. Dengan

berbagai macam konsep clickbait tentunya menarik perhatian para pengguna media sosial Youtube untuk meng-klik vidio tersebut. Konten Podcast Youtube Najwa Shihab yang berjudul “Eksklusif: Prabowo Subianto Bicara”, yang diunggah pada bulan Agustus 2023 memperoleh views terbanyak yaitu 22 juta views di mana podcast tersebut merupakan podcast bertema pengetahuan dan berisikan informasi terkait profil Prabowo tetapi belum banyak diketahui masyarakat. Video tersebut ramai lagi ditonton oleh banyak orang karena berkaitan dengan politik saat ini yang dijadikan kesempatan oleh pihak lain untuk mencari celah kekurangan untuk menjatuhkan. Dengan adanya podcast baru dengan narasumber yang sedang ramai diperbincangkan dan clickbait yang cukup menarik tersebut sebenarnya apakah benar dapat meningkatkan minat menonton atau sebaliknya.

Clickbait merupakan contoh dari upaya persuasif untuk mempengaruhi tindakan pengguna internet. Hal ini melibatkan penggunaan strategi persuasif seperti framing yang menarik, pembentukan ekspektasi yang kuat, atau penggunaan klaim eksklusif untuk mempengaruhi keputusan pengguna dalam mengklik tautan atau berinteraksi dengan konten. Teori framing merupakan konsep dalam ilmu komunikasi dan psikologi yang mengacu pada cara informasi disajikan untuk mempengaruhi cara orang memahami dan menafsirkannya. Dalam konteks materi clickbait, teori framing menjadi relevan karena clickbait sering kali menggunakan strategi framing untuk menarik perhatian dan mempengaruhi persepsi pembaca.

Menurut Riki (2023) Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir antara pertengahan 1990 hingga awal 2010. Tahun tersebut merupakan tahun dimana media-media mulai berkembang dengan pesat. Salah satu fenomena menarik generasi Z adalah kecenderungan mereka terhadap podcast. Menurut penelitian yang dilakukan oleh NextGen Media, generasi ini lebih suka mendengarkan daripada membaca atau menonton.

Podcast, ditayangkan dengan format audio yang dapat didengar kapan saja dan dimana saja. Hal ini memberikan kebebasan untuk gen z yang hidup di era kecepatan dan mobilitas. Menurut penelitian dari The New Media Journal, sebanyak 60% dari generasi Z menyatakan bahwa mereka mendengarkan podcast

secara teratur. Topik-topik seperti karir, hubungan, dan kesehatan mental menjadi yang paling populer. Podcast juga menjadi sarana edukasi untuk didengar oleh banyak gen z.

Pada tulisan di Educational Trends Today, disebutkan bahwa podcast telah membuka akses baru terhadap pengetahuan dan wawasan bagi generasi yang semakin haus akan informasi. Banyak juga tema-tema baru dari podcast seperti sejarah dan ilmu pengetahuan yang menarik perhatian gen z untuk belajar otodidak. Banyak juga gen Z yang membuat podcast mereka sendiri untuk mengekspresikan bakat mereka, berbagi pikiran, dan bercerita.

Peningkatan minat generasi Z terhadap podcast juga membuat perubahan drastis pada industri media. Menurut Media Impact Report, iklan podcast menjadi salah satu cara yang efektif untuk menjangkau target audiens generasi Z. Perusahaan dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan ketika beriklan melalui podcast jika mereka mengerti apa yang gen z mau. Produser kreatif melihat podcast sebagai platform untuk menguji ide serta mengembangkan cerita sebelum mengadaptasinya ke dalam bentuk visual.

Menurut Kepala Bidang Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah (DPAD) dari Kompas.com, angka minat baca di kabupaten Tangerang tahun 2023 adalah 5,2%. Angka tersebut menurun dari tahun 2022 sebelumnya yaitu 6,2%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya penurunan minat membaca di masyarakat Tangerang. Ada kemungkinan bahwa warga Tangerang lebih menyukai mendengar atau menonton sesuatu dibandingkan membaca.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Clickbait Podcast Najwa Shihab terhadap Minat Menonton pada Gen Z di Tangerang”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Pembuat podcast perlu memperhatikan judul, deskripsi, dan promosi untuk memastikan bahwa konten akurat dan merefleksikan apa yang disajikan. Pembuat podcast juga harus berfokus pada kualitas konten dan memberikan nilai tambah yang substansial kepada pendengar untuk membangun kepercayaan dan minat

yang berkelanjutan. Selain itu, pendengar perlu dilatih untuk menjadi lebih kritis terhadap judul yang berlebihan dan belajar untuk mengidentifikasi konten yang berkualitas dari clickbait dalam era informasi yang begitu cepat dan intens.

Generasi Z seringkali memiliki jadwal yang padat dengan sekolah, pekerjaan paruh waktu, atau kegiatan ekstrakurikuler, yang mungkin membuat mereka memiliki sedikit waktu untuk menonton atau mendengarkan podcast. Gen Z mungkin lebih tertarik pada platform media sosial seperti YouTube, TikTok, atau Instagram, yang menawarkan konten yang lebih singkat dan langsung serta dapat diakses dengan cepat. Gen Z mungkin lebih tertarik pada platform media sosial seperti YouTube, TikTok, atau Instagram, yang menawarkan konten yang lebih singkat dan langsung serta dapat diakses dengan cepat.

Clickbait sering kali menggunakan judul yang menarik perhatian dengan janji konten yang menarik, namun seringkali konten yang disajikan tidak sesuai dengan ekspektasi yang dibangkitkan oleh judul tersebut. Oleh karena itu, meskipun clickbait dapat meningkatkan jumlah klik atau tampilan, pengguna cenderung kurang tertarik untuk menonton konten clickbait karena pengalaman negatif yang mereka alami. Untuk mempertahankan minat pengguna dan membangun hubungan yang baik dengan audiens, penting bagi pembuat konten untuk memberikan nilai yang sesuai dengan ekspektasi yang dibangkitkan oleh judul mereka dan memastikan konten yang berkualitas. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu adakah pengaruh clickbait podcast Najwa Shihab terhadap minat menonton?

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat disusun pertanyaan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah ada pengaruh clickbait podcast Najwa Shihab terhadap minat menonton pada Gen Z di Tangerang?
2. Seberapa besar pengaruh clickbait podcast Najwa Shihab terhadap minat menonton pada Gen Z di Tangerang?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah dan seberapa besar pengaruh clickbait podcast Najwa Shihab terhadap minat menonton.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memnyumbangkan kegunaan di ranah ilmu komunikasi khususnya penyiaran melalui media Youtube dan dapat dijadikan sebuah referensi untuk kedepannya..

##### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian diharapkan dapat bermanfaat untuk Podcast Najwa Shihab dan menambahkan kreativitas kepada pembacanya.

##### **1.5.3 Kegunaan Sosial**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang isu yang ada melalui tayangan podcast yang ada lalu dengan menggunakan metode ilmiah, penelitian memberikan wawasan yang mendalam tentang penyebab, dampak, dan dinamika masalah sosial tersebut.

##### **1.5.4 Keterbatasan Sosial**

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak keterbatasan dalam penelitian ini seperti jumlah sampel yang masih belum bisa mewakili generasi Z di Indonesia lalu keterbatasan dalam Penelitian sosial yang sering kali terpengaruh oleh konteks budaya dan sosial yang spesifik, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat diterapkan secara universal.