

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

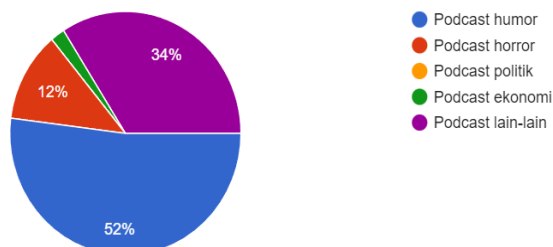
Podcast adalah rekaman audio digital yang dibuat dan diunggah ke platform online agar dapat dibagikan dengan orang lain (Phillips, 2017). *Podcast* merupakan media yang sangat digemari di Indonesia sejak beberapa tahun belakangan. Karena *podcast* juga selain sebagai media hiburan juga sebagai media pembelajaran yang dianggap efektif dan efisien karena dapat diakses dimanapun dengan perangkat portabel untuk yang sangat variatif seperti ponsel pintar, televisi pintar, komputer dan banyak lagi perangkat yang dapat digunakan untuk mendengarkan *podcast* (Laila, 2021).

Peneliti melakukan survei awal terhadap mahasiswa/i Fikom Ubhara Jaya dan staff Wowrack Indonesia dengan jumlah 50 orang responden, dari hasil survei tersebut ditemukan bahwa *podcast* dengan tema humor adalah tema *podcast* yang paling digemari yaitu sebanyak 52% responden memilih untuk mendengarkan *podcast* humor dengan alasan yang variatif, yaitu seperti dapat menaikkan mood, menghibur dan untuk mengisi waktu luang agar tidak suntuk, kemudian disusul dengan *podcast* bertema lain sebanyak 32%, yaitu *podcast* dengan tema olahraga, kesehatan, music, dan bahkan *podcast* yang membahas tentang edukasi seksual. *Podcast* dengan tema horror masuk dalam urutan ketiga yaitu sebanyak 12% responden menjawab menyukai *podcast* tema horror dan disusul di posisi terakhir yaitu *podcast* tema ekonomi sebanyak 2% responden.

Tema podcast yang disukai:

50 jawaban

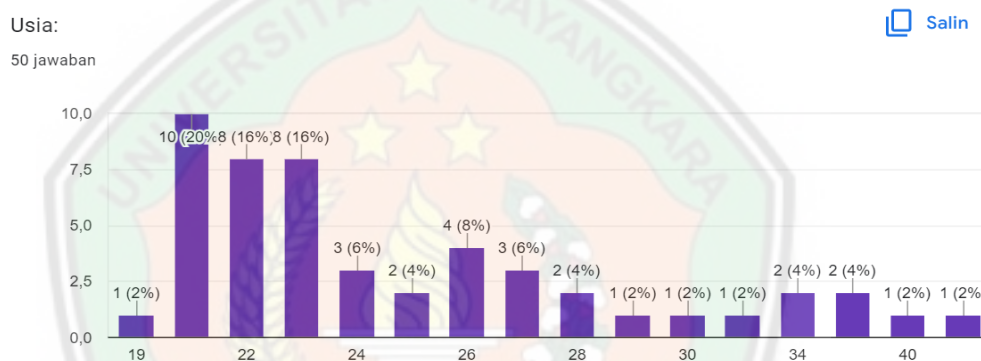
 Salin



Gambar 1.2

Survei tema *podcast* yang digemari oleh mahasiswa komunikasi Ubhara Jaya dan staff Wowrack Indonesia sejumlah 50 orang responden periode 25 Februari 2023 – 18 Maret 2023

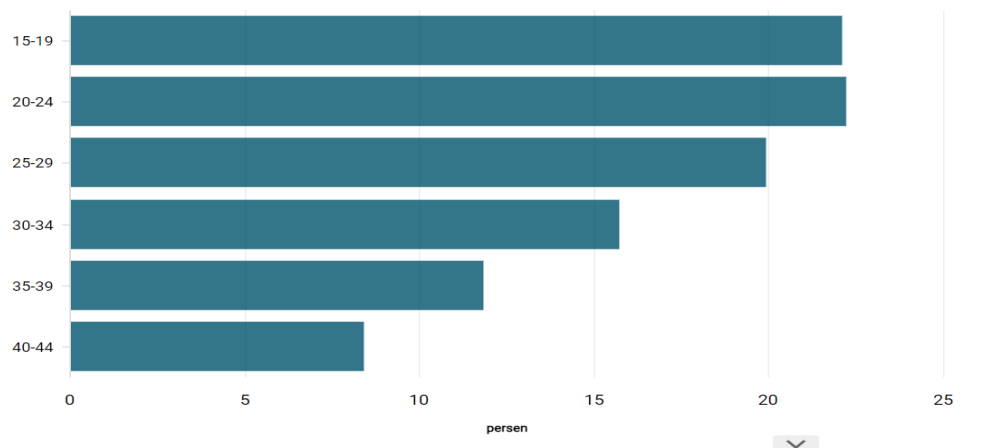
Usia para penggiat *podcast* juga tergolong variatif, namun berdasarkan data survei yang dilakukan peneliti terhadap 50 orang responden, usia penggemar *podcast* adalah dikategorikan sebagai generasi milenial, antara 19 tahun sampai dengan 40 tahun, dan di dominiasi oleh usia 21 tahun hingga 23 tahun sebanyak 26 responden.



Gambar 1.3

Survei usia audiens *podcast* terhadap mahasiswa komunikasi Ubhara Jaya dan staff Wowrack Indonesia sejumlah 50 orang responden periode 25 Februari 2023 – 18 Maret 2023

Hasil survei Jakpat terhadap 2.368 responden yang diunggah melalui Databoks juga menunjukkan bahwa pendengar *podcast* di Indonesia di dominasi oleh anak muda atau generasi milenial. Berdasarkan hasil survei, sebanyak 22,1% pendengar usia 15 hingga 19 tahun, kemudian disusul oleh rentang usia 20 hingga 24 tahun sebanyak 22,2% dan presentase semakin menurun saat bertambah usia, yaitu sebanyak 19,9% untuk rentang usia 25 hingga 29, 15,7% untuk rentang usia 30 hingga 34 tahun, disusul oleh rentang usia 35 hingga 39 tahun berjumlah 11,8% dan terakhir dengan presentase 8,4% untuk rentang usia 40 hingga 44 tahun (Databoks, 2021).



Gambar 1.4

Survei Jakpat periode 5 Oktober – 11 Desember 2020 melalui aplikasi Jakpat

Berdasarkan data yang dilansir dari website *axe.com* ditemukan bahwa terdapat 12 kanal *podcast* yang sangat populer di kalangan pendengar *podcast* di Indonesia, beberapa kanal di antaranya adalah ‘*Podcast Awal Minggu*’ yang dibawakan oleh Adriano Qalbi dengan berisikan konten-konten komedi yang fresh dari bintang tamu dengan *background* yang berbeda-beda dan seperti nama *podcastnya* ‘*Podcast Awal Minggu*’, konten *podcast* pada kanal Adriano akan selalu di unggah setiap awal minggu dengan durasi yang masing-masing episodanya kurang dari 1 jam.

Podcast dengan tema horror yang bertajuk ‘*Do you see what I see*’ adalah *podcast* horror yang sangat populer dan banyak digemari oleh pendengar-pendengar *podcast* di Indonesia. Tidak heran mengapa *podcast* ini banyak digemari oleh pecinta *podcast*, antara lain karena cerita-cerita horror yang disajikan sangatlah menguji keberanian kita, *podcast* yang diklaim menyajikan kisah horror yang nyata ini dibagikan langsung oleh bintang tamu, sehingga para pendengar dapat memvisualisasikan apa yang diceritakan oleh bintang tamu.

PORD ‘*Podcast Raditya Dika*’ dengan tema campur aduk dan nyeleneh ala seorang *stand-up* komedian yang sekaligus aktor ini memang banyak sekali penggemarnya, *podcast* PORD ini berisikan konten dengan bermacam-macam

tema, seperti *paranormal experience*, cara mengelola uang, saham, pengalaman jalan-jalan keluar negeri dan masih banyak lagi tema-tema berbeda yang menghiasi kanal *podcast* komedian Raditya Dika (Axe, 2022).

Adriano Qalbi atau dikenal dengan julukan Bapak *Podcast* Indonesia adalah orang yang dianggap alasan suksesnya *podcast* di Indonesia, Adriano sendiri merupakan seorang *stand-up* komedian yang memulai *podcast*nya pada tahun 2016 silam, Adriano yang awalnya menjadikan media *podcast* sebagai sarana untuk mencurahkan atau berlatih materi *stand-up comedy*, tak disangka-sangka ternyata kanal *podcast* Adriano sukses dan banyak peminat. Tak lama kemudian disusul oleh *podcaster* lain yaitu Iqbal Hariadi dan Rane Hafied dengan mengusung tema yang berbeda namun juga banyak peminatnya, Iqbal dengan tema politik, karir dan ekonomi sedangkan Rane dengan konten cerita kehidupannya di Bangkok, Thailand.

Sejak saat itu mulai banyak orang yang membuat kanal *podcast* mereka sendiri dengan bermodalkan peralatan seadanya dan pembicara yang tidak terkenal dengan tujuan untuk mengisi waktu luang, hingga saat ini banyak sekali *podcaster-podcaster* terkenal di Indonesia yang berawal dari orang biasa hingga bisa lebih dikenal hingga kanal-kanal *podcast* yang ditunggu-tunggu oleh pendengarnya (Student's Column, 2022).

Walaupun berdasarkan survei yang telah dilakukan bahwa penggemar *podcast* bertema ringan seperti humor, horror, musik dan lain-lain lebih mendominasi dibanding *podcast* bertema ekonomi yang hanya 2% berdasarkan data survei diatas yang dilakukan oleh peneliti, tetapi ada tipe pendengar yang mendengarkan *podcast* dengan tujuan belajar dan cenderung ingin mendengarkan *podcast* dengan pembicaraan yang berbobot.

Salah satu kanal *podcast* bertema ekonomi yang menarik untuk dibahas lebih lanjut yaitu kanal *podcast* “Cuap-Cuap Cuan” yang merupakan kanal *podcast* bertema ekonomi yang sekaligus dimiliki oleh stasiun TV CNBC Indonesia, yang dimana merupakan saluran TV dengan *tagline* “Berita Ekonomi & Bisnis Terkini Hari Ini”. Sejalan dengan media TV CNBC, kanal *podcast* “Cuap-Cuap Cuan” juga memberikan konten-konten terkait ekonomi dan bisnis

yang dikemas lebih menarik dan lebih dapat dinikmati karena bukan bersifat berita.



Gambar 1.5

Akun instagram *podcast* Cuap-Cuap Cuan

Selain aktif di media *podcast*, kanal *podcast* “Cuap-Cuap Cuan” juga memiliki akun instragram dengan jumlah pengikut lebih dari 80 ribu, akun tersebut juga aktif dalam mengunggah konten yang sedang *trending* dan berkaitan dengan ekonomi dan bisnis, pengikut akun tersebut juga aktif berkomentar pada setiap unggahan yang diunggah oleh akun tersebut.

Jika dilihat dari sisi media, maka dengan hadirnya *podcast* “Cuap-Cuap Cuan” sendiri dapat dikatakan sebagai sebuah bentuk konvergensi media yang dilakukan oleh CNBC. Konvergensi media sendiri didefinisikan sebagai bentuk perpindahan atau migrasi dari media lama atau konvensional seperti surat kabar, radio, televisi dan lain-lain yang kemudian berpindah ke media baru atau biasa dikenal dengan media digital yang membutuhkan akses internet dan dapat diakses melalui ponsel ataupun komputer seperti *podcast*, youtube ataupun aplikasi-aplikasi *streaming* lainnya (Henry Jenkins, 2006).

Selain CNBC, saluran TV lain juga menggunakan *podcast* sebagai media baru mereka, seperti Kompas TV dan CNN Indonesia, namun konten yang ada di kanal Kompas dan CNN hanya konten berita yang sama seperti disiarkan di TV sehingga tidak begitu menarik pendengar untuk mendengarkan.

Berbeda dengan kanal *podcast* “Cuap-Cuap Cuan” yang berisikan konten yang lebih tematik dengan berbagai segmen seperti Koneksi (Konten EKonomi Seksi) yang merupakan segmen dengan tema edukasi mengenai fenomena-fenomena ekonomi yang terjadi baik didalam maupun diluar negeri, Paham (Pantauan Saham) juga merupakan konten tematik yang mengedukasi audiens terkait investasi atau *trading* di pasar saham baik luar dan dalam negeri.

Riskan (Rekap informasi sepekan) juga merupakan konten yang berisi obrolan yang cenderung santai namun dengan bahasan fenomena-fenomena ekonomi yang sedang terjadi sepekan terakhir, mulai dari harga bahan bakar hingga lain-lain, dan segmen lainnya adalah dimana bintang tamu menceritakan atau membagikan ilmu berdasarkan pengalaman mereka yang bersifat tematik edukasi yang dibagikan berdasarkan pengalaman bintang tamu.

Membahas tentang konten tematik, konten tematik sendiri memiliki definisi yang cukup beragam dari para ahli antara lain menurut Joe Pulizzi dalam bukunya yang berjudul *Epic Content Marketing*, ia mendefinisikan konten tematik dengan ranah area tertentu dengan informasi yang dihasilkan secara konsisten dan relevan dengan target audiens dan bisnis yang dituju.

Sedangkan menurut Jay Baer dalam bukunya yang berjudul "*Youtility*" mengatakan tematik konten adalah "gagasan utama atau topik yang mendasari semua jenis konten yang Anda hasilkan dengan menargetkan audiens tertentu pula.". Namun secara umum tematik konten dapat diartikan sebagai konten yang berfokus pada tema atau topik tertentu dan memiliki tujuan yang demikian pula, antara lain tema atau topik yang dibuat adalah ditujukan kepada audiens dengan minat tertentu, sehingga konten yang dibuat secara tematik dapat lebih menarik perhatian audiens yang dituju.

Berdasarkan uraian di atas menarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana strategi pendekatan tematik konten ini diterapkan pada *podcast* “Cuap-Cuap Cuan”, sehingga penelitian ini mengangkat judul dan fokus

penelitian ‘Bagaimana strategi *podcast* “Cuap-Cuap Cuan” untuk menarik pendengar dari kalangan muda dengan strategi tematik konten.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka fokus masalah penelitian ini yaitu pada lingkup komunikasi massa:

Strategi pendekatan tematik konten yang dilakukan oleh *podcast* “Cuap-Cuap Cuan” kepada kalangan muda.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana strategi pendekatan tematik konten yang dilakukan oleh *podcast* “Cuap-Cuap Cuan” untuk menarik para pendengar dari kalangan muda?

1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi pendekatan apa yang dilakukan oleh *podcast* “Cuap-Cuap Cuan” dengan konten yang bersifat tematik dan cenderung mempunyai pembahasan yang berat dan berbobot untuk dapat menarik perhatian pendengar dari kalangan muda.

1.5 Kegunaan Penelitian

Suatu penelitian tidaklah berarti jika tidak memiliki manfaat yang dapat diperoleh secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini secara terperinci berikut:

1.5.1 Kegunaan Penelitian Praktis

Untuk mengetahui apa dan bagaimana strategi pendekatan yang dilakukan oleh “Cuap-Cuap Cuan” dalam menarik audiens dari kalangan muda dengan konten yang bersifat tematik dan kegunaan praktis penelitian ini memberikan gambaran secara deskriptif strategi pendekatan tematik konten yang digunakan di *podcast* “Cuap-Cuap Cuan”.

1.5.2 Kegunaan Penelitian Teoritis

Kegunaan teoritis penelitian ini di rekomendasikan untuk referensi bagi mahasiswa lain yang ingin melaksanakan penelitian dengan tema yang sama.

