

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada tahun 2004 istilah “Podcast” mulai muncul dipermukaan media digital yang berawal dari singkatan “*play-on-demand*” dan “*broadcast*” lalu di akuisisi oleh merk Apple di salah satu produknya yang dinamakan Ipod. Namun Apple telah memberentikan penjualan produk Ipod dengan alasan sumber material suku cadangnya yang semakin susah dicari dan merasa populeritas Ipod sudah tergantikan oleh *smartphone* dan beberapa platform layanan video seperti Youtube.

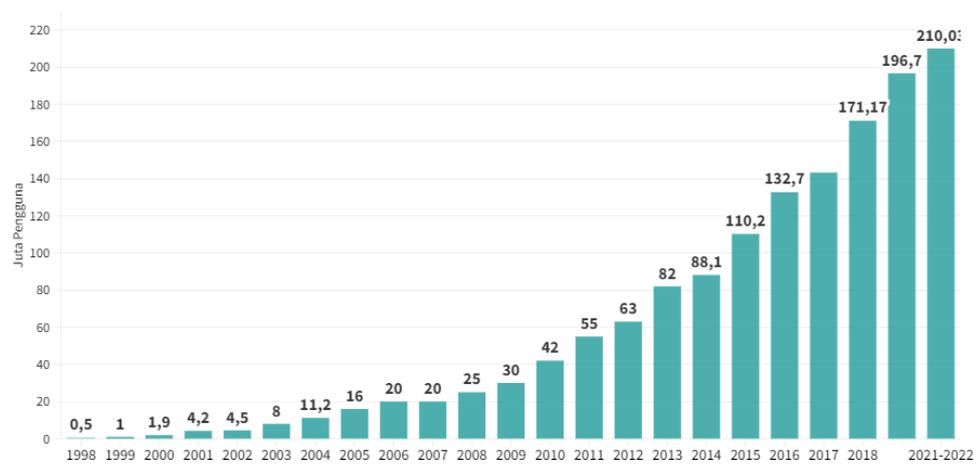
Beberapa waktu lalu media sosial diramaikan sosok yang memelopori pertama Podcast di Indonesia yaitu Adriano Qolbi, Adriano Qolbi berprofesi sebagai copywriter dan create director disalah satu agensi periklanan dan memulai karirnya sebagai komika hingga tampil di beberapa acara TV dan radio pada tahun 2011, namun dikarenakan kontrak yang hampir habis Adriano memutar otak agar penonton di acara TV tersebut tetap menontonnya. Dari situ Adriano memulai membuat konten yang dirinya kerjakan sendiri dan muncul lah “Podcast Awal Minggu”. Walau belum tau pasti dan tidak semua media yang mengklaim bahwa Adriano sebagai pelopor Podcast pertama tetapi hal ini memberikan respon positive dari netizen.

Butuh waktu yang lumayan lama untuk mempopuleran Podcast di Indonesia, karena pada saat Podcast muncul hingga sekarang Radio konvensional memegang kendali penuh pada kategori platform media audio. Tetapi seiring berjalannya waktu banyak *content creator* yang menyajikan Podcast dengan obrolan yang ringan dan informatif ditambah lagi dikemasi dengan semenarik mungkin. Hal ini menciptakan konsumen dan penikmat podcast itu sendiri dengan karakteristik masing masing creator.

Internet adalah salah satu contoh perkembangan teknologi yang paling berhasil dan berguna untuk semua orang, kata berhasil tidak mengartikan bahwa perkembangan teknologi satu ini terhindar dari beberapa faktor yang merugikan. Di dalam internet banyak sekali media untuk berkomunikasi antar pengguna lain. tidak hanya itu internet juga menyajikan beberapa hiburan kepada khalayak dari beberapa *platform* di media sosial.

Adapun beberapa perkembangan media lama yang masuk ke dalam media digital seperti contohnya majalah, buku, radio, koran. Di tahun 2014 sebanyak 66 % surat kabar yang telah menyiapkan versi elektroniknya. Disusul majalah 57% dan tabloid sebanyak 7 %. Artinya media cetak terutama surat kabar telah mengikuti arus perkembangan teknologi dan sudah mulai sadar, Kekhasan media online yang diharapkan dapat menggantikan media cetak juga terus berkembang di Indonesia (Kusuma, 2016).

Gambar 1. 1 Grafik data statistiska



(Sumber: <https://apjii.or.id/survei>)

Dilihat pada data hasil statistika Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022 memperlihatkan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021-2022 sebanyak 210,03 juta pengguna, jumlah ini meningkat sebanyak 6,78% dari periode sebelumnya yang sebanyak 196,7 juta pengguna, hal ini membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia meningkat sebanyak 77,02%. Dan jika dilihat dari usia pengguna internetnya penetrasi paling tinggi diduduki oleh usia 13-18 tahun sebanyak 99,16% dan posisi kedua diduduki oleh usia 19-34 tahun 98,64. Sedangkan penetrasi direntang umur 5-12 tahun dan 55 tahun keatas 62,43% dan 51,73%

Banyak media baru yang masuk ke internet kembali menjadi hidup, yang sebelumnya sudah lama ditinggalkan namun dinikmati kembali. Tetapi ada beberapa media cetak yang belum sepenuhnya bertransisi ke media digital seperti Jawa pos. Menurut (Setyawan, 2014) inovasi dan visi misi Jawa Pos memang menarik dan penuh pertimbangan mereka konsen dengan meningkatkan kualitas berita yang disajikan

pada khalayak dipadukan dengan semangat atau slogan mereka yang sering disebut. “*power of youth*” dan slogan “selalu ada yang baru”

Salah satu media baru yang sangat berkembang dan kembali dinikmati oleh khalayak umum terutama para kawula muda yaitu *podcast*. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia *podcast* disebut dengan “Siniar”. Penyebutan Siniar memang sangat asing dikalangan masyarakat Indonesia karena lebih dikenal penyebutannya sebagai “*Podcast*”. Awal mula kata *podcast* muncul berasal dari istilah *iPod* dan *broadcasting*. Pemutar suara ini dahulu dikelola oleh perusahaan ternama asal California, Amerika yaitu *Apple* dan terciptalah *Ipod*, seiring berjalannya teknologi dan kerjasama antar perusahaan *Android* mulai mengembangkan transisi teknologi ini agar bisa dipakai banyak pengguna (Sugatri, 2021).

Jakpat mensurvei jumlah pengguna dan pendengar podcast yang bisa didengarkan di Indonesia mayoritas oleh anak muda jika di jabarkan sebanyak 2,20% tanggapan yang mendengarkan Podcast berusia 15-19 tahun, dan sebanyak 22% pendengar lainnya berusia 20-24 tahun. Seiring bertambahnya usia akan semakin menurun tingkat ketertarikan untuk mendengarkan Podcast. Rentang usia 25-29 tahun sebesar 19,% dan untuk usia 30-34 tahun sebesar 15% (Bayu, 2021).

Hasil penelitian (Aristi, Fadilah, & Yudhapramesti, 2017) Konten yang bermaterikan audio bisa saja dikaitkan dengan kriteria radio siaran atau bisa jua tidak bisa dikaitkan, karakter podcast memiliki beberapa karakteristik dari radio siaran contohnya: sifatnya yang auditif sehingga dapat menciptakan imajinasi seseorang hanya dengan mendengarkan saja. Tetapi podcast yang diunggah di beberapa platform media online bersifat medium interaktif berbeda dengan materi yang siaran radio konvensional maupun online. Dengan adanya suatu kesamaan dan perbedaan secara langsung masing masing dari siaran radio dan Podcast memiliki pasarnya sendiri .

Sebenarnya tidak terlalu banyak perubahan pada *podcast* dan radio karena sifatnya masih sama yaitu bergantung pada audio. walaupun sudah banyak sekali *content creator* yang menampilkan *podcast* audio beserta visualnya di beberapa platform media digital seperti deddy corbuzier *podcast* dan soleh solihun. *Content creator* bisa dibilang sebuah profesi dimana kegiatan mereka membuat sebuah hasil karya yang bisa dinikmati oleh khalayak karya tersebut bisa berupa gambar, video, maupun suara, karaya karya mereka akan diunggah dibeberapa platform yang *content creator* tersebut gunakan menyebarkan informasi yang ditransformasikan kedalam

sebuah gambar, tidak bisa dipandang sebelah mata profesi ini juga harus memiliki keahlian khusus dan ilmu tersendiri untuk menghasilkan konten yang menarik dan bermanfaat (Sundawa & Trigartanti, 2018). Tugas content creator merancang konsep, mengumpulkan beberapa data untuk dikemas semenarik mungkin untuk disajikan oleh pengguna media yang content creator tersebut buat.

Di Era digital seperti sekarang dimana masyarakat lebih sering menghabiskan waktunya di media sosial untuk mengetahui segala hal yang dibutuhkannya. Hal ini menyebabkan Peluang menjadi content creator sangat tinggi, banyak orang-orang yang terinspirasi dari *creator* kesukaannya. Dan *content creator* juga memiliki dampak yang sangat besar bagi masyarakat digital mulai dari pemasaran, hiburan dan informasi.

Namun, ada juga beberapa konten di beberapa platform yang creator buat tidak selalu memberikan *feedback* yang baik kepada khalayak. Contohnya seperti konten *prank* yang sedang ramai ramainya, Fenomena ini muncul dari berbagai kalangan, mulai dari mahasiswa, dan masyarakat umum. Menurut (Annastasia, 2020) ada beberapa konten yang mudah untuk dibuat dengan tradisi tiru meniru atau dengan kata lain saling menyontek dari *content creator* lainnya *prank* contohnya dilain sisi konten ini bisa menjadi sarana hiburan untuk khalayak namun sisi negatifnya tidak sebanding dengan sisi positifnya. Faktanya muncul *pranksters* (pelaku *prank*) yang berpotensi berpengaruh buruk bagi penontonnya, seperti menggunakan kata yang tidak sopan, mengganggu kenyamanan, dan tidak adanya sopan dan santun dimana itu merupakan salah satu budaya masyarakat Indonesia.

Dalam kesamaan kasus yang lain yaitu, FWB “Podcast” juga mengandung unsur yang sensitif yang akan menimbulkan dampak kontroversial seperti halnya mengandung unsur ketidak sopanan, dan perkataan yang vulgar.

Daya tarik *podcast* terdapat pada isi konten yang bermacam-macam, kita tinggal memilih sesuai dengan selera. Di balik semakin berkembangnya media digital terutama pada *podcast* semakin berkembang juga pola pikir beberapa *content creator* untuk menciptakan konten yang berkualitas, tepat sasaran dan beda dari yang lain. Setiap *content creator* memiliki ciri khasnya masing-masing, hal ini yang membuat *content creator* menemukan segmentasinya sendiri di *platform* media digitalnya.

FWB Podcast contohnya, FWB podcast diambil dari 2 arti yang pertama “FWB” atau bisa diartikan *Friend With Benefits*, sebutan ini muncul di media sosial, tidak tahu pasti siapa dan kapan sebutan ini muncul. Kata *benefits* bisa diartikan sebagai manfaat

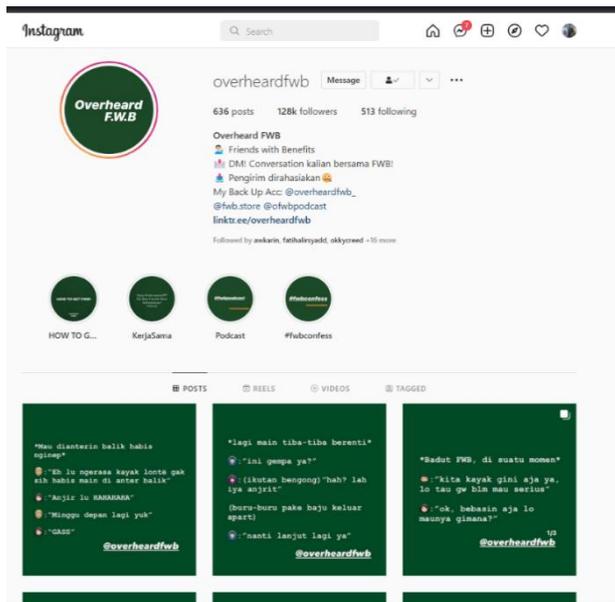
dan *friend* teman, tetapi makna sesungguhnya berarti suatu hubungan pertemanan namun di dalam hubungan tersebut mengandung *physical needs* (kebutuhan fisik).

Munculnya kata FWB berawal dari adanya sebuah film produksi Hollywood yang berjudul “*Friend With Benefits*” menceritakan sebuah hubungan persahabatan yang diperankan oleh Jamie (Mila Kunis) dan dimulai dari sebuah Film Produksi Hollywood yang berjudul “*Friend With Benefit*” Film ini sendiri berkisah mengenai persahabatan yang terjalin antara Mila Kunis berperan sebagai Jamie dan Justine Timberlake berperan sebagai Dylan. Tanpa dijelaskan penonton akan mengetahui bagaimana inti dari cerita tersebut antara dua pemeran pada film ini (Irma devita, 2020).

Pasangan yang menjalin hubungan FWB awal mulanya berawal dari kekerabatan, kolega, dan bisa juga mantan pacar, namun pastinya bisa berawal dari hubungan apapun, dengan tingkat intensitas bertemu yang sangat tinggi juga berpengaruh dengan tumbuhnya hubungan FWB hubungan ini telah *konsen* antara kedua belah pihak. Penjalin hubungan ini tidak bisa saling ikut campur dengan berbagai masalah pribadi antar individu dengan hubungannya, Pasangan yang memiliki jenis hubungan ini mereka yang sudah nyaman dan menikmati kebebasan berhubungan dengan pasangannya hanya tertarik untuk menjalani seks dengan pasangan FWB (Putri, 2015).

Kata “Podcast” yaitu hasil rekaman audio atau bisa kita sebut radio di era digital. Kedua unsur itu digabungkan oleh *content creator* dan terciptalah FWB Podcast. creator memberikan konten berisikan pengalaman seseorang yang sedang, maupun pernah menjalin hubungan FWB (*friend with benefit*), bisa dikategorikan konten ini dibatasi umur karena pembahasannya yang sangat terbuka. Dilihat dari pengikutnya di Instagram, FWB *Podcast* sangat banyak digemari oleh para kaula muda.

Gambar 1. 2 Profil Instagram FWB Podcast

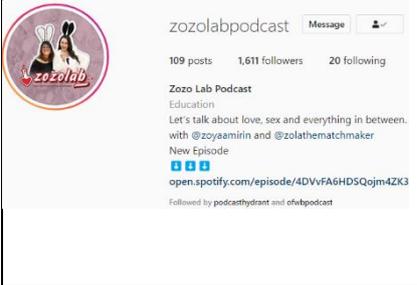
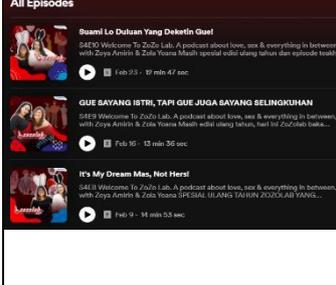


(Sumber : Instagram @overheardfwb)

Ada beberapa pilihan Podcast yang sama halnya dengan FWB Podcast, seperti ZozoLab “Love Sex & Everything in Between” Podcast, dan Podcast Hydrant.

Tabel 1. 1 Data Followers dan Jumlah konten beberapa Podcast

NO	Nama Podcast	Followers Instagram	Episode Spotify
1	FWB Podcast		
2	Podcast Hydrant		

3	ZozoLab Podcast	 <p>zozolabpodcast Message</p> <p>109 posts 1,611 followers 20 following</p> <p>Zozo Lab Podcast Education Let's talk about love, sex and everything in between. with @zoyasamin and @zolahematchmaker New Episode open.spotify.com/episode/4DVvFA6HDSQojm4ZK3 Followed by podcathyrant and ehufpodcast</p>	 <p>All Episodes</p> <p>Bismillah Dalam Yang Delakhti Guest S4E10 Welcome To Zozo Lab. A podcast about love, sex & everything in between, with Zoya Amin & Zola Yonna. Masih special editi ulang tahun dan episode terakhir... Feb 9 - 17 min 47 sec</p> <p>GUE SAYANG ISTRI, TAPI GUE JUGA SAYANG SELINGKIHAN S4E9 Welcome To Zozo Lab. A podcast about love, sex & everything in between, with Zoya Amin & Zola Yonna. Masih special editi ulang tahun, part 2 of ZozoLab... Feb 10 - 15 min 36 sec</p> <p>It's My Dream Mas, Not Hers! S4E8 Welcome to Zozo Lab. A podcast about love, sex & everything in between, with Zoya Amin & Zola Yonna. SPESIAL ULANG TAHUN ZOZO LAB YANG... Feb 9 - 14 min 53 sec</p>
---	-----------------	---	---

Pada data perbandingan diatas peneliti menampilkan tiga *Podcast* yang memiliki konten yang hampir sama dan saling ber-kesinambungan satu sama lain, diurutan pertama FWB *Podcast* mempunyai pengikut di kanal Instagramnya sejumlah 131.000 dan sudah mengunggah konten Podcastnya sebanyak 193 Episode. Diurutan kedua *Podcast* Hydrant mempunyai pengikut di Instagramnya sejumlah 5.506 dan Sudah mengunggah kontennya sebanyak 139 Episode namun dibagi dalam dua sesi, sesi pertama episode 1-100 yang awal diunggah pada Februari 2019 dan selesai pada episode terakhir April 2021 lalu. Sesi kedua mulai diunggah pada Juni 2021 hingga sekarang pada episode 39 7 Maret 2022 kemarin. Pada urutan terakhir ZozoLab *Podcast* mempunyai pengikut dikanal Instagramnya sejumlah 1.611 pengikut dan 4 sesi 10 episode pada kanal Spotifynya.

Peneliti menggunakan pendekatan analisis resepsi pada penelitian kualitatif karena Analisis resepsi penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap pemaknaan khalayak. Menurut (Fiske, 2004) didalam Analisis resepsi khalayak individu merupakan bagian dari pihak yang berusaha mencari tau makna dari pesan yang disampaikan pada media. Penyebutan khalayak disini merupakan khalayal yang aktif dan tidak berdiam diri saat menerima terpaad dari gerbagai media yang sampai pada dirinya.

Dalam penelitan ini peneliti akan menggali lebih dalam informasi yang diterima oleh khalayak dari FWB podcast. Penelitian menggunakan Analisis resepsi dapat melihat tanggapan pendengar mengenai isi dari konten FWB podcast dengan latar belakang orang yang berbeda-beda. Peneliti juga menganalisis objek penelitian dengan cara analisis semiotica Roland Barthes untuk mengetahui denotasi, konotasi dan mitos dari objek penelitian tersebut yang nantinya akan dijadikan pertanyaan dalam melakukan wawancara secara mendalam kepada informan.

Teknik pengambilan data yang peneliti gunakan menggunakan teknik *Snowball sampling*. Menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2014) Teknik Snowball Sampling yang awal mulanya hanya berjumlah kecil kemudian semakin membesar. Peneliti memilih Teknik Snowball Sampling dikarenakan dalam penentuan sampel peneliti hanya mengambil beberapa informan saja untuk ditanyakan mengenai informasi yang peneliti butuhkan, kemudian informan memberikan rekomendasi kepada sampel lainnya agar mendapatkan informasi yang lebih luas

Pada penelitian ini peneliti berusaha menggali lebih dalam tanggapan pendengar pada konten FWB Podcast. setelah mengetahui tanggapan pendengar pada konten FWB Podcast, dapat di temukan adanya beberapa hal khalayak memilih media tersebut, dimana jawaban para pendengar ini bisa menjadi pandangan *content creator* untuk membuat konten di mediana untuk menarik khalayak. Sehingga *content creator* mengerti konten seperti apa yang khalayak inginkan dan butuhkan.

1.2 Fokus Penelitian

- a) Berdasarkan penjelasan pada latar belakang yang telah peneliti paparkan, Peneliti lebih memfokuskan menganalisis tanggapan pendengar mengenai isi konten pada FWB Podcast, lalu mengelompokan informan tersebut dalam tiga posisi menurut Stuart Hall

1.3 Identifikasi Masalah

- a) Bagaimana penerimaan khalayak terhadap konten vulgar pada kanal spotify FWB Podcast

1.4 Tujuan Penelitian

- a) Mengetahui apa penerimaan khalayak terhadap konten vulgar pada kanal Spotify FWB Podcast

1.5 Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya, dan untuk pengembangan pengetahuan dibidang media baru dan diharapkan dapat memberikan kontribusi di dalam bidang ilmu komunikasi

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan pada konten creator agar lebih memikiran isi konten yang di buat, dan juga untuk pendengar atau khalayak dapat memilah media dengan baik.

c) Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1. 2 Tahapan Penelitian

Tahapan Penelitian	Bulan										
	Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan 2022	Feb 2022	Mar 2022	Apr 2022	Mei 2022	Juni 2022	Juli 2022	Ags 2022
Konfirmasi pembimbing dan pengajuan perencanaan penelitian											
Pengumpulan refrensi penelitian dan jurnal terdahulu dan teori yang											
Membuat draft dan pengajuan judul proposal skripsi											

Melampirkan hasil pengerjaan bab 1 beserta revisi dari pembimbing											
Bimbingan dan pembahasan Bab 2 - 3											
Pendaftaran desk evaluation											
Revisi desk evaluation											
Analisis <i>Preferred Reading</i>											
Analisis hasil wawancara											
Pembuatan kesimpulan dan saran											