BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media merupakan sarana komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada komunikan. Menurut Musfiqon dalam *"Instructional Media and Technologies for Learning"* mendefinisikan media sebagai saluran informasi yang menghubungkan antar sumber informasi dan penerima (Musfiqon, 2012). Secara umum media dibagi menjadi tiga yaitu media visual, media audio dan media audio visual. Media ikut berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan internet salah satunya adalah dengan kemunculan istilah Media Baru.

New Media atau Media Baru merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup berbagai sistem teknologi seperti sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer) (McQuail, 2010).

Saat ini media baru yang mulai mendapatkan perhatian dari masyarakat Indonesia adalah *podcast. Podcast* mengalami perkembangan yang cukup pesat di Indonesia. *Podcast* terlahir dari *iPod* yang diproduksi oleh *Apple* yang diperkenalkan Steve Jobs pada tahun 2001. *Podcast* merupakan gabungan dari kata *"iPod broadcasting"* alias siaran dengan menggunakan iPod. *Podcast* sendiri mulai

muncul secara aktif pada tahun 2004 setelah dikembangkan oleh pengusaha internet dan mantan penyiar MTV, Adam Curry. Curry berkontribusi pada pengembangan perangkat lunak iPodder, yang memfasilitasi perutean *file* audio ke *digital* pemutar musik. *Podcasting* telah tumbuh secara eksponensial sejak akhir tahun 2004. Berdasarkan data yang dikemukakan oleh PEW Research Center pada November 2006, lebih dari 17 juta *podcast* telah diunduh (Madden, 2006). Berbeda dengan Perbedaan radio FM atau AM konvensional dengan *podcast* adalah *podcast* tidak menyiarkan siaran secara linear. *Podcast* serupa dengan Youtube yang merupakan *platform* siaran *on demand*. Pada saat seseorang ingin mendengarkan, cukup mengunduh serial *podcast* keinginannya tanpa perlu menunggu waktu selayaknya radio konvensional yang melakukan siaran di waktu tertentu. Karena sifatnya yang *on demand*, siaran *podcast* bisa didengarkan berulang-ulang (Zaenudin, 2017).

Podcast banyak sekali di produksi oleh para *creator* baik secara individu maupun grup media massa di Indonesia. *Podcast* ini memiliki karakteristik yang sama seperti radio, bedanya adalah *podcast* ini berbasis *on demand* atau sesuai dengan kebutuhan pendengarnya. Berkembangnya internet di dunia tentu saja menimbulkan efek yang beragam di berbagai bidang pekerjaan salah satunya di bidang penyiaran. *Trend podcast* yang sedang dialami oleh dunia khususnya di Indonesia ini juga menjadi salah satu efek yang dialami oleh stasiun penyiaran radio. Radio dan televisi sebagai media penyiaran konvensional di beberapa tahun ini mengalami perubahan menuju ke arah digital. Kedua media penyiaran ini menggunakan internet sebagai alat untuk memperluas jangkauan siaran, radio misalnya. Dalam menjawab kebutuhan zaman, saat ini bentuk siaran dapat

dinikmati dalam bentuk radio *streaming* baik dengan membuka *website* resmi radio atau dapat mengunduh aplikasi radio *streaming*. Dengan seperti ini mendengarkan radio bisa dimana saja dan kapan saja secara *streaming* maupun audio *on demand*.

Meskipun radio kalah unggul dibandingkan dengan televisi sebagai media penyiaran konvensional yang digemari masyarakat karena lebih tertarik dengan media yang menggunakan *audio-visual*, hal tersebut tidak membuat radio di tinggalkan oleh pendengarnya. Dilansir dari hasil penelitian *Nielsen Radio Audience Measurement* pada tahun 2016 yang menunjukan bahwa lebih dari 50 persen pendengar radio adalah Generasi Z dan *Millenials*. Berdasarkan hasil temuan *Nielsen radio Audience Measurement*, 4 dari 10 orang pendengar radio mendengarkan radio melalui *mobile phone*. Meskipun internet tumbuh pesat pada kuartal ini, tidak berarti jangkauan radio menjadi rendah, radio menyentuh angka 38% dan ini terbilang angka yang cukup baik pada kuartal ketiga tahun 2016. Data *Nielsen Radio Audience Measurement* menunjukan bahwa waktu mendengarkan radio per minggunya naik dari tahun ke tahun. Jika ditahun 2014 radio didengarkan oleh pendengarnya selama 16 jam per minggunya, lalu di tahun 2015 menunjukan adanya peningkatan yaitu radio di dengar oleh pendengarnya selama 16 jam 14 menit per minggunya dan di tahun 2016 terjadi kenaikan lagi mencapai angka 16 jam 18 menit per minggunya (Nielsen, 2017).

Hal ini membuktikan bahwa perkembangan internet dapat membantu radio untuk tetap eksis dalam bidang penyiaran dan menunjukan bahwa siaran berbasis suara tetap diminati oleh pendengarnya. Selain perkembangan internet berdampak pada medianya itu sendiri, internet juga memiliki dampak kepada pengguna media

tersebut. Kemudahan dalam mengakses internet ini membuat audiens lebih mudah memilih siaran radio atau program televisi yang sesuai dengan kebutuhannya. Maka dari itu pihak pengelola media sekarang banyak yang membuat medianya sesuai dengan kebutuhan *(on demand)* agar audiens menggunakan media tersebut.

Dalam perkembangannya mengikuti zaman, beberapa stasiun radio konvensional mulai ikut terjun mengikuti *trend* siaran berbasis *on demand.* Hal tersebut terjadi di stasiun radio konvensial OZ Radio Bandung. Memulai siaran melalui *platform digital* siaran berbasis *on demand* sudah mulai di tekuni sejak 2019 lalu sampai sekarang, sudah memiliki 83 episode menampilkan semua keseruan yang terjadi saat *On Air* dan juga menyajikan berbagai macam program seperti CKCK (Cerita Kita Cinta Kita), NGOBAR (Ngobrol Bareng), MIZTERIOZ, KNTL (Kamu Nanya Trus Lega), dan juga OZCLUSIVE yang menyiarkan *interview* dengan para musisi. OZ Radio mengusung *tagline "Your Friendly Station"* yang sesuai dengan perkembangan zaman di setiap jejaring radionya yang akan selalu berpacu untuk menjadi *pioneer* radio anak muda yang Dinamis, Kreatif dan menjadi *Trendsetter*.

Gambar 1. 1
Platform Spotify Podcast OZRadio

Sumber: Peneliti, 2021

Di Indonesia sendiri sudah banyak radio konvensional yang mulai menggunakan podcast sebagai media penyiaran, khususnya di Bandung. Beberapa diantaranya adalah Radio Ardan dan juga 99ers Radio. Masing-masing radio mempunyai program yang menjadi ciri khasnya seperti 99ers Radio yang menanyangkan atau menyiarkan program misteri atau teori konspirasi pada *platform podcast* miliknya. Lain halnya dengan Ardan Radio, mereka menanyangkan berbagai macam program salah satunya program hits mereka yaitu *Nightmare Side*. Namun yang membedakan *Podcast* Ardan Radio dengan *podcast* yang lainnya adalah setiap program mereka memiliki channel *podcast* terpisah, sehingga para pendengar labih mudah untuk mengakses program yang mereka ingin dengarkan. Lalu yang membedakan *podcast* OZRadio dengan *podcast* diatas adalah OZ Radio rajin menanyangkan hasil interview dengan para musisi yang hadir baik itu di program OZCLUSIVE *live interview* maupun pada program NGOBAR (Ngobrol bareng) hal ini membuat para pendengar baik itu fans dari musisi itu atau bukan sedikit banyak memperoleh informasi mengenai musisi tersebut. *Podcasting*

merupakan teknologi perkembangan media yang menarik karena siapa saja dapat terlibat, mengepresikan diri, bertukar ide, atau melempar produk. Apapun minat orang, ada tempat bagi mereka di *podcasting*. *Podcasting* menempatkan kekuatan untuk berkomunikasi ke tangan individu. Tanpa sebuah sistem dan aturan, dapat menjangkau khalayak yang lebih beragam secara geografis daripada stasiun radio dengan pemancar AM/FM paling kuat di dunia. Semua tanpa pemancar, tanpa satelit, tanpa peraturan. Individu telah diberdayakan dan diberi suara yang setara. Perangkat keras lunak yang digunakan untuk membuat *podcast* yang merupakan peluang besar untuk terhubung ke komunitas *podcast* (Geoghegan & Klass, 2007).

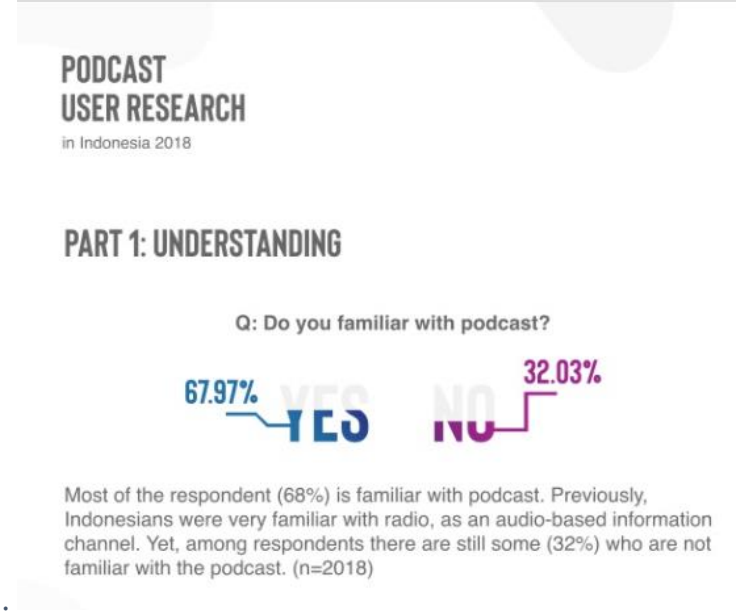
Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui dalam proses pengelolaan *podcast* adalah bagaimana menciptakan konten siaran yang kuat dan menarik sehingga dapat menjangkau khalayak luas, selain itu karena sifatnya yang tidak memiliki aturan khusus *podcast* jauh lebih fleksibel dibandingkan dengan radio konvensional sehingga konten atau materi yang disiarkan melalui *podcast* akan lebih beragam.

Sejak tahun 2019, OZ Radio menerbitkan *podcast OZRadio* sebagai media yang menyiarkan konten yang sifatnya hiburan dan lebih informal yang berbeda dengan pada saat siaran (*on air*) dengan tujuan untuk menunjukan sisi lain OZ Radio pada saat *Off Air*. Setiap program yang ada di *podcast* OZ Radio tentu saja memiliki jadwal tayang setiap hari. Program yang disiarkan pun memiliki karakteristik sendiri, mulai dari pembahasan soal percintaan, kehidupan, horror dan sebagainya.

Dalam perkembangan *trend podcast* ini dikutip dari data Dailysocial.id, di Indonesia sendiri pada tahun 2018, *sample* sebanyak 2032 ada 67,97% sudah sangat

familiar dengan *podcast*. *Podcast* dalam penggunaannya menggunakan layanan *streaming* seperti *Spotify, Soundcloud, Apple Podcast, Anchor, Google Podcast* dan lainnya. Berdasarkan hasil survey, layanan *streaming* yang sering digunakan sebagai media penyiaran adalah *Spotify*. Bahkan *Spotify* juga memberikan kesempatan bagi para pembuat konten *podcast* untuk dapat mendistribusikan atau menyebarluaskan kontennya di *Spotify*. Selain itu, alasan mendengarkan *podcast*, 65% karena kontennya bervariasi, 62,69% karena lebih fleksibel (*on demand*) dan 38,85% karena lebih nyaman daripada konten visual (Eka, 2018).

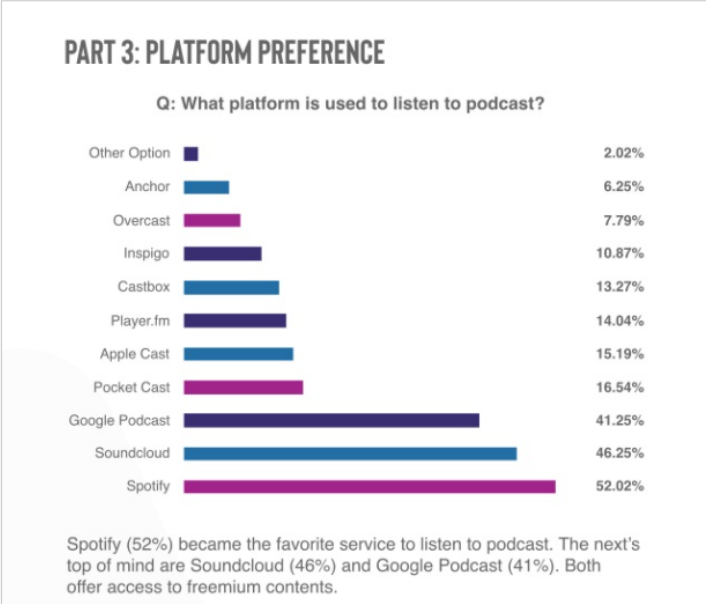
Gambar 1.2
Survey Pengguna *Podcast* di Indonesia



Sumber: (Dailysocial.id, 2018)

Gambar di atas menunjukan hasil survey pengguna *podcast* di Indonesia terkait eksistensi *podcast* itu sendiri, dan hasil survey menunjukan lebih dari setengahnya mengetahui keberadaan atau eksistensi *podcast* itu sendiri.

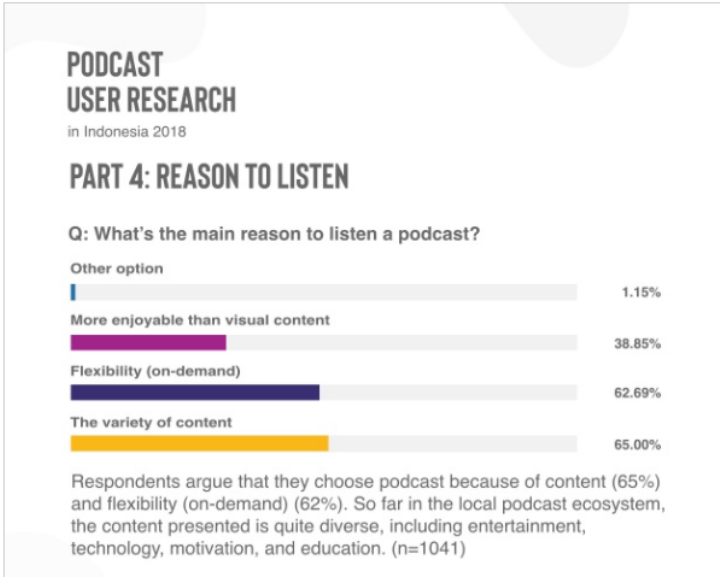
Gambar 1.3
Hasil Survey Layanan *Streaming Podcast* yang Sering Digunakan Di Indonesia



Sumber: (Dailysocial.id, 2018)

Gambar 1.3 menunjukan hasil survey layanan *streaming podcast* yang sering digunakan di Indonesia, dan hasil survey menunjukan 52.02% menggunakan *platform spotify* untuk mendengarkan *podcast* karena dinilai mudah di akses. Selanjutnya gambar 1.4 menunjukan hasil survey alasan pengguna di Indonesia mendengarkan *podcast*. 62.69% menyatakan karena sifat *podcast* yang fleksibel dan bisa didengarkan kapan saja dan dimana saja *(on demand).*

Gambar 1.4
Hasil Survey Alasan Pengguna di Indonesia Mendengarkan *Podcast*



Sumber: (Dailysocial.id, 2018)

Survey lainnya mengenai *podcast* juga telah dilakukan pada tahun 2020 lalu. Mengutip dari tekno.kompas.com, *spotify* merupakan salah satu aplikasi atau media berbasis audio yang banyak diminati orang. Pelanggan berbayar *spotify* terus bertambah, terlebih lagi ketika masa pandemi. Menurut laporan keuangan pada kuartal pertama tahun 2020, pengguna *spotify* mencapai 130 juta. Angka tersebut meningkat 30% dibanding periode yang sama pada tahun 2019 (Clinten, 2020).

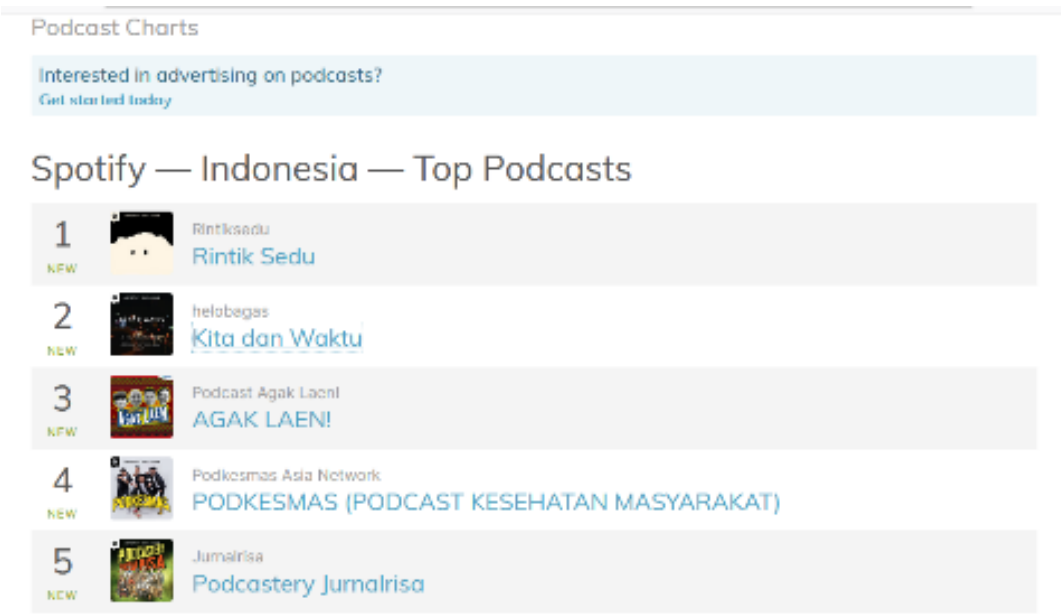
Kemudahan mengakses internet dan berbagi *provider* yang menawarkan paket murah juga turut mendukung pertumbuhan industri kreatif di media baru ini, salah satunya adalah *podcast*. *Spotify* tidak hanya digunakan untuk mendengarkan lagu tetapi juga untuk mendengarkan *podcast*. Ada banyak sekali topik pembahasan *podcast* di aplikasi *spotify* mulai dari komedi, *true crime*, *lifestyle* dan lain sebagainya. Sifatnya yang *on demand* membuat pendengar fleksibel untuk mendengarkan *podcast* berulang-ulang tanpa batas ruang waktu (Wahyudi, 2020).

Menurut hasil wawancara Katadata pada 4 Februari 2020 dengan 15 orang

berusia antara 20 hingga 40 tahun juga menunjukan antusisame yang tinggi terhadap *podcast*. Sebanyak 93,3 persen narasumber merupakan pendengar *podcast* dan 26,6 persen diantaranya mendengarkan *podcast* seminggu sekali dengan rata-rata durasi sekitar 5 sampai 30 menit. Hiburan, pengetahuan dan *self improvement*, serta cerita misteri menjadi topik paling banyak disimak dengan persentase masing-masing sebesar 20 persen. Pada *platform spotify*, *podcast* bergenre komedi menduduki posisi pertama *Top Podcast Spotify* Indonesia periode Februari 2020. Sedangkan *podcast* cerita misteri berada pada posisi kedua *podcast* teratas *spotify*. Berbagai topik lain seperti sosial budaya, olahraga serta seni dan hiburan juga termasuk dalam 5 genre *favorit* pendengar *spotify* (Katadata, 2020).

Dikutip dari hasil peringkat Perusahaan Pengelola *Podcast* yaitu *Chartable*, pada bulan Mei 2020 beberapa *podcast* yang menempati *chart* teratas dan popular di Indonesia berdasarkan kriteria tertentu antara lain adalah *podcast* Rintik Sendu Milik Tsana, podcast Kita dan Waktu milik Bagas Ali Prasetyo, podcast AGAK LAEN! milik Podkesmas Asia *Network*, Podkesmas milik Omesh, Darto, Angga Nggok dan Surya Insomnia, serta Podcastery Jurnalisa milik Risa Saraswati.

Gambar 1. 5
Top 5 *Podcast* di Indonesia



Sumber: (*Chartable*, 2020)

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti merasa tertarik untuk mengetahui bagaimana pihak *creative producer* OZ Radio Bandung memanfaatkan *digital platform* berbasis *on demand* dalam mengelola konsep pada *podcast* milik OZ Radio Bandung dengan judul penelitian "**Pengelolaan *Platform* '*Podcast* OZRadio' dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung".**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Sesuai dengan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menetapkan rumusan masalah makro dalam penelitian ini adalah **"Bagaimana Pengelolaan Platform "Podcast OZRadio" dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung?".**

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Setelah mendapati fokus penelitian, peneliti menemukan pertanyaan mikro

sebagai berikut:

1. Bagaimana **Penyajian Setiap Episode** *Platform "Podcast* OZRadio" Dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung?
2. Bagaimana **Penentuan *Positioning*** *Platform "Podcast* OZRadio" Dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung?
3. Bagaimana **Kebutuhan dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia** *Platform "Podcast* OZRadio" Dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung?
4. Bagaimana **Distribusi** *Platform "Podcast* OZRadio" Dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan bermaksud untuk mengetahui dan memahami bagiamana konsep **Pengelolaan Platform "Podcast OZRadio" dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung.**

1.3.2 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang sudah di tentukan oleh peneliti, maka dapat disampaikan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui **Penyajian Setiap Episode** *Platform "Podcast* OZRadio" Dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung
2. Untuk mengetahui **Penentuan *Positioning*** *Platform "Podcast* OZRadio" Dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung.

3. Untuk mengetahui **Kebutuhan dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia** *Platform "Podcast* OZRadio" Dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung.
4. Untuk mengetahui **Distribusi** *Platform "Podcast* OZRadio" Dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan Ilmu Komunikasi pada konteks komunikasi massa maupun komunikasi media baru.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan ilmu bagi peneliti mengenai pengelolaan Podcast sebagai bentuk Media Baru yang dapat digunakan perusahaan untuk mengikuti *trend* dalam menjangkau publik atau khalayaknya.

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan berguna bagi mahasiswa UNIKOM secara umum, sebagai bahan literatur pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi. Selain itu juga, diharapkan dapat memperkaya jenis penelitian mengenai Media Baru.

c. Bagi OZ Radio 103.1 FM Bandung

Penelitian yang dilakukan berguna bagi OZ Radio 103.1 FM Bandung

sebagai evaluasi tentang konsep pengelolaan Platform “Podcast OZRadio” sebagai Bentuk Media Baru OZ Radio 103.1 FM Bandung serta dapat membantu menciptakan konten siaran yang menarik dan menjangkau khalayak luas.

d. Bagi Pendengar Podcast OZRadio

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana informasi bagi pendengar *Podcast* OZRadio sekaligus menjadi media hiburan dengan sajian konten yang menarik dan bermanfaat serta memberikan referensi kepada pendengar.