

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peradaban yang kian hari bertambah modern ditandai dengan hadirnya teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology / ICT*) yang semakin berkembang pesat seiring berjalannya waktu. Pada dasarnya teknologi memiliki kontribusi dalam memanifestasikan beragam bentuk media. Hadirnya teknologi internet di tengah masyarakat membentuk sebuah media baru (*new media*). Khalayak dapat mengakses media baru hanya dengan menggunakan internet. Hal ini akhirnya membawa tren baru bagi perusahaan-perusahaan media di Indonesia. Perkembangan media dari awalnya hanya dalam bentuk konvensional seperti media cetak kini mulai berpindah ke dalam bentuk media baru.

Mc Namus menyatakan terdapat ciri khas dalam lingkungan media baru yaitu pergeseran dari ketersediaan media yang dulu sulit untuk didapatkan karena terbatas, kini menjadi media yang melimpah dan tidak terbatas. Penggunaan teknologi membuat perusahaan media dapat menghasilkan sarana yang lebih beragam dalam memublikasikan informasi. Hal ini dapat dilihat dari konvergensi media yang dilakukan oleh perusahaan media, dengan adanya konvergensi media membuat perusahaan media tidak hanya terdapat dalam bentuk cetak saja, khalayak bisa menemukan media yang sama dalam bentuk media baru, yaitu media online. Semakin beragamnya media-media yang dihasilkan, khalayak dapat

memilih jenis-jenis media yang akan mereka konsumsi mulai dari bentuk cetak, audio, audio-visual, hingga *online*.¹

Salah satu negara dengan tingkat pengguna internet terbanyak di dunia adalah Indonesia. Pada awal 2022, pengguna internet di Indonesia menurut lembaga survey *Hootsuite Are* mencapai 204,7 juta.² Hadirnya internet membuat berbagai informasi dapat diakses melalui *smartphone*. Pada akhirnya, dengan adanya internet mengubah cara khalayak dalam mengkonsumsi media menjadi lebih kompleks. Sehingga media memiliki berbagai macam jenis dengan fungsinya masing-masing. Beragam konten digital juga dihadirkan sesuai dengan kebutuhan khalayak. Berbagai macam *platform* digital diantaranya yaitu situs web, *streaming* radio *online*, Podcast, Youtube, Instagram, Tiktok, dan sebagainya.



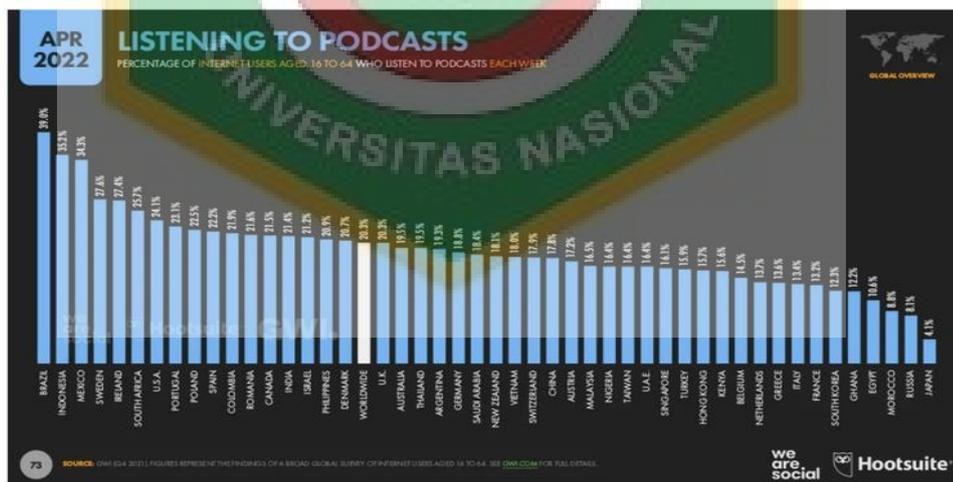
Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia.

¹ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cyber Media)*, Yogyakarta: Idea Press, 2013, hal 1-2

² <https://wearesocial.com/uk/> diakses pada 14 Maret 2022 pukul 20.36

Di Indonesia, kondisi ini membuat sejumlah media berkonvergensi untuk tetap eksis dengan memanfaatkan media baru. Hadirnya internet menawarkan cara lain dalam menyebarkan informasi yaitu dengan menggunakan media online, salah satunya adalah menggunakan podcast. Podcast merupakan *digital platform* yang mengandalkan kualitas audio sehingga para penikmatnya dapat mengkonsumsi konten Podcast sesuai yang diinginkan pendengarnya sehingga podcast bisa didengarkan kapan saja dan di mana saja.

Dilansir dari <https://tekno.kompas.com/>, menurut lembaga survey We Are Social dan platform manajemen media sosial Hootsuite dalam laporan yang berjudul “Digital 2022: April Global Statshot Report”, presentase pendengar podcast Indonesia ada pada posisi dua terbanyak di dunia. Pendengar podcast Indonesia mencapai 35,2% dari total pengguna internet dengan jumlah pendengar hampir 70 juta jiwa dan didominasi oleh usia 16 sampai 24 tahun.³



Gambar 1.2 Presentase Pendengar Podcast Berdasarkan Negara

³<https://tekno.kompas.com/page=all> diakses pada 14 Maret 2022 pukul 20.40

Jan Van Dijk mengungkapkan hadirnya media baru berhubungan dengan hadirnya konvergensi media.⁴ Fenomena media cetak atau media online yang memproduksi karya jurnalistiknya dalam bentuk media lainnya seperti menggunakan berbagai macam *platform* digital disebut konvergensi media. Fenomena konvergensi media, membuat industri media harus melakukan inovasi. Podcast mulai menjadi pilihan media, bukan hanya pada industri radio saja tetapi perusahaan media cetak maupun media online menjadikan podcast sebagai salah satu media dalam mendistribusikan konten. Penggunaan podcast digunakan perusahaan media untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Penyebaran informasi yang menggunakan berbagai macam saluran dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk konvergensi media yang dilakukan oleh perusahaan media.

Saat ini podcast digunakan sebagai wadah baru untuk memublikasikan hasil karya jurnalistik untuk dapat didengar oleh para pengguna podcast. Podcast Tempo sebagai salah satu contoh dari sekian banyak media yang mulai memublikasikan karya jurnalistiknya sejak tahun 2019. Podcast Tempo menghadirkan beragam program mulai perbincangan, opini, dengan cara membuat para pendengar untuk ikut mendengarkan berbagai pandangan redaksi Tempo terkait suatu isu yang terjadi di tengah masyarakat dan mengulas landasan-landasan yang membuat Tempo mengangkat berita tersebut, edukasi mengenai bahasa Indonesia, dan laporan berita utama koran Tempo.

Selain Tempo, perusahaan media di Indonesia mulai dari perusahaan media cetak sampai dengan perusahaan media online yang terus melebarkan bisnisnya

⁴Rulli Nasrullah, Op.Cit, hal 15

dan membuat podcast antara lain Kompas, Radar Jogja, CNN Indonesia, Kumparan.com. Melalui serial podcast, Kompas menyajikan berita hiburan dari dalam dan luar negeri yang meliputi film, musik, hingga seni budaya. Radar Jogja menghadirkan podcast agar audiensnya dapat memperoleh berita dengan cara yang berbeda dari media cetak. CNN Indonesia menghadirkan produknya dalam versi audio dalam bentuk podcast, konten podcast CNN Indonesia merupakan berita-berita yang sudah dipublikasikan pada situs web mereka. Podcast Kumparan.com membahas opini-opini dari narasumber yang ternama, dan pengalaman jurnalis Kumparan.com saat melakukan peliputan.

Semakin banyaknya perusahaan media yang menggunakan podcast sebagai media baru dalam menyebarkan informasi, membuat perkembangan pada kegiatan jurnalistik juga semakin maju. Menurut hasil riset yang didapatkan dari Amerika Serikat pada *PPew Research Center* dalam “*Audio and Podcasting Fact Sheet*” mengungkapkan konten berita pada podcast sudah mulai dikenal oleh banyak orang, terutama di Amerika Serikat.

Format berita atau informasi berada di urutan pertama dengan persentase 9,6%, di urutan kedua adalah format *pop contemporary hit* dengan persentase 8,1%, *adult contemporary* pada urutan ketiga dengan persentase 7,5%, pada urutan keempat adalah podcast format *country* dengan persentase 7,4%, dan urutan keenam adalah format *hot adult contemporary* dengan persentase 6,4%, setelah itu diikuti oleh berbagai bentuk format lain. Hal ini menunjukkan bahwa podcast

dengan format berita memiliki daya tarik tersendiri sehingga banyak diminati dibandingkan dengan format lain yang ada pada podcast.⁵

Meskipun podcast dengan format berita banyak diminati di Amerika Serikat, perkembangan podcast dengan kategori berita di Indonesia belum begitu populer bagi pendengar podcast di Indonesia. Peneliti menemukan 15 peringkat podcast di Indonesia yang terdapat pada aplikasi Spotify. Pada aplikasi Spotify, 15 peringkat podcast yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia didominasi oleh genre seni dan hiburan, gaya hidup, horror.

Peringkat satu podcast ditempati oleh Rintik Sedu yang merupakan genre hiburan dengan format monolog dengan isi konten yang membahas mengenai cerita cinta, peringkat kedua diikuti oleh podcast suaraibra dengan genre hiburan, dan peringkat ketiga adalah podcast AGAK LAEN! Dengan genre komedi. Data ini diperoleh dari hasil pengamatan podcast yang berada pada posisi lima belas teratas berdasarkan aplikasi Spotify periode Maret 2022.⁶



Gambar 1.3 Charts podcast teratas di Indonesia

⁵ www.pewresearch.org diakses pada tanggal 18 Maret 2022 pukul 12.00

⁶ <https://www.spotify.com/id/> diakses tanggal 18 Maret 2022 pukul 14:00

Walaupun banyaknya media massa di Indonesia yang mulai menggunakan podcast sebagai media baru dalam menyebarkan informasi, masih belum terlalu banyak peneliti yang merasa tertarik untuk meneliti hal tersebut. Penelitian tentang Podcast di Indonesia lebih banyak membahas mengenai podcast dengan genre hiburan maupun penggunaan podcast bagi bidang pendidikan. Sehingga penelitian ini berusaha untuk memahami bagaimana fenomena konvergensi media pada podcast yang dilaksanakan oleh podcast Tempo.

Namun berdasarkan observasi peneliti, terdapat permasalahan yang muncul dan dihadapi oleh Podcast Tempo di tengah perkembangan konvergensi media adalah sulitnya mendapatkan audiens muda pada podcast dikarenakan pembaca Tempo mayoritas berada di usia 27 tahun ke atas, sedangkan audiens muda yang berusia 16-24 tahun mendominasi podcast di Indonesia dengan genre yang disukai oleh masyarakat Indonesia adalah hiburan. Sejak diunggah ke Spotify pada tahun 2019, pada enam bulan pertama dari tanggal 1 November 2019 - 1 Mei 2020 total *streams* podcast Tempo hanya mencapai 1.200 *streaming*.



Gambar 1. 4 Total Streams Podcast Tempo Tahun 2019
(Dokumen Podcast Tempo)

Hal ini membuat podcast Tempo harus membuat konten dan melakukan inovasi-inovasi sehingga podcast Tempo didengarkan oleh pendengar podcast di Indonesia, khususnya audiens muda. Selain itu, Konten audio dalam format podcast merupakan hal baru bagi Tempo sehingga tentunya dalam pengalaman melakukan konvergensi konten menggunakan podcast terdapat hambatan-hambatan yang dirasakan. Alasan penulis memilih podcast Tempo pada penelitian ini dikarenakan podcast Tempo merupakan salah satu bentuk konvergensi media yang dilakukan Tempo dengan memanfaatkan media baru yaitu podcast dalam menyebarluaskan informasinya dengan genre podcast berita. Selain itu sejak tahun 2019 hingga saat ini podcast Tempo tetap konsisten dalam membuat konten podcast dan sudah mempunyai 137 episode pada program Apa Kata Tempo, 69 episode pada program Celetuk Bahasa Tempo, dan sudah lebih dari 300 episode pada program Berita Utama Koran Tempo telah diunggah pada aplikasi Spotify. Program-program podcast Tempo juga menjadi nominasi pada ajang penghargaan podcast yaitu Portcast Awards 2022.

Dari masalah tersebut penulis tertarik untuk meneliti bagaimana bagaimana pelaksanaan konvergensi media yang dilakukan podcast Tempo dengan menggunakan teori mediamorfosis Roger Fidler yang mengungkapkan perubahan media massa ke dalam bentuk lainnya melewati berbagai macam tahapan yang harus dilalui yaitu koevolusi, konvergensi dan kompleksitas. Sehingga, pada penelitian ini perubahan media cetak ke dalam bentuk podcast tidak hanya terfokus pada penggabungan media-media yang ada dalam memublikasikan

informasi berupa produk-produk jurnalistik kepada khalayak, tetapi terdapat sebuah proses hingga perubahan suatu media benar-benar terjadi.

Oleh sebab itu fokus penelitian ini adalah tahapan-tahapan atau proses konvergensi media yang dilalui oleh podcast Tempo dalam menghadapi tantangan di era digital dan bagaimana podcast Tempo mengatasi permasalahan dan hambatan dalam menjalankan konvergensi media sehingga podcast berita menjadi sesuatu yang menarik dan didengarkan oleh khalayak. Sehingga pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Konvergensi Media Pada Pocast Tempo Dalam Menghadapi Tantangan di Era Digital”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, penelitian ini berupaya untuk menjawab sebuah permasalahan, yaitu fenomena konvergensi media yang saat ini terjadi menyebabkan perusahaan media berkonvergensi dengan menggunakan podcast dan bagaimana proses yang dihadapi sebuah media dalam berkonvergensi. Sehingga rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana pelaksanaan konvergensi media yang dilakukan podcast Tempo dalam menghadapi tantangan di era digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui dan memahami pelaksanaan konvergensi media yang dilakukan podcast Tempo dalam menghadapi tantangan di era digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menjadi referensi penelitian lanjutan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam memahami konvergensi media khususnya dalam menggunakan *platform* digital pada podcast dari sudut pandang penggunaan teori mediamorfosis.

1.4.2 Secara Praktis

1. Dapat digunakan sebagai referensi bagi perusahaan media dalam pembuatan podcast berita di Indonesia
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran untuk perusahaan media, khususnya Podcast Tempo di tengah konvergensi media dan tantangan yang dihadapi sehingga mendapatkan pandangan yang lebih luas mengenai konvergensi media dengan menggunakan *podcast* sehingga dapat mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi selama menerapkan konvergensi

1.4.3 Secara Akademis

1. Dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian mengenai fenomena konvergensi media
2. Membuka pandangan yang lebih luas serta mengisi keterbatasan penelitian mengenai podcast berita di Indonesia dari sudut pandang penggunaan teori mediamorfosis

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian dan tinjauan teori yang melandasi pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pendekatan penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik uji keabsahan data, dan penentuan jadwal serta lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan dengan awalan pembahasan mengenai profil perusahaan, kemudian dilanjutkan dengan hasil tekstural dari hasil wawancara, dijelaskan secara struktural serta pembahasan sintesis makna di mana pengalaman tersebut mengerucut menjadi esensi pengalaman.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, kesimpulan yang berisikan kesatuan dari hasil penulisan dan saran secara teoritis dan praktis.

