

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan informasi di era saat ini sangat berpengaruh pada hampir semua sektor. Media dan hiburan menjadi salah satu sektor yang merasakan perubahan tersebut. Media memang selalu bertransformasi mengikuti perkembangan zaman dan teknologi. Selain itu, gaya hidup dan kebutuhan masyarakat yang mulai berkembang dan beragam membuat sarana hiburan pun ikut menyesuakannya. Puluhan tahun yang lalu, radio menjadi basis media hiburan yang selalu dipilih dan dinikmati oleh *audiencenya*. Dilanjutkan oleh televisi yang mendampingi radio dalam memberikan sarana hiburan bagi masyarakat dengan keunggulan audio visualnya. Sampai saat ini media hiburan terus menyesuaikan dengan perkembangan zaman dengan media yang beragam.

Perkembangan media hiburan di era digital telah mengalami perubahan signifikan, dengan peningkatan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang memungkinkan akses informasi dan hiburan yang lebih luas dan interaktif. Aplikasi dan platform digital seperti YouTube, Netflix, dan Spotify telah menjadi sumber utama hiburan bagi masyarakat. Mereka menawarkan konten yang beragam, mulai dari video, musik, hingga serial TV dan film (Anjani, 2024). Generasi muda memiliki peran penting dalam mendukung digitalisasi media hiburan. Mereka lebih familiar dengan teknologi dan memiliki preferensi yang lebih tinggi terhadap media digital, sehingga mereka menjadi sasaran utama bagi platform hiburan digital (Apyanto, 2022).

Dengan kemajuan teknologi, kualitas konten media hiburan meningkat, dan ketersediaannya menjadi lebih luas. Konten dapat diakses dari mana saja dan kapan saja melalui perangkat mobile dan internet (Anjani, 2024). *E-commerce* dan pemasaran digital telah menjadi penting dalam industri hiburan. *Platform e-commerce* memungkinkan pengguna untuk membeli dan mengakses konten hiburan secara online, meningkatkan profitabilitas bisnis dan ketersediaan konten (Purnaningrum, 2022). Podcast telah menjadi media baru yang semakin populer sejak beberapa tahun terakhir. Nielsen memprediksi tahun 2020 sebagai awal dari

"*new golden age of audio*" dan hal ini terbukti dengan peningkatan jumlah pendengar podcast tiga kali lipat pada tahun 2020 di Indonesia (Imarshan, 2021).

Pandemi COVID-19 telah mempercepat peningkatan popularitas podcast. Dalam kondisi isolasi dan pembatasan sosial, masyarakat mencari alternatif hiburan dan sumber informasi yang lebih mudah diakses dan interaktif. Podcast memenuhi kebutuhan ini dengan menyediakan konten yang beragam dan dapat diakses kapan saja (Akhyar, 2022). Teknologi *audio on demand* seperti podcast memungkinkan penerimaan dan distribusi konten audio secara online. Platform seperti Spotify dan YouTube memfasilitasi akses podcast yang lebih luas, sehingga meningkatkan ketersediaan dan aksesibilitas konten (Fitriyana, 2022). Podcast tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai media hiburan yang menawarkan konten yang bervariasi, mulai dari berita, pendidikan, hingga percakapan santai. Banyak kreator konten menggunakan podcast untuk menyampaikan konten audio mereka, yang menarik bagi berbagai kalangan (Nurhaepi, 2024).

Podcast pertama kali muncul pada tahun 2004, ketika Adam Curry dan Dave Winer memperkenalkan istilah "*podcasting*." Mereka menggunakan teknologi RSS untuk membagikan konten audio secara online. Pada awalnya, podcast digunakan sebagai alternatif radio online. Jumlah pendengar meningkat secara perlahan, tetapi masih terbatas. Pandemi COVID-19 mempercepat peningkatan popularitas podcast. Podcast juga digunakan dalam pendidikan untuk menyampaikan materi sejarah lokal dan meningkatkan keterampilan guru dalam membuat media pembelajaran audio berbasis podcast (Arif Purnomo, 2023). Podcast telah memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat, terutama dalam dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial yang dipengaruhi oleh pandemi COVID-19 (Imarshan, 2021).

Data statistik mengenai pertumbuhan jumlah pendengar podcast secara global dan di Indonesia. Menurut laporan dari *Statista*, jumlah pendengar podcast global diperkirakan akan mencapai lebih dari 600 juta orang pada tahun 2024. Pasar podcast global diperkirakan tumbuh dengan laju tahunan sekitar 20% dari tahun 2021 hingga 2024. Berdasarkan data dari *Podcast Insights*, ada lebih dari 2,5 juta podcast yang aktif di seluruh dunia per 2024. Ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Data dari *Edison Research*

menunjukkan bahwa sekitar 41% orang dewasa di AS mendengarkan podcast setiap bulan, dan tren ini juga terlihat di negara-negara lain.

Menurut laporan dari *Katalis* dan *Spotify*, jumlah pendengar podcast di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pada 2023, diperkirakan ada lebih dari 20 juta pendengar podcast di Indonesia, dan angka ini terus meningkat setiap tahunnya. Data dari *Spotify* mengungkapkan bahwa Indonesia adalah salah satu pasar podcast dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara. Orang-orang di Indonesia lebih sering mendengarkan podcast selama perjalanan sehari-hari, seperti saat berkendara atau berpergian. Konten podcast lokal di Indonesia, terutama yang berbahasa Indonesia, mengalami peningkatan baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Ini mencakup berbagai genre seperti pendidikan, hiburan, berita, dan cerita fiksi. Spotify adalah salah satu platform utama untuk podcast di Indonesia, bersama dengan platform lain seperti Apple Podcasts dan Google Podcasts.

Menurut Hermawan Kartajaya dalam bukunya *citizen 4.0*, berbagai industri cenderung berubah dari *drive* konsumennya menjadi menyediakan kebutuhan masyarakat. Begitupun di industri hiburan, banyak media saat ini bertransformasi dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman untuk dapat memberikan pilihan hiburan yang tepat kepada masyarakat. Di era digital seperti ini masyarakat cenderung lebih memilih menikmati hiburan di media sosial dan youtube ketimbang media konvensional seperti radio dan televisi. Efisiensi dan aksesibilitas yang tinggi menjadi faktor masyarakat lebih memilih media digital ketimbang media konvensional. Menurunnya kualitas tayangan televisi juga ikut menjadi penyebab berpindahnya penonton televisi menuju ke media digital. Selain itu, sajian, intensitas dan akurasi informasi yang didapat melalui media digital mempengaruhi preferensi masyarakat untuk beralih ke media digital.

Melihat fenomena ini, ramai perusahaan dan media besar mulai mendigitalisasi konten kontennya ke media digital. Layanan media streaming juga semakin diminati masyarakat khususnya dikalangan masyarakat urban karena lebih mudah diakses dan menyediakan referensi hiburan yang lebih banyak dan berkualitas. Perusahaan media besar juga melihat itu sebagai peluang untuk menargetkan pasar yang baru dimana kebanyakan masyarakat urban memilih media digital dan masyarakat pedesaan dan pelosok masih tetap menjadikan media

konvensional seperti televisi dan radio yang mereka pilih. Digitalisasi industri hiburan juga menumbuhkan banyak content creator dan perusahaan media besar untuk lebih produktif memproduksi konten di media online. Hal itu terjadi karena biaya produksi yang murah dan lebih efisien serta dapat menjangkau banyak audience.

Dari banyaknya pilihan hiburan di media digital, Podcast saat ini menjadi alternatif baru masyarakat dalam memberikan hiburan dan informasi dengan konsep dan pengalaman yang baru. Fenomena boomingnya podcast di Indonesia terjadi dan sangat terasa pada saat pandemi covid-19 2020 kemarin. format yang sederhana, mudah diakses dan konten yang beragam menjadi salah satu alasan diminatinya podcast sebagai salah satu alternatif hiburan. *Spotify's Head of Studios for Southeast Asia Carl Zuzarte* mengungkapkan terdapat peningkatan sebesar tiga kali lipat pendengar podcast dari tahun tahun sebelumnya. Dalam survey *Daili social* Bersama Jakpat juga menunjukkan 68% responden mengaku familiar dengan podcast dan 81% diantaranya mendengarkan podcast dalam 6 bulan terakhir.

Podcast sendiri sebenarnya merupakan produk dari perusahaan apple yang memiliki arti *Playable on demand* yang dirilis pada tahun 2005 silam. podcast memiliki basic audio untuk membuat berbagai macam konten di dalamnya. Namun pada saat ini masyarakat banyak mengetahui podcast adalah talkshow dengan set up radio yang divisualisasi dan banyak ditemukan di youtube seperti konsep dari channel Deddy Corbuzier. Walaupun demikian, podcast dengan konsep original yang menggunakan audio untuk memproduksi konten kontennya tetap berkembang dengan pesat terutama dikalangan masyarakat urban. Banyak aplikasi yang menyediakan beragam konten podcast diantaranya *Spotify, Noice* dan *apple* podcast. Selain itu, podcast juga memiliki banyak konten yang menarik dari komedi, Pendidikan, horror, bisnis hingga politik. Selain karena faktor pandemi Covid-19, industri ini berkembang pesat di Indonesia karena memiliki banyak keunggulan dan kemudahan antara lain mudah didengarkan kapanpun dan dimanapun, dapat memilih sendiri konten yang akan didengarkan dan diramalkan oleh banyak *public figure* dari berbagai macam background.

Dari sisi *content creator*, podcast juga memberikan banyak *privilege* kepada content creator untuk dapat meng create kontennya dengan mudah dan sederhana

namun banyak diminati oleh audience. Oleh karena itu, banyak juga *content creator* podcast yang berasal dari kalangan biasa dan bukan dari kalangan artis atau *public figure* saja. Dalam bidang pemasarannya, industri podcast ini juga semakin berkembang dan dibantu dengan media sosial dan figur dari beberapa content creatornya. Dalam salah satu survei, media sosial menjadi tempat paling sering untuk mencari dan mendapatkan informasi seputar podcast. 36,4% audience podcast mendapatkan informasi seputar podcast di media sosial. Hal itu menunjukkan juga bahwa saat ini berbagai platform media dapat menjadi opportunity dalam membranding dan menjadi sarana marketing bagi suatu produk. Selain itu podcast juga mulai berkembang dan menjadi semakin professional. Podkesmas sebagai salah satu podcast yang paling banyak didengar saat ini bahkan berkembang menjadi sebuah manajemen yang menaungi beberapa channel podcast di spotify yang bernama Podcast Asia Network. Selain itu mereka juga menjanging dan mengorbitkan figur baru di podcast untuk menghasilkan konten – konten dan yang dan segmen yang beragam.

Pada Desember 2019 Suarane.org melakukan survey yang ditujukan pada pendengar podcast untuk mengetahui karakteristik dan preferensi dari audience podcast. Hasilnya pendengar podcast di Indonesia lebih banyak didengarkan oleh laki – laki dengan prosentase 69,5 %. Pendengar dengan usia 21 – 25 tahun menjadi yang paling banyak dan provinsi DKI Jakarta menyumbang pendengar podcast paling signifikan sebesar 40,3% dan sisanya beberapa provinsi di pulau jawa seperti Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah dan Banten. dari data diatas dapat disimpulkan memang market podcast didominasi oleh masyarakat perkotaan. Selain itu jenis konten, psikografis dan *behaviour audience* serta akses informasi sangat relate dengan masyarakat urban khususnya di kota metropolitan seperti Jakarta, Bandung dan Surabaya. Dalam survey yang sama mayoritas pendengar podcast cenderung mendengarkan podcast saat malam hari. Data itu semakin memperkuat podcast sebagai media baru dapat merubah kebiasaan dan perilaku masyarakat untuk menemukan dan memilih alternatif hiburan bagi mereka.

Market atau pendengar podcast sering diafiliasikan oleh banyak pihak kepada segmen anak muda dan kelas masyarakat *middle up*. Karakteristik generasi muda yang memiliki mobilitas yang tinggi, individualis dan terbuka dengan hal baru

menjadi faktor podcast yang notabene menjadi media baru untuk mendapatkan informasi dan hiburan diminati oleh segmen tersebut. Selain itu podcast juga menyediakan banyak alternatif dan kemudahan mengakses bagi mereka. Dalam survei *Daily social* Bersama Jakpat mendapatkan fakta bahwa 63% responden memilih podcast karena alasan fleksibilitas. Hal itu menunjukkan keunggulan podcast untuk mengakomodasi kebutuhan audience mereka.

Dalam konten hiburan dan komedi yang terdapat di podcast, Podkesmas sebagai salah satu channel podcast komedi menjadi channel yang sangat sering didengar. Podkesmas sendiri ialah channel podcast dengan genre komedi yang beranggotakan empat publik figure yaitu omesh, darto, surya insomnia dan angga nggok. Channel podcast tersebut berdiri sejak akhir tahun 2019 dan semakin berkembang hingga saat ini. Dalam perjalannya, podkesmas selalu berhasil menempatkan diri dalam top chart podcast di spotify. Keberhasilan itu tak lepas dari figure, konten dan konsep siarannya yang cukup kreatif dan menghibur. Karakter dan persona dan personal branding tiap personil yang unik menjadi salah satu keunggulan dan daya tariknya.

Dalam spotify wrapped 2022 Podkesmas berhasil merilis 95 episodes didengar lebih dari 100 negara dan mendapat peningkatan jumlah followers sekitar 89%. Selain itu mereka juga menjadi top podcast for 228,830 fans dan berhasil meraih nomor 1 pada peak position mereka pada tahun 2022. Spotify wrapped 2022 juga merilis channel podcast yang paling banyak didengarkan dan Podkesmas berhasil menduduki posisi kedua setelah channel rintik sedu. Pada rilis episode yang paling banyak didengarkan Podkesmas juga berhasil menempati posisi kedua dengan episode “haji andre gabung podkesmas?”. Data tersebut juga selaras dengan rilis spotify dimana podcast dengan genre comedy menjadi urutan kedua genre paling banyak didengarkan setelah *gen z life*.

Beberapa faktor podcast ini menjadi banyak didengar ialah Tiga dari empat personil dalam podcast ini merupakan *public figur* yang sangat dikenal dan sudah lama malang melintang di dunia hiburan. Omesh yang sudah terkenal sebagai pembawa acara di berbagai acara televisi seperti Indonesia Mencari Bakat, Family 100 Indonesia, Panasonic gobel award dan lain lain. Ia juga membintangi iklan berbagai produk serta menjadi cast acara televisi bergenre komedi seperti

Extravaganza, comedy night live, YKS dan ini sahur Net tv. Selain Omesh terdapat juga Surya Insomnia dan Darto yang dikenal sebagai komedian. Surya yang memulai karirnya sebagai penyiar radio, pembawa acara pentas seni berbagai sekolah menjelma menjadi artis papan atas dan mengisi berbagai acara televisi seperti MTV Insomnia, Malam malam Net tv hingga lapor pak Trans 7. Darto juga sering mengisi berbagai acara seperti *take me out*, *The comment* net tv dan lain lain. Yang menarik podcast ini mengikutsertakan Angga Nggok yang tidak memiliki background public figur seperti yang lain dan cenderung tidak dikenal oleh segmen mereka. Dalam beberapa kesempatan mereka menjelaskan kalau hal tersebut merupakan gimmick yang mereka gunakan dalam branding pada channel mereka.

Disamping faktor figur yang mengisi line up channel Podkesmas tersebut, pemanfaatan media sosial mereka juga sangat baik dan efektif. Saat ini Podkesmas memiliki 105 ribu followers di instagram. Dalam instagram tersebut Podkesmas aktif memberikan konten konten yang variatif seperti spoiler episode yang akan tayang, video behind the scene recording dan gimick gimick tiap personil untuk memperkuat branding dan karakter dari masing masing personil. Selain itu Podkesmas juga sering mengundang dan berkolaborasi dengan bintang tamu

Mengukur dari hasil survei Suarane.org, Podkesmas mendapatkan opportunity dari karakter pendengar podcast. konten yang berisi seputar permasalahan lelaki, update dan relate dengan anak muda dan pembahasan tongkrongan yang selalu hadir dari konten-kontennya sangat relevan dengan angka gender laki-laki yang menjadi mayoritas pendengar podcast. Selain itu waktu upload konten yang dua kali seminggu dan durasi konten yang berkisar 30 menit- an juga semakin sesuai dengan karakter pendengar dalam survei Suarane.org tersebut. Dari sisi pemasaran pun mereka mendapat cukup privilege untuk memasarkan dan membranding channel mereka. Datang dari mayoritas personil yang sebelumnya sudah terkenal dan menjadi public figure menjadi modal utamanya.

Pada 9 November lalu Kompas merilis top chart podcast on spotify dari beberapa aplikasi dan menempatkan Podkesmas di peringkat kedua setelah channel podcast rintik sedu. Peneliti melihat bahwa kesuksesan Podkesmas sejalan dengan

hasil survey suarane.org dan beberapa survey lainnya yang menunjukkan bahwa konten ngobrol dan komedi menjadi konten paling diminati di masyarakat. materi siaran yang fun, banyak berbicara seputar cerita, pikiran dan *habit* laki laki yang dibalut dengan candaan juga semakin sejalan dengan data survey diatas yang menyebutkan bahwa gender laki – laki menjadi mayoritas pendengar podcast di Indonesia.

Dalam proposal penelitian ini, peneliti ingin mencari tahu faktor penyebab channel Podkesmas menjadi channel komedi yang diminati kalangan anak muda sebagai alternatif media hiburan. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana karakter audience podcast khususnya podcast dengan genre komedi memilih dan menggunakan podcast sebagai alternatif hiburannya. Lebih jauh lagi, peneliti juga ingin melihat dan mengetahui latar belakang audience Podkesmas mendengarkan konten podcast tersebut, apakah untuk mengisi waktu luang, mencari hiburan untuk refreshing kegiatan mereka atau menjadikan materi komedi channel tersebut sebagai referensi komedi bagi audience.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di awal, maka peneliti menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

“Apa saja preferensi mahasiswa kota Malang terhadap channel podcast Podkesmas sebagai media hiburan alternatif

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, peneliti dapat menentukan tujuan dari penelitian ini untuk : “Mengetahui apa saja preferensi mahasiswa kota Malang terhadap channel podcast Podkesmas sebagai media hiburan alternatif.”

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, menambah pengetahuan baru dan wawasan bagi pembaca, serta sebagai sarana untuk mengembangkan keilmuan terutama terkait preferensi masyarakat terhadap podcast sebagai alternatif hiburan.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan atau panduan peneliti lain yang berkaitan dengan penelitian mengenai preferensi masyarakat terhadap podcast sebagai media hiburan alternatif.

