

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kerangka Konseptual**

##### **Podcast**

Podcast adalah sebuah format media yang berupa episodik audio yang dapat diakses dengan mudah baik untuk diproduksi maupun diperdengarkan. Definisi ini mencakup perubahan terkini dalam sejarah podcasting dan menekankan aspek-aspek penting seperti kenyamanan produksi dan pengalaman mendengarkannya (Rime, 2022). Selain itu podcast merupakan media digital yang menyajikan konten audio yang bisa diakses secara online. Konten ini biasanya meliputi wawancara, cerita, atau informasi yang disampaikan dalam bentuk episode-episode. Podcast sering dimanfaatkan untuk berbagi pengetahuan, memberikan hiburan, atau menyampaikan berita (Yasoraya, 2022). Selain berfungsi sebagai media hiburan, podcast juga dimanfaatkan sebagai alat pendidikan. Dalam sebuah penelitian tentang penggunaan model pembelajaran berbasis proyek, podcast digunakan untuk meningkatkan hasil belajar siswa dalam mata pelajaran ekonomi (Dewi, 2024). Pengembangan podcast juga melibatkan aspek antropologi, karena mempelajari perilaku dan kebudayaan masyarakat melalui konten yang disampaikan dalam podcast. Hal ini dapat membantu memahami bagaimana masyarakat menerima dan menggunakan media digital seperti podcast (Afela, 2022).

##### **2.1.1 Podcast sebagai Media Hiburan Alternatif**

Podcast dapat dikatakan sebagai layanan media *streaming* dalam bentuk siaran. Dalam kemunculannya, podcast menjadi salah satu alternatif hiburan yang diberikan kepada masyarakat dengan berbagai karakteristiknya. Media ini berawal dari aplikasi yang disediakan oleh apple untuk mendengarkan berbagai informasi. Saat ini podcast sudah dapat dengan mudah didengarkan melalui berbagai aplikasi. Terdapat banyak perbedaan dan keunggulan didalam podcast, mulai dari pilihan topik yang beragam, tidak banyak menampilkan iklan, serta fleksibel dan dapat

didengar kapanpun, dimanapun. Davis G. Wheeler (Michael Geoghegan, 2007: 13) mengemukakan sebuah pernyataan yang bisa menggambarkan media audio podcast yaitu pengaturan waktu seleksi siaran pada akhirnya terletak pada tangan pendengar dan pemirsa. Merekalah yang menentukan program apa yang mereka konsumsi, tergantung selera dan kebutuhan saat itu. Media yang sensitif terhadap kebutuhan segmentasi pendengarnya yang tahu cara melayani dan memelihara pendengar.

Dalam membandingkan podcast dengan media hiburan tradisional seperti radio, televisi, dan film, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan yang signifikan. Podcast menawarkan kenyamanan dan fleksibilitas yang tinggi, memungkinkan pendengar untuk mengakses konten kapan saja dan di mana saja tanpa perlu mengikuti jadwal siaran atau lokasi fisik tertentu. Dengan kemampuannya untuk memberikan konten yang sangat spesifik dan mendalam, seperti wawancara dan analisis, podcast juga memungkinkan kustomisasi yang luas sesuai dengan minat pengguna. Produksi podcast relatif murah dibandingkan dengan media tradisional. Namun, podcast terbatas pada format audio saja dan memerlukan perangkat serta koneksi internet yang stabil.

Di sisi lain, radio memiliki keunggulan dalam hal ketersediaan waktu dengan jadwal siaran yang teratur, serta dapat diakses di mana saja dengan perangkat yang memiliki sinyal radio. Radio juga sering menawarkan interaksi langsung dengan pendengar, yang dapat meningkatkan keterlibatan sosial. Meskipun demikian, radio memiliki keterbatasan dalam hal konten karena waktu siarannya yang terbatas dan kualitas sinyal yang dapat bervariasi. Televisi memberikan kualitas visual yang tinggi dan beragam jenis konten, dari berita hingga hiburan. Dengan kemampuan untuk menampilkan gambar dan video secara detail, televisi menawarkan pengalaman visual yang lebih menarik dan sering kali memiliki acara yang memungkinkan interaksi langsung dengan penonton. Namun, televisi dibatasi oleh jadwal siaran yang tidak dapat diulang dan memerlukan biaya produksi yang relatif tinggi.

Film, sebagai bentuk hiburan visual yang paling kompleks, menawarkan kualitas gambar yang sangat tinggi dan dapat menyajikan cerita yang mendalam dan emosional. Film memiliki durasi yang sering kali lebih panjang dan bisa sangat

beragam dalam genre dan tema. Meskipun demikian, produksi film memerlukan biaya yang sangat tinggi dan, seperti televisi, tidak memungkinkan pengulangan konten secara bebas seperti yang ditawarkan oleh podcast. Secara keseluruhan, podcast menonjol dalam hal fleksibilitas dan personalisasi, tetapi tidak menawarkan aspek visual. Radio menyediakan ketersediaan waktu dan keterlibatan sosial, meskipun dengan keterbatasan konten. Televisi dan film unggul dalam kualitas visual dan kemampuan untuk menyajikan cerita yang kompleks, tetapi keduanya terhalang oleh biaya produksi yang tinggi dan keterbatasan konten yang dapat diulang atau disesuaikan dengan keinginan pengguna.

Podcast telah mempengaruhi kebiasaan konsumen media hiburan dengan cara yang signifikan, terutama dalam beberapa tahun terakhir. Menurut sebuah survei, penggunaan podcast telah meningkat secara signifikan. Pada tahun 2020, 28% penduduk Amerika Serikat telah mendengarkan podcast, sedangkan pada tahun 2022, angka tersebut meningkat menjadi 32% (Tobin, 2022). Data menunjukkan bahwa pendengaran podcast tidak hanya terbatas pada waktu tertentu. Sebuah survei menemukan bahwa 60% pendengar podcast mendengarkan podcast selama 30 menit atau lebih (Tobin, 2022). Podcast memungkinkan kustomisasi konten yang tinggi. Pengguna dapat memilih topik yang sesuai dengan minat mereka dan mengulang episode yang diinginkan. Hal ini memungkinkan pengguna untuk menghabiskan waktu yang lebih lama dengan konten yang mereka sukai (Rama, 2019).

Podcast juga dapat meningkatkan keterlibatan sosial. Sebuah penelitian menemukan bahwa beberapa aspek podcast, seperti hubungan parasosial dan interaksi sosial, terkait dengan hasil positif seperti autonomi, kompetensi, dan hubungan. Dalam konteks pendidikan, penggunaan podcast dalam model pembelajaran berbasis proyek (PjBL) telah menunjukkan hasil yang positif. Pelaksanaan pembelajaran keterampilan menyimak dengan media podcast telah dilakukan dengan baik dan evaluasi pembelajaran juga sesuai dengan prinsip PjBL (Perayani, 2022). Podcast hanya berupa audio, sehingga tidak dapat menampilkan gambar atau video. Hal ini dapat menjadi kekurangan dibandingkan dengan media hiburan lain seperti televisi atau film. Penggunaan podcast memerlukan perangkat

yang mendukung dan koneksi internet yang stabil. Hal ini dapat menjadi keterbatasan bagi mereka yang tidak memiliki akses yang sama (Rama, 2019).

Facebook bisa dimanfaatkan sebagai media alternatif untuk mengembangkan keterampilan. Fitur status memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan ide, gagasan, dan pendapat melalui tulisan. Fitur komentar yang ada pada setiap status Facebook berguna bagi pengguna lain untuk memberikan respons, serta mendukung terbentuknya grup atau kelompok belajar (Rahmat, 2020). Dengan demikian, definisi media hiburan alternative menurut para ahli adalah suatu bentuk media yang berisi konten hiburan at au Pendidikan yang dapat digunakan sebagai alternative tradisional, seperti podcast, media social seperti facebook, media pembelajaran nganggung, dan game edukasi seperti hotsnaker.

Podcast memiliki beberapa jenis berdasarkan konten dan tujuan yang disampaikan. Berikut ini adalah beberapa jenis podcast (Mukarromah, 2021):

1. Podcast edukasi

Podcast yang berfokus pada pengetahuan dan Pendidikan. penggunaan podcast dalam Pendidikan meliputi pengembangan media pembelajaran nganggung dan game edukasi “hotsnaker” yang berfokus pada meningkatkan kemampuan berbicara dan matematika siswa.

2. Podcast hiburan

Podcast yang berfokus pada hiburan dan kesenangan. Penggunaan podcast dalam hiburan meliputi podcast yang berisi wawancara, cerita, at au informasi yang disampaikan dalam bentuk episode-episode.

3. Podcast berita

Podcast yang berfokus pada berita dan informasi terkini. Penggunaan podcast dalam berita meliputi podcast yang berisi berita, analisis, dan komentar terkini.

4. Podcast kebudayaan

Podcast yang berfokus pada kebudayaan dan tradisi. Penggunaan podcast dalam kebudayaan meliputi podcast yang berisi tentang sejarah, budaya, dan tradisi suatu masyarakat.

## 5. Podcast Bahasa

Podcast yang berfokus pada pengembangan Bahasa. Penggunaan podcast dalam Bahasa meliputi penggunaan facebook sebagai alternative media pengembangan.

Podcast sendiri sebenarnya memiliki 3 jenis, antara lain solo podcast, interview podcast dan multi host podcast.

### a. Solo podcast

Podcast ini merupakan produk siaran atau konten yang hanya menggunakan seorang host untuk membawakan kontennya. Solo podcast ini memiliki keunggulan lebih hemat dari segi budgeting dan informasi yang ditransfer akan lebih mudah dipahami.

### b. Interview podcast

Jenis ini sedikit mirip dengan konsep *talkshow* dimana akan ada satu host yang membawakan siaran serta ada narasumber yang akan diajak berbincang.

### c. Multi host podcast

Multihost podcast memiliki karakter dan keunggulan tersendiri, salah satunya ialah membuat suasana menjadi lebih hidup. Namun kekurangannya adalah audience akan lebih sulit mengimajinasikan obrolan yang telah dibahas.

## Perkembangan podcast di Indonesia

### a. Sejarah dan perkembangan

Sejarah dan perkembangan podcast di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama sejak tahun 2010-an. Berikut ini adalah beberapa poin penting dalam sejarah dan perkembangan podcast di Indonesia:

#### 1. Pengenalan podcast

Podcast mulai dikenal di Indonesia sekitar tahun 2010-an, ketika teknologi internet dan smartphone mulai berkembang pesat. Hal ini memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses dan memproduksi konten audio online.

## 2. Penggunaan teknologi

Teknologi internet dan smartphone menjadi kunci dalam perkembangan podcast di Indonesia. Penggunaan aplikasi seperti anchor, spotify, dan apple podcast memudahkan pengguna untuk mendengarkan dan memproduksi podcast.

## 3. Kebudayaan populer

Podcasts telah menjadi bagian dari kebudayaan populer di kalangan generasi muda di Indonesia, terutama di wilayah urban. Mereka menggunakan podcast sebagai sumber hiburan, Pendidikan, dan informasi.

## 4. Perkembangan industry

Industry podcast di Indonesia juga berkembang dengan pesat. Banyak creator konten dan perusahaan media yang memproduksi podcast untuk berbagai tujuan, termasuk Pendidikan, hiburan, dan berita.

## 5. Pengaruh social

Masyarakat Indonesia memiliki sikap terbuka terhadap hal-hal baru, sehingga penggunaan podcast dapat di terima dengan baik. Hal ini juga didukung oleh adanya komunitas podcast yang aktif dan berbagai konten.

## 6. Masa depan

Diperkirakan bahwa podcast akan terus berkembang baik di tingkat global maupun di Indonesia. Teknologi yang terus berkembang akan memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses dan memproduksi konten audio online.

### **b. Genre dan Konten Podcast**

1. Podcast edukasi telah menjadi salah satu media yang efektif dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan pengetahuan masyarakat, terutama di kalangan remaja dan masyarakat umum.
2. Podcast hiburan adalah jenis podcast yang dirancang untuk menghibur pendengar dengan berbagai konten yang menyenangkan, lucu, atau menginspirasi.
3. Podcast berita, adalah format podcast yang fokus pada penyampaian informasi terkini dan analisis mendalam mengenai peristiwa-peristiwa penting di dunia.
4. Podcast kebudayaan, mengeksplorasi berbagai aspek budaya, termasuk seni, tradisi, sejarah, dan kebiasaan.
5. Podcast Bahasa, berfokus pada pembelajaran dan pemahaman bahasa, baik itu bahasa baru atau mendalami bahasa yang sudah dikenal.
6. Podcast true crime-comedy, adalah genre yang menggabungkan unsur investigasi kriminal dengan humor.
7. Podcast spoken genre, mencakup berbagai jenis konten yang menekankan pada penyampaian cerita atau informasi melalui berbicara, sering kali dengan elemen narasi yang kuat.

McLuhan membagi atau mengelompokkan berbagai jenis media menjadi 2 tipe yaitu *hot* dan *cool* media. *Hot* media adalah media yang tidak menuntut perhatian besar dari pendengar, pembaca atau penonton (*audience*) media bersangkutan. Menurut McLuhan, media panas merupakan komunikasi definisi tinggi (*high-definition communication*) yang menyediakan data sensorik lengkap yang dapat diterima indera manusia; dalam menggunakan media ini *audience* tidak dituntut untuk menggunakan daya imajinasinya, atau dengan kata lain sangat sedikit sekali daya imajinasi yang dibutuhkan. Dengan demikian, partisipasi *audience* dalam media panas sangatlah rendah karena makna dari informasi yang diterima audien sudah sangat lengkap dan jelas.

Dalam konteks media, istilah "media panas" diperkenalkan oleh Marshall McLuhan dalam karyanya tentang teori media. McLuhan mengategorikan media

berdasarkan sejauh mana mereka melibatkan atau menuntut partisipasi aktif dari audiens. Media panas, menurut McLuhan, adalah media yang menyediakan informasi secara lengkap dan jelas sehingga audiens tidak perlu banyak berusaha untuk mengisi kekosongan informasi atau memahami konten secara mendalam. Sebaliknya, media dingin membutuhkan keterlibatan lebih aktif dan partisipasi dari audiens untuk melengkapi dan memahami pesan.

Film, khususnya ketika ditonton di bioskop, merupakan contoh klasik dari media panas. Film menawarkan pengalaman sensorik yang lengkap dengan penggunaan visual dan audio yang terintegrasi. Audiens disajikan dengan gambar bergerak, warna, dan suara yang memberikan pengalaman yang kaya dan immersif. Kualitas visual dan audio yang tinggi mengurangi kebutuhan audiens untuk membayangkan atau menafsirkan informasi secara aktif. Sebagian besar informasi disampaikan secara langsung melalui elemen-elemen ini, sehingga audiens tidak perlu mengisi kekosongan dengan interpretasi pribadi yang mendalam.

Media dingin merupakan media definisi rendah yang membutuhkan partisipasi *audience* yang cukup besar, dengan kata lain media dingin merupakan komunikasi definisi rendah yang menuntut partisipasi aktif dari penonton, pendengar dan pembaca. Tidak banyak yang dapat diberikan media jenis ini kepada *audience*, dan *audience* harus memenuhi sendiri hal-hal yang tidak disediakan media dingin. *Audience* harus menciptakan makna melalui indranya dan secara imajinatif melibatkan dirinya.

Beberapa karakteristik dan jenis konten *podcast* diatas sebenarnya memberikan konsep baru khususnya dalam dunia hiburan. *Podcast* menyuguhkan alternatif baru yang menjadi pembeda dengan media mainstream saat ini. Karakter *podcast* yang fleksibel, mudah didengarkan kapan saja, tidak membutuhkan *effort* lebih menjadi *selling point* dari media ini. Keunikan dan karakter ini sebenarnya tidak jauh berbeda dengan radio, namun pendengar radio tidak dapat menentukan sendiri konten atau materi apa yang ingin mereka dengar.

Dalam beberapa tahun terakhir khususnya saat pandemi covid-19 *podcast* mendapat banyak perhatian dan pendengar maupun konten kreator itu sendiri. Hal

tersebut karena media mainstream seperti televisi, koran dan lain lain terlalu sibuk memberitakan perkembangan pandemi sedangkan masyarakat membutuhkan ketenangan dan hiburan dalam masa karantina mandiri beberapa tahun lalu.

### **2.1.2 Preferensi Hiburan Mahasiswa**

Secara umum, preferensi memiliki makna ketertarikan seseorang untuk memilih terhadap suatu barang atau jasa. Dapat dikatakan pula preferensi merupakan alasan atau landasan dalam menentukan atau memilih sesuatu. Menurut Andi Mappiare, preferensi merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu perasaan, harapan, prasangka, pendirian dan kecenderungan lain yang mengarahkan individu menentukan suatu pilihan. Menurut Kotler (2000), preferensi konsumen menunjukkan ketertarikan konsumen dari berbagai macam pilihan dari produk atau jasa yang ada. Kotler juga menjelaskan bahwa preferensi digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari sifat kognitif seseorang seperti perasaan, emosional dan kecenderungan bertindak melalui objek atau ide.

#### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Hiburan**

##### **1. Faktor Individu**

Kepribadian, minat, dan nilai pribadi mahasiswa memainkan peran besar dalam menentukan jenis hiburan yang mereka nikmati. Misalnya, mahasiswa dengan kecenderungan sosial mungkin lebih suka kegiatan kelompok seperti konser atau acara sosial, sedangkan mereka yang lebih introvert mungkin lebih memilih hiburan yang dapat dinikmati sendiri, seperti menonton film atau membaca.

##### **2. Faktor Sosial dan Kultural**

Lingkungan sosial dan budaya mahasiswa, termasuk teman sebaya dan budaya lokal, mempengaruhi preferensi hiburan. Mahasiswa mungkin memilih aktivitas yang populer di kalangan teman-teman mereka atau yang sesuai dengan norma budaya lokal.

##### **3. Faktor Ekonomi dan Aksesibilitas**

Keterbatasan anggaran dan aksesibilitas juga mempengaruhi pilihan hiburan. Mahasiswa mungkin lebih memilih hiburan yang terjangkau atau

yang dapat diakses melalui platform yang mereka miliki, seperti streaming layanan atau acara kampus.

Menurut Kotler dan Keller (2007:294), ada tiga pola preferensi yang dapat terbentuk :

1. Preferensi homogen menunjukkan suatu pasar dimana semua pelanggan secara kasar memiliki preferensi yang sama.
2. Preferensi tersebar yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat berbeda dalam preferensi mereka.
3. Preferensi kelompok-kelompok dimana pasar menunjukkan kelompok-kelompok preferensi yang berbeda- beda.

Pengertian preferensi pelanggan dapat dibedakan menjadi dua yaitu *buyer behavior* dan *customer behavior*. Pengertian preferensi pelanggan sering diartikan sebagai aktivitas manusia yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan atau menggunakan barang ataupun jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan dari proses tersebut. Adapun aktivitas yang dimaksud disitu adalah kegiatan mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan lain sebagainya.

Mahasiswa yang menjadi bagian dari kelompok generasi muda juga memiliki preferensinya sendiri khususnya dalam memilih media hiburan bagi mereka. Menurut Susantoro dalam Ramadha (1990: 23) mahasiswa merupakan kalangan muda yang berumur antara 19 sampai 28 tahun yang memang dalam usia tersebut mengalami suatu peralihan dari tahap remaja ke tahap dewasa. Sejalan dengan karakter mereka yang enerjik dan suka dengan tantangan dan hal baru, banyak kegiatan yang dapat mereka lakukan. Masa perkuliahan memang menjadi masa yang cukup berbeda dari beberapa tahun lalu bagi seorang mahasiswa. Masa dimana seseorang mulai lepas dari orang tua, bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri dan belajar lebih mandiri. Tak jarang banyak dari mereka yang menganggap fase ini sebagai sebuah kebebasan dan hal baru yang belum pernah mereka rasakan sebelumnya.

Beberapa penjelasan di atas menjadi pendorong seorang mahasiswa dalam menentukan preferensi hiburannya. Preferensi mereka tentunya tak bisa lepas dari lingkungan perkuliahan, suasana kampus, kota dan perkuliahan yang mereka jalani. Sebagai contoh, mahasiswa di Kota Malang berbeda preferensi hiburannya dengan mahasiswa yang berada di Jakarta. Mahasiswa di Kota Malang cenderung lebih memilih hiburan dengan mengunjungi tempat wisata alam ketimbang mahasiswa di Jakarta yang lebih memilih hiburan dengan berbelanja, menonton konser atau sekedar mengunjungi *coffee shop*. Perbedaan tersebut dikarenakan oleh faktor lingkungan, kondisi geografis dan fasilitas hiburan yang tersedia disana.

### 2.1.3 Mahasiswa dan *Trend Media Sosial*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, mahasiswa adalah mereka yang sedang belajar di perguruan tinggi (Poerwadarminta, 2005:375). Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi.

Karakteristik mahasiswa secara umum yaitu stabilitas dalam kepribadian yang mulai meningkat, karena berkurangnya gejolak-gejolak yang ada di dalam perasaan. Mereka cenderung memantapkan dan berpikir dengan matang terhadap sesuatu yang akan diraihinya, sehingga mereka memiliki pandangan yang realistik tentang diri sendiri dan lingkungannya. Selain itu, para mahasiswa akan cenderung lebih dekat dengan teman sebaya untuk saling bertukar pikiran dan saling memberikan dukungan, karena dapat kita ketahui bahwa sebagian besar mahasiswa berada jauh dari orang tua maupun keluarga. Selaras dengan (Dwi Siswoyo, 2007: 121) yang mengatakan mahasiswa adalah manusia yang tercipta untuk selalu berpikir yang saling melengkapi.

Anak muda khususnya mahasiswa juga menjadi kalangan yang dapat dikatakan paling depan dalam memahami, menggunakan dan memanfaatkan teknologi serta media. Banyak dari mereka yang memanfaatkan teknologi khususnya media sosial dengan berbagai motivasi antara lain karena kebutuhan

aktifitas perkuliahan dan pekerjaan atau bahkan sebagai sarana eksistensi diri mereka. Pada kenyataannya saat ini media sosial bukan hanya menjadi alat komunikasi atau informasi biasa, namun telah menjelma menjadi sebuah industri. Terdapat satu fakta bahwa hampir sebagian besar waktu masyarakat di Indonesia hari ini dihabiskan untuk beraktifitas di dunia digital. Lagi lagi fenomena tersebut tak lepas dari aktifitas dan kreatifitas anak muda itu sendiri. Hal itu diperkuat dari hasil survei di tahun 2017, generasi millennial dengan rentan usia 20-29 tahun menjadi pengguna terbesar media sosial di Indonesia.

Dalam hal ini media sosial termasuk dalam media baru dan media alternatif yang memiliki berbagai keunggulan dibanding media konvensional. Menurut (McQuail, 1987: 32) Media baru adalah tempat dimana seluruh pesan komunikasi terdesentralisasi, distribusi pesan lewat satelit meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan komputer, keterlibatan audiens dalam proses yang semakin meningkat. Pada akhirnya media sosial menjadi pilihan bagi anak muda dan mahasiswa sebagai media hiburan. Mobilitas yang cukup tinggi dan intensitas sosialisasi yang cenderung lebih sedikit di masyarakat menjadikan media sosial sebagai media alternatif mahasiswa untuk mendapatkan informasi, mencari hiburan dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Media sosial yang berbasis internet saat ini telah menggeser media konvensional pada segmen masyarakat perkotaan. Efektifitas dan efisiensi menjadi alasan media digital lebih diminati ketimbang media konvensional yang lebih susah dijangkau dan informasi yang kurang aktual.

#### **2.1.4 Karakteristik Mahasiswa Kota Malang**

Tidak dipungkiri Kota Malang memang menjadi tujuan para pelajar dan mahasiswa untuk menempuh pendidikannya. Menurut data dari pemerintah kota Malang, terdapat sekitar 53 perguruan tinggi, akademi, sekolah tinggi dan beberapa lembaga pendidikan tinggi lainnya yang berada di Kota Malang. Dengan wilayah yang tidak terlalu luas dan kepadatan yang penduduk yang cukup tinggi menjadikan mahasiswa malang khususnya yang datang sebagai perantau memiliki karakteristiknya sendiri. Mahasiswa di setiap kota memiliki karakteristiknya sendiri-sendiri tergantung dengan lingkungan, fasilitas dan masyarakat yang tinggal disana.

Lingkungan kota Malang yang relatif kecil dan padat mempengaruhi kehidupan mahasiswa. Kota ini menawarkan berbagai fasilitas yang mendukung kehidupan akademik dan sosial mahasiswa, seperti asrama, kafe, tempat belajar, dan pusat kegiatan mahasiswa. Fasilitas ini, bersamaan dengan karakteristik kota yang ramah dan nyaman, berkontribusi pada gaya hidup mahasiswa yang sering kali lebih terintegrasi dengan komunitas lokal dibandingkan dengan kota besar lainnya.

Mahasiswa perantauan di Malang, yang datang dari berbagai daerah, sering kali menghadapi tantangan dan peluang unik. Mereka beradaptasi dengan budaya lokal dan sering kali membentuk komunitas yang mendukung satu sama lain, baik dalam konteks akademik maupun sosial. Karakteristik mereka sering dipengaruhi oleh kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan baru, serta oleh motivasi untuk mencapai tujuan akademis dan profesional mereka. Kota Malang, dengan suasana yang lebih kecil dan komunitas yang erat, memungkinkan mahasiswa untuk terlibat aktif dalam berbagai kegiatan ekstrakurikuler dan organisasi mahasiswa. Ini termasuk klub, kegiatan olahraga, dan acara budaya yang sering kali memperkuat rasa komunitas dan memberikan pengalaman belajar di luar kelas. Keterlibatan dalam kegiatan ini membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan sosial, kepemimpinan, dan jaringan yang bermanfaat.

Kombinasi dari konsentrasi pendidikan, fasilitas yang mendukung, dan komunitas yang terhubung menciptakan karakteristik mahasiswa yang unik di Kota Malang. Mahasiswa di sini sering kali lebih adaptif dan memiliki keterampilan sosial yang kuat, hasil dari interaksi yang lebih sering dengan masyarakat lokal dan sesama mahasiswa. Selain itu, kehadiran berbagai institusi pendidikan mendorong lingkungan akademik yang beragam, memberikan mahasiswa akses ke berbagai perspektif dan pendekatan pendidikan.

Di Bidang transportasi misalnya, mahasiswa yang berada di kota Jakarta dan Surabaya memiliki kecenderungan menggunakan transportasi massal. Hal itu dikarenakan luas wilayah yang besar, jarak tempuh yang cukup jauh dan ketersediaan transportasi umum yang layak menjadi faktornya. Sedangkan pada mahasiswa malang, mereka lebih cenderung memilih kendaraan pribadi sebagai

alat transportasi sehari-harinya. Hal itu karena luas wilayah dan jarak tempuh yang tidak terlalu jauh dan ketersediaan transportasi umum yang masih minim membuat mereka memilih menggunakan kendaraan pribadi.

Menurut studi Novitasari dan Handoko (2014) tentang perubahan kebiasaan (budaya) gaya hidup mahasiswa di Surabaya. Dijelaskan bahwa pergeseran perubahan gaya hidup yang terjadi meliputi cara berpakaian cenderung berubah memilih produk *branded* dan memiliki kebiasaan *shopping* karena terdapat banyak mall dan pusat perbelanjaan yang terdapat di Surabaya. Hal tersebut juga terjadi di kota Malang namun dengan sedikit perbedaan faktor perubahan gaya hidup mahasiswanya. Dengan luas wilayah yang tidak terlalu besar, tempat hiburan yang tidak sevariatif di Surabaya dan suasana yang sejuk membuat mahasiswa lebih banyak menghabiskan waktunya di tempat tinggal mereka.

Berkaitan dengan penelitian ini, faktor tersebut mempengaruhi preferensi hiburan mereka dengan lebih banyak menggunakan media sosial untuk menemani pekerjaan mereka atau hanya sekedar pengantar untuk beristirahat. Podcast dapat menjadi salah satu alternatif mereka sebagai sarana hiburan yang ada. Akses yang mudah, konten yang relatif sesuai dengan segmentasi mahasiswa dan anak muda menjadi pendorong ketertarikan mereka.

## 2.2 Basis Teori

Teori *Uses and Gratification*, yang diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz, menekankan peran aktif pengguna media dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Fokusnya lebih pada bagaimana penggunaan media dapat memberikan kepuasan. Berikut adalah beberapa asumsi dasar teori *Uses and Gratification* yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch:

### 1. Masyarakat Aktif dan Orientasi Tujuan

Masyarakat yang menggunakan media memiliki orientasi tujuan yang jelas dalam menggunakan media. Mereka tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga aktif dalam mencari dan memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

## 2. Inisiatif Pemilihan Media

Inisiatif untuk memilih media terletak pada anggota masyarakat. Mereka memiliki pilihan untuk memilih mana media yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka.

## 3. Media Massa Bersaing

Media massa bersaing dengan sumber lain untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Masyarakat memiliki pilihan antara berbagai sumber informasi, termasuk media massa, untuk memenuhi kebutuhan mereka.

## 4. Kesadaran Diri dan Motif

Individu memiliki kesadaran diri terhadap penggunaan media, minat, dan motif mereka. Mereka sadar akan kebutuhan mereka dan memilih media yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

## 5. Kebutuhan Informasi, Identitas Pribadi, Integrasi, dan Interaksi Sosial:

Masyarakat menggunakan media karena adanya kebutuhan untuk informasi, identitas pribadi, serta integrasi dan interaksi sosial. Media digunakan untuk memenuhi kebutuhan ini dan memberikan kepuasan kepada pengguna.

Dengan demikian, teori *Uses and Gratification* memberikan wawasan yang luas tentang bagaimana pengguna media aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, serta bagaimana penggunaan media dapat memberikan kepuasan kepada pengguna.

## 2.3 Penelitian Relevan

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Syifa Sharawati	Preferensi “Generasi X” Tentang Televisi Sebagai Media Masa (Studi Kasus Pada Masyarakat Generasi X di Jl. Dr. Cipto rt .02 rw.10 Kelurahan Bedali Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang)	Kesimpulan dari penelitian ini adalah ditemukan bahwa responden yakni Masyarakat Generasi X di Jl. Dr. Cipto rt .02 rw.10 Kelurahan Bedali Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang memiliki kecenderungan ketertarikan kepada media massa sebagai	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak di subjek penelitian yang dimana penelitian terdahulu memilih subjek Masyarakat generasi X di Jl. Dr. Cipto rt .02 rw.10 Kelurahan Bedali Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang, sedangkan dalam

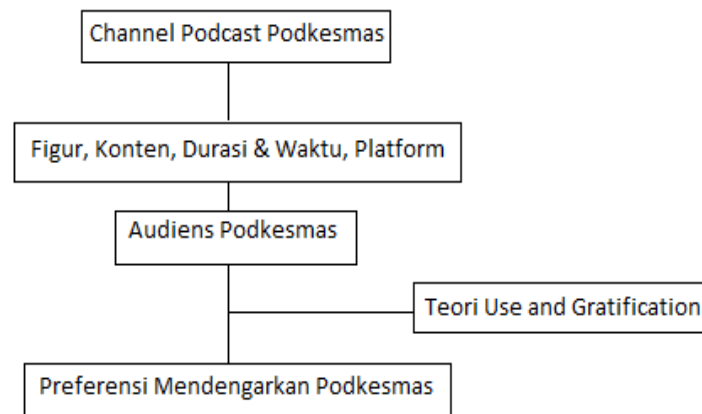
		<p>sarana informasi dengan nilai rata rata yang lebih tinggi dari <i>entertainment</i>, edukasi dan sosial kontrol.</p>	<p>penelitian ini menentukan subjek penelitian mahasiswa yang menempuh pendidikan di kota Malang. Dan dalam penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui preferensi mahasiswa kota Malang terhadap channel podcast podkesmas sebagai media hiburan alternatif</p>
Halomoan Harahap	<p>Preferensi Media Masyarakat Jabodetabek dan Faktor Faktor Yang Mempengaruhinya</p>	<p>Kesimpulan dari penelitian ini adalah ditemukan bahwa faktor usia, tingkat pendidikan dan ekonomi menjadi faktor ketertarikan seseorang dalam memilih sebuah media.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak di subjek dan tujuan penelitiannya. Dalam penelitian tersebut memilih masyarakat jabodetabek sebagai subjek dan mengetahui faktor yang mempengaruhi preferensi dari masyarakat jabodetabek dalam memilih suatu media. sedangkan dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa yang menempuh pendidikan di kota Malang dan bertujuan mengetahui bagaimana preferensi dari mereka untuk memilih podkesmas sebagai media hiburan alternatif.</p>
Ade Rahmat Syarif	<p>Motif Mendengarkan Podcast Sebagai Alternatif Hiburan Konten Audio Bagi Mahasiswa Universitas Andalas (Studi Deskriptif pada Channel Podcast Podkesmas di Aplikasi Spotify)</p>	<p>Kesimpulan Motif afektif dari diri informan mendengarkan channel podcast podkesmas yaitu untuk penguatan akan pengalaman yang pernah dirasakan serta memperbaiki mood dan suasana hati. Motif kognitif ialah motif karena adanya tujuan yang ingin dicapai oleh informan saat mendengarkan Podkesmas yaitu menjadi media</p>	<p>Perbedaan penelitian ini adalah pada metode penelitian yang menggunakan metode kualitatif, subjek penelitian dan penambahan pembahasan pemaknaan audiens terhadap channel podcast podkesmas yang mereka dengarkan.</p>

		informasi serta hiburan di waktu luang informan.	
--	--	--	--

#### 2.4. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka konseptual dan basis teori maka penulis dapat menggambarkan podcast sebagai salah satu produk konten audio di tengah pesatnya perkembangan teknologi media menjadi naik daun. Banyaknya konten-konten kreator baru bermunculan dalam memproduksi konten podcast dari berbagai latar belakang, artis, mahasiswa maupun profesional dibidang tertentu. Pendengar podcast juga mulai banyak bertambah, aplikasi pemutar musik Spotify mengklaim bahwa pertambahan pendengar di aplikasi mereka sejak menambahkan fitur Podcast Hingga 200% dari tahun sebelumnya.

Salah satu channel podcast yang tetap bertahan di puncak teratas tangga podcast adalah Podkesmas, semenjak kemunculan podcast pada 2018 silam channel ini masih bertahan di tangga teratas hingga sekarang. Peneliti ingin mengetahui apa motif pendengar memilih mendengarkan Podcast Podkesmas sehingga tetap menjadi channel yang memiliki banyak pendengar. Kerangka pikir ini menjelaskan fenomena dengan memeriksa berbagai aspek yang mempengaruhi keputusan pendengar dalam memilih Podkesmas. Fokus utama terletak pada motif dan faktor yang menjadi pertimbangan pendengar, seperti kualitas konten, relevansi topik, figur host, dan pengalaman mendengarkan secara keseluruhan. Dengan memahami motivasi pendengar dan alasan di balik keberhasilan Podkesmas, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam mengenai dinamika dan daya tarik podcast dalam konteks media digital saat ini.



### Aspek-Aspek Penelitian

- a. **Figur:** Analisis tentang tokoh-tokoh yang terlibat dalam podcast Podkesmas. Ini mencakup karakteristik pembawa acara atau narasumber yang dapat memengaruhi daya tarik dan kepercayaan pendengar.
- b. **Konten:** Evaluasi jenis dan topik konten yang disajikan dalam Podkesmas. Konten yang relevan dengan minat dan kebutuhan pendengar, seperti topik kesehatan dan gaya hidup, menjadi faktor kunci dalam preferensi pendengar.
- c. **Durasi:** Penelitian mengenai lama durasi episode podcast dan bagaimana hal ini mempengaruhi keputusan pendengar untuk memilih dan terus mendengarkan Podkesmas.
- d. **Waktu:** Faktor waktu termasuk frekuensi dan waktu publikasi episode. Ini mencakup bagaimana jadwal rilis dan kebiasaan mendengarkan podcast memengaruhi preferensi pendengar.
- e. **Platform:** Analisis platform tempat Podkesmas tersedia, seperti Apple Podcasts, Spotify, atau Google Podcasts, serta bagaimana aksesibilitas dan kemudahan penggunaan platform memengaruhi pilihan pendengar.

### Hubungan Antar Aspek dan Preferensi Pendengar

Menggunakan teori "*Uses and Gratifications*" penelitian ini akan menghubungkan aspek-aspek di atas dengan preferensi pendengar untuk Podkesmas. Misalnya,

apakah figur yang berwibawa dan konten yang relevan dengan kesehatan dapat meningkatkan kepuasan dan keterlibatan pendengar? Apakah durasi yang sesuai dan waktu yang tepat dapat membuat pendengar lebih konsisten dalam mendengarkan?

