

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang terjadi saat ini seakan tidak bisa terbendung dari maraknya penggunaan internet. Berdasarkan (Riyanto, 2022) dalam blognya <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>, dari survei yang telah dilakukan oleh *We Are Social* pada awal Januari 2022 pengguna jejaring internet di Indonesia mencapai hingga angka 204,7 juta dari total 277,7 juta penduduk. Dibanding jumlah pada satu tahun sebelumnya, pengguna internet pada awal tahun 2022 mengalami peningkatan dengan total 1%. Selain itu, dalam survei tersebut juga mengatakan bahwa terdapat berbagai alasan ataupun tujuan seseorang dalam menggunakan jejaring internet. Penggunaan internet untuk mencari informasi menjadi yang paling banyak diakses oleh masyarakat dengan angka 80,1%. Selain mencari informasi, masyarakat juga memanfaatkan penggunaan internet untuk menemukan ide atau inspirasi, melakukan interaksi dengan orang-orang terdekat, mengisi waktu luang, hingga sebagai bahan hiburan.

Dari data yang telah ditemukan menunjukkan bahwa, penggunaan jejaring internet semakin berkembang pesat serta tentunya memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap gaya hidup masyarakat akan kebutuhannya dalam mengakses segala informasi untuk sekedar mencari inspirasi atau bahkan meningkatkan pengetahuan dengan memanfaatkan jejaring internet. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anshori, 2018) mengenai “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai Media Pembelajaran” menyatakan bahwa perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mengakibatkan perubahan juga dalam diri manusia dalam memanfaatkan media yang telah menjadi kebutuhan pokok, yaitu sebagai wadah untuk pembelajaran. Pemanfaatan jejaring internet tersebut dapat dilihat melalui penggunaan media digital sebagai faktor utama masyarakat dalam mengakses jejaring sosial. Tingginya masyarakat dalam mengakses jejaring internet yang juga merupakan media digital, tentunya akan menimbulkan efek dalam mempengaruhi masyarakat untuk menafsirkan atau menanggapi fenomena-fenomena yang ada pada jejaring sosial. Melihat akan hal tersebut, maka teori yang sesuai adalah teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Respon*).

Teori stimulus-organism-respon ini sendiri memiliki anggapan bahwa suatu aktivitas komunikasi merupakan “Aksi-Reaksi” yang selain dipengaruhi oleh psikologi aliran behavioristik juga dipengaruhi oleh stimulus-organism-respon (Winarni dalam Rifaldi, 2019). Dalam hal ini, teori stimulus-organism-respon memiliki anggapan bahwa apabila

sebuah perilaku yang di dalamnya termasuk perilaku berbahasa yang stimulusnya diawali dengan rangsangan dan aksi akan mengakibatkan respon, reaksi, atau balasan yang juga disebut dengan perubahan sikap. Apabila stimulus atau rangsangan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik, maka perubahan sikap dari komunikan juga akan menjadi sempurna. Terlebih lagi dengan kehadiran media digital saat ini, selain mudah dalam mendapatkan informasi masyarakat juga dapat menyampaikan pendapat yang bisa mempengaruhi khalayak.

Media digital sendiri merupakan media berbasis jaringan internet dengan menawarkan berbagai kecanggihan maupun kemudahan yang dapat memberikan manfaat bagi para penggunanya. Selain dapat diakses di mana pun dan kapan pun, melalui media digital juga dapat digunakan untuk saling memberikan maupun mencari berbagai informasi seluas-luasnya. Hal tersebut selaras seperti yang disampaikan oleh (Zis et al., 2021), menurutnya perkembangan teknologi informasi yang terjadi saat ini membuat seseorang semakin mudah untuk mendapatkan berbagai informasi secara luas, cepat, dan *up to date*.

Mudahnya dalam mendapatkan berbagai informasi juga tak lepas dari semakin munculnya *platform-platform* media sosial pada media digital. Media sosial merupakan media berbasis jaringan internet yang memudahkan para penggunanya untuk melakukan interaksi sosial dan pertukaran informasi maupun pengetahuan antar satu pengguna dengan pengguna lainnya melalui blog, jejaring sosial, forum, dan dunia virtual menurut (Widiastuti, 2019). Dengan munculnya berbagai macam *platform* media sosial saat ini, membuat masyarakat memiliki beragam pilihan untuk mencari sebuah informasi yang bermanfaat. Hal ini juga merupakan salah satu kelebihan dari perkembangan media digital yang terjadi saat ini. Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh Populix hingga awal tahun 2022, Youtube merupakan *platform* media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan angka 94%. *Platform* Instagram mengikuti di urutan kedua dengan angka 93%, disusul TikTok pada urutan ketiga dengan angka 63%, Facebook di urutan keempat dengan angka 59%, dan Twitter berada pada urutan terakhir dengan angka 54% (Anam, 2022)

Penggunaan media sosial di Indonesia sendiri mengalami peningkatan secara terus-menerus semenjak beberapa tahun belakangan ini. Dilansir dari survei yang dilakukan oleh *We Are Social*, pada awal tahun 2022 sebanyak 191,4 juta orang di Indonesia aktif dalam menggunakan media sosial dengan rata-rata waktu penggunaannya selama 3 jam 17 menit per setiap hari. Penggunaan media sosial mengalami peningkatan yang cukup drastis sebesar 12,6% dibandingkan dengan satu tahun yang lalu, yaitu pada tahun 2021 (Kemp, 2022a). Tentunya hal ini menandakan bahwa media sosial telah menjadi sebuah kebutuhan yang mutlak

untuk dimiliki atau dipenuhi oleh masyarakat dalam menjalankan kehidupannya menurut (Ainiyah, 2018).

Berbagai macam *platform* media sosial yang muncul juga membuat masyarakat semakin kreatif untuk menciptakan konten-konten menarik, baik dalam bentuk audio, video, maupun tulisan yang bertujuan untuk memberikan informasi, hiburan, dan lain-lain. Salah satu jenis konten yang saat ini cukup digemari oleh masyarakat, khususnya di Indonesia adalah podcast. Bahkan Indonesia berada di urutan ke-dua dengan penikmat atau pendengar podcast terbanyak di dunia dengan angka sebesar 35,2%, angka tersebut hanya terpaut 3,8% dari Brazil sebagai negara yang menempati urutan pertama (wearesocial.com, 2022).

Podcast memiliki beragam kelebihan maupun manfaat, sehingga pada akhirnya masyarakat mulai beralih untuk mengikuti jenis konten ini. Selain fleksibel yang dapat didengarkan kapan saja dan dimana saja, melalui podcast seseorang juga dapat menentukan sendiri pembahasan apa yang diinginkan seperti berita maupun informasi terkini, komedi, olahraga, musik, hiburan, dan tentunya masih banyak lagi (Tasruddin & Astrid, 2021). Pada tahun 2022 podcast mengenai horror merupakan topik yang paling banyak didengar oleh para pengguna di Indonesia dengan angka sebesar 9.2%, yang kemudian disusul dengan topik politik dan hukum sebesar 7.7%, dan topik-topik seperti komedi, berita terkini dan *pop culture*, gosip, musik, hingga percintaan mengikuti di bawahnya (Jakpat, 2022).

Secara singkat, podcast sendiri merupakan sebuah konten berbentuk audio atau video berbasis jaringan internet yang dapat diakses melalui komputer maupun gadget. Awal mulanya, podcast merupakan konten yang hanya bisa dinikmati melalui suara atau audio. Namun seiring dengan perkembangannya, saat ini telah banyak yang membuat konten podcast melalui visual atau dalam bentuk video. Hal ini cukup menarik minat masyarakat, terutama bagi generasi-generasi muda dengan rentang umur 20-24 tahun yang lebih mendominasi dalam mendengarkan podcast di Indonesia (Bayu, 2022).

Podcast juga memiliki berbagai *platform* yang dapat diakses bagi para penikmatnya. Untuk podcast yang menyediakan versi audio sendiri terdapat beberapa *platform* seperti Spotify, Noice, Podcast Go, Anchor, dan lain-lain. Sedangkan bagi seseorang yang ingin menikmati melalui tayangan audio visual, dapat melalui salah satu *platform* yang belakangan ini cukup ramai mengenai konten podcast adalah melalui *channel* Youtube. Podcast melalui konten audio visual tentunya memberikan pengalaman yang lebih dan berbeda dari konten audio. Melalui konten audio visual dapat mempengaruhi secara kuat emosional para penikmat podcast, hal ini diakibatkan karena penonton melihat secara langsung suasana maupun pembicara pada podcast tersebut (Tasruddin & Astrid, 2021).

Berbagai macam *platform* yang menyediakan podcast juga tentunya akan diikuti oleh maraknya para pembuat konten mengenai podcast. Saat ini, Deddy Corbuzier merupakan salah satu pembuat konten mengenai podcast dengan jumlah penonton dan pengikut yang cukup banyak di Indonesia pada *platform* Youtube dengan nama *channel* “Deddy Corbuzier”. Ia memulai konten audio visual mengenai podcast pada 4 tahun lalu dengan judul “MASALAH TOA MASJID, MASALAH PANDJI” yang dibuatnya bersama Pandji Pragiwaksono. Hingga saat ini, jumlah pengikut *channel* Youtube Deddy Corbuzier telah mencapai 19,7 juta yang berfokus pada konten podcast dengan membahas berbagai macam topik seperti politik, ekonomi, hukum, agama, olahraga, seni, hiburan, komedi, hingga pengalaman pribadi pembicara. Salah satu kunci kesuksesan dari podcast milik Deddy Corbuzier ini adalah selain mengundang narasumber-narasumber yang sedang *hits*, ia juga kerap membahas isu-isu terkini yang sedang viral atau diperbincangkan oleh masyarakat Indonesia (voi.id, 2022). Dalam setiap kali upload video, ia bahkan bisa mendapatkan 5-13 juta viewers. Dalam konten podcast Deddy Corbuzier juga telah berhasil mendatangkan orang-orang penting di Indonesia seperti Prabowo Subianto, Sri Mulyani, Nadiem Makarim, Luhut Binsar Pandjaitan, hingga Ma'ruf Amin. Bersama Deddy Corbuzier, masing-masing tamu tersebut membahas mengenai kinerja, kebijakan, hingga masalah-masalah yang mereka hadapi ketika menjabat.

Podcast merupakan salah satu media yang dapat memberikan berbagai manfaat kepada masyarakat, terkhusus bagi kalangan mahasiswa. Bahkan saat ini telah banyak *channel* Youtube membahas segala permasalahan atau isu melalui podcast, yang salah satunya adalah Deddy Corbuzier. Selain dapat menjadi hiburan untuk sekedar mengisi waktu luang, melalui podcast juga dapat dijadikan sebagai media untuk menambah informasi maupun wawasan terutama dalam bidang politik. Terlebih lagi berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Utami, 2020) kepada 204 responden milenial di Riau, dapat ditarik kesimpulan bahwa media social merupakan alat saluran komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak yang dapat memberikan pengaruh partisipasi politik. Hal ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Halim & Jauhari, 2019) yang menyatakan, bahwa terpaan media berdasarkan jenis media, frekuensi penggunaan media, jenis konten berita, dan konten berita politik Pilkada DKI Jakarta berpengaruh terhadap tingkat berpartisipasi politik. Mahasiswa yang dijuluki sebagai “*agent of change*” membawa harapan yang besar bagi masa depan masyarakat dalam memajukan bangsa. Oleh karena itu, pentingnya kesadaran mengenai politik bagi mahasiswa agar dapat berpikir secara kritis mengenai apa yang sedang dialami oleh bangsanya. Sehingga, diharapkan mahasiswa mampu menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut.

Dari pemaparan di atas, oleh karena itu peneliti ingin mengambil judul “**Pengaruh Interaksi Tayangan Podcast di Media Youtube terhadap Tingkat Partisipasi dalam Pembicaraan Politik**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh podcast Deddy Corbuzier dalam meningkatkan partisipasi mengenai pembicaraan politik pada viewers podcast Deddy Corbuzier?
2. Apa arah dari pengaruh podcast terhadap pembicaraan politik di kalangan viewers podcast Deddy Corbuzier?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Podcast Deddy Corbuzier sebagai media untuk peningkatan partisipasi mengenai politik bagi viewers podcast Deddy Corbuzier.
2. Untuk mengetahui arah pengaruh pada viewers Deddy Corbuzier setelah menonton podcast.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dan dijadikan sebagai referensi maupun acuan bagi penelitian selanjutnya terutama mengenai pengaruh media digital podcast terhadap tingkat partisipasi pembicaraan politik pada suatu individu.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran, manfaat, serta masukan bagi para pembuat konten dalam penggunaan media podcast sebagai peningkatan ilmu pengetahuan. Selain itu juga, melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengambil topik serupa agar bisa lebih dikembangkan dan melengkapi kekurangan dalam penelitian ini.