

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Media Baru (*New Media*)**

##### **2.1.1 Pengertian Media Baru**

Media baru merupakan suatu bukti dari perkembangan teknologi komunikasi pada media. Media baru adalah media yang menjadi tempat pusatnya pesan yang akan diproses melalui teknologi internet yang akan disampaikan kepada khalayak. Ciri utama dari media baru yaitu keterhubungan pada akses yang luas terhadap pengirim dan penerima pesan yang dapat dijangkau dimana saja dan kapan saja (McQuail, 2000).

Internet merupakan salah satu komponen penting dalam media baru. Internet merupakan suatu unsur teknologi yang mendukung industri media online dan menjadi alat transfer pesan secara mudah dan cepat. Internet dapat menjangkau khalayak secara luas dimanapun dan kapanpun secara efisien. Dengan adanya teknologi internet, menjadikan media baru dalam komunikasi mengalami perkembangan dan kemajuan secara terus menerus seiring berkembangnya zaman. Dapat dikatakan bahwa internet telah menjadi bagian dari budaya bagi generasi muda (McQuail, 2011).

Adapun beberapa perubahan yang dialami media dengan kemunculan media baru, sebagai berikut.

- 1) Digitalisasi bentuk media
- 2) Interaksi dan koneksi yang semakin meningkat
- 3) Fleksibilitas dalam penyampaian dan penerimaan pesan
- 4) Bermunculannya variasi bentuk baru media

### **2.1.2 Karakteristik Media Baru**

Karakteristik yang nampak dari media baru sangat jelas terlihat dari segi penggunaannya menurut (McQuail, 2000).

#### 1) Tingkat interaktif

Tingkat interaktif pada pengguna media diindikasikan oleh rasio respon pengguna terhadap pengirim pesan.

#### 2) Tingkat sosialisasi

Media baru cenderung bersifat individual dan bukan bersifat interaksi secara langsung.

#### 3) Tingkat kebebasan

Pengguna media baru memiliki kontrol dan kebebasan atas penggunaan media yang digunakan.

#### 4) Tingkat kesenangan

Kesenangan penggunaan media yang digunakan sesuai dengan keinginan pengguna.

#### 5) Tingkat privasi

Keamanan privasi yang tinggi dan memiliki kontrol sendiri atas privasi yang disimpan pada media.

## **2.2 Podcast Sebagai Media Baru**

Komunikasi merupakan suatu aktivitas yang cukup kompleks, sehingga banyak definisi menurut pakar komunikasi. Salah satu pakar komunikasi yang memiliki teori komunikasi adalah Harold D. Lasswell. Definisi komunikasi

menurut Lasswell yaitu *Who says what in which channel to whom with what effect*. Model komunikasi ini menjelaskan bahwa sebuah proses komunikasi dilakukan melalui media dari pengirim kepada penerima sehingga dapat menimbulkan efek tertentu.

Media komunikasi telah ditemukan sejak zaman dulu sebelum mengenal perangkat dan juga internet. Media asap, daun lontar, dan kentongan merupakan cikal bakal bagi perkembangan teknologi komunikasi. Sehingga setelah zaman tersebut, munculah media komunikasi terbaru yaitu media cetak (koran, surat kabar, brosur, majalah, dan lain-lain), media visual yang menyampaikan pesan lewat pandangan (televisi, foto, video, dan lain-lain), media audio yang dapat menyampaikan pesan melalui suara (radio, musik, dan media audio lainnya), media audio visual yang menggunakan indra penglihat dan indra pendengar untuk menerima pesan (televisi, video, film, dan lain-lain). Hingga sampai munculnya media digital sebagai media komunikasi baru.

Media baru merupakan media komunikasi yang didukung oleh teknologi digital yang dapat memudahkan segala aktivitas penyampaian pesan secara fleksibel tanpa ada batas ruang dan waktu. Media baru merupakan media yang bergantung pada koneksi internet untuk dapat mengakses berbagai informasi. Media baru menciptakan kemudahan dalam menjalin interaksi dan komunikasi pada zaman sekarang. Media baru menggunakan video, audio, teks, dan gambar yang dirubah menjadi digital. Beberapa jenis media baru yaitu, *streaming* video, *website*, komunitas online, iklan web, kolom obrolan online, dan media sosial lainnya.

### **2.3 Ketergantungan Media**

*Dependency Theory* (teori ketergantungan) merupakan usulan oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin L. DeFleur (1976). Kemunculan teori berangkat dari suatu pendekatan struktur sosial mengenai sifat masyarakat modern, dimana media massa dianggap sebagai suatu unsur penting dalam proses pemeliharaan, perubahan, dan konflik pada aktivitas sosial individu atau kelompok. Teori ini dapat menjelaskan bahwa semakin masyarakat menggantungkan dirinya pada media, maka media semakin memiliki peran penting dalam masyarakat, dalam artian jika semakin banyak masyarakat yang menggantungan kebutuhannya pada media maka media akan semakin mengalami perubahan, pengaruh media yang lebih variatif, dan peran media ditengah masyarakat menjadi lebih besar. Oleh karena itu, teori ini mengusulkan bahwa seharusnya ada hubungan langsung antara jumlah ketergantungan secara umum dengan tingkat pengaruh di setiap waktu.

Dasar pengaruh ketergantungan media terletak pada hubungan dengan status sosial masyarakat, dalam artian efek terjadi karena keinginan dan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Ketergantungan masyarakat akan media merupakan variabel kunci dalam memahami efek dari pesan media yang dapat mengubah keyakinan, perasaan atau perilaku khalayak. Dapat dikatakan bahwa semakin besar kebutuhan seseorang maka semakin besar pula kebergantungan terhadap media. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi tingkat ketergantungan media yaitu : Pertama, seorang individu akan lebih bergantung pada media yang memenuhi banyak kebutuhan daripada media yang hanya menjadi sebagian kecil dari kebutuhan seseorang tersebut. Kedua, ketergantungan media dapat dipengaruhi oleh stabilitas sosial individu. Ketika perubahan sosial memaksa untuk mengevaluasi pilihan media,

maka ketergantungan seorang individu akan menjadi meningkat maupun menurun. Tingkatan ketergantungan media dipengaruhi oleh kapasitas media, stabilitas sosial, kebutuhan individu, dan sifat psikologis individu.

Teori ketergantungan media memiliki empat tahapan dalam hubungan ketergantungan dengan khalayak. Empat tahapan hubungan ketergantungan yaitu sebagai berikut.

- Pilihan individu terhadap media terdapat pada penawaran konten yang disajikan memenuhi kebutuhan pemahaman, informasi, dan hiburan individu.
- Perbedaan intensitas individu dengan individu lainnya. Semakin tingginya intensitas maka semakin kuat rangsangan kognitif dan afektif terhadap ketergantungan media. Rangsangan kognitif dapat mempertahankan tingkat perhatian individu terhadap media. Sedangkan rangsangan afektif berfungsi untuk meningkatkan kepuasan individu terhadap media.
- Kemudian Rangsangan kognitif dan rangsangan afektif mengaktifkan tingkat keterlibatan individu terhadap pemrosesan dan penghafalan informasi.
- Keterlibatan yang terjadi dapat meningkatkan efek media pada individu di tingkat kognitif, afektif, dan juga perilaku dalam jangka panjang.

## 2.4 Preferensi

Preferensi merupakan suatu kecenderungan hati yang lebih disukai atau diminati daripada pilihan-pilihan lain yang ada. Audiens memiliki sifat selektifitas masing-masing setiap individu, terlebih dalam memilih media. Selektifitas pada audiens merupakan refleksi dari ketertarikan dan preferensi mereka (Blumer, 2008). Preferensi diartikan menjadi fenomena perilaku individu secara emosional dalam pemilihan suatu objek dibandingkan objek lainnya berdasarkan kelebihan pada objek tersebut (Zajonc, 1982).

Teori preferensi dapat digunakan sebagai komponen untuk menganalisa tingkat kepuasan audiens terhadap media yang digunakan. Menurut Doris Grober, preferensi media pada dasarnya meminta pengguna media untuk mengurutkan preferensi pengguna terhadap suatu media (Vivian, 2008:567). Preferensi audiens merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih. (Journal Planit: 2001). Dapat dilihat bahwa preferensi audiens bersifat independen atau selera masing-masing setiap individu.

## 2.5 Karakteristik Audiens

Melvin De Fleur dan Sandra Ball Rokeach (1988: 174) menjelaskan bahwa *“The first major component of the social system of mass communication is the audience”*. Audiens dapat diartikan sebagai penerima pesan dalam ruang lingkup media massa. Pesan yang dikemas oleh produksi media massa akan diterima oleh audiens sebagai penerima pesan. Audiens memiliki tingkatan, perbedaan, dan saling memiliki keterikatan dalam banyak cara. Salah satu unsur yang menjadikan

audiens kompleks yaitu dapat dilihat dari kebutuhan dan minat individu terhadap media.

Menurut Melvin De Fleur dan Sandra Ball Rokeach (1988: 185) ada empat teori perspektif yang mencerminkan preferensi audiens terhadap media, antara lain yaitu :

***a. Individual Differences Perspective***

Setiap individu audiens memiliki sikap selektifnya masing-masing terhadap media yang mereka pilih berdasarkan minat mereka, keselerasan dengan sikap mereka, sesuai dengan keyakinan mereka, dan juga sesuai dengan nilai-nilai mereka. Setiap individu memiliki preferensi masing-masing terhadap media yang ingin mereka gunakan. Berpacu pada konsep efek kognitif, menunjukkan bahwa tipe audiens memilih dan menginterpretasikan konten media dengan cara yang sangat bervariasi. Individu merupakan penyeleksi terhadap media dan memanfaatkan isi atau pesan media tersebut untuk kebutuhan mereka dan juga setiap individu mampu menghindari pesan yang tidak diinginkan dan tidak dibutuhkan terhadap individunya masing-masing. Perbedaan yang terjadi merupakan sebab dari berbedanya setiap lingkungan yang menjadi tumbuh kembang setiap individu.

***b. The Social Categories Perspective***

Perspektif ini menitik beratkan pada kategori sosial yang meluas. Seperti variabel usia, seks, pendidikan, tempat atau lokasi sosial, dan juga agama. Diferensiasi sosial setiap individu dapat mempengaruhi bagaimana seorang individu menyeleksi penggunaan media massa yang ingin digunakan. Orang yang berada pada lokasi sosial yang memiliki latar belakang dan struktur sosial yang

sama, akan menjadi penghubung satu sama lain dan cenderung sama dalam preferensi media yang dipilih dan cenderung memiliki kesamaan dalam menanggapi konten media. Antar individu jika memiliki orientasi yang sama, akan menjadi pengaruh terhadap kesamaan dalam memilih dan menggunakan suatu media komunikasi.

### ***c. Social Relations Perspective***

Teori ini memiliki perspektif berkelanjutan dari teori di atas. Terdapat hubungan kesamaan dalam menanggapi media terhadap individu berada pada posisi kategori sosial yang sama. Didalam perspektif ini juga memunculkan aliran dua langkah (*The Two-Step Flow*), yaitu perpindahan informasi dua tahap. Pertama, informasi berpindah pada individu yang terinformasi dengan baik dari media. Kedua, informasi tersebut berpindah ke individu lain dengan komunikasi interpersonal dari individu yang telah mendapatkan informasi terlebih dahulu. Perspektif ini menjelaskan yang dimana individu yang terlebih dahulu mendapatkan informasi dari media, dapat mempengaruhi individu lain yang memiliki kesamaan sosial dengan mereka.

Individu yang lebih dulu mendapatkan informasi dapat juga disebut dengan *opinion leadership* atau pemimpin opini. Disebut pemimpin opini dikarenakan mereka memainkan peran penting yaitu menyampaikan informasi yang didapat. Melainkan menyampaikan informasi, pemimpin opini juga menyampaikan interpretasi mereka tentang informasi yang didapat dari media tersebut kepada individu lain.



#### **d. Cultural Norms**

Teori norma budaya atau *cultural norms* menurut Melvin De Fleur merupakan teori preferensi media massa melalui penyajian yang selektif dan penekanan pada norma-norma dan menciptakan kesan pada pengguna atau khalayak. Suatu perilaku individu akan dipengaruhi oleh norma budaya tertentu, maka media akan secara tidak langsung akan mempengaruhi perilaku seorang individu. Terdapat tiga bentuk cara dimana menjelaskan bahwa media massa secara potensial mempengaruhi norma setiap individu perorangan.

Pertama, *reinforce existing patterns*, yaitu pesan komunikasi dapat memperkuat suatu pola-pola budaya yang sudah ada dan menjelaskan kepada orang-orang bahwa suatu bentuk tatanan sosial dipelihara dan dibina oleh masyarakat .

Kedua, *create new shared*, yaitu media massa dapat melahirkan keyakinan baru dimana khalayak sedikit banyak ataupun kurang berpengalaman sebelumnya.

Ketiga, *change existing norm*, yaitu media massa pada akhirnya dapat merubah norma-norma yang telah berlaku dan juga merubah orang-orang dari segi bentuk perilaku satu menjadi perilaku lainnya. (Onong 2003 : 315-318).

## **2.6 Podcast**

### **2.6.1 Sejarah Podcast**

*Podcast* adalah suatu program yang berbasis audio yang didalamnya berisi rekaman monolog, dialog, maupun wawancara. Berbeda dengan radio, *podcast* menyajikan fitur *play-on-demand* yang membuat *podcast* menjadi lebih fleksibel didalam penggunaannya.

Ide *podcast* pertama kali adalah pada saat pertemuan antara Adam Curry dan Dave Winer pada awal tahun 2000. Lalu mulai lebih dikembangkan pada tahun 2004. *Podcast* merupakan penggabungan dua kata yaitu iPod dan broadcast yang dicetuskan oleh seorang kolumnis *The Guardian* dan jurnalis BBC, Ben Hammersley dalam “Audible revolution” pada tahun 2004. Hingga pada tahun 2005, iTunes menambahkan podcast ke tokonya untuk diluncurkan kepada pendengar-pendengarnya.

### 2.6.2 Jenis Podcast

*Podcast* merupakan program yang ada di internet dengan menawarkan episode-episode dalam bentuk rekaman audio ataupun video yang dapat dinikmati oleh semua orang. Bagi pendengar *podcast*, *podcast* merupakan konten yang sangat mudah dinikmati kapanpun dan dimanapun. *Podcast* memiliki beberapa jenis sebagai berikut.

#### 1. Interview podcast

Jenis *podcast* ini melakukan sesi wawancara antara *host* dengan tamu atau narasumber yang setiap episodenya memiliki konsep dan topik yang berbeda. Jenis *podcast* ini dilakukan oleh satu *host* dan juga satu bintang tamu yang diundang dalam *podcast*. Topik yang disajikan biasanya mengikuti siapa bintang tamu yang diundang. Dengan bintang tamu yang berbeda, maka berbeda pula topik obrolan yang akan disajikan. *Host* akan lebih mengulik kisah ataupun cerita yang terjadi pada bintang tamu yang dimana obrolan yang terjadi bersifat spontan. Cukup banyak *podcaster* yang memilih *Interview Podcast*, karena dapat memperluas obrolan secara bebas. Contoh

*podcast* yang termasuk dalam jenis *podcast* ini adalah Makna Talks yang ada pada aplikasi Spotify, yang dimana Iyas Lawrence sebagai *host* sering mengundang bintang tamu yang berbeda-beda profesi, preasetasi, keahlian dan lain-lain. Mulai dari artis nasional hingga internasional. Begitu juga dengan *podcast* yang menjadi primadona masyarakat Indonesia yaitu *Close The Door* yaitu *Podcast* Deddy Corbuzier. Dapat dilihat bahwa Deddy Corbuzier merupakan *host* satu-satunya dalam *podcast*nya dan juga sering mendatangkan berbagai macam bintang tamu dari segala profesi, jabatan, kalangan, dan lain-lain. Deddy Corbuzier cenderung membawakan topik yang sesuai dengan bintang tamu yang dihadirkan dan melakukan wawancara hingga diskusi dalam pembawaan obrolan yang ada dalam *podcast*nya.

## 2. Solo *podcast*

Pada jenis yang kedua ini, dilakukan sendiri atau monolog oleh *host* dengan menyampaikan informasi berupa opini, bercerita tentang pengalaman, dan memberi informasi lainnya. *Podcaster* lebih kepada menyuarakan keseresahan-keresahan yang dialaminya dan berbagi pengalaman sendiri kepada pendengarnya. Jenis *podcast* ini cenderung tidak mendatangkan bintang tamu, sehingga *podcaster* dapat lebih luas untuk membicarakan apa yang ingin disampaikan. Beberapa contoh jenis *solo podcast* yaitu Rintik Sedu dan Cape Mikir With Jebung. Kedua *podcast* ini termasuk dalam jenis *solo podcast*, karena memiliki satu *host* yaitu Nadhifa Allya Tsana (Rintik Sedu) dan Jessica Bunga (Cape Mikir With Jebung). *Podcast* cenderung lebih menyuarakan pengalaman dan keresahan pribadinya dan membagikan kepada

pendengar-pendengarnya dengan tujuan dapat menemani pendengar yang memiliki keresahan yang sama.

### 3. Multi host podcast

*Multi host podcast* ini memiliki host yang lebih dari satu orang. Pada jenis *podcast* terakhir ini menawarkan diskusi yang memunculkan pendapat dari perspektif yang lebih beragam. Obrolan yang terdapat pada isi *podcast* akan lebih meluas karena memiliki host yang lebih dari satu orang menjadikan topik yang lebih beragam. Ada beberapa *podcast* yang termasuk dalam jenis *Multi host podcast* yaitu seperti Podkesmas yang merupakan *podcast* peringkat teratas di Indonesia dan berada pada *top chart* Spotify. *Podcast* ini memiliki beberapa host yang diantaranya yaitu Ananda Omesh, Imam Darto, Surya Insomnia, dan Angga Nggok.

## 2.7 Youtube

### 2.7.1 Pengertian Youtube

Youtube adalah sebuah situs *web video sharing* atau berbagi video yang sangat populer saat ini. Para pengguna youtube dapat mengunggah, mengunduh, menonton, berbagi klip video pada youtube yang diakses secara gratis. Semua orang dapat berpartisipasi dalam mengunggah konten video ke server Youtube dan dibagikan ke seluruh pengguna internet di dunia (Baskoro, 2009: 58).

Youtube didirikan oleh tiga orang mantan karyawan *PayPal*, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim pada tahun 2005. Selain sebagai pendiri Youtube, Jawed Karim merupakan orang pertama yang mengunggah

videonya di Youtube yang berjudul “*Me at The Zoo*” yang berdurasi 19 detik. Keaktifan domain ‘Youtube.com’ dimulai pada 15 februari 2005 dan mulai dibangun perlahan disetiap bulannya.

Youtube merupakan situs yang mudah digunakan dan dapat diakses oleh siapapun, dimanapun, tentunya dengan koneksi dan gadget yang kompatibel. Semua pengguna internet dapat mengunggah video secara gratis walaupun masih terbilang video amatir. Tolak ukur video yang menarik dapat dilihat dari jumlah tingginya *viewers* dan *subscriber*. Dengan tingginya *viewers* dan *subscriber*, akan mengundang iklan untuk masuk pada video yang diunggah oleh pengguna.

### **2.7.2 Karakteristik Youtube**

Sebagai situs online video paling dominan di internet, Youtube memiliki beberapa karakteristik tertentu yang dapat menjadi pedoman bagi pengguna internet. berikut merupakan karakteristik Youtube yang dikelompokkan menjadi 5 bagian :

1. Youtube tidak memiliki batasan durasi untuk pengunggahan video. Youtube memberi ruang bebas untuk para pengguna yang ingin mengunggah video di Youtube. Hal ini menjadi pembeda Youtube dengan beberapa media sosial lain yang membatasi durasi unggahan seperti Instagram, TikTok, Snapchat, dan sebagainya.
2. Youtube juga memiliki pengamanan yang sudah akurat untuk disebarluaskan di Internet. Youtube membatasi dan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, ilegal, serta unggahan video yang tidak

layak untuk dikonsumsi. Youtube akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah suatu video.

3. Berbayar atau AdSense. Youtube memiliki sistem penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke Youtube dan mendapatkan minimal 1000 *viewers* atau penonton, maka Youtube akan memberikan honorarium. (Theoldman, 2011).
4. Sistem *Offline*. Youtube juga memiliki fitur *offline* yang dimana pengguna dapat menonton video disaat sedang tidak ada koneksi internet. sistem *offline* pada Youtube dapat dipakai setelah pengguna melakukan pengunduhan terlebih dahulu terhadap video yang ingin ditonton saat *offline*.
5. Pengeditan sederhana. Sebelum melakukan pengunggahan video, Youtube telah menyediakan *tools* atau alat pengeditan sederhana yang dapat membantu pengguna lebih mudah untuk memotong video, memfilter warna, dan juga membuat transisi video.

## **2.8 Podcast Sebagai Konten Youtube**

Sebagai media baru yang mengembangkan konten audio, podcast memiliki berbagai platform sebagai medianya, yaitu meliputi Spotify, Ancor, Google Podcast, Apple Podcast, Noice bahkan Youtube juga menjadi wadah bagi konten-konten podcast. Dengan berbagai platform yang ada seperti berikut, Youtube memiliki perbedaan tersendiri diantara platform-platform lainnya. Youtube menyajikan konten podcast dengan menambahkan unsur visualnya dengan bentuk video. Visual dalam video tersebut menjadikan penonton dapat melihat visual dari

host, narasumber, set studio dan juga unsur-unsur lain didalamnya. Fitur-fitur yang dimiliki Youtube membuat beberapa kreator-creator podcast tertarik untuk juga mengunggah kontennya di platform Youtube. Dengan memiliki lebih dari satu miliar pengguna, juga menjadikan Youtube memiliki nilai lebih untuk menjadi wadah konten podcast. Dengan kelebihan yang dimiliki Youtube tersebut, Membuat Noice juga menaruh beberapa konten yang diunggah pada Youtube.

## 2.9 Aplikasi Noice

Noice merupakan perusahaan rintisan teknologi asal Indonesia yang bergerak pada bidang konten audio terlengkap. Aplikasi berada pada naungan PT Mahaka Radio Integra Tbk (MARI) yaitu sebuah perusahaan yang bergerak dibidang investasi, jasa konsultan, media digital. Berkembangnya Noice juga dibantu oleh investor besar yaitu Alpha JWC, Go-Ventures, dan Kinesys dan baru saja disuntik oleh investor baru sebesar Rp 315,75 miliar yaitu Northstar Pasific. Selain itu, pada awal tahun, Noice juga mendapatkan pendanaan dari perusahaan milik Raffi Ahmad dan Nagita Slavina yaitu Rans Entertainment yang tercatat telah melakukan pendanaan sebesar Rp 35,75 miliar kepada Noice.

Noice didirikan pada tahun 2018, yang awal berdirinya merupakan platform radio *streaming*. Akan tetapi, melihat kurang berkembangnya radio *streaming* di Indonesia, Noice mulai sedikit bergeser platform dengan menambahkan konten *audio on-demand* yang lebih dapat menarik pasar Indonesia dan menjadi fitur yang sedang diminati oleh masyarakat.

Saat ini Noice telah menjadi jaringan podcast terbesar di Indonesia yang memiliki lebih dari 100 konten original dan eksklusif dalam berbagai genre dan telah

memiliki dua juta pengguna. Sejak tahun 2021, Noice mengalami peningkatan empat kali lipat jumlah pengguna. Noice juga telah menghadirkan lebih dari 40.000 konten dan pendengarnya menghabiskan lebih dari 80 menit untuk mendengarkan di Noice.

## 2.10 Podcast dalam Bentuk Video

Indikator yang menjadi rujukan dalam penelitian merujuk pada buku *Producing Video Podcast : A Guide for Media Professionals* karya Richard Harrington dan Mark Weiser (2008) yang dimana dalam buku tersebut dijelaskan bahwa ada empat hal umum yang diperhatikan dan diinginkan oleh audiens terhadap video podcast yaitu *show host*, *show graphic*, *music* dan terakhir yaitu *subject matter*. Empat hal umum tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

### 1) *Show Host*

- **Studio**

Set studio merupakan aspek yang dapat dijadikan preferensi oleh audiens. Sebuah podcast akan menarik audiens jika memiliki set studio yang dirancang dengan properti yang sesuai dan juga memiliki *lighting* yang bagus.

- **Talent**

*Talent* dapat diartikan host dan bintang tamu yang merupakan aspek penting dalam preferensi audiens terhadap podcast. *Talent* akan menjadi suatu unsur yang dapat mempengaruhi audiens dalam menonton podcast. Dalam kategori podcast di iTunes, *talent* dengan gaya non-formal masih menduduki peringkat teratas dan banyak diminati.



## 2) *Show Graphic*

- ***Bumper Opening***

Grafis dalam pembukaan podcast merupakan suatu unsur yang mampu menunjukkan tema sebuah podcast. *Opening* podcast akan menyajikan beberapa grafis yaitu termasuk judul podcast, judul tema, nama host dan bintang tamu dan juga gambar-gambar bergerak yang sesuai dengan tema dan *branding* podcast. Beberapa podcast juga mencantumkan logo podcast mereka di pembuka episode.

- ***Bumper Closing***

Sama dengan *opening*, *closing* merupakan grafis yang memperlihatkan gambar bergerak dan gambar tidak bergerak di akhir ketika episode podcast telah selesai. Beberapa podcast juga mencantumkan logo podcast mereka diakhir episode.

## 3) *Music*

- ***Music Opening***

Musik pembuka sangatlah membantu dalam membangun suasana pembukaan podcast yang sesuai dengan tema dan konsep dari podcast itu sendiri.

- ***Bumper Music***

*Bumpers* merupakan musik atau suara-suara efek yang dimunculkan disaat-saat tertentu saja seperti dentingan piano yang tidak terlalu banyak agar membuat suasana podcast tidak begitu membosankan dan juga *bumpers* muncul disaat ada transisi-transisi di dalam video podcast.

## 4) *Subject Matter*

- **Show content**

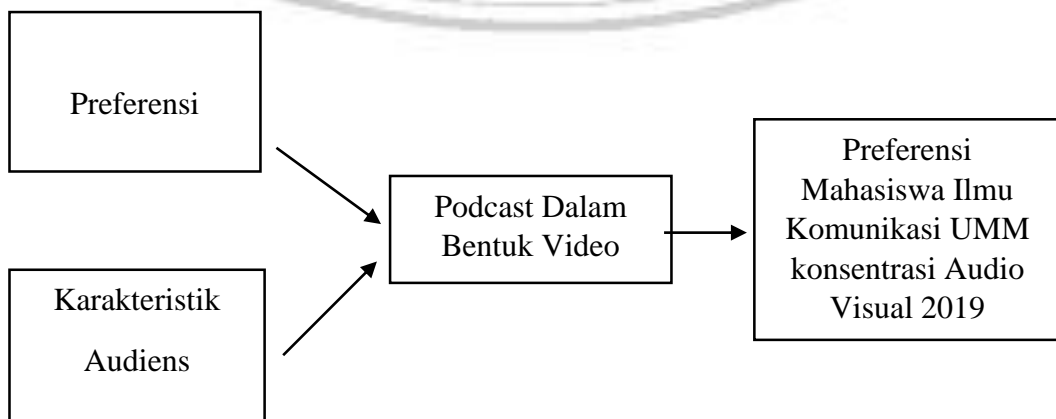
*Show Content* merupakan aspek tampilan konten podcast seperti mulai dari format video, editing, *coloring*, audio *mixing* dan *mastering*, durasi video podcast, transisi, *shot* kamera yang digunakan, hingga teknik *hosting*.

- **Feed content**

*Feed content* merupakan materi yang terdiri dari beberapa aspek guna menjadikan podcast menarik audiens yang tepat. Adapun beberapa aspek *feed content* dalam podcast yaitu judul, pengarang, kategori, deskripsi, kata kunci, judul setiap episode, deskripsi episode.

## 2.11 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir pada penelitian ini dibuat guna melihat adanya aspek pendukung dalam munculnya preferensi atau kecenderungan suka dari audiens. Preferensi audiens yang terjadi dilihat dari karakteristik masing-masing individu, sehingga karakteristik tersebut menciptakan preferensi yang bervariasi setiap individunya. Berdasarkan analisis diatas, maka kerangka berpikir penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

## 2.12 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu operasional kegiatan ataupun aktivitas yang didasari oleh variabel tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti berguna untuk ditarik serta menganalisis kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Variabel pada penelitian ini menggunakan variabel tunggal atau hanya menggunakan satu variabel, yakni podcast dalam bentuk video.

**Tabel 2.1 : Tabel Indikator Penelitian**  
Tabel 2. 1 Tabel Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item Pertanyaan
Podcast Dalam Bentuk Video	<i>Show Host</i>	Studio	1. Saya tertarik pada set studio video podcast pada channel youtube Noice
		<i>Talent</i>	2. Karakter host pada video podcast merupakan suatu aspek yang membuat saya menyukai channel Youtube Noice 3. Dalam memilih video podcast pada channel Noice, saya memilih video podcast yang memiliki host yang saya suka 4. Pemilihan bintang tamu dalam video podcast merupakan suatu aspek yang membuat saya menyukai channel youtube Noice 5. Dalam memilih video podcast pada channel Noice, saya memilih video podcast yang

			memiliki bintang tamu yang saya sukai
	<i>Show Graphic</i>	<i>Bumper Opening</i>	6. Saya menyukai grafis atau gambar bergerak yang ditampilkan pada channel youtube Noice 7. Grafis bumper pada opening video podcast merupakan aspek yang membuat saya menyukai video podcast pada channel youtube Noice
		<i>Bumper Closing</i>	8. Grafis pada closing video podcast merupakan aspek yang membuat saya menyukai video podcast pada channel youtube Noice
	<i>Music</i>	<i>Music Opening</i>	9. Saya tertarik dengan video podcast pada channel youtube Noice karena memiliki opening yang disertai dengan musik
		<i>Bumper Music</i>	10. Saya tertarik dengan video podcast pada channel youtube Noice karena memiliki efek-efek suara yang memperkaya pada kontennya
	<i>Subject Matter</i>	<i>Show Content</i>	11. Saya menyukai konsep audio visual video podcast pada channel youtube

			Noice (editing, coloring, mixing, mastering) 12. Durasi video podcast yang lebih pendek pada channel youtube Noice menjadi aspek yang membuat saya lebih nyaman dengan kontennya
		<i>Feed Content</i>	13. Penyajian topik dalam bentuk podcast video menjadikan penyampaian pesannya lebih efektif

### 2.13 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi sebuah acuan penulis dalam melakukan suatu penelitian sehingga dapat menambah wawasan akan teori yang akan dipakai dalam mengkaji sebuah penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian penulis :

**Tabel 2.2 : Tabel penelitian terdahulu**

Tabel 2. 2 Tabel Peneltian Terdahulu

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>
----------------------	-------------------------	-------------------------	------------------

Syifa Sharawati	Preferensi “Generasi X” tentang Televisi sebagai media massa (Studi kasus pada masyarakat generasi x di Jl. Dr. Cipto rt.02 rw.10 Kelurahan Bedali Kecamatan Lawang, Kabupaten Malang)	Berdasarkan hasil dari data yang telah diakumulasikan oleh peneliti, terdapat rata-rata yang dimiliki oleh masing-masing variabel pada preferensi generasi x tentang televisi sebagai media massa yaitu indikator edukasi 50%, informasi 54.74%, entertainment 45.64%, dan sosial kontrol 47.34%). Peneliti mendapatkan nilai rata-rata mendominasi pada indikator informasi yaitu dengan rata 54.74%.	Perbedaan penelitian terdapat pada fokus penelitian, yang dimana penelitian ini memfokuskan pada televisi sebagai media massa dan menggunakan generasi x sebagai subjek. Sementara penelitian yang dilakukan berfokus pada podcast dalam bentuk video.
<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Perbedaan</b>
Luh Appucha Pandu Liyanty	EFEKTIVITAS PODCAST SEBAGAI MEDIA BARU DALAM PENYEBARAN INFORMASI EDUKASI <i>BRAND LOCAL</i> (Studi Pada Pengikut Akun <i>Podcast Kata Dochi</i> )	Penelitian ini mendapatkan hasil nilai rata-rata yaitu 4 dari 5, yang dimana hasil tersebut membuktikan bahwa podcast kata Dochi efektif dalam penyebaran informasi dalam segala aspek dan dimensi yang telah dibahas oleh peneliti.	Perbedaan pada penelitian ini yaitu penelitian Luh Appucha Pandu Liyanty diteliti untuk mengetahui efektivitas atau seberapa efektif podcast Katadochi dalam penyebaran informasi melalui podcast. Sementara penelitian ini diteliti guna mengetahui seberapa tinggi preferensi audiens terhadap podcast dalam bentuk video.