

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Berkembangnya teknologi informasi dan era digital yang serba cepat menjadikan manusia harus dapat menyesuaikan dengan pesatnya perkembangan zaman. Perkembangan zaman ini mempengaruhi perkembangan industri terutama di bidang teknologi dengan munculnya startup. Pertama kali di kenalkan pada tahun 1998 di Amerika Serikat. Menurut Mudo (2015) startup merupakan perusahaan rintisan, berdasarkan semua perusahaan yang baru beroperasi. Istilah startup biasanya memiliki hubungan dengan internet, teknologi, dan web. Tidak hanya perusahaan belum lama yang menggunakan dunia maya, teknologi, produk atau aplikasi, perusahaan startup juga bisa berupa gerakan ekonomi masyarakat dan jasa supaya masyarakat mampu mandiri tanpa bantuan korporasi mapan dan besar.

Startup menjadi salah satu pilihan pekerjaan yang di minati oleh para anak muda, Mayoritas para pendiri perusahaan perintis tersebut adalah anak-anak muda berkisar pada usia 25 hingga 38 tahun. Mereka adalah generasi Y yang memulai bisnisnya dari modal minim, yaitu di bawah Rp 100 juta. Dari sisi gender, para pendiri masih didominasi laki-laki yaitu sebesar 91,2 persen, sedangkan founder perempuan hanya sebesar 8,8 persen. Selain itu 51 merupakan latar belakang pendidikan mereka sebesar 67,9 persen. Munculnya

banyak konten di sosial media dari perusahaan startup menarik banyak perhatian di kalangan anak muda.

Startup di Indonesia menjadi mulai terdengar di masyarakat sejak 2016 dengan munculnya “Gerakan Nasional 1000 Startup Digital” yaitu gerakan dari pemerintah Indonesia untuk memajukan Indonesia sebagai negara adidaya dan perkenomian negara. Dari sanalah muncul beberapa startup yang sekarang menjadi korporasi yang terkenal seperti, Gojek, Tokopedia, Ruang guru, Halodoc, dan sebagainya. Pada tahun 2020 Netflix juga merilis drama korea berjudul Start-up. Series tersebut terbilang sukses untuk mengenalkan Startup lebih luas lagi kepada kalangan anak muda di Indonesia, tetapi menurut beberapa pelaku startup di podcast Obrolan Kala Rehat pada episode 5, series ini terlalu berfokus pada percintaan sehingga kurang menampilkan sisi dari perusahaan startup.



Gambar 1. 1 Drama Korea Start-Up.

Sumber : [www.Netflix.com](http://www.Netflix.com)

Pada tahun yang sama salah satu industri penyiaran *podcast* sedang berkembang pesat. *podcast* menjadi salah satu sumber untuk mendapatkan informasi. *podcast* adalah program siaran berbentuk audio yang berfokus membahas tema atau topik tertentu, meski pada awalnya hanya berbentuk audio seiring perkembangan teknologi informasi, *podcast* berkembang bentuknya menjadi audio visual meski begitu beberapa kreator *podcast* tetap menjunjung bahwa bentuk *podcast* hanyalah *audio*.

Menurut Merriam Webster dalam (Meisyanti, 2020) menyebutkan bahwa *podcast* adalah suatu program melalui internet berupa *audio* yang dilampirkan ke *RSS (Really Simple Syndication)*, atau sebuah *digital data media series* yang didistribusikan oleh internet untuk pemutar *media portable* dan komputer. *RSS* adalah singkatan dari *Really Simple Syndication* atau *Rich Site Summary*, terkadang disebut dengan *feed* atau *RSS feed*.

*RSS* adalah tipe *web feed* yang mengizinkan *user* dan aplikasi untuk menerima *update* reguler dari *website* atau blog yang mereka pilih. Secara sederhana, *podcast* diartikan sebagai teknologi yang digunakan untuk mendistribusikan, menerima dan mendengarkan konten secara *audio ondemand* yang diproduksi oleh profesional maupun radio amatir (Bonini, 2015). Berbeda dengan radio konvensional yang melakukan siaran secara linear, Podcast hadir dengan format siaran audio *on-demand*, artinya pendengar dapat menentukan sendiri waktu dan topik yang ingin didengarkan.

*Podcast* menjadi salah satu media yang sangat informatif di era digital, banyaknya kreator yang bergabung ke beberapa platform seperti *Spotify*, *Noice*, dan *Youtube* kini banyak sekali konten dengan berbagai macam pembahasan dan tema. Beberapa kreator *podcast* atau yang biasa disebut *podcaster* di Indonesia sudah banyak yang memiliki kontrak khusus dengan *platform podcast* salah satunya *Spotify*. Pada tahun yang 2018 salah satu platform pemutar musik yaitu *Spotify* merilis fitur *podcast*. Fitur ini ternyata sangat diminati di Indonesia, muncul nya kreator seperti PODKESMAS, Podcast Ancur, RAPOT, Rintik Sedu dan masih banyak lagi yang mengangkat *platform podcast spotify* ini ke masyarakat.

Walaupun *podcast* hanya berisi audio, banyak orang menggemari *platform* ini, berdasarkan data dari [www.business2community.com](http://www.business2community.com) *Spotify* mengalami kenaikan *podcaster* sebesar 175% dari 2018 hingga 2022 dengan jumlah *podcast* yang berada di *Spotify* berjumlah 5 Juta *Podcaster*.

Tahun	Jumlah podcast
2019	sekitar 700.000
2020	lebih dari 2,2 juta
2021	lebih dari 3,6 juta
2022	lebih dari 5 juta

Gambar 1. 2 Data Jumlah *Podcaster* di Dunia.

Sumber : [www.business2community.com](http://www.business2community.com)

Berdasarkan pada data diatas membuktikan bahwa Industri *podcast* berkembang sangat pesat. Menurut data dari situs kemenparekraf, Per 1 November 2022, Indonesia berhasil menempati 10 besar negara dengan

pendengar *podcast* terbanyak secara global. Dengan suksesnya *platform podcast* di Indonesia menjadikan *podcast* sebagai media massa yang terpercaya, Menurut Nurudin (2014 :69) media massa menjalankan fungsi untuk mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Melalui media masyarakat dapat meyetujui serta menolak sebuah kebijakan pemerintah. Lewat media pula berbagai inovasi serta perubahan dapat dilakukan dengan mudah. Marshal Mc Luhan menyebutnya sebagai *The Extension Of Man* ( ekstensi manusia itu sendiri), dengan kata lain adalah perpanjangan serta perluasan dari kemampuan jasmani serta rohani manusia itu sendiri (F. Rachmadi, 1990).

Lahir dan berkembangnya teknologi informasi membawa banyak perubahan untuk masyarakat. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi, pola pikir dari masyarakat mengalami perubahan. Pada awalnya masyarakat mendapatkan informasi dengan menggunakan media koran, radio, dan televisi tetapi seiring perkembangan zaman masyarakat sekarang dapat dengan mudah mengakses informasi dengan menggunakan internet, menurut hasil survey penetrasi internet Indonesia yang dilaksanakan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada Januari 2024, Indonesia memiliki 221 juta pengguna internet di awal tahun 2024 dari total populasi 278 juta jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survey penetrasi internet Indonesia ini menyentuh angka 79,5%, dan menurut data dari website *We Are Social* pengguna internet di seluruh dunia mencapai angka 5.35 miliar jiwa dengan pengguna media sosial berjumlah 5.04 miliar jiwa.

Data di atas menjadi sebuah pembuktian perkembangan teknologi informasi. Seiring perkembangan zaman juga media ikut berubah, media adalah perantara yang terhubung antara dua pihak, atau sarana komunikasi seperti, koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk (Dagun, 2006:634), seiring pesatnya penyebaran pengguna internet, media mulai tergeser dan lahirlah media baru atau *New Media*, dikutip dari buku Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing (2021) karya Rahmanita Ginting, dkk, *New Media* adalah media yang menggunakan internet berbasis teknologi *online*, memiliki karakter yang fleksibel, dapat bersifat interaktif, dan dapat berfungsi secara privat atau publik. Hadirnya *new media* maka lahirlah berbagai macam *platform* media informasi, seperti media sosial, *google*, *Podcast*, dan sebagainya.



Gambar 1. 3 Hasil Survei Penggunaan Internet di Dunia

Sumber : [www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com).

Berdasarkan data yang telah di paparkan sebelumnya, terlihat dari popularitas *podcast* di Indonesia di manfaatkan oleh komunitas *Deep tech* dibawah naungan *Startup Pemimpin.id* untuk memperkenalkan *Startup* melalui *platform podcast* *Obrolan Kala Rehat*. *Podcast* *Obrolan Kala Rehat* adalah sebuah *podcast* yang berisi 4 pembawa acara yang menjalani karir di *Startup*, yaitu Aji Suradika (CEO *Pemimpin.id*), Prasetyo Andi Wicaksono (*Product Manager Tiket.com*), Adityo Pratomo (*Product Manager Gopay*), dan Rama Rahmanda (*Manager Engineering Manager Ajaib*).

*Podcast* *Obrolan Kala Rehat* atau biasa disebut *OKR* berisikan pembahasan mengenai kehidupan didalam *Startup* dan di bawakan dalam obrolan ringan yang dapat dengan mudah dimengerti oleh para Masyarakat Indonesia, terutama para anak muda yang ingin berkarir di *Startup*.



Gambar 1. 4 Cover *Podcast* *Obrolan Kala Rehat*

Sumber : [www.spotify.com](http://www.spotify.com)

*Podcast* *OKR* telah merilis 80 Episode dan berdiri sendiri tanpa di bawah naungan *Pemimpin.id* pada Februari 2022. *Podcast* *OKR* telah di dengar

sebanyak 84.573 kali diseluruh platform meliputi *Spotify, Noice, Pogo Fn, Apple Podcast, dan Google Podcast*, dengan 2.414 pengikut di *Spotify*.

Sebelum penelitian ini dilakukan, penulis melaksanakan program magang di *Pemimpin.id* sebagai *podcast producer* pada tahun 2021 dan memegang beberapa *podcast* yang berhubungan dengan teknologi dan *startup*. Hal tersebut menambah ketertarikan penulis untuk menganalisa lebih lanjut seputar konten *podcast* sebagai sarana media informasi menggunakan teori media baru dan 4 pilar strategi sosial media Dalam buku “*The Social Media Bible*” karangan Lon Safko dan David K. Brake (John Wiley & Sons, 2009) disebutkan keempatnya adalah komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan Hiburan.

Maka menurut pemaparan di atas tentang besarnya potensi *podcast* sebagai sarana media informasi yang berkualitas, *Podcast Obrolan Kala Rehat* yang memiliki potensi yang dapat di kembangkan dalam pembuatan konten informasi seputar *Startup*, Penulis memilih *Podcast Obrolan Kala Rehat* sebagai subjek penelitian untuk mengetahui menganalisis konten yang dimiliki *Podcast Obrolan Kala Rehat*.

Hasil dari penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi oleh tim *Podcast Obrolan Kala Rehat* sehingga penulis akan melakukan sebuah penelitian yang berjudul “ANALISIS ANALISIS KONTEN *PODCAST* SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN EDUKASI START UP DI INDONESIA (Studi Deskriptif Pada *Podcast Obrolan Kala Rehat*)”.

## **1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian merupakan Batasan masalah dalam sebuah penelitian. Untuk itu berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, penulis melakukan sebuah penelitian yang berfokus pada Analisis konten *Podcast* Obrolan Kala Rehat sebagai media informasi dan edukasi *Startup* di Indonesia.

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Dalam penelitian ini, ada 4 fokus pertanyaan yang diteliti :

1. Bagaimana isi dan bentuk komunikasi konten *podcast* Obrolan Kala Rehat?
2. Bagaimana upaya komunikasi tim *podcast* Obrolan Kala Rehat mengolaborasikan OKR *Podcast* dengan kreator atau pihak lain?
3. Bagaimana upaya *podcast* Obrolan Kala Rehat dalam berkomunikasi mengedukasi masyarakat mengenai *Startup*?
4. Bagaimana *podcast* Obrolan Kala Rehat bertahan di industri hiburan?

## **1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan mengetahui :

1. Isi dan bentuk konten *podcast* Obrolan Kala Rehat.

2. Kolaborasi yang dilakukan oleh tim *podcast* Obrolan Kala Rehat dalam Upaya membantu penyebaran konten.
3. Edukasi yang diberikan ke masyarakat mengenai *Startup*.
4. Persaingan *podcast* Obrolan Kala Rehat di industri hiburan.

### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, kegunaan penelitian ini dapat di tinjau dari dua aspek, yaitu :

#### **1.3.2.1. Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang platform podcast sebagai sumber informasi dan edukasi di era modern ini. Selain itu peneliti berharap dapat menambah informasi yang bermanfaat bagi masyarakat umum dan mahasiswa ilmu komunikasi, dan dapat dijadikan rujukan dalam mengembangkan penelitian yang serupa kedepannya.

#### **1.3.2.2. Praktis**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis, diantaranya :

1. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, dapat memberikan karya peneliti baru yang dapat mendukung pengembangan ilmu di bidang Komunikasi dan industri *podcast*.

2. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan dan pemikiran dengan mengaplikasikan ilmu yang telah di peroleh secara teori di lapangan.
3. Bagi peneliti lain, dapat dijadikan sebagai acuan terhadap pengembangan ataupun pembuatan dalam penelitian yang sama.