

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan berkembangnya zaman, ilmu pengetahuan dan teknologi semakin modern, dan kebutuhan manusia semakin kompleks. Dalam artikel di Komspasiana.com (Krisdyahayu, 2018), manusia telah menciptakan Internet dari sistem milik Departemen Pertahanan AS pada awal 1970-an. Pada tahun 1993, ditemukan sistem navigasi yang memudahkan pengguna untuk menemukan yang mereka cari. *Browser* pertama yang ditemukan adalah Mosaic. Ini merupakan langkah awal lahirnya Internet Explorer milik Microsoft, Google dan Yahoo. Lalu lahir berbagai media sosial, seperti Friendster, MySpace, Facebook, Instagram, Line, Whatsapp, dan lain-lain.

Hal ini merubah segalanya. Lahirnya internet menjadi ancaman untuk media massa. Media sosial yang dapat diakses kapan pun dan dimana pun menjadi kelebihan andalannya. Keberadaan media massa mulai tergeser dengan internet dan memaksa mereka untuk melakukan digitalisasi media. Kini marak TV dan radio yang dapat diakses melalui internet dengan *live streaming*.

Digitalisasi media ini kemudian menciptakan sebuah media baru yang dapat diakses kapan dan dimana saja, yakni *podcast*. *Podcast* merupakan media audio non *streaming*, berbeda dengan radio. Media ini mulai populer pada tahun 2007 ketika Apple mengeluarkan aplikasi khusus *podcast* yang dapat diputar dan diunduh melalui produk-produknya, seperti Mac dan iPod.

Melalui *podcast*, masyarakat dapat memilih berbagai macam topik pembahasan, seperti berita, edukasi, komedi, hiburan, dan lain-lain. Pendengar dapat memilih bebas sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Mereka bisa mendapatkan apa yang tidak didapatkan dari TV, radio atau media massa lainnya.

Salah satu media favorit untuk mengakses *podcast* adalah Spotify. Dalam laman resmi Spotify, disebutkan Spotify adalah media pemutar yang memudahkan pengguna dalam menemukan musik atau *podcast* yang tepat untuk setiap saat, yang dapat diakses melalui *handphone*, komputer, tablet, dan yang lainnya. Terdapat jutaan lagu dan episode *podcast* di Spotify. Semuanya dapat diakses kapan dan dimana saja. Untuk menggunakannya, pengguna dapat berlangganan atau secara gratis.



Gambar 1.1 Logo Spotify

(Sumber: google.com)

Pada tahun 2018, DailySocial bekerja sama dengan JakPat Mobile Survey melakukan survei di Indonesia untuk mengukur bagaimana perkembangan *podcast* di Indonesia dan mengetahui preferensi pengguna dalam memilih konten *podcast*. Dengan 2032 responden, didapatkan hasil survei sebagai berikut: (1) 67,97% responden akrab dengan *podcast*; (2) 43,23% responden tertarik dengan *podcast*; (3) 25,29% responden lebih memilih *podcast* dibanding radio dan 56,73% memilih keduanya; (4) 52,02% responden memilih Spotify untuk mendengarkan *podcast*; (5) 65% responden mendengarkan *podcast* karena kontennya yang variatif; dan (6) 70% responden mengakui konten *podcast* yang paling menarik adalah tentang hiburan (Eka, 2018).

Dalam survei tersebut, kriteria responden yang didapatkan adalah 57,09% laki-laki dan 42,91% perempuan, 80,57% berasal dari Pulau Jawa, dan 53,32% berusia 16-25 tahun.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan DailySocial bersama JakPat Mobile Survey pada tahun 2018, responden terbanyak berasal dari Pulau Jawa dan berada dalam rentang umur 16-25 tahun. Spotify menjadi media pilihan mereka untuk mendengarkan *podcast* dengan jumlah 52,02%. Dan mereka lebih menyukai konten *podcast* yang bertemakan hiburan sebagai pilihan dengan jumlah 70%.

Dalam laman resmi jabarprov.go.id (Pemerintah Provinsi Jawa Barat, 2019), disebutkan bahwa pengguna media sosial di Jawa Barat sebesar 16,4 juta dan Kota Bandung merupakan pengguna terbesar. Dilansir dari cnnindonesia.com, sebanyak 42,2% remaja di Kota Bandung menggunakan internet untuk hiburan dan 33,4% untuk media sosial. Hal ini yang kemudian menjadi landasan penulis untuk mengkaji lebih lanjut.

Tabel 1.1 Penggunaan Internet Pelajar SMA di 4 kota di Indonesia

No.	Keterangan	Kota			
		Bandung	Denpasar	Pontianak	Surabaya
1.	Tugas Sekolah	14,4%	26,4%	6,2%	27,8%
2.	Media Sosial	33,4%	32,8%	32,2%	27%
3.	<i>Chatting</i>	10%	16,2%	14,6%	13,4%
4.	Hiburan	42,2%	24,6%	47%	31,5%
5.	Lainnya	0%	0%	0%	0,2%

(Sumber: cnnindonesia.com)

Menurut teori *uses and gratifications* dari Herbert Blumer dan Elihu Katz, pengguna media memiliki peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Mereka bebas memilih sumber media yang paling baik demi

memenuhi kebutuhannya. Hal itu karena masing-masing orang memiliki perbedaan pemanfaatan medianya. Apakah itu untuk mendapatkan edukasi, hiburan, berita, semua tergantung kebutuhannya masing-masing.

Hasil penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Ar-Raniry” oleh Rahmi Ananda Putri pada tahun 2019, menyimpulkan bahwa terdapat nilai korelasi yang tinggi (-0,909) pada fitur-fitur instagram dengan seringnya pengguna menggunakan instagram sehingga minat fotografi meningkat. Hal ini sesuai dengan teori *uses and gratifications* yang menimbulkan hasil atau efek yang akan membawa pengguna kepada keputusannya untuk menggunakan instagram.

Hasil penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Pemenuhan Informasi Calon Gubernur Jawa Barat bagi Pemilih Pemula di Kabupaten Karawang” oleh Maulana Rifai dan Fajar Hariyanto pada tahun 2018, menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara menggunakan media sosial terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat dengan jumlah 11,02%. Hal tersebut menunjukkan bahwa menggunakan media sosial segala informasi yang responden butuhkan dapat terpenuhi dan merasakan kepuasannya. Sejalan dengan teori *uses and gratifications* dimana khalayak aktif akan media, khalayak berhak menentukan media mana saja yang akan digunakan sebagai pemuas kebutuhannya (Ardiyanto *et al*, 2015:74).

Terdapat pengaruh yang signifikan antara isi pesan media sosial terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat dengan jumlah 18,92%. Hal tersebut menunjukkan bahwa menggunakan media sosial dapat menunjang pemenuhan informasi bagi khalayak. Khalayak memilih media sosial sebagai kebutuhannya.

Dan terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik konten media sosial terhadap pemenuhan informasi calon gubernur Jawa Barat dengan jumlah 16,00%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna media sosial mendapatkan

kesempatan yang luas untuk memaksimalkan tujuan pemenuhan informasi mengenai calon gubernur Jawa Barat.

Hasil penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Babe (Baca Berita Indonesia) Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa (Studi Uses and Gratifications pada Mahasiswa Kota Bandung)” oleh Wa Ode Ferawati pada tahun 2017, menyimpulkan bahwa penggunaan aplikasi Babe menunjukkan predikat yang baik dan sudah memiliki intensitas penggunaan, isi pesan dan hubungan dengan isi media Babe yang tinggi dengan nilai 70,8%. Pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Bandung pada Babe menunjukkan predikat yang baik dengan nilai 73,3% yang berarti kepuasan dan pengetahuan penggunanya telah terpenuhi dengan aplikasi Babe.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik melakukan pengkajian untuk mencari tahu Pengaruh Konten Media *Podcast* di Spotify Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan di Kalangan Remaja Kota Bandung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti mencoba mengidentifikasi masalah yaitu:

Bagaimana pengaruh konten media *podcast* di Spotify terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan di kalangan remaja Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar dan signifikan pengaruh konten media *podcast* di Spotify terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan di kalangan remaja Kota Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti selanjutnya dalam bidang keilmuan komunikasi mengenai kajian penggunaan media massa sebagai salah satu teknologi komunikasi.

Manfaat Praktis:

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan bagi kanal-kanal *podcast* di Spotify dalam pemilihan konten yang dihadirkan. Serta bagaimana penyajian yang dibawakan agar dapat menarik calon pendengar lebih banyak.