

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi menggunakan media sudah ada sejak zaman dahulu, penggunaan media tentu ditujukan sebagai alat untuk membantu agar sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik tanpa tatap muka secara langsung. Terlebih bila informasi ingin disampaikan kepada khalayak ramai, maka penggunaan media adalah langkah tepat yang efektif karena dapat menyebarkan informasi dalam sekali siar. Dulunya radio merupakan media komunikasi berupa audio yang sering digunakan, namun mulai tergantikan sejak adanya media digital. Sebelum munculnya media digital seperti saat ini, informasi hanya berlaku dalam satu waktu. Ketika pendengar sedang mendengarkan sebuah siaran di radio, ia tidak dapat mengulang kembali siaran tersebut, karena sifatnya yang hanya bisa didengarkan saat siaran. Namun seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, masyarakat mulai bergeser pada penggunaan media digital sebagai alat untuk mendapatkan informasi.

Berbeda dengan radio, *podcast* adalah salah satu media untuk menyebarkan informasi kepada khalayak ramai, dimana pendengar dapat mengaksesnya secara gratis dan mudah. Hal ini dipertegas oleh Radika (2020:102) yang mengatakan bahwa pendengar dapat mengakses *podcast* kapan dan dimana saja karena sifatnya yang *on demand*. Selanjutnya, menurut Yuliatri pada *website* milik Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat, pendengar memanfaatkan *podcast* karena konten-kontennya yang menarik. Sedangkan bagi *podcaster* (orang yang menerbitkan *podcast*), *podcast* adalah sebuah langkah efektif untuk menjangkau banyak pendengar. (Sumber: <http://disdik.jabarprov.go.id/> diakses pada 14 April 2021 pukul 13.09 WIB)

Beberapa perusahaan internasional seperti Sephora, Microsoft, dan McDonald's mulai menggunakan *podcast* sebagai media dalam penyampaian informasi, baik untuk membangun kembali *brand*, memberikan inspirasi serta semangat atau sebagai alat dalam kampanye pemasaran sesuai dengan tujuan dari *podcast* itu sendiri. Perusahaan Indonesia seperti Tokopedia, Pegipegi, dan Paragon pun juga menggunakan *podcast* sebagai media penyebaran informasi.

Walau *podcast* mengalami peningkatan popularitas, namun *podcast* yang membahas mengenai Kota Bandung masih terbilang minim. Dengan itu, Diskominfo Kota Bandung menginisiasi pembuatan *podcast* yang diberi nama Bandung *International* di aplikasi Spotify, dengan menyuguhkan konten-konten yang berhubungan dengan pemerintah dan juga Kota Bandung, seperti *sharing* bersama CPNS, inovasi lurah di kewilayahan masing-masing, program kerja dari pemerintah, komunitas-komunitas di Kota Bandung, dan informasi lainnya.

Berdasarkan pra-riset yang dilakukan peneliti pada Kamis, 15 April 2021 di Bandung Command Center. Diskominfo Kota Bandung menggunakan *podcast* sebagai media penyebaran informasi karena melihat adanya peluang serta peningkatan popularitas pada media *podcast*. Dengan itu, pemerintah ingin menysasar pendengar yang ada dengan membuat sebuah pergeseran inovasi, dari yang dulunya menyebarkan informasi menggunakan radio, kini sudah menggunakan *podcast*. Inovasi inipun tentunya tidak terlepas dari kebijakan pimpinan. Koordinator Hubungan Masyarakat (Humas) Bandung Command Center Diskominfo Kota Bandung juga menyampaikan bahwa pimpinan Diskominfo Kota Bandung memberikan kebijakan untuk mulai menyebarkan informasi kepada masyarakat menggunakan media baru yang dapat diakses dengan mudah kapan dan dimana saja. Bila biasanya *podcaster* dari *podcast* pemerintah adalah orang-orang yang bekerja di pemerintahan. *Podcast* milik Diskominfo Kota Bandung membawa konsep berbeda, dimana *podcaster* ialah anak-anak muda generasi Z di Kota Bandung.

Walau bukan hal yang mudah untuk mengajak masyarakat mendengarkan konten pemerintah. Dalam rangka menyebarkan informasi, Diskominfo Kota Bandung berupaya melakukan berbagai langkah agar informasi tepat pada sasaran. Koordinator Humas Bandung Command Center Diskominfo Kota Bandung menyampaikan upaya yang dilakukan agar informasi dapat sampai kepada masyarakat, diantaranya ialah 1) Melakukan konsep secara matang, dimulai dari kebutuhan segi teknis, metode, gaya penyampaian, hingga pertanyaan yang akan ditanyakan kepada narasumber, 2) Mengkonversi *podcast* kedalam bentuk audio visual berbentuk video yang ditampilkan di YouTube, 3) Serta mengundang orang-orang yang memiliki basis massa sebagai narasumber, seperti *founder*, pemuda-pemudi berprestasi, lurah-lurah yang memiliki basis di kewilayahan masing-masing, dan lainnya.

Diskominfo Kota Bandung memiliki fokus untuk terus menyebarkan informasi kepada masyarakat menggunakan media *podcast*. Namun, belum diketahui bagaimana peran *podcast* yang dilakukan Diskominfo Kota Bandung dan efek informasi yang ditimbulkan dari penggunaan *podcast* tersebut.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai peran *podcast* sebagai media untuk menyebarkan informasi dan efek yang ditimbulkan dari mendengarkan *podcast* Diskominfo Kota Bandung, sehingga disusunlah skripsi dengan judul, “Peran *Podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung Sebagai Media Penyebaran Informasi Pada Generasi Z”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus pada penelitian ini ialah sebagai berikut.

1. Bagaimana peran *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung sebagai media penyebaran informasi pada generasi Z?
2. Bagaimana hasil penyebaran informasi *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung pada generasi Z?

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang dipaparkan di atas, maka pertanyaan pada penelitian ini ialah, “Bagaimana perencanaan komunikasi *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung sebagai media penyebaran informasi pada generasi Z?”.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian dan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan perencanaan komunikasi *podcast* Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung sebagai media penyebaran informasi pada generasi Z.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Setiap penelitian memiliki kegunaan agar dapat diambil manfaatnya pada kemudian hari, baik secara teoritis maupun praktis.

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis dari penelitian ini diharapkan menjadi pengembang penelitian pada bidang komunikasi guna menambah pengetahuan serta wawasan mengenai media baru dan *podcast*. Serta dapat dijadikan referensi pada penelitian sejenis, khususnya mengenai peran media *podcast*.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi penulis dan pembaca mengenai informasi-informasi yang terdapat di Kota Bandung secara umum. Khususnya terkait Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung yang menyebarkan informasi pada generasi Z menggunakan media *podcast*.

## 1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Kegiatan penelitian dilakukan pada rentang waktu Maret 2021 sampai dengan Januari 2022.

**Tabel 1.6.1 Waktu dan Periode Penelitian**

KEGIATAN	2021										2022
	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGST	SEPT	OKT	NOV	DES	JAN
Menentukan Topik Penelitian											
Pra-penelitian dan Observasi											
Pengajuan Proposal											
Pengajuan Seminar Proposal											
Pengumpulan Data											
Penelitian (Wawancara)											
Pengolahan Hasil Penelitian											
Sidang Akhir											

(Sumber: Olahan Peneliti, 2021)