

## PLATFORM DIGITAL SIARAN SUARA BERBASIS *ON DEMAND* (STUDI DESKRIPTIF *PODCAST* DI INDONESIA)

Meisyanti<sup>1</sup>, Woro Harkandi Kencana<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Persada Indonesia Y.A.I  
meisyanti.hutagaol@gmail.com

**Diterima** : 18 November 2019; **Review** : 06 Februari 2020; **Direvisi Author** : 10 Februari 2020; **Terbit** : 14 Februari 2020

### ABSTRACT

Saat ini *podcast* mengalami perkembangan pesat di Indonesia. *Podcast* banyak diproduksi oleh para kreator secara individu maupun group media massa di Indonesia. Karakteristik yang dimiliki *podcast* sama seperti yang dimiliki oleh radio, bedanya adalah *podcast* berbasis *on demand* atau sesuai dengan kebutuhan pendengarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan dan pemetaan *podcast* sebagai platform digital siaran suara berbasis *on demand* di Indonesia. Teori yang digunakan adalah determinasi teknologi dimana media yang digunakan untuk menyampaikan pesan bukan hanya sekedar alat, tetapi memiliki peranan tertentu. Masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh isi tetapi juga dipengaruhi oleh media yang digunakan. Metode riset yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi pada *podcast-podcast* di Indonesia dan menggunakan studi literatur sebagai penunjang pada penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemetaan kategori-kategori *podcast* yang ada saat ini disesuaikan dengan kebutuhan pendengarnya. Perkembangan pesat *podcast* memunculkan beberapa aplikasi *streaming* seperti PodMe, Noice dan Spotify saat ini menjadi aplikasi *streaming* auditori populer. Ke depan tidak menutup kemungkinan *podcast* akan semakin berkembang pesat di Indonesia dan dapat melengkapi siaran radio sekaligus menjadi alternatif dari konten yang berbentuk video. Konten *podcast* juga bisa dipastikan akan berkembang dengan adanya kreativitas dari para kreator *podcast* yang disesuaikan dengan karakteristik *podcast* yaitu berbasis *on demand* atau sesuai dengan kebutuhan pendengar.

Kata kunci : *podcast*, platform digital suara, *on demand*

### 1. PENDAHULUAN

Berkembangnya internet di dunia tentu menimbulkan efek di berbagai bidang antara lain pada bidang media penyiaran. Radio dan televisi sebagai media penyiaran konvensional di beberapa tahun ini mengalami perubahan menuju ke arah digital. Kedua media penyiaran ini menggunakan internet dalam memperluas jangkauan siaran. Radio misalnya dalam menjawab kebutuhan zaman, saat ini

bentuk siaran dapat dinikmati dengan menggunakan radio *streaming* baik dengan cara membuka *website* radio tersebut atau mengunduh aplikasi radio *streaming*. Begitupun dengan televisi, untuk dapat bersaing dengan *Youtube*, televisi harus mampu memanfaatkan internet dengan sebaik mungkin. Dengan adanya internet menonton televisi bisa menggunakan *laptop*, gawai dan lainnya yang berarti bisa

ditonton di mana dan kapan saja secara *streaming* maupun *video on demand*.

Kelebihan televisi yang memiliki karakteristik audio visual, tentu membuat masyarakat lebih tertarik menggunakan televisi dibandingkan mendengarkan radio yang hanya berupa audio. Tapi hal tersebut tidak membuat radio ditinggalkan oleh pendengarnya, walaupun televisi masih menjadi media massa utama di masyarakat namun penikmat siaran suara ternyata masih ada. Hal ini didapatkan berdasarkan hasil temuan *Nielsen Radio Audience Measurement* pada kuartal ketiga tahun 2016 yang menunjukkan bahwa 57% dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan Millenials atau para konsumen masa depan dan empat dari sepuluh orang pendengar radio mendengarkan radio melalui perangkat yang lebih personal yaitu *mobile phone*. Selain itu *Nielsen Radio Audience Measurement* mencatat bahwa penetrasi radio pada kuartal ketiga di tahun 2016 berada di angka 38% yang berarti angka penetrasi mingguan ini, menunjukkan bahwa media radio masih didengarkan oleh sekitar 20 juta orang konsumen di Indonesia. Para pendengar radio di 11 kota di Indonesia yang disurvei Nielsen ini setidaknya menghabiskan rata-rata waktu 139 menit per hari. Data dari Nielsen juga menunjukkan bahwa waktu mendengarkan

radio per minggu, rupanya bertumbuh dari tahun ke tahun. Jika di tahun 2014 pendengar radio hanya menghabiskan waktu mendengarkan radio 16 jam per minggunya, hasil ini meningkat terus di tahun 2015 (16 jam 14 menit per minggu) dan tahun 2016 (16 jam 18 menit).

Dari data di atas, dipastikan bahwa ada 4 dari 10 orang yang mendengarkan radio melalui *mobile phone*. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan internet bisa membantu radio untuk tetap eksis dalam bidang penyiaran dan menunjukkan bahwa siaran berbasis suara masih menjadi pilihan beberapa orang. Selain berdampak kepada media, perkembangan internet tentu memiliki efek kepada pengguna media tersebut. Dengan mudahnya mengakses internet, audiens akan lebih mudah memilih siaran radio atau program televisi yang sesuai dengan kebutuhannya. Maka dari itu pihak pengelola media sekarang banyak yang membuat medianya sesuai dengan kebutuhan (*on demand*) audiens agar audiens menggunakan media tersebut.

Di tengah perkembangan teknologi yang pesat perilaku manusia dalam mengonsumsi televisi maupun mendengarkan radio mengalami perubahan, ditambah adanya layanan *streaming* yang lebih banyak dinikmati oleh masyarakat saat ini. Jika melihat

kebutuhan audiens, maka bisa dipastikan radio tidak dapat *cover* semua kebutuhan audiensnya. Setiap audiens memiliki kebutuhan tersendiri dan radio hanya bisa menyajikan kebutuhan yang rata-rata menjadi kebutuhan banyak orang. Tentu hal ini akan berbeda jika ada layanan *streaming* yang dapat menjawab kebutuhan masyarakat, tentunya mereka akan lebih memilih layanan *streaming* tersebut.

Salah satu layanan *streaming* berbentuk siaran suara adalah *podcast*. Berdasarkan sejarahnya *podcast* lahir seiring kelahiran iPod produksi Apple yang diperkenalkan Steve Jobs pada 2001. *Podcast* dapat dikatakan sebagai “*iPod broadcasting*” alias siaran dengan menggunakan iPod. Berbeda dengan radio FM atau AM konvensional, *podcast* tidak menyiarkan siarannya secara linear. *Podcast* yang serupa dengan *Youtube* itu merupakan *platform* siaran suara *on demand*. Kala seseorang ingin mendengarkan, ia tinggal mengunduh seri *podcast* keinginannya, tanpa perlu menunggu waktu tertentu selayaknya radio konvensional yang melakukan siaran di saat-saat tertentu. Karena sifatnya yang *on demand* itu pula, suatu siaran *podcast*, bisa didengarkan berulang-ulang (Zaenudin, 2017).

Definisi *podcast* menurut Merriam-Webster: "Suatu program (seperti musik atau pembicaraan) tersedia dalam format digital untuk pengunduhan otomatis melalui Internet sebagai *file* audio yang dilampirkan ke umpan RSS. Istilah ini mulai digunakan pada tahun 2004, ketika iPod sedang populer. Pada saat itu, teknologi dikembangkan untuk memungkinkan berlangganan *feed* dengan tautan ke *file* audio yang dapat diunduh. Dengan begitu tidak perlu mengunjungi situs web dan blog tertentu yang menawarkan acara audio favorit. *Podcast* menggunakan perangkat lunak untuk "berlangganan" dan secara otomatis diberitahu ketika episode baru tersedia. Karena *bandwidth* untuk kebanyakan orang terbatas, mengunduh *file* untuk mendengarkan secara *offline* sangat berguna. ( Henning,2017)

*Podcasting* merupakan teknologi perkembangan media yang menarik karena siapa saja dapat terlibat, mengekspresikan diri, bertukar ide, atau melempar produk mereka. Apa pun minat orang, ada tempat bagi mereka di *podcasting*. *Podcasting* menempatkan kekuatan untuk berkomunikasi ke tangan individu. Tanpa sebuah sistem dan aturan, dapat menjangkau khalayak yang lebih beragam secara geografis daripada stasiun radio dengan pemancar AM / FM paling kuat di

dunia. Semua tanpa pemancar, tanpa satelit, tanpa peraturan. Individu telah diberdayakan dan diberi suara yang setara. perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan untuk membuat podcast Yang merupakan peluang besar untuk terhubung ke komunitas *podcast*. (Geoghegan & Klass, 2007).

### **Karakteristik Media Radio pada Podcast**

Berbeda dengan televisi, pendengar radio itu tidak perlu menilai sesuatu yang tampil dari layar kaca. Karena radio memiliki karakter personal, yang membuat pendengar merasa dekat. Apa yang disampaikan oleh penyiar masuk ke benak pendengar sehingga langsung diterima. Oleh karena itu seorang penyiar yang baik dalam melakukan siaran harus berbicara seperti kepada satu orang atau individu, bukan kepada banyak orang. Kedekatan pendengar dengan stasiun radio ini menjadi nilai lebih dari media radio yang hanya mengandalkan suara. Keterbatasan hanya pada suara bukan berarti radio menjadi tersisih dari mediamedia lain. Hanya dengan suara, pendengar menjadi bisa berimajinasi hanya mengacu pada suara. Menurut Stanley Alten yang dikutip oleh Rusdi (2019) dalam bukunya *Audio in Media*, suara mempunyai komponen

visual yang menciptakan gambar di benak pendengar atau *theatre of mind*.

Mengutip New York Magazine, podcast hadir dalam beragam jenis. Ada podcast perihal perbincangan politik, olahraga, komedi, hingga serial podcast yang menyajikan materi fiksi secara berkelanjutan. Data yang didapatkan dari *Edison Research*, menunjukkan bahwa terdapat 39 juta pendengar *podcast* di Amerika Serikat di akhir bulan. Sementara merujuk data Statista, 24 persen orang dewasa di Amerika Serikat, mengkonsumsi siaran *podcast*. Data lainnya, merujuk pemberitaan *Business Insider*, diestimasi bahwa 20 persen penduduk Amerika Serikat yang berumur antara 18 hingga 49 tahun, setidaknya mendengarkan satu kali siaran podcast tiap bulannya. *Publisher* atau penerbit *podcast* yang populer ialah NPR, WNYP Studios, dan How Stuff Works (Zaenudin, 2017).

Di Indonesia sendiri berdasarkan pada tahun 2018, menunjukkan bahwa dari sample sebanyak 2018 orang ada 67,97% yang sudah familiar dengan *podcast*. Selain itu juga didapatkan data alasan mendengarkan podcast adalah 65% karena konten yang bervariasi, 62,69% karena *flexibility (on demand)* dan 38,85% karena lebih nyaman daripada konten visual. Data ini dikutip berdasarkan survei yang

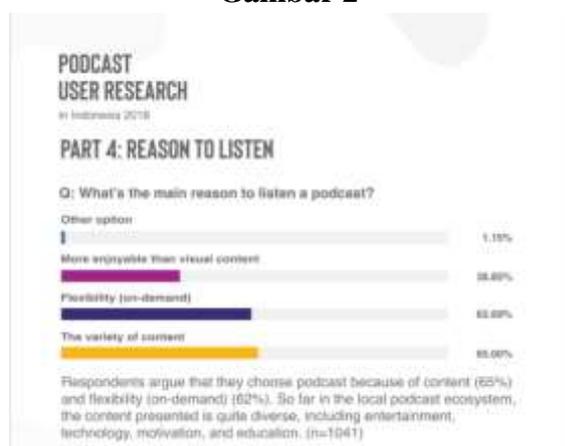
dilakukan oleh *Dailysocial.id* (Eka, 2018, p. 2 dan 5).

**Gambar 1**  
**Survey Pengguna Podcast di Indonesia**



**Sumber : [dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018](https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018)**

**Gambar 2**



**Survey Pengguna Podcast di Indonesia**  
**Sumber : [dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018](https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-penggunaan-layanan-podcast-2018)**

Penggunaan *podcast* di Indonesia memang belum semarak vlog atau *Youtube*, namun beberapa media atau personal orang mulai menggunakan

*podcast* untuk menginformasikan sesuatu, menghibur atau melakukan *talkshow* seperti siaran radio dengan membahas suatu tema tertentu. *Podcast* dalam penggunaannya juga menggunakan layanan streaming seperti *Spotify*, *Inspigo*, *Player.fm*, *Apple Cast*, *Google Podcast*, *Pocketcast*, dan lainnya, sehingga memudahkan masyarakat untuk mengakses *podcast*. Selain itu pembuat konten *podcast* juga tidak perlu mengeluarkan biaya mahal dibandingkan membuat vlog. Perangkat seperti *microphone*, aplikasi *Audacity*, dan *hosting* sebagai tempat konten *podcast* di internet, cukup untuk menjadi ramuan membikin konten-konten *podcast*. Bahkan *Spotify* juga memberikan kesempatan para pembuat konten *podcast* untuk dapat menyebarluaskan konten mereka lewat *Spotify*. Perkembangan *podcast* di Indonesia tentu tak lepas dari generasi millennial, hal ini diketahui dari artikel yang ditulis oleh Namira (2019) di *IDN Times* diketahui bahwa pendengar *podcast* di Indonesia didominasi oleh usia 20-25 tahun, yaitu sebesar 42,12 persen yang kemudian diikuti oleh kelompok usia 26 - 29 dan 30 - 35 tahun.

Beberapa pihak di Indonesia yang sudah meluncurkan *podcast* adalah *Podcast Awal Minggu* (Adriano Qalbi), *Sudut*

Pandang (Aria Notharia), Subjective (Iqbal Hariadi), Makna Talks (Keenan Pearce), Rapot (Reza Chandika), dan lainnya. Selain itu podcast juga dilirik oleh beberapa media yang mulai meluncurkan podcast yaitu, Apa Kata Tempo (Tempo), Prambors Podcast (Prambors Radio), Narasi (Narasi Entertainment), Era in Podcast (Era.id), bahkan ada *network* yang secara khusus meluncurkan *podcast* yaitu Box2BoxID yang sudah meluncurkan Asumsi Bersuara, Show Box, Umpan Tarik, dan lainnya. Media Group juga meluncurkan saluran *podcast* sendiri yaitu PodMe, di mana di dalamnya terdapat beberapa siaran suara dengan nama dan topik acara yang berbeda. Selain yang disebutkan di atas masih banyak *podcast-podcast* yang tengah berkembang di Indonesia saat ini dan tentunya masing-masing *podcast* tersebut memiliki *genre* tersendiri dalam pembuatan konten siarannya.

Munculnya *podcast* tentu dapat memberikan jawaban dari kebutuhan-kebutuhan masyarakat yang mungkin selama ini belum sepenuhnya terpenuhi dari siaran radio. Pendengar *podcast* dapat memilih *podcast* mana yang sesuai dengan kebutuhannya dan dengan menggunakan internet dapat didengar kapan dan di mana saja. Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti permasalahan pada

penelitian ini untuk mengetahui pemetaan dan perkembangan *podcast* yang hadir di Indonesia dengan melihat pendiri atau pun group yang menaungi serta variasi *genre* *podcast*. Penelitian ini berkonsep pada teori determinasi teknologi dalam perkembangan teknologi komunikasi khususnya platform digital audio di Indonesia.

### **Determinasi Teknologi**

Dengan adanya teknologi membuat kehidupan manusia menjadi lebih mudah dan cepat. Teknologi sangat membantu manusia dalam melakukan aktivitasnya, sehingga mobilitas manusia menjadi sangat cepat dengan adanya teknologi.

Di dalam komunikasi, perkembangan teknologi ini bisa dilihat dari adanya teori determinisme teknologi. Daniel Chandler mengidentifikasi beberapa asumsi dasar mengenai determinisme teknologi, di antaranya (Thurlow, Lengel and Tomic. 2004. p. 41): *Reductionistic, technological determinism* menjadi sekat yang memberi jarak antara teknologi dan budaya, sehingga keberadaan teknologi sedikit demi sedikit menghilangkan beberapa nilai budaya yang selama ini ada di tengah-tengah masyarakat, bahkan menurut Neil Postman (1992) keberadaan teknologi menjadi penghancur nilai-nilai budaya yang selama

ini tertanam. Yang kedua adalah *Monistic, technological determinism* menjadi faktor penyederhana dari sebuah sistem yang rumit menjadi tampak lebih mudah. Asumsi dasar yang ketiga adalah *Neutralizing*, pada dasarnya sifat teknologi adalah netral (tidak berpihak), pengaruh baik atau buruk dari sebuah teknologi sangat bergantung di tangan siapa teknologi tersebut digunakan. Keempat adalah *technological imperative*, teknologi memiliki beberapa sifat dasar, di antaranya adalah pengembangan teknologi tidak akan pernah dapat dibendung, keberadaannya selalu mengikuti perkembangan jaman dan budaya (Shodiq, 2013, p. 10-11).

Pendukung aliran ini menyatakan bahwa teknologi dapat mengubah masyarakat, bahkan di titik tertentu dapat menentukan masa depan. Salah satu varian determinisme teknologi adalah McLuhan. McLuhan menyatakan bahwa "*the medium is the message*", menurutnya media yang digunakan untuk menyampaikan pesan bukan hanya sekedar alat, tetapi memiliki peranan tertentu, Masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh isi tetapi juga dipengaruhi oleh media yang digunakan (Ratmanto, 2005, p.45-46).

Teori ini menjadi teori yang dapat digunakan untuk penelitian ini yang mengusung podcast sebagai salah satu hasil dari perkembangan teknologi yang

terus maju. Podcast menjadi teknologi auditori yang berkolaborasi dengan internet sehingga bisa menjadi media alternatif siaran auditori selain radio.

## **2. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian kualitatif, periset adalah bagian integral dari data. Periset ikut aktif dalam menemukan jenis data yang diinginkan. Karena itu riset ini bersifat subjektif dan hasilnya bukan untuk digeneralisasikan.

Jenis penelitian menggunakan deskriptif dengan memahami fenomena secara holistik tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian dalam hal ini adalah podcast yang ada di Indonesia. Pendekatan deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data primer melalui observasi terhadap beberapa podcast yang ada di Indonesia khususnya podcast yang banyak menarik minat pendengar di Indonesia antara lain : Podcast Awal Minggu, Sudut Pandang, Subjective, Makna Talks, Rapot dan *podcast* lainnya. Selain itu juga peneliti mengobservasi aplikasi yang menyediakan layanan podcast seperti Spotify, PodMe dan Noice.

Pengumpulan data lainnya berupa data sekunder dengan menggunakan studi literatur terhadap penelitian terdahulu, buku referensi dan pemberitaan terkait dengan *podcast*.

Analisis data dilakukan secara induktif. Penelitian kualitatif tidak dimulai dari deduksi teori, tetapi dimulai dari fakta empiris. Penelitian terjun ke lapangan, mempelajari, menganalisis, menafsirkan, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada dilapangan.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

*Podcast* sebagai *platform digital* siaran suara berbasis *on demand* tentunya menjadi kebangkitan siaran dalam bentuk suara yang tentunya kebangkitan tersebut tidak lepas dari perkembangan teknologi dan internet, di mana masyarakat dapat memilih suatu program berdasarkan kebutuhan atau keinginan mereka. Hal ini tentunya membuat para kreator siaran suara *podcast* dapat mengembangkan banyak konten sesuai dengan kreativitas para kreator, sehingga audiens aktif dalam memilih media yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

*Podcast* merupakan bentuk siaran yang menggunakan audio sama dengan radio. Karakteristik yang dimiliki radio dimiliki juga oleh *podcast* tetapi terdapat perbedaan untuk karakteristik radio

sebagai bentuk pesan auditori. *Podcast* bukanlah pengganti dari radio tetapi alternatif media auditori. Durasi *podcast* berlangsung selama 20-45 menit dengan jadwal posting mingguan. Berbeda dengan radio yang memiliki jam siar bahkan hingga 24 jam dalam sehari.

Sifat auditori merupakan konsekuensi dari siaran yang didengar serta kemampuan manusia dalam mendengar yang terbatas. Penerima pesan tidak bisa mengulang siaran atau suara yang dikeluarkan dalam radio atau meminta komunikator (penyiar) agar mengulang pesannya. Dengan *podcast* pesan auditori ini dapat diatasi karena siaran yang dapat diulang oleh pendengar. Kapan saja pendengar bisa memilih siaran sesuai dengan kebutuhan. Tidak terbatas oleh durasi waktu *live* seperti siaran radio pada umumnya. *Podcast* membuat pendengarnya tidak perlu mengikuti jadwal siaran di radio, terlebih lagi dengan adanya *podcast* maka pendengar dapat mendengarkan konten yang sesuai dengan kemauan dari pendengar. Selain itu di beberapa layanan *streaming* sudah bisa didengarkan dengan bebas dari iklan.

Kesamaan kategori pada *podcast* yang juga dimiliki oleh radio adalah imajinatif atau *theater of mind*. Dengan bentuk audio mengajak pendengar

membuat bayangan visual sendiri atas pesan yang mereka dengar dari *podcast*.

Gaya percakapan pada *podcast* pun mengikuti *Keep it simple, keep it short*, dan *keep it conversational*. Biasanya gaya percakapan dipengaruhi oleh situasi dan jenis siaran yang sedang berlangsung. *Podcast* atau siaran suara ini juga menjadi alternatif bagi audiens yang jenuh terhadap konten berbentuk video. Seperti yang diketahui untuk menonton sebuah video dibutuhkan konsentrasi yang tinggi, sehingga audiens tidak bisa melakukan kegiatan lain sambil menonton video. Hal ini berbeda dengan *podcast* atau siaran suara, di mana untuk mendengarkan siaran tersebut tidak dibutuhkan konsentrasi yang tinggi sehingga bisa didengarkan sambil melakukan kegiatan lain.

Di Indonesia, kebangkitan *podcast* terasa pesat sejak tahun 2018. Momen kebangkitannya pada saat platform Anchor meluncurkan layanan *hosting* tidak berbayar untuk mendistribusikan *podcast* ke berbagai *platform*. Sebelum ada Anchor, para kreator *podcast* harus menggunakan layanan *hosting* berbayar untuk mendistribusikan *podcast* mereka ke berbagai *platform*. Maka dari itu sebelum 2018, beberapa kreator *podcast* menggunakan layanan audio *Soundcloud* yang gratis. Beberapa *podcaster* yang lebih dulu populer di *Soundcloud* antara lain

Adriano Qalbi dengan *Podcast Awal Minggu*, Rene Hafied dengan *Suarane* dan juga Iqbal Hariadi dengan *Podcast Subjective*.

Seiring dengan kepopuleran Anchor yang menyediakan layanan distribusi gratis, *platform streaming* musik Spotify juga membuka jalur distribusi *podcast* dari berbagai agregator *podcast*. Bahkan kini melalui *Spotify for Podcaster*, Spotify juga membuka jalur distribusi langsung dari para kreator, tanpa melalui layanan distribusi pihak ketiga. Dengan membuka keran distribusi *podcast*, membuat Spotify melaju kencang menjadi salah satu layanan populer saat ini untuk mendengarkan *podcast*. (Ario, 2019)

Kemudahan kreator dalam memproduksi dan mendistribusikan *podcast* itulah yang membuat akun-akun *podcast* menjadi menjamur terutama di Indonesia. Membuat konten dengan berdasarkan kebutuhan pendengar tentu membuat siaran *podcast* menjadi lebih mudah untuk dibuat dan menjadi lebih fleksibel dalam pembuatan kontennya. Di Indonesia sendiri, sudah ada pengelompokan kategori-kategori dari konten *podcast* tersebut. Seperti kategori *podcast* pada aplikasi Spotify terdiri dari *stories, true crime, News & Politics, Comedy, sport & recreation, Society & Culture, Educational, Lifestyle & Health,*

*Business & Technology, Art & Entertainment, Music, Games, Kids & Family, dan Hobbies.*

Walaupun demikian tidak semua akun kreator *podcast* tersebut tetap mengambil satu kategori, ada beberapa akun *podcast* yang tema atau topik kontennya bervariasi. Seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 1**  
**Podcast di Indonesia**

NO	AKUN PODCAST	PENDIRI/GROUP	KATEGORI
1	BBC Indonesia	BBC Indonesia Radio	News & Politics
2	Era In Podcast	Era.id	News & Politics
3	What's Trending	KBR Prime	News & Politics
4	Liputan6.com	Liputan6.com	News & Politics
5	Apa Kata Tempo	Tempo	News & Politics
6	Narasi	Narasi Entertainment	News & Politics
7	Pinter Politik	Pinter Politik	News & Politics
8	Asumsi Bersuara	Asumsi.co & Box2BoxID	News & Politics, Stories, Educational
9	Cerita Kumparan	Kumparan.com	News, Society & Culture
10	GEOLIVE Podcast	Geolive ID	Politics, Educational
11	Do You See What I See	@Mizter.popo	Stories Horor
12	Rapot	Reza Chandika, Ankatama, Radhini,	Stories

		Natasha Abigail	
13	Teman Tidur	Dera Firmansyah	Stories
14	Makna Talks	Keenan Pearce	Stories, Educational, Arts & Entertainment, Music
15	Hiduplah Indonesia Maya	Pandji Pragiwaksono	Stories, Educational
16	Subjective	Iqbal Hariadi	Stories, Educational
17	Kisah Tanah Jawa	Kisah Tanah Jawa 13	True Crime
18	Mapan Podcast	Mahasiswa Semester 8	True Crime
19	Serial Killers	Parcast Network	True Crime
20			
21	Podcast Awal Minggu	Adriano Qalbi	Comedy
22	Podcast Raditya Dika (PORD)	Raditya Dika	Comedy
23	Podcast Bercanda	Podcast Bercanda & Box2BoxID	Comedy
24	Podcast Sebelum Tidur	Ridwan Handoko	Comedy
25	Podcast Standupindo	Standupindo	Comedy
26	Box2Box Football Podcast	Box2BoxID	Sports & Recreation
27	Podcast Retropus	Retropus & Box2BoxID	Sports & Recreation
28	Unpan Balik	Box2BoxID	Sports & Recreation
29	Box Out Indonesia	Box2BoxID	Sports & Recreation
30	CeritANYA by Anya Geraldine	Box2BoxID	Society & Culture
31	WavesTalk	WavesTalk	Society &

			Culture	51	AADG (Ada Apa Dengan Gaming)	Ada Apa Dengan Gaming	Games
32	BDG Podcast	Infobdg	Society & Culture	52	Obsesif	Kompas Corner (Harian Kompas)	Games
33	Sudut Pandang	Aria Notharia	Educational	53	Obrolan Babibu	Box2BoxID	Kids & Family
34	BukaTalks	Bukalapak	Educational	54	Pillow Talk ID	Pillow Talk ID	Kids & Family
35	Point of View Cameo Project	Cameo Project	Educational	55	Murrotal Indonesia	Murrotal Indonesia	Kids & Family
36	Rintik Sedu	Rintik Sedu	Hobbies, Lifestyle & Health, Arts & Entertainment	56	Dongeng Anak Masa Kini	Happy Kids Project	Kids & Family
37	Podkesmas	Darto Nggok & Omesh Surya	Lifestyle & Helath	57	The Story of Ubi	The Story of Ubi	Kids & Family
38	Kajian Hanan Attaki	Hanan Attaki	Lifestyle & Health	58	Mr. Yus	PodMe (Media Group)	Kisah
39	Finfolk Podcast	Finfolk	Business & Technology	59	Ruang & Waktu	PodMe (Media Group)	Kisah
40	Merry Riana	Merry Riana	Business & Technology	60	OMG (Oh My George)	PodMe (Media Group)	Kisah
41	Go Figure	GOJEK	Business & Technology	61	Podcast Kick Andy	PodMe (Media Group)	Kisah, Olahraga, Bisnis & Teknologi, Sosial & Budaya
42	O!Podcast	Opodcast Millenial (Gatherich)	Business & Technology	62	Epilogue	PodMe (Media Group)	Seni & Hiburan
43	A Conversation With Yasa Singgih	Yasa Singgih	Business & Technology	63	BLABLA Talk	PodMe (Media Group)	Seni & Hiburan, Gaya Hidup & Kesehatan
44	Show Box	Box2BoxID	Arts & Entertainment	64	Shindu's Scoop	PodMe (Media Group)	Seni & Hiburan
45	BiarLega	Gilang Bhaskara	Arts & Entertainment	65	Musik Medcom	PodMe (Media Group)	Musik
46	Prambors Podcast	Prambors Radio	Music	66	The Papandayan Jazz Festival	PodMe (Media Group)	Musik
47	Konser Musik	Konser Musik Indonesia	Music	67	2x45	PodMe (Media Group)	Olahraga
48	The Tablo Podcast	Dive Studios	Music				
49	Galau Everyday	Prawira	Games				
50	LUTALK	Luthfi Suryanda Atmojo	Games				

68	Noobitok	PodMe (Media Group)	Olahraga, Gaya Hidup & Kesehatan, Bisnis & Teknologi
69	Tek-Tok	PodMe (Media Group)	Olahraga, Bisnis & Teknologi
70	Let's Talk Gerd	PodMe (Media Group)	Gaya Hidup & Kesehatan
71	Lovecast	PodMe (Media Group)	Gaya Hidup & Kesehatan, Sosial & Budaya
72	Antar Kota Antar Provinsi	PodMe (Media Group)	Sosial & Budaya
73	Stand-up Comedy Show	PodMe (Media Group)	Komedi
74	Komspirasi	PodMe (Media Group)	Komedi
75	Betsuara	PodMe (Media Group)	Seni & Hiburan
76	Knalpod	PodMe (Media Group)	Gaya Hidup & Kesehatan
77	Podcast BPJS (Bicara Persoalan Jasmani dan Kesehatan)	PodMe (Media Group)	Gaya Hidup & Kesehatan
78	Dongeng	PodMe (Media Group)	Keluarga & Anak
79	The Community	PodMe (Media Group)	Bisnis & Teknologi, Sosial & Budaya
80	Mamapreneur Talk	PodMe (Media Group)	Bisnis & Teknologi

Sumber : Spotify, Podme.id, Olahan Peneliti

Melihat tabel di atas maka terlihat bahwa siaran suara atau *podcast* di Indonesia tengah berkembang dengan munculnya program *podcast* di beberapa kategori, hal ini tentunya disesuaikan dengan fragmentasi kemauan atau keinginan pendengar di Indonesia.

Dari tabel di atas juga dapat dilihat bahwa kreator konten terdiri dari individu baik itu yang sudah dikenal ataupun yang belum dikenal oleh orang banyak, tidak hanya individu beberapa media massa di Indonesia juga turut memproduksi *podcast*. Bahkan Media Group yang menaungi Metro TV, Medcom.id, Metrotvnews.com dan Media Indonesia juga membuat website sekaligus aplikasi khusus *podcast* yaitu PodMe, di dalam aplikasi ini *podcast* yang disiarkan adalah produksi internal PodMe tersebut belum ada *podcast* dari individu atau media lainnya layaknya di Spotify.

**Gambar 3  
Aplikasi PodME**



Tidak hanya Media Group yang khusus membuat aplikasi *podcast*, Mahaka

Radio Digital juga memiliki aplikasi berbasis suara yaitu NOICE, di mana di dalam aplikasi ini tidak hanya *podcast* tapi juga ada layanan musik dan radio yang memfokuskan diri pada konten lokal.

**Gambar 4**  
**Aplikasi NOICE**



Dalam aplikasi NOICE, radio yang bekerja sama adalah radio yang berada di bawah naungan Mahaka Radio Integra yaitu Gen Fm, Jak Fm, Most Radio, Kis Fm, Hot Fm, Mustang Fm, Gen Fm Surabaya dan Rayya Channel. Untuk musik NOICE bekerja sama dengan empat label musik yaitu Trinity Optima, My Music Record, Aquarius, dan Musica, Khusus *podcast* NOICE menggandeng beberapa *podcast* kreator lokal seperti Mr. Popo dengan Do You See What I See, Awwe dan Randhika Djamil dengan Berizik, Coki dan Muslim dengan Musuh Masyarakat, Uus dan Dicky dengan Udik, Tsana dengan Rintik Sedu, Nessie Judge dengan Mystery Nessie, Inez Kristanti dan Melisa Karim dengan Sex & J City, Dery Firmansyah dengan Teman Tidur, Ronal

Bedu dan Bayu Oktara dengan Obrolan Lelaki dan masih banyak lagi kreator lokal yang akan berkolaborasi bersama NOICE. (Damaledo, 2019).

Tidak menutup kemungkinan, ke depan siaran suara dapat berkembang lebih pesat lagi, apalagi *podcast* sendiri untuk membahas suatu tema atau topik bisa dibahas secara panjang dan mendalam sehingga pendengar dengan bebas dan mudah dapat mendengarkan siaran tersebut sesuai dengan kemauan atau keinginan dirinya. Masih mudahnya mengakses *podcast* tentu didukung dengan beberapa aplikasi streaming yang dapat diakses oleh pendengar secara gratis. Begitupun dengan para kreator *podcast* juga bisa menggunakan kreativitas mereka untuk bisa memberikan konten-konten yang relevan dengan pendengar mereka.

Jika dikaitkan dengan teori determinasi teknologi, perkembangan *podcast* saat ini tentunya *podcast* menggeser beberapa budaya seperti, budaya *talkshow* yang selama ini jika didengar di radio, pendengar hanya menerima jadi tema yang diberikan, dengan adanya *podcast* pendengar bisa memilih tema *talkshow* yang memang sesuai dengan kebutuhannya sebagai pendengar. Jika dirasa tidak sesuai dengan kebutuhannya, pendengar tidak akan memilih *podcast* tersebut. Selanjutnya

podcast yang memakai jaringan internet juga mempermudah baik pendengar maupun *podcaster* (kreator). Pendengar dengan mudah bisa mendengar kapan dan di mana saja, bahkan pendengar bisa tidak menyelesaikan (mem-*pause*) podcast tersebut, hal ini tentu berbeda dengan radio yang memiliki karakteristik selintas (tidak dapat diulang), sedangkan untuk *podcaster* tentu mempermudah mereka dalam mendistribusikan pesan mereka kepada khalayak ramai, tidak perlu menunggu untuk siaran di radio.

Perkembangan *podcast* tentu juga dipengaruhi oleh konten yang disajikan oleh para *podcaster*, tentunya baik buruknya konten tergantung bagaimana *podcaster* itu menyajikannya, seperti tema yang dipilih maupun narasumber yang diajak untuk melakukan *podcast*. Majunya *podcast* menjadi suatu hal yang sulit dibendung saat ini, dengan mudah dan cepatnya sistem *podcast* tentu menjadi alasan di balik perkembangan pesat *podcast*. Kebebasan dalam memilih tema ataupun mengenai cara pembawaan dan pengelolaan *podcaster* bisa juga menjadi alasan *podcast* lebih diminati untuk didengar.

*Podcast* menjadi alternatif siaran auditori selain radio, jika melihat survei dan perkembangan *podcast* bisa dilihat antara radio dan *podcast* menjadi suatu hal

yang saling melengkapi satu sama lain. *Podcast* menjadi salah satu bukti bahwa teknologi tidak dapat dibendung sekaligus menjadi roda penggerak perubahan di masyarakat, di mana pendengar bisa memilih dan langsung mendengar hal apa yang ingin didengarkan. Banyak *podcaster* di Indonesia yang mengusung tema-tema tertentu yang mengenai suatu pola pemikiran baru yang mungkin saja terlihat berbeda dari yang lainnya, yang jika dimuat di media konvensional mungkin terhalang dengan peraturan yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi harus disandingkan dengan kreativitas, sehingga manfaat teknologi yang dihasilkan adalah positif dan pada akhirnya bisa berguna bagi banyak masyarakat. Adanya *podcast* juga memberikan banyak pengetahuan dan informasi dari narasumber-narasumber kredibel sehingga masyarakat bisa menjadi lebih maju dan terbuka pola pikirnya.

#### **4. PENUTUP**

Siaran suara dalam bentuk *podcast* saat ini tengah berkembang dengan pesat didukung dengan adanya perkembangan teknologi sekaligus internet. *Podcast* menjadi *platform digital* siaran suara berbasis *on demand* atau siaran suara yang disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan para pendengarnya.

*Podcast* hadir sebagai alternatif media auditori setelah radio, bukan sebagai

pengganti siaran radio. Pada *podcast* para pendengarnya tidak perlu menunggu siaran di radio (*live*) tetapi pendengar menjadi penentu konten siaran apa yang akan didengarkan yang tentunya disesuaikan dengan kebutuhan dan kemauan pendengar tersebut. Karakteristik dari *podcast* antara lain auditori, *theatre of mind*, menggunakan gaya percakapan, serta menggunakan rumus penulisan *keep it simple, keep it short*, dan *keep it conversational*, dan *on demand*. Selain itu banyak orang yang menggunakan *podcast* karena tidak membutuhkan konsentrasi yang tinggi layaknya menonton sebuah video, sehingga mendengarkan *podcast* bisa diambil dengan kegiatan lainnya.

Perkembangan *podcast* di Indonesia juga didukung dengan adanya aplikasi *streaming*, seperti Spotify, PodMe dan Noice. Kreator *podcast* tidak hanya individu namun juga ada media massa yang mulai merambah di dunia *podcast*. Dari hasil penelitian yang didapatkan pemetaan kategori atau genre yang termasuk dalam *podcast* adalah, *stories, true crime, News & Politics, Comedy, sport & recreation, Society & Culture, Educational, Lifestyle & Health, Business & Technology, Art & Entertainment, Music, Games, Kids & Family*, dan *Hobbies*.

Kemudahan dalam membuat *podcast* dibandingkan membuat video tentu juga menjadi alasan banyaknya *podcast* yang bermunculan yang diproduksi oleh kreator baik internasional maupun nasional. Tidak hanya mudah dalam proses produksinya, *podcast* juga mudah didistribusikan dengan adanya layanan yang mewadahi konten-konten *podcast* tersebut.

Dari hasil penelitian terlihat bahwa *podcast* dapat menjadi media penggerak perubahan masyarakat, di mana terdapat tema-tema yang dapat mengubah pola pikir masyarakat menjadi lebih terbuka dan maju. Sesuai dengan teori determinasi teknologi bahwa masyarakat tidak hanya dipengaruhi oleh isi tetapi juga media tersebut. Ke depan tidak menutup kemungkinan *podcast* akan semakin berkembang pesat di Indonesia dan dapat melengkapi siaran radio sekaligus menjadi alternatif dari konten yang berbentuk video. Konten *podcast* juga bisa dipastikan akan berkembang dengan adanya kreativitas dari para kreator *podcast* yang disesuaikan dengan karakteristik *podcast* yaitu berbasis *on demand* atau sesuai dengan kebutuhan atau kemauan pendengar.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Eka, Randi. (2018). *Podcast User Research in Indonesia 2018*. 27 Agustus 2018. Dailysocial.id
- Fadilah, E., Yudhaprimesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Kajian Jurnalisme*, 1(1).
- Geoghegan, Michael W., Klass, Dan. (2007). *Podcast Solutions: The Complete Guide to Audio and Video Podcasting*. USA: Friends of.
- Harliantara, H. (2019). Website pada Industri Penyiaran Radio di Indonesia: Live Streaming dan Podcasting. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(1), 82-100.
- Hennig, N. (2017). Why Podcasts?. *Library Technology Reports*, 53(2), 5-9.
- Ratmanto, Teguh. (2005). Determinisme Teknologi Dalam Teknologi Komunikasi dan Informasi. *Jurnal Komunikasi : MediaTor* Vol. 6 No.1, Universitas Islam Bandung.
- Rusdi, F. (2019). Podcast sebagai Industri Kreatif. *SNIT 2012*, 1(1), 91-94.
- Shodiq, Muhammad. (2013). Generasi Online di IAIN Sunan Ampel Surabaya. Fakultas Dakwah : IAIN Sunan Ampel Surabaya. <http://digilib.uinsby.ac.id/13997/5/Bab%202.pdf>
- Thurlow, Lengel and Tomic. (2004). *Computer Mediated Communications*, Sage Publications. London
- Vogt, N. (2016). Podcasting: fact sheet. *Pew Research Center*.
- Ario, Dimas. 2019. Kebangkitan Podcast di Indonesia dan Kurangnya Podcast Musik Lokal. 28 Mei 2019. <https://billboardid.com/kebangkitan-podcast-di-indonesia-dan-kurangnya-podcast-musik-lokal/>.
- Damaledo, Yandri Daniel. 2019. Noice Aplikasi Streaming Radio Digital Luncurkan Versi Terbaru. 29 Oktober 2019. <https://tirto.id/noice-aplikasi-streaming-radio-digital-luncurkan-versi-terbaru-ekBz>
- Namira, Izza (2019). 7 Fakta Perkembangan Podcast di Indonesia, Makin Banyak Penggemarnya. 31 Mei 2019. <https://www.idntimes.com/tech/trend/izza-namira-1/perkembangan-podcast-di-indonesia/full>.
- Nielsen, N.V (2016, 7 November). Radio Masih Memiliki Tempat di Hati Pendengarnya. <https://www.nielsen.com/id/en/press-releases/2016/radio-masih-memiliki-tempat-di-hati-pendengarnya/>.

Zaenudin, Ahmad. 2017. Hikayat Podcast.

11 Agustus 2017.

<https://tirto.id/hikayat-podcast->

[cufm.](https://tirto.id/hikayat-podcast-cufm)