

STUDI NETNOGRAFI BELAJAR MEMBUAT PODCAST PADA KOMUNITAS THE PODCASTERS DI MEDIA SOCIAL DISCORD

Ibrahim Adnan Dan Dudi Iskandar

Universitas Budi Luhur Jakarta, Indonesia

Email: Ibrahimadnan04@gmail.com dan dudisabiliskandar@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima Diterima dalam bentuk revisi Diterima dalam bentuk revisi	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara belajar membuat podcast yang terjadi pada Grup The Podcasters di media sosial Discord ditinjau dengan studi netnografi. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan Pendekatan Etnografi Virtual dengan Teori CMC atau <i>Computer Mediated Communication</i> yang merupakan proses komunikasi menggunakan komputer dengan tujuan memengaruhi orang lain dalam konteks dan tujuan tertentu. Teori CMC hadir dalam berbagai bentuk, terdiri dari berbagai rangkaian dan inisiasi, untuk membantu komunikasi interpersonal. CMC terlibat dengan berbagai bentuk komunikasi. Contoh dari media CMC adalah E-mail, pesan instan, ruang chat, jejaring sosial. Kesimpulannya Potensi para kreator atau podcaster untuk meraih penghasilan atau uang lewat podcasting makin tinggi. Hal ini berkorelasi dengan jumlah pendengar yang terus meningkat. Maka The Podcaster hadir untuk menyiapkan market podcast dan sebagai wadah podcaster di Indonesia sehingga kedepannya industry podcast bisa berkembang di Indonesia seperti youtube .
Kata kunci: Pengendalian Internal; Penerimaan Kas; Pengeluaran Kas Dan Sistem Informasi	

Pendahuluan

Masyarakat kini mulai menikmati layanan streaming yang dinilai lebih fleksibel dan mudah diakses. Canggihnya perangkat digital di era modern ini seakan menghadirkan “dunia dalam genggam”. Sebagaimana dibahas (Nasrullah, 2015) dengan *world without secrets* bahwa kehadiran media baru menjadikan sesuatu yang mudah dicari dan terbuka. Media baru ini memberikan cara yang berbeda dalam bertemu audiens. Tidak seperti media konvensional yang bersifat satu arah, melalui media baru, audiens tidak lagi menerima pesan secara pasif dan memungkinkan mereka terhubung dengan jaringan yang lebih luas, dapat berinteraksi satu sama lain serta

mengambil peran aktif dalam pemakaian pesan.

Penelitian yang dilakukan (Bonini, 2015) mengatakan bahwa Kemunculan internet merupakan sebuah momentum untuk membangkitkan kembali konten audio yang sempat tergeser. Kebangkitan ini kemudian ditandai dengan adanya berbagai media alternatif, seperti live streaming di situs radio online serta program radio yang didistribusikan melalui Youtube, media sosial, atau secara podcast (Febriana, 2018). Melihat kondisi tersebut, konten audio memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan di ranah internet. Bentuk distribusi konten audio yang akhir-akhir ini tengah diminati adalah Podcast. Podcast merupakan akronim dari iPod Broadcasting

yang merujuk pada perangkat Apple iPod sebagai platform distribusi podcast pertama (Allifiansyah, 2018). Secara sederhana, podcast diartikan sebagai teknologi yang digunakan untuk mendistribusikan, menerima, dan mendengarkan konten secara on-demand yang diproduksi oleh profesional maupun radio amatir (Rane, 2018).

Berbeda dengan radio konvensional yang melakukan siaran secara linear, podcast hadir dengan format siaran on-demand, artinya pendengar dapat menentukan sendiri waktu dan topik yang ingin didengarkan (Fadilah et al., 2017). Sebenarnya podcast telah muncul pada lebih dari satu dekade silam. Akan tetapi, saat itu podcast belum cukup diminati oleh masyarakat hingga akhirnya podcast kembali “meledak” di Indonesia pada tahun 2018 (Yusra, 2019).

Kini podcast hadir setelah mengalami perkembangan dari berbagai aspek, seperti teknologi, konten, serta peluang monetisasi. Meskipun baru genap setahun podcast bermunculan, pertumbuhan peminatnya cukup signifikan. Hal ini dibuktikan dengan survei Daily Social pada 2018 terhadap 2023 pengguna smartphone yang menyatakan bahwa sebesar 68% responden cukup familiar dengan keberadaan podcast dan 80% di antaranya pernah mendengarkan podcast dalam 6 bulan terakhir. Hasil ini merupakan titik awal yang baik bagi podcast untuk terus berkembang sebagai audio berbasis digital.

Pada 2017, Spotify meminta perusahaan riset Kantor TNS menyurvei pendengar radio dan podcast di Indonesia. Hasilnya mengejutkan. Hampir separuh pendengar audio, menghabiskan waktunya menyimak podcast lewat platform seperti Spotify. Saat itu, popularitas podcast sudah menyamai siaran radio-radio konvensional. Banyak data menunjukkan, podcast memang makin akrab di telinga banyak orang di berbagai negara, terutama di kalangan milenial. Menurut survei Reuters Institute bersama University of Oxford pada 2019,

lebih dari sepertiga orang segala umur di 38 negara mendengarkan podcast. Bahkan, di antara anak-anak muda-mereka yang berusia kurang dari 35 tahun-kini lebih dari separuhnya ‘tak bisa hidup’ tanpa podcast.

Hasil wawancara Katadata pada 4 Februari 2020 dengan 15 orang berusia antara 20 hingga 40 tahun juga menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap podcast. Sebanyak 93,3 persen narasumber merupakan pendengar podcast. 26,6 persen diantaranya mendengarkan podcast seminggu sekali dengan rata-rata durasi sekitar lima sampai 30 menit. Hiburan, pengetahuan dan self-improvement, serta cerita misteri menjadi topik yang paling banyak disimak dengan persentase masing-masing sebesar 20 persen.

Berdasarkan Penelitian kata data yang menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap podcast maka membuat podcast yang merupakan hal baru di Indonesia ini menarik minat sangat banyak sehingga hadir lah komunitas komunitas untuk belajar membuat podcast. munculnya Komunitas-komunitas di media sosial mengenai podcast didorong oleh keinginan belajar dan mengerti cara membuat podcast yang baik dan benar. Komunitas ini biasanya muncul karena adanya fasilitas ruang ekspresi itu sendiri dan kesamaan daya tarik. kebanyakan orang akan membuat grup atau komunitas di Facebook atau whatsapp namun komunitas The podcaster ini menggunakan discord dan whatsapp. Discord mungkin asing disebagian orang karena jarang sekali digunakan oleh orang umum kebanyakan digunakan di oleh gamers namun fitur discord yang memudahkan untuk ngobrol online dalam jumlah banyak serta mudah untuk menshare file menjadi pilihan komunitas the podcasters

Penelitian yang dilakukan (Toni, 2017) menghasilkan Facebook mengubah tatanan sosial dari pertemanan yang didasari oleh rasa kesetiaan menjadi teman dalam konsepsi verbal dan tulisan, tanpa melihat asal usul, ras, golongan, negara dan lain-lain, mereka

saling terkoneksi menjadi ‘teman’. Facebook juga dianggap sebagai media jejaring sosial mempunyai keunggulan sebagai modal sosial yang membantu orang untuk saling berhubungan dengan orang lain dan berinteraksi secara langsung melalui berbagai fitur yang ditawarkan, termasuk ruang komunitas yang mempunyai kesamaan tujuan.

Komunitas inilah yang kemudian bisa banyak terbentuk di Facebook. Komunitas-komunitas di media sosial biasanya muncul karena adanya fasilitas ruang ekspresi itu sendiri dan kesamaan daya Tarik (Maulida, 2017). Maka dari itu lahirlah komunitas Podcast yang bernama The podcaster di social media lain yang bernama Discord.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara belajar membuat podcast yang terjadi pada Grup The Podcasters di media sosial Discord ditinjau dengan studi netnografi.

Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu data yang diperoleh melalui penelitian adalah data empiris yang mempunyai kriteria tertentu yaitu valid (Sugiyono, 2016). Setiap penelitian mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu.

Dalam penelitian mengenai “studi netnografi belajar membuat podcast pada komunitas the podcasters di media social discord”. Metode netnografi merupakan pendekatan baru melalui riset etnografik yang menggabungkan arsip dan interaksi secara online, membutuhkan pengamatan dan observasi, dalam bentuk pengumpulan data secara digital, analisis dan representasi riset (Kozinets, 2010)

Sementara itu, (Laurensia, 2017) dan (Kozinets, 2010) bahwa ada yang disebut dengan netnografi murni dan netnografi campuran. Netnografi murni dapat dilakukan jika data yang dihasilkan didapatkan melalui komunikasi yang dimediasi oleh komputer atau intreraksi lain dengan bantuan teknologi informasi atau komunikasi seperti wawancara, observasi, partisipasi, dan

mengunduh data. Sedangkan, netnografi campuran dapat dilakukan ketika pengambilan data tidak hanya komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Akan tetapi pengambilan data diperlukan dengan cara melakukan interaksi tatap muka.

Hasil dan Pembahasan

Podcast ini adalah audio yang bisa didengarkan dimana saja dan kapan saja sangat berbeda dengan radio. Podcast ini telah banyak digunakan oleh masyarakat untuk mendengarkan berita, ilmu pengetahuan, dan sharing ilmu pengetahuan yang bersifat dapat diulang. Bisa diulang, karena memang sudah diunduh diawal. Hal ini bisa menjadi kelebihan tersendiri dari Podcast dibandingkan dengan radio. Bahkan, Anda akan dapat mendengarkan Podcast sambil menunggu kereta, sambil menyantap sarapan, dan momen lainnya dan memasukkan ke dalam gadget untuk lebih praktisnya.

Kemunculan podcast ternyata mulai diminati audiens karena keunikan yang dimilikinya. Salah satunya dari segi konten yang ternyata menarik minat banyak orang untuk membuat podcast sehingga hadir komunitas atau tempat kursus atau private untuk membuat podcast. Melihat perkembangan podcast di Indonesia. Perkembangan podcast di Indonesia dirasa mampu memberikan pengaruh pada pendengar podcast. Podcast juga dirasa mampu membuat masyarakat sangat bergantung pada Podcast.

Perkembangan podcast di Indonesia melahirkan sebuah trend baru dimana podcast berperan sebagai media seperti hal youtube sehingga banyak cara untuk melakukan monetisasi Podcast melihat trend perkembangan podcast di Amerika penghasilan podcaster atau pembuat podcast hamper menyamai youtuber bahkan beberapa youtuber tertarik membuat podcast seperti halnya deddy corbuzier dan raditya dika jika melihat di Indonesia (Yusra, 2019).

Perkembangan podcast melahirkan komunitas podcast bernama The podcaster yang awalnya berbasis pada Whatsapp kemudian merambah ke Discord. The podcaster terbentuk atau terlahir menjadi komunitas online karena anggotanya merupakan pembuat podcast atau pencinta podcast.

The podcaster dalam mewujudkan ambisinya membuat podcast di Indonesia berkembang. Bekerjasama dengan Siberkreasi dan Kominfo membuat kelas podcast siberkreasi yang diikuti sekitar 1000 orang tiap minggunya yang ingin belajar podcast. Pengajar atau Pemateri tiap hari sabtu dan minggu bergantian mengisi dan memberikan ilmu mengenai podcast dari cara membuat hingga pemasaran podcast.

Kesimpulan

Podcast audio cukup populer di Amerika Serikat dan beberapa Negara di Eropa. Pengakses podcast audio disana memiliki pilihan konten yang semakin beragam, menarik, dan berkualitas. Perkembangan podcast audio di kedua kawasan tersebut ditunjang promosi lintas media dan tidak kalah penting sejumlah riset yang memberikan gambaran mengenai tren perkembangan podcast audio dari berbagai aspeknya. Di Tanah Air, podcast audio belum begitu populer. Penelitian terkait mengenai podcast audio juga masih sangat minim. Meski demikian, beberapa tahun belakangan, beragam produk podcast audio lokal mulai meramaikan jagat maya dan terbilang cukup sukses menarik pendengar. Sebagian produk podcast audio tersebut diproduksi dan didistribusikan oleh beberapa situs online radio dan para audio blogger (Rusdi, 2012). Podcast audio berpotensi dikembangkan di Tanah Air mengingat kentalnya budaya tutur masyarakat Indonesia. Selain itu, akses terhadap internet semakin mudah dan murah sehingga membuat produk podcast audio di internet lebih terjangkau.

Potensi para kreator atau podcaster untuk meraih penghasilan atau uang lewat podcasting makin tinggi. Hal ini berkorelasi dengan jumlah pendengar yang terus meningkat (Bustari et al., 2017). Maka The Podcaster hadir untuk menyiapkan market podcast dan sebagai wadah podcaster di Indonesia sehingga kedepannya industry podcast bisa berkembang di Indonesia seperti youtube..

BIBLIOGRAFI

- Allifiansyah, S. (2018). *Podcast dan Teori Uses & Gratifications*. Academia. edu. Diakses melalui: <https://www.academia.edu/20040946>
- Bonini, T. (2015). The 'second age' of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium. *Quaderns Del CAC*, 41(18), 21–30.
- Bustari, A., Samad, I. A., & Achmad, D. (2017). The use of podcasts in improving students' speaking skill. *JELE (Journal of English Language and Education)*, 3(2), 97–111.
- Fadilah, E., Yudhaprarnesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1), 10–17.
- Febriana, A. I. D. (2018). Determinasi Teknologi Komunikasi Dan Tutupnya Media Sosial Path. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 86–95.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*. Sage publications.
- Laurensia, S. (2017). *Propaganda Anti Basuki Tjahaja Purnama Di Media Sosial: Studi Netnografi Pada Grup Facebook Alumni Aksi Bela Islam 212*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Maulida, R. (2017). *Strategi Pemberitaan Melalui Media Sosial Instagram*

- Mengenai Citra Kepolisian (Studi Kasus Pada Tim Media Sosial Kepolisian Resor Bandung) *The News Strategy Through Social Media Instagram About Police Image*. Universitas Pasundan.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rane. (2018). 5 Alasan Kenapa Podcast Adalah Masa Depan Konten. Suarane.Org. <https://suarane.org/5-alasan-kenapa-podcast-adalah-masa-depan-konten/>
- Rusdi, F. (2012). Podcast sebagai Industri Kreatif. In *Karya Ilmiah Dosen*. Fakultas Ilmu Komunikasi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Toni, A. (2017). Studi Netnografi “Komunitas Anti Islam” di Media Online Facebook. *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi Dan Humaniora*, 7(1), 127–138.
- Yusra, Y. (2019). *Inspigo Yakin Podcaster Indonesia Mampu Ciptakan konten Kreatif dan Bisnis yang Berkesinambungan*. Dailysocial.Id. <https://dailysocial.id/post/inspigo-podcaster-indonesia>

Copyright holder :
Ibrahim Adnan Dan Dudi Iskandar (2020).

First publication right :
Jurnal Syntax Transformation

This article is licensed under:

