

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

British Broadcasting Corporation (BBC) merupakan lembaga penyiaran yang terletak di Britania Raya yang berkantor pusat di Broadcasting House, Westminster London, Inggris. BBC merupakan salah satu lembaga penyiaran tertua di dunia, karena BBC sudah ada sejak tahun 1922 dengan nama The British Broadcasting Company, Ltd., yang menjadi sebuah stasiun radio nasional milik publik Inggris. Tak hanya melakukan penyiaran berita melalui radio, pada tahun 1936, BBC lalu merambah ke dunia industri televisi dalam melakukan penyiaran berita.

BBC sudah melambungkan sayapnya ke seluruh dunia bukan hanya di Britania Raya, terbukti sejak tahun 1932, BBC sudah menyiarkan berita dalam bahasa lain selain Bahasa Inggris, yaitu Bahasa Arab. Kemudian tak berapa lama, BBC melambung tinggi dan berekspansi melalui gelombang pendek yang bisa didengarkan melalui siaran FM di 130 ibukota negara, salah satunya Jakarta. Sebelumnya, masyarakat Indonesia mendengarkan siaran BBC melalui siaran BBC Malaya atau Malaysia, namun setelah itu di tahun 1949, Indonesia menjadi salah satu negara yang dipercayai untuk menyiarkan berita dengan nama BBC Indonesia dan tidak lagi menumpang kepada BBC Malaysia. Tepat tanggal 30 Oktober 1949, BBC resmi memulai siaran dalam Bahasa Indonesia, dalam kurun waktu tersebut BBC dengan konsisten melaporkan peristiwa yang ada di dunia internasional dan

di Tanah Air. BBC sudah ada sejak Indonesia merdeka hingga sampai saat ini, menjadi salah satu media yang dianggap terpercaya oleh masyarakat Indonesia.

Nama besar BBC di dunia membuat BBC dan BBC Indonesia menjadi rujukan dalam konten pemberitaan, dari berita lokal hingga mancanegara. Oleh karena itu, tak heran jika semakin hari, *rating* BBC selalu meningkat. Sudah 72 tahun lamanya BBC Indonesia hadir ditengah-tengah masyarakat Indonesia, membuat BBC Indonesia selalu tak ingin ketinggalan zaman dalam menyiarkan dan menyajikan berita yang terpercaya dan terbaru.

Terbukti selama 7 dekade tersebut, BBC Indonesia selalu menyiarkan berita melalui media-media terbaru, seperti YouTube, website resmi bbcindonesia.com, hingga selalu aktif di semua sosial media seperti Twitter, Facebook, hingga Instagram. Akan tetapi, diawal April 2020 BBC Indonesia mulai menerapkan *podcast* sebagai tempat penyajian berita yang terbaru.

Hal tersebut menjadi menarik untuk dibahas dalam penelitian ini, yaitu tentang bagaimana sebuah media baru bernama *podcast* diterapkan untuk menjadi tempat penyajian berita kepada khalayak umum. Menurut BBC Indonesia ketika di akses di laman resminya bbcindonesia.com, menjelaskan jika didalam *podcast* lebih memungkinkan untuk menerima berita terakhir yang dipilih dan langsung tersedia ketika ingin mendengarkan berita lampau. Berita yang disiarkan bisa didengarkan kembali kapanpun dan dimanapun. Membuat pengguna atau penikmat berita lebih nyaman jika ingin mendengarkan berita yang lampau, sehingga hal tersebut yang

membuat *podcast* menjadi salah satu media yang dicari saat ini baik bagi kalangan muda maupun kalangan tua.

Ben Hammersley dalam *website* The Guardian, pernah menyinggung kata '*podcasting*' sebagai salah satu bentuk audio revolusi, hal tersebut terjadi ketika tahun 2004, dengan judul artikel bernama '*Audible Revolution*' (Hammersley, <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>, akses 14 Oktober 2020, pukul 20.03). Lalu menurut Mark Briggs (Briggs, 2007: 77), *podcast* berasal dari dua aspek yaitu "*playable on demand*" dan "*broadcasting*". Jika diuraikan, kata "*pod* atau *playable on demand*" diartikan dengan "dimainkan atas permintaan", maksud dari aspek tersebut yaitu pendengar bisa memilih berita lampau yang disiarkan, dengan kata lain berita seminggu yang lalu bahkan sebulan yang lalu masih bisa didengarkan kembali tanpa terikat oleh waktu. Aspek yang kedua yaitu "*cast* atau *broadcasting*" yang artinya penyiaran, lebih menekankan kepada bagaimana BBC Indonesia menerapkan proses penyiaran yang dilakukan dalam *podcast* ketika menyajikan sebuah berita untuk dikonsumsi publik.

Sebelum tersebar luas seperti sekarang ini, dahulu *podcast* diciptakan dan diproduksi oleh Apple Inc. Seiring bertambahnya pendengar *podcast* dan berkembangnya zaman, maka sekarang bukan hanya pengguna Apple saja yang bisa mengakses *podcast*, melainkan seluruh penikmat audio bisa mendengarkan *podcast* secara gratis. Karena *podcast* sekarang bisa didengarkan di *platform* manapun, seperti Spotify, Google Podcast, Apple Podcast, Soundcloud, hingga Anchor yang bisa diunduh oleh semua orang melalui PlayStore atau AppStore di

gawai masing-masing. Bagi orang yang mempunyai konten *podcast* dinamakan *podcaster*, yang bertanggungjawab penuh atas konten *podcast*.

Sejak tahun 2014 pendengar *podcast* naik drastis. Data tersebut tercatat dalam “*Podcast Statistics (2021) – Newest Available Data + Infographic*” dari Music Oomph. Bahkan 75 persen penduduk Amerika pernah mendengarkan *podcast* (Whitner, <https://musicoomph.com/podcast-statistics/>, akses 08 Februari 2021, pukul 13.55). Di dalam data tersebut pula menunjukkan bahwa kalangan muda sebagai rentetan umur yang paling banyak mendengarkan *podcast*.

Music Oomph pun pernah mengkaji tentang *podcast* di Indonesia, sebanyak 67,97 persen mengaku familiar dengan *podcast*, tanpa semuanya mendengarkan *podcast*. Rata-rata orang yang mendengarkan *podcast* di Indonesia mencapai 10 hingga 20 menit saja. Menit selebihnya rata-rata masyarakat Indonesia akan merasa bosan ketika mendengarkan *podcast*.

Saat ini banyak media yang memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menambahkan inovasi baru. Inovasi-inovasi tersebut nantinya akan beradaptasi dan bersaing dengan *trend* yang ada atau istilahnya tidak mau kalah dengan zaman. Rata-rata media online ataupun media elektronik sudah merambah ke dunia *podcast* dalam hal penyajian berita, karena penerapan *podcast* merupakan proses yang terbilang baru dalam kegiatan jurnalistik. Ketika sebuah media sudah memiliki *podcast* untuk menyajikan berita, maka media tersebut siap bersaing dalam hal penerapan *podcast* itu sendiri. Termasuk BBC Indonesia yang sudah tahu cara menerapkan *podcast* dalam penyajian berita.

Sudah ada beberapa media di Indonesia yang memiliki *podcast* selain BBC Indonesia, seperti Asumsi, CNN, serta Kompas, namun penelitian ini lebih meneliti tentang BBC Indonesia Podcast yang dirasa lebih menarik dalam pengembangan *podcastnya*. Perbedaan BBC Indonesia Podcast dengan *podcast* dari media lain, yakni isi berita yang disiarkan BBC Indonesia Podcast lebih berisi *highlight* berita yang disiarkan secara ringkas, sedangkan *podcast* dari media lain lebih berisi *talkshow* atau perbincangan dengan satu tema bersama narasumber ahli dari tema tersebut.

Berita yang disiarkan oleh BBC Indonesia Podcast selalu tayang setiap hari Senin sampai Jumat pada pukul 05.00 WIB dan 06.00 WIB. *Podcaster* yang merangkap sebagai jurnalis didalam BBC Indonesia Podcast selalu berbeda orang disetiap minggunya, Pijar Anugerah, Ayomi Amindoni dan Liza Tambunan menjadi orang-orang yang suaranya bisa didengarkan ketika mendengarkan *podcast* milik BBC Indonesia. Sejak mengudara pertama kali pada tanggal 21 April 2020, BBC Indonesia selalu aktif dan tidak pernah absen untuk menyajikan berita hingga saat ini.

Oleh karena itu, studi dan kajian penerapan *podcast* dalam penyajian berita, diharapkan mampu memberikan informasi terkait dengan inovasi baru dalam dunia kejournalistikan. Kajian-kajian yang diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan sebuah terobosan baru terkait dengan penerapan *podcast* dalam penyajian berita dengan menghadapi zaman yang lebih berkembang lagi, terutama menyangkut aspek *playable on demand* dan *broadcasting*.

1.2. Fokus Penelitian

Uraian diatas menjelaskan bahwa *podcast* menjadi salah satu media penyiaran yang relatif baru dalam kegiatan jurnalistik, paling tidak dilihat dari dua aspek yaitu “*pod* atau *playable on demand*” dan “*cast* atau *broadcasting*”, sebagaimana telah dijelaskan oleh Mark Briggs dalam buku *Journalism 2.0: How to Survive and Thrive* (Briggs, 2007:77)

Untuk lebih memfokuskan penelitian ini dan lebih terarah, selanjutnya diturunkan menjadi pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan “*playable on demand*” dalam proses penyajian berita di BBC Indonesia Podcast?
2. Bagaimana penerapan “*cast* atau *broadcasting*” dalam proses berita di BBC Indonesia Podcast?



1.3. Tujuan Penelitian

Mengacu pada penelitian di atas, tujuan yang ingin didapatkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mengetahui tentang penerapan aspek “*playable on demand*” terhadap penyajian berita di BBC Indonesia Podcast.
2. Mengetahui tentang penerapan aspek “*cast* atau *broadcasting*” terhadap penyajian berita di BBC Indonesia Podcast.

1.4. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan poin-poin di atas, maka kegunaan akademis dan kegunaan praktis dari penelitian ini, yaitu:

1.4.1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini secara akademik diharapkan berguna bagi pengembangan keilmuan di bidang jurnalistik, terutama mengenai pembelajaran baru tentang media yang baru dan juga sebagai terobosan baru untuk pembelajaran mengenai *new media*. Penelitian ini juga bisa dijadikan referensi untuk penelitian serupa yang membahas tentang media baru seperti *podcast*, baik itu membahas tentang peran *podcast* atau hal lain yang berhubungan dengan *podcast*, terutama menyangkut aspek *playable on demand* dan *broadcasting*.



1.4.2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu berguna bagi orang-orang yang selama ini terlibat dalam kegiatan penyajian berita terutama yang menggunakan *podcast*, seperti mahasiswa sebagai referensi untuk penelitian lanjutan, bagi praktisi media yang akan terlibat dalam kegiatan penyajian berita dengan menerapkan *podcast* dan masyarakat yang penasaran dan ingin mengetahui apa itu *new media* bernama *podcast*.

1.5. Landasan Pemikiran

1.5.1. Landasan Teori

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *new media* yang merupakan bentuk integrasi atau fusi media konvensional dengan media digital (Puspita, 2015: 206). *Podcast* dinyatakan media baru karena kehadiran *podcast* yang *booming* di tahun 2000-an hingga saat ini. Menurut Denis McQuail dalam buku Teori Komunikasi Massa McQuail, ciri utama *new media*, yaitu (1) saling berhubungan; (2) khalayak individu bisa menjadi penerima maupun pengirim pesan; (3) interaktivitas yang beragam; (4) memiliki kegunaan yang beragam dan karakter yang terbuka; (5) sifat yang ada 'dimana-mana' (McQuail, 2011:44).

Sementara itu, menurut Marshall McLuhan, teori *new media* merupakan *global village* (desa global) yang berarti media sebagai perpanjangan dari seorang manusia. Menurut McLuhan (dalam Munandar & Suherman, 2016:427) *global village* yang dimaksud yaitu dimana media dapat mengubah proses maupun sistem komunikasi menjadi global, sehingga semua orang dengan mudah dapat berkomunikasi dan menggunakan aksesnya. Selain itu teknologi komunikasi tersebut dapat mengubah relasi antara manusia dengan dunia dan menghasilkan sebuah makna yang baru. *Global village* yang dikatakan McLuhan sebenarnya tertuju kepada semua media, tak hanya tertuju kepada media baru, sehingga tidak ada spesifikasi yang ditujukan.

Lalu, teori *new media* selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman, karena teori tersebut terbentuk akibat adanya interaksi antara manusia dengan teknologi yang terus berkembang (Aprilya, 2017:15). Saat ini yang dimaksud dalam teknologi yang terus berkembang yaitu, internet. Hampir dipastikan sebuah media baru saat ini tidak bisa berkembang jika tidak ada yang namanya internet, karena diibaratkan media baru dan internet seperti anak yang membutuhkan induknya. Contoh, *podcast* sebagai media baru membutuhkan internet ketika akan didengarkan, jika ditanya apakah mendengarkan *podcast* bisa tanpa internet? Bisa, hanya saja ketika akan mendengarkan tanpa internet harus tetap mengunduh terlebih dahulu sebelum didengarkan. *New media* tidak bisa dipisahkan dengan dunia digital dan teknologi mumpuni saat ini.

Internet telah memberi energi kreativitas, kolaborasi dan model baru yang memungkinkan cara-cara baru untuk mencari informasi untuk berhubungan dengan orang lain, internet pula menawarkan media teknologi lain di mana individu dan masyarakat dapat mengekspresikan diri (Green, 2010: 1), hal tersebut memperjelas jika di dalam *new media* saat ini sangat membutuhkan internet dalam penggunaannya.

Lalu Lelia Green mengatakan ketika teknologi bertemu terutama mengenai *new media*, maka akan mengambil dan berbagi kapasitas serta karakteristik teknologi lain di samping teknologi inti. Ini kontras dengan barang sehari-hari dari kehidupan pra-digital, yang memiliki fungsi terpisah

dan karakteristik teknis yang terpisah. Dahulu televisi tidak dapat digunakan sebagai radio; telepon tidak dapat berfungsi sebagai kamera. Namun, begitu informasi didigitalkan, informasi tersebut dapat ditangani secara konsisten dan efektif dengan munculnya teknologi hibrida (Gree, 2010: 4).

Meski dikatakan sebagai media baru atau *new media* namun tetap ada keterkaitan antara media baru dengan media lama. Gershon (Menke and Schwarzenegger, 2019:654) mengartikan jika setiap media baru secara instan akan terjatuh dalam web ideologi media-media lama yang akan menentukan bagaimana media baru tersebut akan dipersepsikan. Karena pada saat yang sama, setiap media baru akan mengubah bagaimana media yang sudah dipahami bisa membentuk komunikasi yang ideal. Jika dikaitkan dengan *podcast* sebagai media baru, radio merupakan media lama dari *podcast*, keterkaitan radio dan *podcast* sangat terasa, meski secara harfiah kedua media tersebut berbeda.

Praktik *new media* sudah dijalankan oleh beberapa media, baik itu media konvensional atau media baru. Media baru pada umumnya akan meningkatkan harapan akan kebebasan komunikasi, kekuatan kontrol lembaga yang berlanjut, serta arus pasar yang akan diikuti terus dengan realitas tinggi yang tidak bisa diremehkan (McQuail, 2011:48).

1.5.2. Landasan Konseptual

1. Berita

Berita merupakan laporan mengenai kejadian atau peristiwa penting dan menarik yang dibagikan kepada khalayak pembaca (Muslimin, 2019:10). Ketika ingin membuat sebuah berita maka harus memperhatikan unsur-unsur berita yang bisa dijadikan sebagai “rumus umum” penulisan berita, unsur-unsur penting dalam berita tersebut yaitu 5W+1H yang terdiri dari, (1) *What*: apa yang terjadi; (2) *Where*: dimana hal itu terjadi; (3) *When*: kapan peristiwa itu terjadi; (4) *Who*: siapa yang terlibat dalam kejadian itu; (5) *Why*: kenapa hal itu terjadi; dan (6) *How*: bagaimana peristiwa itu terjadi (Muslimin, 2019:17).

Karena berita bersifat untuk umum dan harus disampaikan seperti apa yang terjadi di lapangan, maka tidak boleh ada unsur kekeliruan yang ditunjukkan di dalam isi berita. Apalagi jika berita tersebut berisi kebohongan atau adu domba. Berita yang disampaikan harus berdasarkan fakta tentang peristiwa yang benar-benar terjadi tanpa adanya kebohongan dan bertujuan untuk memberikan informasi.

2. Media Audio

Audio merupakan salah satu wadah media untuk mendapatkan informasi melalui indera pendengaran. Radio adalah contoh nyata bahwa sebuah informasi atau berita mampu dipahami hanya dengan

menggunakan telinga yang langsung direspon oleh otak manusia dan pada akhirnya menjadi berita yang bermanfaat. Bahkan Indonesia merupakan salah satu negara yang yang menyukai budaya tutur daripada membaca untuk mendapatkan sebuah pesan yang tersampaikan (Rusdi 2010:4). Sehingga dapat dipastikan jika telinga sebagai alat pendengaran manusia mampu mendapatkan inti dari sebuah berita atau informasi hanya dengan cara mendengar.

Karena perkembangan dan kegunaan audio yang semakin hari semakin menunjukkan keberhasilan, maka audio sampai abad ke-20 masih menjadi pilihan seseorang untuk bisa mendapatkan berita atau informasi. Namun media audio cenderung memiliki sifat yang satu arah, sehingga manusia yang mendengarkan tidak bisa memberikan efek langsung dan ketika seorang manusia mendengarkan berita melalui media audio, maka manusia tersebut akan berimajinasi karena tak ada visualisasi yang tercipta.

3. Platform Digital atau Medium mendengarkan *Podcast*

Dahulu sebelum berkembang seperti saat ini, *podcast* hanya bisa dinikmati melalui Apple Podcast, sehingga hanya pengguna produk Apple yang dapat menikmati *podcast*. Namun saat ini karena perkembangan *podcast* yang semakin pesat, maka *podcast* bisa didengarkan di beberapa *platform* yang sering menjadi pilihan anak

muda bahkan dewasa, seperti Spotify, Soundcloud, Google Podcast, dan sebagainya.

Apalagi sekarang kemudahan untuk bertambahnya kreator *podcast* semakin terbuka lebar, karena ada *platform* bernama Anchor yang menjadi pihak ketiga, dengan layanan *hosting* yang tak berbayar, membuat seorang kreator *podcast* bisa dengan mudah mendistribusikan *podcast*nya ke *platform* yang sudah ditentukan hanya menggunakan RSS (*Really Simple Syndication*) yang menjadi konektor antara pendistribusian dan wadah menikmati.

Menurut survey Daily Social pada tahun 2018 (Zellatifanny, 2020:125), persentase 52,02 persen atau paling tinggi dijadikan *platform* digital *podcast* yaitu Spotify, disusul 46 persen oleh Soundcloud dan diurutan ketiga ada Google Podcast dengan persentase 41,25 persen. Banyaknya *platform* atau medium yang tersedia, maka akan memudahkan seorang kreator atau *podcaster* untuk menyebarkan konten audio yang dimiliki.

1.5.3. Landasan Operasional

Aspek “*playable on demand*” dan “*broadcasting*” dalam *podcast* menjadi fokus penelitian untuk mencari lebih dalam dan mengkaji lebih terarah mengenai hal yang akan difokuskan dalam penelitian ini. Menurut Ahmad Zainudin (Zainudin, <https://tirto.id/hikayat-podcast-cufm>, akses 09 Februari 2021, pukul 07.28 WIB), kelebihan mendengarkan siaran suara

secara *on demand*, yaitu (1) bisa didengarkan secara berulang-ulang; (2) dapat mengunduh episode *podcast* sesuai keinginan terikat waktu seperti radio konvensional pada umumnya. Ketika sebuah media menggunakan aspek “*playable on demand*” maka akan secara otomatis mengunggah konten baru dan juga akan ada penghapusan konten yang lama (Allen B. Wright, Tucson, AZ; Eddy J. Peters, Tucson, 2002:10).

Menurut Wolfgang Hoeg dan Thomas Lauterbach, Digital Audio Broadcasting (DAB) sistem penyiarnya beda dengan penyiaran konvensional, karena cara kerja DAB, yaitu (1) Adanya sistem seperti pengkodean audio perseptual; (2) Adanya pengkodean dan modulasi saluran; (3) Manajemen multipleks atau protokol transmisi data (Hoeg and Lauterbach, 2009:1). Untuk melakukan kegiatan *broadcasting* atau penyiaran, perlu adanya studio yang berperan sebagai tempat awal mula penyiaran dimulai. Keberhasilan sebuah media penyiaran atau *broadcasting* dapat ditopang oleh tiga pilar utama, yaitu program, pemasaran dan teknik (Morissan, 2008:1).

Stephanie Watson dalam artikel berjudul *How Podcasting Works* mengatakan jika membuat *podcast* bukan hanya merekam lalu langsung tersedia di *platform* digital audio, namun dijelaskan jika membuat *podcast* ada tata cara yang harus dipahami terutama tentang *broadcasting*, yakni (1) gunakan *microphone* lalu pasang ke dalam komputer, *handphone* atau media perekam yang akan digunakan; (2) ketika akan merekam, bisa

menggunakan aplikasi bawaan di handphone atau menggunakan *software* khusus audio, seperti Audacity, Record for All dan Adobe Audition; (3) rekamlah pembahasan yang akan dibahas bersama rekan, pasangan, keluarga atau bahkan bermonolog; (4) edit beberapa *part* yang ingin dihilangkan dan setelah itu *upload* audio untuk ada di *platform* pilihan, (Watson, <https://computer.howstuffworks.com/internet/basics/podcasting.htm#:~:text=Podcasting%20was%20developed%20in%202004,and%20software%20developer%20Dave%20Winer>, akses 09 Februari 2021, pukul 23.29 WIB).

1.6. Langkah-Langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian bertujuan untuk mempermudah dan mengetahui rincian penelitian yang harus dilakukan.

1.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di kantor BBC Indonesia, Deutsche Bank Building, Lantai 15 Jalan Imam Bonjol 80, Jakarta, 10310, Indonesia. Namun karena adanya pandemi yang tak kunjung henti, maka penelitian ini dilaksanakan melalui jalur daring (*online*), dengan menggunakan aplikasi ketiga seperti WhatsApp dan e-mail dalam melakukan wawancara.

Alasan pemilihan BBC Indonesia sebagai objek penelitian yang akan diteliti, karena BBC Indonesia merupakan salah satu media di Indonesia yang selalu mengikuti perkembangan zaman. Terbukti ketika menyalurkan berita

yang akan disampaikan kepada khalayak, BBC Indonesia tidak terpaku hanya kepada satu wadah penyajian saja, namun BBC Indonesia mengikuti *trend-trend* masa kini dan mencaritahu media apa yang sedang diperbincangkan. Bahkan BBC Indonesia sangat memanfaatkan sosial media sebagai salah satu wadah yang saat ini menjadi pilihan utama khalayak umum.

Karena senang mengikuti perkembangan zaman dalam hal penyajian berita, maka BBC Indonesia akhirnya tertarik dengan media baru bernama *podcast*, sebuah media yang berfungsi untuk menyalurkan informasi dan sedang naik daun saat ini. Ketika sudah memiliki *podcast*, isi berita atau informasi yang disampaikan di dalam BBC Indonesia Podcast sangat menarik, berisi potongan-potongan berita terbaru yang di rangkai sedemikian rupa seperti informasi yang sering didengarkan di radio atau dilihat di televisi tapi tidak terlihat visualisasi.



1.6.2. Paradigma

Fokus penelitian ini untuk mengetahui aspek penyajian berita di dalam *podcast* berdasarkan dua aspek dasar *podcast* yaitu aspek *playable on demand* dan *broadcasting* (Briggs, 2007:77) di BBC Indonesia Podcast dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Tujuan menggunakan paradigma konstruktivisme untuk menemukan sebuah peristiwa atau realitas yang dikonstruksi. Lalu dengan cara seperti apa sebuah konstruksi itu dibentuk. Menurut Eriyanto (Eriyanto, 2009:5), dalam sebuah paradigma

konstruktivisme maka sebuah subjek akan berperan sebagai faktor sentral ketika sedang melakukan sebuah kegiatan yang berhubungan dengan sosial atau masyarakat luas.

Konstruktivisme menyatakan tidak ada sesuatu kebenaran yang tunggal, jika dikaitkan dengan penelitian ini maka hasil dari penelitian akan menghasilkan kebenaran yang berbeda-beda dari tiap individu atau kelompok. Jawaban dari sebuah pertanyaan dalam penelitian akan terjawab dengan hasil yang berbeda-beda pula sesuai apa yang dirasakan oleh masing-masing individu.

1.6.3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan kualitatif menjadi pendekatan yang digunakan dalam penelitian, yaitu pendekatan yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis sebuah fenomena individu atau kelompok, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, pendapat dan pemikiran (Bachri, 2010: 50). Sementara itu menurut Sukmadinata, penelitian kualitatif bersifat induktif, yang akan memunculkan permasalahan berupa data dan kemudian data tersebut diamati dengan seksama, lalu mencakup deskripsi yang didapatkan dari hasil wawancara mendalam, serta hasil analisis dokumen yang didapatkan (Sukmadinata, 2008:60).

Menurut Creswell (dalam Rukajat, 2018:4), pendekatan kualitatif memiliki tujuan untuk mencakup informasi tentang sebuah fenomena yang

akan dieksplorasi dalam penelitian. Oleh karena itu, aspek *playable on demand* dan *broadcasting* sebagai sebuah fenomena baru dalam penyajian berita dengan menerapkan *new media*, yang kemudian akan diamati secara mendalam melalui proses-proses lanjutan seperti observasi, dokumentasi dan wawancara secara mendalam. Hasil penelitian bersifat induktif yang akan dijelaskan secara deskriptif.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif karena dibatasi agar penelitian tidak melebar kemana-mana. Hanya akan memfokuskan kepada penerapan dua aspek *podcast* yang dikemukakan oleh Mark Briggs dalam buku *Journalism 2.0: Survive and Thrive*, yakni aspek *playable on demand* dan *broadcasting*. Munculnya teori baru akan terasa karena hasil penelitian diperoleh berdasarkan data-data yang sudah dikumpulkan di lapangan, baik itu dengan observasi, dokumentasi maupun wawancara.



1.6.4. Metode Penelitian

Metode Studi Kasus digunakan dalam penelitian ini. Menurut Mudjia Rahardjo (Rahardjo, 2017:3), studi kasus yaitu kegiatan ilmiah yang bersifat intensif, mendetail serta mendalam yang membahas mengenai suatu program, peristiwa dan aktivitas yang dilakukan secara individu, kelompok, lembaga atau organisasi, untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang peristiwa yang diamati. Lalu peristiwa tersebut kemudian akan dirujuk dan disebut sebagai kasus aktual (*real-life events*), yang sedang berlangsung.

Alasan dipilihnya metode studi kasus karena peristiwa *new media* mengenai *podcast* sedang banyak digunakan oleh media penyajian berita, Lalu adanya peristiwa *real-life events* atau sedang terjadi saat ini di BBC Indonesia yang menjadi fokus dalam metode studi kasus, serta *podcast* sebagai tempat penyajian berita masa kini dianggap unik oleh beberapa orang.

Menurut Stake (dalam Rahardjo, 2017: 3) rambu-rambu pertimbangan metode studi kasus, yakni:

1. Hakikat atau sifat kasus, sifat penerapan *playable on demand* dan *broadcasting* yang umum dan belum diketahui banyak orang, membuat *podcast* menjadi pilihan baru untuk mendapatkan informasi.
2. Latar belakang terjadinya kasus, maraknya beragam *podcast* di Indonesia membuat awal mula terjadinya penelitian ini.
3. Setting fisik kasus
4. Konteks yang mengitari, faktor seni menjadi konteks yang ada dalam BBC Indonesia Podcast, seni berbicara dan seni mengolah kalimat yang harus dimiliki oleh seorang jurnalis atau *podcaster*.
5. Keterkaitan antara kasus lain dengan kasus yang akan diteliti, perkembangan teknologi media yang semakin canggih dalam penyajian berita membuat *podcast* menjadi suatu hal yang layak untuk diperbincangkan.
6. Informan yang menguasai kasus, dalam penelitian ini yang menjadi informan yaitu orang-orang yang ada dan terlibat secara langsung dalam pembuatan dan pendistribusian *podcast* di BBC Indonesia Podcast.

Menurut pertimbangan penelitian metode studi kasus di atas, dapat dikatakan bahwa penelitian ini membahas mengenai sebuah peristiwa baru yang sedang marak digunakan oleh sebagian kalangan, yaitu *podcast* yang hadir di dalam media terkemuka di Indonesia yakni BBC Indonesia. Hal tersebut sangat menarik untuk diteliti. Penelitian ini menggunakan metode

studi kasus dalam penerapannya, dengan menggunakan langkah-langkah yang sudah tersaji dalam metode studi kasus. Sehingga hasil penelitian akan mengikuti analisis data sesuai dengan analisis data yang digunakan dalam metode studi kasus.

1.6.5. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian secara deskriptif. Setelah data-data sudah didapatkan, maka akan langsung dijabarkan sesuai fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Karena jenis penelitian deskriptif lebih kearah menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi yang terjadi dalam kasus atau peristiwa yang diteliti.

1.6.6. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang akan menjadi kunci dalam penelitian ini berasal dari beberapa data terkait *new media* bernama *podcast* yang sedang digunakan oleh BBC Indonesia dalam penyajian berita, yang meliputi aspek *playable on demand* dan *broadcasting*. Data mengenai *playable on demand* meliputi pemahaman tentang hasil audio yang bisa didengarkan berulang kali atau kapanpun tanpa terikat waktu yang

pasti dan mudahnya cara menggunggah konten baru dan menghapus konten lama, sedangkan data mengenai *broadcasting* meliputi pemahaman tentang penyiaran yang dilakukan dalam sebuah media bernama *podcast*, baik itu berupa penyiaran sebelum atau sesudah siaran dilakukan.

b. Sumber Data

Data-data di atas diperoleh dari beberapa sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer berasal dari jurnalis aktif dan *podcaster* BBC Indonesia Podcast yang menjadi bagian penting dalam penyajian berita di BBC Indonesia Podcast, dari mulai pembuatan *script*, perekaman hingga pendistribusian. Para jurnalis dan *podcaster* tersebut telah bersedia untuk memberikan data-data di atas secara akurat dan langsung terkait penelitian mengenai *podcast*.

Sementara itu, sumber data sekunder diperoleh dari data tertulis yang didapatkan melalui observasi dan dokumentasi, hasil kajian analisis setelah mendengarkan BBC Indonesia Podcast, melihat serta mengamati informasi rujukan yang berasal dari buku, jurnal elektronik dan sumber rujukan penelitian terdahulu. Data sekunder dan data primer tersebut kemudian disatukan dan menjadi hasil penelitian yang sempurna.

1.6.7. Informan Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi informan yaitu para jurnalis aktif atau Multimedia Broadcast Journalist yang bekerja untuk BBC Indonesia. Terdapat empat orang informan yang jawabannya mampu membuat penelitian ini semakin menarik, yaitu Jerome Wirawan yang menjadi Kepala Biro atau Service Editor BBC Indonesia yang ada di Jakarta, lalu ada Ayomi Amindoni dan Liza Tambunan yang suara merdunya terdengar ketika sedang mendengarkan BBC Indonesia Podcast, lalu yang terakhir ada Endang Nurdin seorang jurnalis senior yang sudah bekerja lama sekali untuk BBC Indonesia dan Endang bekerja untuk BBC Indonesia secara langsung di London atau bekerja sebagai perwakilan BBC Indonesia yang ada di kantor pusat BBC di London.

1.6.8. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara diarahkan kepada penggalan data-data terkait penerapan *podcast* yang memiliki aspek bisa didengarkan kapanpun dan aspek penyiaran atau *broadcasting* dalam penyajian sebuah berita. Kedua aspek tersebut meliputi sebuah konten audio baru bernama *podcast* yang digunakan oleh media lama terkemuka di Indonesia, yaitu BBC Indonesia. Lalu penggalan data dikhususkan terkait aspek *playable on demand* dan *broadcasting* ketika diterapkan dalam sebuah

podcast BBC Indonesia yang nyata dan bisa didengarkan oleh semua khalayak. Sementara itu, data mengenai gambaran umum BBC Indonesia secara luas, didapatkan ketika wawancara dengan jurnalis senior yang sudah lama bergabung di BBC Indonesia.

Wawancara dilakukan kepada semua jurnalis yang berhubungan langsung dengan penyajian berita di dalam BBC Indonesia Podcast, seperti kepala biro atau *service editor*, lalu jurnalis senior yang berada di kantor pusat BBC Indonesia di London yang mengetahui banyak sekali informasi terkait BBC Indonesia, serta ada dua jurnalis yang merangkap sebagai *podcaster* atau penyiar yang suara merdunya bisa didengarkan di dalam BBC Indonesia Podcast.

Teknik wawancara yang dilakukan yaitu wawancara secara mendalam. Tujuan digunakannya teknik wawancara mendalam untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun agar ketika melakukan wawancara dengan informan bisa lebih terarah, ataupun kadang pula terdapat pertanyaan yang terlintas begitu saja ketika mendengar jawaban dari seorang informan dan hal tersebut menjadi data tambahan untuk proses penelitian. Kegunaan wawancara dalam penelitian ini, untuk lebih mengkonfirmasi data yang didapatkan atau ditemukan ketika melakukan observasi. Disini wawancara berperan penting untuk lebih memperkuat jawaban terkait data-data penelitian.

b. Observasi

Podcast memiliki dua aspek penting yaitu *playable on demand* dan *broadcasting*, dalam penelitian ini observasi dilakukan khusus kepada kedua aspek *podcast* tersebut. Karena pandemi yang tak kunjung hanti, maka observasi seluruhnya dilakukan secara daring dengan semangat juang yang tinggi, namun hal tersebut tak menjadi hambatan yang berarti.

Teknik observasi dilakukan dengan cara mencari informasi melalui media daring atau internet dengan memilah dan memilih mana yang tepat dan sesuai serta kredibel terkait aspek *playable on demand* dan *broadcasting*, serta terkait pula mengenai BBC Indonesia secara keseluruhan. Ketika sudah mendapatkan beberapa data kasar hasil observasi, maka semua hal-hal yang masih rancu dipertanyakan di dalam pertanyaan kepada informan dalam teknik pengumpulan data dengan cara wawancara. Sehingga data yang diperoleh benar-benar data yang terjadi di lapangan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi membuat semua hal menjadi lebih jelas dan lebih mudah dipahami. Karena hasil data yang berisi tulisan saja terkadang tak dapat dipahami oleh sebagian orang. Oleh karena itu, dokumentasi dilakukan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran yang lebih jelas. Lalu dokumentasi lebih mengarahkan kepada bentuk

podcast BBC Indonesia yang terdapat di Spotify, yang bisa didengarkan atau diakses oleh sebagian orang. Dokumentasi bertujuan untuk menunjukkan bahwa hal tersebut ada dan nyata tanpa menerka-nerka.

1.6.9. Analisis Data

Menurut Mudjia Rahardjo (dalam Rahardjo, 2017:15), analisis data yang dilakukan dalam metode studi kasus, yakni:

1. Penelitian akan diawali dengan menemukan beberapa tema yang sesuai dengan penerapan *podcast*. Kemudian tema-tema tersebut akan dikaitkan dengan penyajian berita yang akan dilakukan di BBC Indonesia. Oleh karena itu disini sudah tercipta judul untuk penelitian, yaitu “Penerapan *Podcast* dalam Penyajian Berita di BBC Indonesia”!
2. Setelah menentukan tema, selanjutnya dilakukan pencarian literatur yang menjadi bahan konfirmasi terkait beberapa temuan dari yang sudah didapatkan. Temuan tersebut akan memperjelas penelitian. Literatur didapatkan berasal dari buku, jurnal, penelitian terdahulu, maupun artikel yang kredibel untuk mencari data terkait tema penelitian.
3. Selanjutnya perumusan fokus penelitian yang ditetapkan ke dalam dua aspek dari sebuah *podcast*, yakni *playable on demand*

dan *broadcasting*. Hal ini bertujuan agar penelitian tak menyimpang kemana-mana atau terus berada dijalurnya.

4. Data hasil penelitian diperoleh dari tahapan observasi, wawancara dan dokumentasi yang didapatkan dari beberapa informan yang terkait di dalam BBC Indonesia Podcast. Data didapatkan secara objektif sesuai fakta yang terjadi di lapangan.
5. Setelah data terkumpul dari beberapa informan dan hasil observasi serta dokumentasi, maka data disempurnakan menjadi sebuah kesatuan yang jelas terkait penerapan *podcast* dalam penyajian berita di BBC Indonesia Podcast. Penyempurnaan dilakukan agar data yang didapatkan menjadi rapi dan mudah dipahami oleh pembaca, serta membuat data tidak berceceran kemana-mana.
6. Rapi saja tak cukup, untuk menjadi sempurna maka ada pengolahan data terkait hasil penelitian yang bertujuan sebagai tahap akhir dalam pencarian data terkait *podcast* di dalam BBC Indonesia, sehingga data diolah menjadi lebih sempurna dan mudah dipahami.
7. Sudah mendapatkan data dengan sangat sempurna terkait penyajian berita melalui *podcast* di BBC Indonesia, maka selanjutnya tahapan analisis data yang dilakukan untuk mendapatkan hasil akhir terkait penelitian yang sudah diteliti. Analisis tersebut akan menjadi jawaban dari sebuah pertanyaan

yang sudah dirancang di awal penelitian. Semua data terkumpul menjadi satu dalam tahapan ini.

8. Data yang sudah dianalisis kemudian dirapikan kembali melalui tahap proses analisis data, untuk lebih memudahkan dalam mencari jawaban. Tahap ini bertujuan untuk proses ketahap final dalam penelitian. Semua data terkait *podcast*, *playable on demand*, *broadcasting*, *new media* dan BBC Indonesia sudah bisa dikatakan rampung karena sudah rapi dan sudah sesuai dengan tujuan penelitian.
9. Tahap akhir dalam penelitian yakni menarik kesimpulan terkait penelitian yang sudah diteliti untuk menjadi akhir dari sebuah penelitian, yaitu kesimpulan mengenai penerapan *podcast* yang dilakukan BBC Indonesia dalam penyajian berita.

1.6.10. Jadwal Penelitian

Tabel 1. 1
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu								
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
1.	Pengajuan Judul	■								
2.	Penyusunan Proposal		■							
3.	Seminar Proposal			■						
4.	Perijinan Penyusunan				■					
5.	Bimbingan Bab 2					■	■	■		
6.	Bimbingan Bab 3							■	■	
7.	Bimbingan Bab 4								■	
8.	Sidang									■