

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Olahraga merupakan suatu hal yang penting dalam kehidupan seseorang. Lain daripada itu, olahraga berperan sebagai media pemersatu bangsa karena bidang ini memiliki kaitan dengan jati diri bangsa itu sendiri. Sejak awal kemerdekaan Indonesia, kelembagaan atau organisasi yang mengurus pemudaan dan keolahragaan sudah muncul (Kemenpora, 2021). Olahraga telah menumbuhkan dan meningkatkan rasa persaudaraan serta sikap nasionalisme yang tinggi bagi masyarakat. Di dalam sebuah olahraga terdapat kompetisi yang pesertanya memiliki perbedaan latar belakang. Dapat dibayangkan bahwa dari dunia olahraga inilah yang menjadi sarana pemersatu bangsa yang sesuai bagi kemajemukan tersebut. Kusumaningrat (2006, h.6) mengatakan bahwa “Dalam masa tertentu, peristiwa olahraga dapat menyatukan beragam manusia, seperti perebutan Piala Thomas, ia menyatukan seluruh bangsa Indonesia dalam satu kata: nasionalisme”. Dalam kompetisi besar olahraga seperti Asian Games, acara tidak dinikmati secara belaka dan peserta tidak hanya berpartisipasi dalam acara tersebut, tetapi seluruh negara beserta penduduknya ikut serta dalam gelaran akbar tersebut. Seperti yang tertulis dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2005 Tentang Sistem Keolahragaan Nasional dijelaskan bahwa “masyarakat berkewajiban memberikan dukungan sumber daya dalam penyelenggaraan keolahragaan”

mar yang berasal dari segala usia dan dari beberapa kalangan.

yang dilakukan Alvara Research Center (2018) pada

ukkan bahwa dari 1200 responden, olahraga bola basket dige

mencapai 13,4%, sedangkan generasi Millenial olahraga b

ai 2,4%.

Olahraga Favorit Generasi Milenial dan Generasi Z (10 Cabang)

Sumber : Alvara Research Center, Mei 2018

Generasi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Generasi Milenial	45	19	18	14	13	11	9	5	5	3
Generasi Z	51	13	13	18	8	14	6	2	2	13

mar yang berasal dari segala usia dan dari beberapa kalangan.

yang dilakukan Alvara Research Center (2018) pada

ukkan bahwa dari 1200 responden, olahraga bola basket dige

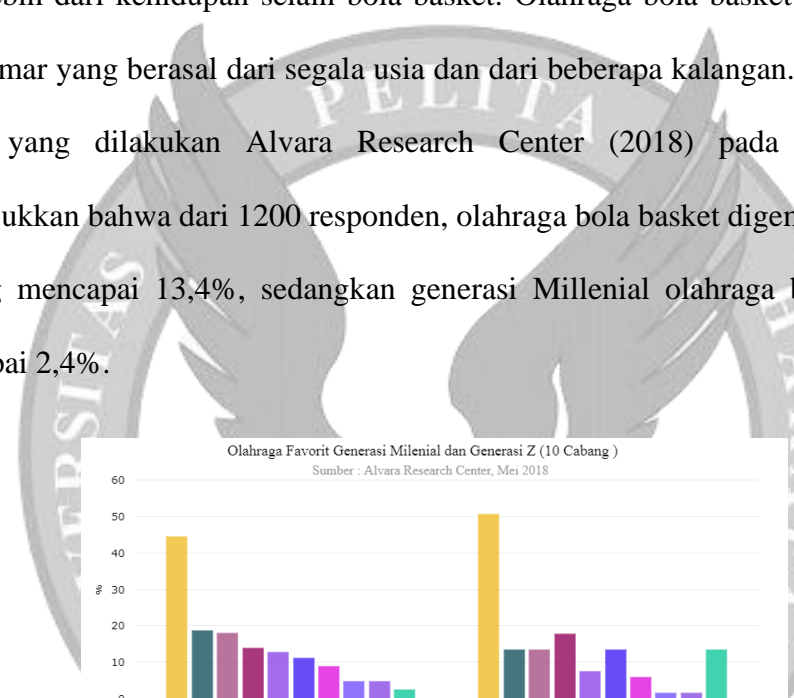
mencapai 13,4%, sedangkan generasi Millenial olahraga b

ai 2,4%.

Olahraga Favorit Generasi Milenial dan Generasi Z (10 Cabang)

Sumber : Alvara Research Center, Mei 2018

Generasi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Generasi Milenial	45	19	18	14	13	11	9	5	5	3
Generasi Z	51	13	13	18	8	14	6	2	2	13



mar yang berasal dari segala usia dan dari beberapa kalangan.

yang dilakukan Alvara Research Center (2018) pada

ukkan bahwa dari 1200 responden, olahraga bola basket dige

mencapai 13,4%, sedangkan generasi Millenial olahraga b

ai 2,4%.

Olahraga Favorit Generasi Milenial dan Generasi Z (10 Cabang)

Sumber : Alvara Research Center, Mei 2018

Generasi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Generasi Milenial	45	19	18	14	13	11	9	5	5	3
Generasi Z	51	13	13	18	8	14	6	2	2	13

mar yang berasal dari segala usia dan dari beberapa kalangan.

yang dilakukan Alvara Research Center (2018) pada

ukkan bahwa dari 1200 responden, olahraga bola basket dige

mencapai 13,4%, sedangkan generasi Millenial olahraga b

ai 2,4%.

Olahraga Favorit Generasi Milenial dan Generasi Z (10 Cabang)

Sumber : Alvara Research Center, Mei 2018

Generasi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Generasi Milenial	45	19	18	14	13	11	9	5	5	3
Generasi Z	51	13	13	18	8	14	6	2	2	13

mar yang berasal dari segala usia dan dari beberapa kalangan.

yang dilakukan Alvara Research Center (2018) pada

ukkan bahwa dari 1200 responden, olahraga bola basket dige

mencapai 13,4%, sedangkan generasi Millenial olahraga b

ai 2,4%.

Olahraga Favorit Generasi Milenial dan Generasi Z (10 Cabang)

Sumber : Alvara Research Center, Mei 2018

Generasi	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Generasi Milenial	45	19	18	14	13	11	9	5	5	3
Generasi Z	51	13	13	18	8	14	6	2	2	13

kegemaran olahraga bola basket. Hal ini menunjukkan bahwa banyak orang yang menggemari olahraga bola basket yang populer ini.

Selain itu, olahraga juga mendapat dukungan penuh dari media massa maka olahraga tak bisa lepas dari hal tersebut. Bahkan pertandingan olahraga tidak akan menarik tanpa ada campur tangan dari awak media untuk menyajikan berita dalam bentuk teks maupun audio visual. Maka dari itu, media massa dan olahraga saling berpengaruh dan bergantung. Pernyataan tersebut pun didukung dengan munculnya media di Indonesia yang ada di di bidang olahraga seperti Majalah Main Basket, Koran Topskor, dll. Tidak hanya media cetak yang mempublikasikan berita olahraga, tetapi olahraga dibentuk program secara eksklusif di acara televisi seperti *Sport Zone*, *Lensa Olahraga*, *Net Sport*, dll. Bahkan karena Indonesia memiliki penggemar olahraga terfanatik maka Kemenpora memiliki rencana untuk mendirikan stasiun televisi khusus olahraga yaitu Indonesia *Sport TV*. Hal tersebut dapat dijadikan tolak ukur dan menjadi indicator bahwa olahraga sudah menjadi daya tarik tersendiri.

Sejalan dengan masyarakat Indonesia, kini media tidak dapat melepaskan konten dalam bidang olahraga di media mereka. Tabloid olahraga yang muncul pertama di Indonesia adalah Tabloid Bola (Kompas, 2020). Tabloid ini merupakan media massa yang menjadi penggerak dalam penerbitan bertema olahraga di Indonesia pada 3 Maret 1984. Tabloid ini menampung pemberitaan khusus untuk olahraga sepakbola sedangkan olahraga lain diterbitkan Tabloid bernama Bola Sports. Selain itu, terdapat Majalah Mainbasket yang merupakan satu-satunya majalah khusus basket di tanah air. Kehadiran majalah ini tentunya mendapat

dukungan dan disambut hangat oleh penggemar basket Indonesia. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa olahraga bola basket dapat dijadikan sebuah media karena konten olahraga khususnya bola basket dibutuhkan dan diminati oleh masyarakat Indonesia.

Dengan munculnya masa reformasi, pertumbuhan industri media berlangsung begitu cepat. Yosep Adi Prasetyo yang merupakan Ketua Dewan Pers 2016-2019, memprediksi jumlah media massa yang ada di Indonesia telah mencapai 47.000 media dan media online mencapai 43.000 (MediaCentre2, 2020). Sekitar 2000 hingga 3000 media merupakan media cetak dan sisa dari jumlah tersebut adalah media radio dan televisi. Persaingan antar media sangat ketat sehingga munculnya ketidakberagaman dalam media. Hal ini dikarenakan media cenderung memperhatikan laba dan peringkat media, serta mengedepankan konten yang menjadi perhatian masyarakat. Media radio hampir sebagian besar menggunakan format yang sama yaitu dengan mempersiapkan format yang disukai oleh para pendengar.

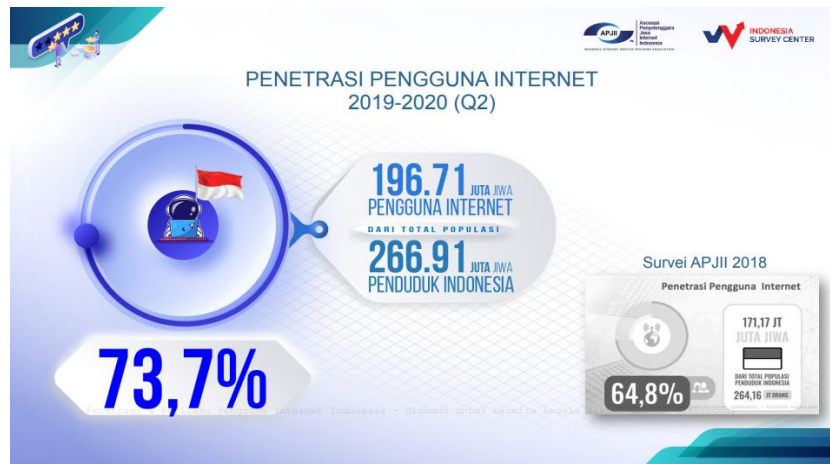
Namun, kepemilikan modal yang dominan terhadap media massa sangat berpengaruh terhadap isi konten media itu sendiri, sehingga masyarakat merasakan kejenuhan terhadap konten media yang ada saat ini. Tak dapat dipungkiri, beberapa kalangan berupaya mengembangkan media alternatif untuk menyediakan konten yang lebih kreatif. Televisi dan Radio merupakan dua kegiatan kreatif yang berhubungan dengan usaha kreasi, produksi, dan pengemasan program televisi. Perkembangan teknologi yang ada saat ini diikuti oleh industri media. Sebagian besar radio telah memiliki teknologi *radio streaming*. Teknologi tersebut

memungkinkan radio agar dapat didengar melalui jaringan internet secara *live*. Untuk mengatasi siaran yang tertunda, perkembangan teknologi memiliki pengantisipasi dalam hal tersebut. Podcast tentunya telah mengatasi karakteristik radio yang berjalan hanya sepiantas.

Dengan adanya media baru di era sekarang ini, menjadi keuntungan bagi para masyarakat dalam mengunduh dan mendapatkan informasi secara gratis. McQuail (2011, h.16) menegaskan bahwa “media baru sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula”. Kini, media bolabasket sudah beralih dalam basis *digital*, aplikasi yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Hal ini berpengaruh terhadap pemberitaan olahraga bolabasket di media radio yang kini sudah jarang didengar oleh orang-orang. Hal tersebut terjadi karena radio bersifat liner dan hanya berdasarkan pada urutan yang ada dalam menyajikan program kepada pendengar sehingga bersifat non fleksibel. Berbanding lurus dengan media cetak, media dalam bentuk *audio* harus berpikir keras untuk mencari cara sejalan dengan perkembangan zaman yang mengutamakan teknologi internet.

Perkembangan zaman yang ada saat ini membuat media bolabasket berbentuk cetak sudah mulai dihiraukan oleh para penikmat setianya. Berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2019) pada gambar 1.2 menyatakan bahwa total warga Indonesia yang menggunakan internet mencapai angka 196.71 juta jiwa dari jumlah penduduk Indonesia yaitu 266.91 juta jiwa. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan persentase

penetrasi pengguna internet mengalami peningkatan sebanyak 8,9% dari tahun 2018 dengan persentase 64,8% dan pada tahun 2019-2020 dengan persentase 73,7%



Gambar 1. 2 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia tahun 2019-2020

Sumber: (APJII, 2019)

Hal itu dapat dijelaskan bahwa lebih dari setengah populasi orang di Indonesia memenuhi kebutuhan sehari-harinya menggunakan internet. Kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang serba cepat menjadi salah satu penghambat media cetak dalam bersaing dengan media digital. Adanya internet, menjadikan media digital sebuah kesempatan dalam menyajikan berbagai informasi secara mudah.

Media dalam bentuk audio yaitu radio *online* atau yang dikenal dengan nama *podcast* merupakan salah satu media baru yang dapat memberikan informasi atau pesan kepada pendengar. Munculnya podcast pertama kali berada di Amerika Serikat sejalan dengan dikenalnya *Ipod Broadcasting* yang diperkenalkan oleh Steve Jobs pada tahun 2001 (Gensindo, 2019). Di Indonesia, podcast sudah

mengalami perkembangan walau tidak secepat di Amerika dan Inggris. Kini, podcast di Indonesia telah berkembang karena dapat diakses dari berbagai macam *platform* seperti Anchorfm, Spotify, dan Joox.

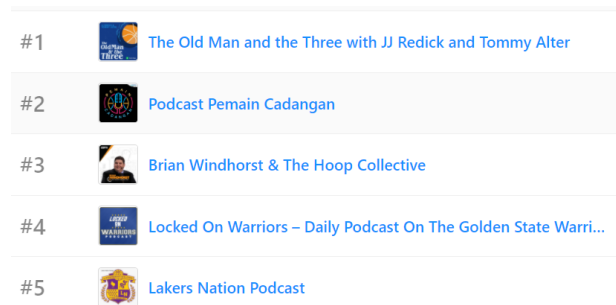
*Podcast Pemain Cadangan* merupakan salah satu podcast yang menarik perhatian masyarakat Indonesia. Podcast Pemain Cadangan didirikan oleh Augie Fantinus dan Udjo yang merupakan pengamat dan pecinta basket Indonesia. Podcast ini merupakan salah satu podcast yang bertemakan bolabasket di Indonesia yang didirikan sejak 4 Maret 2020.



Gambar 1. 3 Episode perdana Podcast Pemain Cadangan

Sumber: (Podcast Pemain Cadangan, 2021)

Pada akhir Desember, Podcast Pemain Cadangan berada di posisi kedua se Indonesia di bidang olahraga bola basket.



Gambar 1. 4 Posisi Kedua se Indonesia di aplikasi Spotify

Sumber: (Rephonic.com, 2022)

Podcast ini pun telah merilis konten selama 1.394 menit dalam 52 episode per 4 Desember 2020. Pemain Cadangan ini berisi tentang informasi-informasi terkini yang diperoleh sebelum media sosial mempublikasikannya. Dapat dikatakan podcast ini merupakan wadah para penggemar bola basket untuk mendapatkan informasi tercepat dan terpercaya mengingat bahwa mereka mengumpulkan bukti-bukti informasi tersebut dari pihak yang berkaitan menggunakan media visual. Podcast ini pun sangat membantu terutama penggemar basket untuk menambah wawasan dalam perkembangan basket Indonesia. Mengingat bahwa Podcast Pemain Cadangan pernah berada di posisi kedua se Indonesia, dapat dikatakan Podcast ini memiliki banyak pendengar.

Namun, dalam mencapai titik itu dibutuhkan sebuah strategi dari pihak manajemen Podcast Pemain Cadangan. Ditambah dengan berkembangnya Podcast di Indonesia tentu diperlukan strategi komunikasi di media visual yaitu *podcast*. Podcast Pemain Cadangan adalah media pemberitaan bolabasket berbasis *audio*

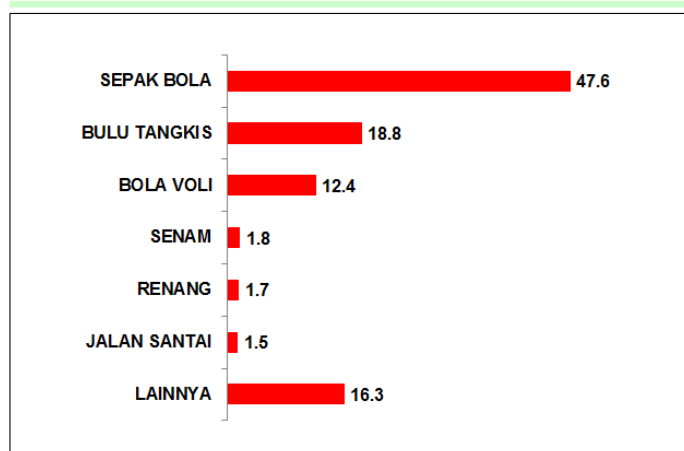


dalam bentuk *podcast* yang dikelompokkan sebagai podcast baru di Indonesia. Dalam penyajiannya, terdapat perbedaan antara podcast dengan media lainnya seperti media cetak dan media *online*. Oleh karena itu, penelitian ini ingin melihat bagaimana strategi komunikasi *podcast* Pemain Cadangan dalam menambah jumlah pendengar. Mengingat bahwa dalam suatu manajemen media terutama media baru *podcast* Pemain Cadangan memiliki sebuah strategi dalam menambah jumlah pendengar, maka peneliti tertarik untuk mengkaji “Strategi Komunikasi Podcast Pemain Cadangan dalam Menambah Jumlah Pendengar”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Olahraga bola basket memiliki sejarah yang panjang dan masuk ke Indonesia pertama kali pada tahun 1920 oleh perantau dari Tiongkok. Tetapi di Indonesia, olahraga bola basket bukanlah olahraga yang paling populer. Maka dari itu dapat dilihat dari Skala Survei Indonesia pada gambar 1.3 bahwa olahraga yang paling diminati di Indonesia adalah sepakbola (SSI, 2021).

JENIS OLAH RAGA YANG PALING DISUKAI  
PUBLIK INDONESIA



4

Gambar 1. 5 Jenis olahraga yang paling disukai publik Indonesia  
dalam bentuk persen pada tahun 2015

Sumber: (SSI, 2021)

Data tersebut menyatakan bahwa kurangnya peminat olahraga bolabasket di Indonesia.

Seiring dengan berjalannya waktu, media massa menjadi pendukung dalam penyampaian informasi mengenai olahraga ini. Salah satu jenis media massa yaitu media cetak sudah mengalami penurunan dan kurang diminati oleh pembaca bahkan sebelum hal ini terjadi, pemberitaan mengenai olahraga bolabasket dapat terbilang sangat minim. (Merdeka.com, 2021). Munculnya media baru memudahkan para penggemar bolabasket untuk mengakses dan juga mendapatkan informasi dengan mudah dan gratis. Media digital inilah yang digunakan untuk memberitakan perkembangan bolabasket di Indonesia. Hal tersebut Nampak secara jelas melalui media- media yang digunakan seperti Instagram, Youtube, Spotify, Podcast dan media lainnya.

Podcast menjadi media yang berkembang saat ini, di mana olahraga bolabasket banyak diberitakan melalui media tersebut. Salah satu yang berusaha untuk menampilkan pemberitaan bolabasket di Indonesia adalah Podcast Pemain Cadangan. Media ini memberikan informasi dalam lingkup perbasketan Indonesia secara lengkap dan jelas oleh Augie Fantinus dan Udjo Project Pop.

Namun, target sasaran dibuatnya podcast itu adalah untuk para pendengar yaitu *listeners*. Dalam mencapai jumlah pendengar, dibutuhkan strategi dalam

sebuah manajemen yaitu dalam Podcast Pemain Cadangan. Mengingat bahwa Podcast ini menyajikan pemberitaan bolabasket yang tergolong baru di Indonesia, tentu memiliki perbedaan dengan media lainnya. Tidak bisa dipungkiri, podcast ini memerlukan strategi yang dapat menambah jumlah pendengar di media tersebut. Terdapat faktor-faktor pendukung yang dapat membuat Podcast Pemain Cadangan dapat mencapai peningkatan pada jumlah pendengar dalam proses penyiaran.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana strategi komunikasi *podcast* Pemain Cadangan untuk menambah jumlah pendengar yang memiliki perbedaan dengan media lainnya dalam memberitakan olahraga bola basket. Melalui latar belakang dan identifikasi masalah tersebut, peneliti menyusun dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PODCAST PEMAIN CADANGAN DALAM MENAMBAH JUMLAH PENDENGAR”.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemikiran dasar yang tertulis pada identifikasi masalah, maka peneliti merumuskan pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

“Bagaimana strategi komunikasi *podcast* Pemain Cadangan dalam menambah jumlah pendengar?”

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa dan mengetahui upaya Podcast Pemain Cadangan dalam menambah jumlah pendengar, mengidentifikasi kontribusi Podcast Pemain Cadangan dalam menghasilkan masyarakat yang

berpengetahuan, serta mengidentifikasi strategi Podcast Pemain Cadangan dalam menciptakan lapangan informasi yang bervariasi bagi masyarakat Indonesia.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

#### 1. Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan akan membantu masyarakat memahami konvergensi media dimana satu media tidak lagi menyiarkan konten melalui satu *platform* saja, melainkan adanya kesinambungan dari beberapa *platform* yang memperkuat eksistensi media. Selain itu, melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagaimana menjalankan strategi komunikasi pada podcast.

#### 2. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi mahasiswa/I Universitas Pelita Harapan dalam bidang studi ilmu komunikasi mengenai strategi komunikasi dalam *podcast*.

#### 3. Sosial

Melalui penelitian ini diharapkan akan menyediakan dan memberikan informasi bagi masyarakat bahwa saat ini sebagai warga Indonesia, sudah dapat mengakses informasi dan *platform* yang bervariasi.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PODCAST PEMAIN CADANGAN DALAM MENAMBAH JUMLAH PENDENGAR” terdiri dari enam bagian atau bab.

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdiri dari pemikiran-pemikiran dan data yang berisikan tentang bahan pertimbangan peneliti dalam menentukan identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

### **BAB II: OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN**

Pada bab ini, peneliti menjelaskan secara detail mengenai objek penelitian yaitu strategi komunikasi Podcast Pemain Cadangan dan juga subjek penelitian yang dipilih menjadi informan penelitian ini yaitu pendiri dari *Podcast* Pemain Cadangan.

### **BAB III: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini, menjelaskan mengenai beragam konsep dan teori yang digunakan dan menjadi pendukung dalam menuntun peneliti dalam melakukan penelitian.

### **BAB IV: METODE PENELITIAN**

Pada bab ini, peneliti menguraikan metode-metode yang digunakan dalam penelitian, pendekatan yang digunakan, teknik pengumpulan data dan teknik pengolahan data.

## **BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini, peneliti menguraikan dan menjelaskan hasil penelitian yang sudah di teliti dari proses penelitian.

## **BAB VI: PENUTUP**

Pada bagian ini, peneliti memberikan kesimpulan dari rumusan masalah dan hasil penelitian, serta memberikan saran mengenai masalah yang ada pada penelitian ini.

