

PODCAST SEBAGAI INDUSTRI KREATIF

Farid Rusdi, SS, MSi

Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
email: farusdi@yahoo.com

***Abstrak** - Perkembangan teknologi informasi saat ini memungkinkan munculnya kreatifitas dari masyarakat dalam menciptakan alternatif media baru. Salah satu media alternatif itu adalah podcast. Tapi saat ini podcast belum optimal dimanfaatkan di Indonesia. Padahal karakteristik media audio seperti yang ada pada media radio bisa menjadi keunggulan dalam penyampaian pesan kepada audience di Indonesia yang lebih mengedepankan budaya tutur. Tulisan ini menjelaskan bagaimana potensi podcast sebagai bagian industri kreatif di Indonesia di tengah perkembangan teknologi informasi saat ini.*

***Kata Kunci:** podcast, radio, media audio*

PENDAHULUAN

Masa reformasi telah membuat pertumbuhan industri media saat ini begitu cepat. Dalam kurun waktu kurang dari lima belas tahun Indonesia sudah memiliki lebih dari 800 media cetak dan hampir 500 media elektronik (Data Dewan Pers 2010 <http://dewanpers.or.id/publikasi/buku/878-data-pers-nasional-2010>). Bandingkan dengan media di tahun 1998 yang kurang dari lima televisi nasional dan puluhan media cetak. Masyarakat dimanjakan oleh berbagai macam informasi dari berbagai media. Akibatnya persaingan antar media menjadi ketat. Bahkan ada yang tersingkir karena sulit bersaing. Persaingan antar media telah membuat media menjadi tidak beragam. Hal ini karena cenderung media lebih berorientasi pada keuntungan dan rating. Media lebih mengedepankan konten yang lebih menjadi perhatian masyarakat dan atau secara rating cukup tinggi. Pada media radio misalnya, hampir sebagian besar radio cenderung memiliki format yang sama. Padahal radio berpeluang untuk memanfaatkan ceruk pasar (niche), karena jumlah stasiun radio yang sangat banyak. Tapi pemilik radio lebih mencari aman, dengan menyiapkan format yang sudah pasti disukai banyak pendengar kalau perlu dari segala segmen. Sementara kepemilikan modal yang dominan terhadap media massa juga turut mempengaruhi konten media yang mereka miliki. Meski mereka secara mengelola media seperti perusahaan secara profesional, tapi dalam konten media mereka baik langsung maupun tidak juga turut mempengaruhi isi media itu sendiri.

Masyarakat akhirnya mengalami kejenuhan terhadap konten media yang ada sekarang ini. Saat ini sejumlah kalangan sudah mencoba untuk mengembangkan media alternatif yang menyediakan konten yang lebih kreatif. Tapi pada akhirnya media ini sulit bertahan karena masalah modal untuk kegiatan operasional.

Konten media merupakan bagian dari industri kreatif dari negara ini. Sebagaimana yang ditetapkan oleh pemerintah dalam cetak biru Kementerian Perdagangan RI 2009 tentang Rencana Pembangunan Ekonomi Kreatif Indonesia, ternyata bisa ditemukan bahwa sejatinya ekonomi kreatif memiliki lingkup yang lebih luas. Ekonomi kreatif mencakup industri kreatif dengan 14 kelompok subsektor yang berkaitan dengan seni budaya, yakni periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukkan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, riset dan teknologi. Televisi dan Radio sebagai kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar kembali) siaran radio dan televisi [1].

Perkembangan teknologi yang ada saat ini telah membuat industri radio harus mengikutinya. Hampir semua radio saat ini telah memiliki teknologi radio streaming. Seperti kelompok radio di Jakarta seperti, MNCN (Sindo Radio, Global Radio, Radio Dangdut Indonesia, V Radio), MRA (Hard Rock FM, I-Radio, TraxFM), dan Mahaka (Gen FM, Jak FM, Prambors, Female, Delta). Meski target khalayaknya adalah ada di Jakarta, tapi tidak sedikit mereka yang mendengarkan radio-radio ini dari luar Jakarta bahkan luar negeri karena teknologi internet.

Teknologi *audio streaming* memungkinkan radio bisa didengar melalui internet secara *live*. Tapi bagaimana dengan siaran tunda? Saat ini perkembangan teknologi podcast juga mengantisipasi hal itu. Podcast telah

mengatasi karakter radio yang hanya selintas. Pendengar tidak perlu kecewa jika ia melewatkan salah satu acara karena acara itu telah terekam dan bisa didengarkan kembali melalui website stasiun radionya. Perkembangan penggunaan podcast belakangan ini telah meluas. Seperti halnya blog, setiap individu saat ini bisa mengupload hasil rekaman suara mereka atau suara apapun yang mereka dapatkan ke internet. Meski aktifitasnya belum sebanyak pengupload video pada youtube, atau teks pada blog, tapi podcast memiliki potensi untuk memiliki segmen pasar tertentu.

APA ITU PODCAST?

Podcast adalah proses distribusi file *audio* melalui internet dengan menggunakan *RSS subscription* [2]. Istilah podcast sendiri berasal dari *Playable On Demand* dan *broadcast*. Arti podcast bisa pada metode penyampaiannya dan juga pada kontennya. Produk audio dalam bentuk file itu *di-upload* di internet, yang nantinya bisa *di-download* oleh mereka yang ingin mendengarkannya. Selain itu mereka juga dapat berlangganan, sehingga mereka selalu mengetahui perkembangan terbaru dari si pembuat audio file tadi. File-file ini bisa *di-download* ke *mobile devices* seperti *MP3 player*, *smartphone* atau diputar pada komputer.

Dengan cara berlangganan melalui *RSS subscription* itu, membentuk adanya hubungan pendengar atau *audiences* bahkan adanya komunitas yang menyukai konten audio si pembuat podcast tadi. Inilah salah satu bentuk *social media* yang menciptakan adanya partisipasi, keterbukaan, perbincangan, komunitas, dan keterhubungan [3].

2.1 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 [4]. 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 media-media lain. Hanya dengan suara, pendengar menjadi bisa berimajinasi hanya mengacu pada suara. Menurut Stanley Alten dalam bukunya *Audio in Media*, suara mempunyai komponen visual yang menciptakan gambar di benak pendengar atau *theatre of mind*.

2.2 Jenis-Jenis Konten Podcast

Saat ini cukup banyak jenis konten podcast yang berkembang. Mulai dari berita, wawancara, dan feature atau dokumenter. Tapi tidak terbatas pada jenis itu saja. Saat ini berbagai kreatifitas dilakukan oleh para podcaster, seperti dalam bentuk blog bersuara, yaitu pemilik blog bisa bercerita dalam bentuk audio yang ia letakkan pada blognya. Blog itu bisa bercerita tentang pengalamannya, kuliner, travelling dan lainnya. Podcast berita dan feature bisa dilihat pada situs www.kbr68h.com (gambar 1). Situs ini berisi berita dan feature, yang beberapa di antaranya menyantumkan file audio. Salah satu konten pocast yang cukup menarik belakangan ini adalah podcast bercerita. Di luar negeri sendiri podcast bercerita sudah berkembang cukup lama, seperti drama, ataupun cerita pendek dan bersambung. Di Indonesia sendiri saat ini ada situs www.indonesiabercerita.com (gambar 2). Situs ini berisikan podcast berbagai macam cerita untuk anak. Indonesia Bercerita menyediakan podcast (mp3) berisi cerita-cerita yang membebaskan imajinasi anak untuk menemukan diri terbaiknya. Podcast cerita ini dapat didownload secara gratis. Dalam situsnya pihak pengelola situs ini mengharapkan adanya penyebaran kebiasaan bercerita sebagai proses pendidikan secara formal maupun informal.



Gambar 1.

Podcast berita dan feature pada situs www.kbr68h.com



Gambar 2.

Situs indonesiabercerita.org yang menyediakan podcast cerita untuk anak secara gratis

Salah satu penggiat podcast asal Indonesia yang saat ini menetap di Jepang, Rane 'Jaf Hafied, dalam sebuah wawancaranya dalam bentuk podcast di situs (www.suarane.org) mengatakan bahwa podcast bisa menjadi pendukung bagi radio yang siaran secara *live*, baik itu radio terrestrial ataupun radio streaming melalui internet [5]. Karena acara-acara yang disiarkan terdokumentasi dengan podcast, sehingga pendengar yang tidak sempat mengikuti sebuah acara yang disiarkan langsung, bisa mendengarkan acara itu kembali dalam bentuk podcast.

1. PODCAST SEBAGAI INDUSTRI?

Memang perkembangan podcast di Indonesia masih belum populer dibanding jumlah video yang *di-upload* ke situs Youtube.com. Seperti halnya pendengar radio, jumlah mereka tidak sebanyak mereka penonton televisi. Tapi radio mempunyai pendengar yang setia. Karakter radio yang personal, membuat hubungan pendengar dengan radio akrab dan kadang memiliki nilai emosional.

Untuk menjadi industri maka ia harus bisa melibatkan banyak sumber daya manusia. Definisi Industri Kreatif di Indonesia sebagaimana yang ada di Rencana Pengembangan Industri Kreatif 2025, bahwa Industri berasal

dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Mungkin podcast belum akan menyerap tenaga kerja yang banyak, tapi kreatifitas dan keterampilan dari individu menjadi kebutuhan. Ide kreatif untuk konten podcast seperti Indonesia Bercerita bisa menjadi nilai lebih.

Indonesia yang lebih menyenangi budaya tutur dari pada budaya membaca lebih bisa menerima pesan melalui bentuk audio dari pada harus membaca teks yang panjang misalnya. Pada media audio seperti podcast, budaya tutur bisa dimanfaatkan untuk melakukan pendidikan. Karena dengan karakter audio yang lebih personal bisa membuat seseorang lebih mudah memahami pesan yang disampaikan.

Di luar negeri podcast sudah melekat pada industri media seperti pada Radio BBC ataupun kantor-kantor berita. Di Indonesia sendiri podcast sudah dimanfaatkan oleh beberapa stasiun radio untuk mendokumentasikan beberapa programnya, meski belum optimal dalam pemanfaatannya

Di masyarakat sendiri sebenarnya sudah bisa dilakukan dengan cara yang sederhana. Hanya dengan bermodal alat perekam, komputer dan internet yang tersambung, maka podcast sudah bisa dibuat. Podcast yang telah dibuat bisa dipasang pada blog, atau situs social media seperti facebook. Ini bisa menjadi awal yang kemudian bisa berbentuk website sendiri. Maraknya citizen journalism belakangan ini juga mendorong perkembangan Podcast lebih baik.

KESIMPULAN

Podcast sebagai media audio yang memiliki karakter media radio, yakni personal dan memiliki nilai *theatre of mind*. Seorang pendengar akan merasa dekat dengan apa yang disampaikan oleh penyiar radio secara akrab. Meski tidak ada visual, media audio bisa membuat pendengar membayangkan apa yang diceritakan atau disampaikan oleh penyiar radio, yang kadang apa yang dibayangkan oleh satu pendengar dengan pendengar yang lain bisa berbeda.

Podcast juga bisa menutupi kekurangan radio lainnya, yakni selintas. Konten radio yang telah disiarkan tidak bisa diulang lagi sesuai keinginan pendengarnya. Dengan adanya Podcast, konten program radio terdokumentasi yang sewaktu-waktu bisa diakses oleh pendengar. Meski belum banyak, beberapa radio sudah menggunakan cara ini untuk mendokumentasikan program-program mereka, yang terpasang pada *website* mereka.

Selain oleh stasiun radio, podcast juga digunakan oleh masyarakat untuk melakukan kegiatan *social media*. Mereka bisa memasang rekaman suara yang mereka buat pada blog atau *website* mereka. Seperti pada situs www.indonesiabercerita.org, yang menyediakan podcast cerita untuk anak. Pada awalnya merupakan blog yang berisi podcast cerita untuk anak. Saat ini situs indonesia bercerita menerima podcast cerita anak dari masyarakat. Bahkan mereka juga membuat pelatihan bagaimana bercerita yang baik untuk anak.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025. Departemen Perdagangan. 2008.
- [2] Briggs, Mark. *Journalism 2.0*. Knight Foundation. 2007
- [3] Mayfield, A. *What is Social Media?*. iCrossing. E-book. Updated 01.08.08
- [4] McLeish, R. *Radio Production*. Focal Press. MA. 2005
- [5] Wawancara Rane 'Jaf' Hafied dalam bentuk podcast. <http://suarane.org/?p=434>