

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konsumsi informasi yang dilakukan oleh Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh preferensi pribadi, tetapi juga oleh faktor sosial dan budaya yang lebih luas. Dengan meningkatnya kepedulian terhadap isu-isu sosial, politik, dan lingkungan, *podcast* mampu memberikan *platform* untuk diskusi yang lebih mendalam dan nuansa yang lebih personal. Hal ini memungkinkan pendengar untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berpartisipasi dalam dialog yang relevan dengan kehidupan mereka.

Berdasarkan data yang di publikasikan oleh BRIN (2023), Generasi Z, yang mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, merupakan generasi yang tumbuh dengan akses internet yang luas dan perkembangan teknologi yang pesat. Generasi Z adalah generasi *digital natives* yang tumbuh dengan akses teknologi, sehingga mereka sangat terhubung dan mahir menggunakan media digital. Mereka cenderung praktis dan realistis, menghargai kejujuran serta transparansi dalam informasi. Selain itu, Generasi Z peka terhadap isu sosial dan lingkungan, menunjukkan kepedulian yang tinggi terhadap keberagaman. Mereka juga mandiri dan kreatif, sering terlibat dalam kewirausahaan. Terakhir, mereka mendambakan konten yang fleksibel dan dapat diakses kapan saja, seperti *podcast* dan video pendek. Dalam konteks ini, *podcast* menjadi salah satu sumber informasi yang menarik bagi Generasi Z, terutama yang telah memasuki dunia kerja..

Podcast menarik bagi Generasi Z karena kemampuan media ini untuk menghadirkan narasumber dari berbagai latar belakang dan keahlian. Pendengar dapat mendengarkan wawancara dengan ahli, praktisi, atau *influencer* yang berbagi wawasan dan pengalaman mereka. Hal ini memberikan kesempatan bagi

Generasi Z untuk mendapatkan informasi yang lebih beragam dan mendalam, serta memperluas perspektif mereka tentang berbagai isu. Format yang interaktif dan personal ini dapat

meningkatkan keterlibatan pendengar, sehingga mereka lebih cenderung untuk

mempertimbangkan dan membagikan informasi yang mereka terima.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa media audio, termasuk *podcast*, memiliki potensi unik dalam membangun keterikatan emosional antara pendengar dan konten. Menurut, Radway (2022) Dalam studi terbaru, Radway menjelaskan bahwa media digital meningkatkan keterlibatan pengguna dengan memberikan ruang untuk umpan balik dan interaksi, yang memperkuat hubungan antara konten dan konsumsi informasi.

Dalam konteks pembelajaran, *podcast* juga menawarkan manfaat yang signifikan. Generasi Z yang dikenal dengan gaya belajar yang lebih visual dan auditori dapat memanfaatkan format audio ini untuk meningkatkan pemahaman mereka terhadap materi tertentu. Beberapa institusi pendidikan telah mulai mengintegrasikan *podcast* sebagai bagian dari kurikulum mereka, untuk memberikan alternatif pembelajaran yang lebih menarik dan relevan. Ini menunjukkan bahwa penggunaan *podcast* dalam pendidikan dapat meningkatkan motivasi dan keterlibatan siswa dalam proses belajar.

Dalam konteks *podcast*, kemampuan pendengar untuk memilih topik dan gaya penyampaian yang mereka inginkan meningkatkan rasa kepemilikan terhadap informasi yang diterima, sehingga memperkuat dampak yang ditimbulkan. Selain itu, Menurut, McKinsey (2023) McKinsey menyoroti bahwa *podcast* dapat digunakan sebagai alat pembelajaran yang efektif di dunia profesional, membantu individu tetap terinformasi tentang tren industri dan mengembangkan keterampilan baru.

Pemanfaatan *podcast* sebagai sumber informasi bagi Generasi Z yang bekerja perlu diteliti lebih dalam. Dalam lingkungan kerja yang dinamis dan

kompetitif, informasi yang tepat dan cepat sangat dibutuhkan untuk mendukung pengembangan diri dan karier. *Podcast* dapat menyajikan wawasan tentang industri, tips karier, keterampilan yang diperlukan, serta pengalaman nyata dari para profesional di bidangnya. Dengan format yang informatif namun menarik, *podcast* dapat menjembatani kebutuhan Generasi Z akan pengetahuan praktis dan inspirasi dalam menghadapi tantangan di dunia kerja.

Dengan memahami perilaku konsumsi informasi Generasi Z melalui *podcast*, pemasar dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk menarik perhatian dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen muda.

Hasil penelitian Luciana dan Nauval (2020) yang berjudul "Utilization Of New Media Podcast Berizik (Joking Music Content) in Delivering Message About Music" menunjukkan bahwa *podcast Berizik* menjadi salah satu bentuk media baru yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan tentang musik. Beberapa temuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Format Penyampaian Pesan : *Podcast Berizik* memanfaatkan kombinasi humor dan konten musik untuk menarik perhatian pendengar. Pendekatan yang santai namun informatif membuat pesan lebih mudah diterima oleh *audiens*.
2. Segmentasi *Audiens* : Podcast ini berhasil menjangkau audiens yang lebih muda, terutama mereka yang memiliki ketertarikan pada musik dan hiburan berbasis audio.
3. Kemudahan Akses : Dengan format digital yang mudah diakses melalui berbagai *platform*, *podcast* ini menjadi alternatif media baru yang fleksibel dan dapat didengarkan kapan saja.
4. Pengaruh terhadap *Audiens* : Pesan-pesan yang disampaikan melalui podcast ini tidak hanya menghibur, tetapi juga edukatif. *Audiens* mendapatkan wawasan tentang musik sambil menikmati pembahasan yang ringan dan menarik.

Penelitian ini menyoroti potensi besar media baru seperti *podcast* dalam menggabungkan elemen hiburan dan edukasi untuk menyampaikan informasi secara efektif kepada *audiens* tertentu. Menyambung dari penelitian tersebut diharapkan dapat mendukung penelitian ini dan bertujuan untuk mengeksplorasi pemanfaatan *podcast* oleh Generasi Z yang bekerja, termasuk motivasi mereka dalam memilih *podcast* tertentu, jenis konten yang paling menarik, serta dampak yang dirasakan dari konsumsi informasi melalui media ini. Dengan memahami pola pemanfaatan *podcast*, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif, baik bagi penyedia konten maupun bagi Generasi Z itu sendiri.

Berdasarkan wawancara observasi pra penelitian pada 3 orang Generasi Z yang sudah bekerja, ditemukan bahwa pada ketiga generasi Z tersebut mereka sering mendengarkan *podcast* “*Close The Door*” dengan frekuensi dari setiap hari hingga 2 kali seminggu dengan tujuan mencari wawasan baru hingga mencari hiburan dengan topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.



Gambar 1.1 (Logo Podcast *Close The Door*)

Podcast "Close The Door" adalah acara *podcast* yang dipandu oleh Deddy Corbuzier, seorang tokoh multitalenta di Indonesia. *Podcast "Close The Door"* saat ini dengan memiliki *Subscriber* terbanyak di *Youtube* dengan jumlah mencapai 24jt *Subscriber* dan 141,1 jt jumlah penonton per 28 harinya. Ini telah menjadi salah satu *podcast* paling terkenal di Indonesia, yang membahas berbagai topik menarik dengan format percakapan santai namun mendalam. Deddy Corbuzier, merupakan seorang mantan pesulap, *presenter*, dan *influencer*. Deddy dikenal dengan gaya bicara tegas, kritis, namun tetap santai dan jenaka saat berdiskusi.

Podcast ini mengundang berbagai narasumber dari berbagai latar belakang, seperti:

- Politikus: Anies Baswedan, Ganjar Pranowo.
- Selebriti: Raffi Ahmad, Luna Maya.
- Tokoh agama, pakar, atau profesional di bidang tertentu.

Podcast ini sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, terutama karena keberaniannya mengangkat isu-isu yang jarang dibahas secara terbuka dan banyak diskusi dalam *podcast* ini menjadi viral dan mempengaruhi opini publik. *Podcast "Close The Door"* berhasil menjadi salah satu *platform* diskusi yang sangat berpengaruh di Indonesia, memberikan ruang bagi berbagai perspektif dan menyajikan konten yang mengedukasi sekaligus menghibur.

1.2 Rumusan Masalah :

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian ini :

1. Bagaimana *podcast* “Close The Door” dimanfaatkan Generasi Z sebagai media informasi?
2. Bagaimana *podcast* “Close The Door” membentuk gaya hidup Generasi Z ?

1.3 Tujuan Penelitian :

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pemanfaatan *podcast* “Close The Door” oleh Generasi Z.
2. Mengetahui gaya hidup Generasi Z berdasarkan konsumsi *podcast* “Close The Door”.

1.4 Manfaat Penelitian :

1.4.1 Manfaat Akademik :

Manfaat akademik dari penelitian ini adalah : Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami peran *podcast* sebagai media informasi modern yang relevan bagi Generasi Z. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi oleh akademisi untuk studi lebih lanjut mengenai tren media digital.

1.4.2 Manfaat Praktis :

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah :

Penelitian ini dapat membantu kreator konten *podcast*, termasuk tim di balik “Close The Door,” untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi Generasi Z sebagai audiens utama. Dengan begitu, mereka dapat mengoptimalkan strategi penyampaian informasi yang lebih efektif dan menarik.