

Podcast Sebagai Media Alternatif Praktik Jurnalistik Radio Oleh Tempo

Fauziah Muslimah

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, Indonesia,
fauziah.muslimah@uinjkt.ac.id

Abstract

The presence of podcasts is a form of development of radio journalism practice in the era of convergence. This article discusses three podcast programs on *Tempo media: Berita Utama Koran Tempo, Apa Kabar Tempo, and Celetuk Bahasa Tempo*. This article uses a qualitative approach to examine how the *play on-demand* aspect as one of a podcast's characteristics works in radio journalism practices. The results show that three Tempo podcast content applies content production practices that cannot be separated from the character of radio media, such as auditive, emphasizing conversation, at a glance, and global. The article also shows that although podcasts come with the concept of play on-demand that allows listeners to re-listen to old episodes, podcasts have not succeeded in building interaction between the mass media and their listeners. Thus, interactivity as one of the characteristics of radio journalism has not been fully present in this podcast.

Keywords: Podcasts; Journalistic Radio, Tempo, New Media.

Abstrak

Salah satu bentuk baru dalam praktik jurnalistik adalah podcast, sebagai konvergensi media di era digital. Artikel ini membahas tentang tiga program podcast di media Tempo, yaitu Berita Utama Koran Tempo, Apa Kabar Tempo, dan Celetuk Bahasa Tempo. Dengan pendekatan kualitatif, artikel ini mengaitkan praktik jurnalistik radio dan layanan play on demand pada podcast. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tiga konten podcast TEMPO-menerapkan praktik produksi konten yang tidak lepas dari karakter media radio yang auditif, menekankan pada percakapan, sekilas, dan global. Artikel juga menunjukkan meskipun podcast hadir dengan konsep play on demand, yang memungkinkan pendengar mendengarkan ulang lagi episode yang lama, namun podcast tidak berhasil membangun interaksi media massa dengan pendengarnya. Artinya, aspek interaktifitas sebagai salah satu karakter dalam jurnalistik radio belum sepenuhnya hadir melalui podcast ini.

Kata Kunci: Podcast; Jurnalistik Radio, Tempo, Media Baru.

Permalink/DOI: <https://doi.org/10.15408/jsj.v4i1.25847>

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berbasis akses internet membuat kemunculan platform media digital semakin beragam. Salah satunya adalah siniar atau lebih dikenal dengan nama podcast. Media dengan konsep audio ini menjadi versi terbaru dari media konvensional radio.

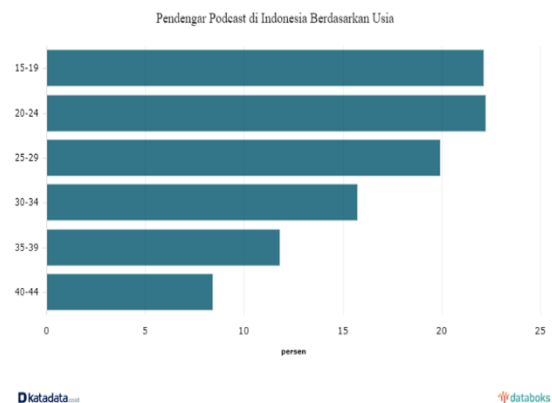
Pertama kali, istilah platform podcast mengemuka dalam laporan The Guardian. Pada tahun 2004, jurnalis media tersebut, Ben Hammersley menyebutkan kata podcast sebagai singkatan dari play-on-demand dan broadcast. Kemudian, istilah tersebut diadopsi oleh salah satu produk Apple, iPod dan aplikasi Apple Podcasts. Pada 2005, setelah satu tahun sejak Apple merilis fitur podcast, siaran audio sudah mulai bermunculan dari berbagai jaringan radio, seperti BBC, CBC Radio One, NPR, dan sebagainya (Hammersley, n.d.).

New York Magazine menyebutkan podcast hadir dalam beragam jenis konten. Ada podcast yang membahas perbincangan politik, olahraga, komedi, hingga serial podcast yang menyajikan materi fiksi secara berkelanjutan. Beberapa contoh podcast sukses adalah dengan konsep “Serial”, podcast yang menyajikan drama fiksi kriminal yang diproduksi Sarah Koenig. Selain itu, ada juga “99% Invisible”, podcast yang berbincang perihal kampanye Kickstarter (kampanye pengumpulan dana bagi suatu proyek) yang dipandu Roman Mars, dan “StartUp”, podcast yang mengisahkan kesuksesan Alex Blumberg mendirikan siaran podcast-nya sendiri (Zaenudin, 2017).

Menilik sejarahnya sampai saat ini, podcast menjadi primadona tersendiri bagi pengguna media digital saat ini, salah satunya kaum muda. Hal tersebut terbukti dalam hasil survei Jakpat yang menunjukkan, jumlah pendengar podcast

atau rekaman audio yang dapat didengarkan dari internet di Indonesia didominasi oleh anak muda. Secara rinci, 22,1% responden yang mendengarkan podcast berusia 15-19 tahun. Sebanyak 22,2% pendengar podcast lainnya berusia 20-24 tahun. Jumlah pendengar podcast semakin menurun seiring bertambahnya usia. Di rentang usia 25-29 tahun, misalnya, jumlah pendengar podcast sebesar 19,9%. Pendengar podcast yang berusia 30-34 tahun sebesar 15,7%. Kemudian, pendengar podcast yang berusia 35-39 tahun sebesar 11,8%. Sementara, pendengar podcast pada rentang umur 40-44 tahun hanya 8,4% (Bayu, 2021).

Gambar 1. Persentase usia pendengar podcast di Indonesia.



Sumber: Katadata.co.id

Sedangkan, menurut data survei Global Web Index (GWI), ada 20,1% pengguna internet di seluruh dunia mendengarkan podcast dalam seminggu pada kuartal II 2021. Dalam laporan tersebut, GWI melakukan survei terhadap pengguna internet berumur 16 sampai 64 tahun. Meksiko menjadi negara dengan persentase pengguna internet yang mendengarkan podcast terbanyak di dunia. Sebanyak 33,2% pengguna internet Meksiko mendengarkan podcast dalam seminggu. Brasil berada di peringkat

kedua dengan 32,5% pengguna internetnya mendengarkan podcast dalam seminggu terakhir. Sedangkan, Indonesia melengapi tiga besar dalam daftar tersebut. Hasil survei menyebutkan, ada 32% pengguna internet Indonesia mengaku mendengarkan podcast dalam seminggu terakhir (Pahlevi, 2021).

Berdasarkan data tersebut, pendengar podcat sangat potensial sebagai “pasar” baru di era digital untuk konten audio. Begitu pun kemudian, lahir para content creator atau dalam konteks podcast sering dikenal dengan nama podcaster sebagai julukan bagi para pembuat konten audio di platform ini.

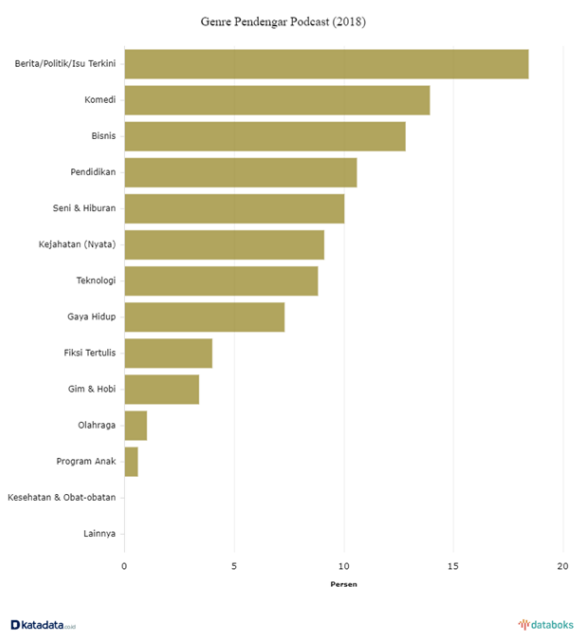
Dengan perkembangan teknologi digital sekarang, platform untuk mendengarkan podcast pun semakin beragam tersedia. Para pendengar podcast bisa mendengar di berbagai layanan streaming seperti Spotify, Anchor, Google Podcast, Apple Podcast, Soundcloud dan YouTube. Bahkan di Indonesia, sudah ada platformnya tersendiri yaitu NOICE. Lewat aplikasi yang dapat diunduh, NOICE mengumpulkan podcaster dan podcast di bawah naungan mereka, yaitu PT. Mahaka Radio Digital. Beberapa nama podcast yang sudah terkenal dan banyak digemari di Indonesia adalah Podcast Dedy Corbuzier, Podcast Raditya Dika (PORD), Podcast Awal Minggu Adriano Qalbi, Rintik Sedu, Podcastery Jurnalrisa, Suara Puan, dan lainnya (Juli et al., 2021).

Tak hanya dari genre entertainment, podcast di Indoensia juga hadir dalam media massa nasional. Salah satunya, konten podcast hadir dalam kerja jurnalistik. Dalam konteks praktik kerja jurnalistik, podcast hadir sebagai salah satu pilihan medium distribusi berita. Beberapa media di Indonesia yang memiliki podcast selain BBC Indonesia, di antaranya Kumparan, Asumsi, CNN, Kompas, dan Detik.com. Konten podcast

media-media tersebut pun beragam yang hadir berbasis konten audio.

Podcast ala Detik.com misalnya, media ini mengajak para pendengarnya menyimak berbagai perkembangan berita yang ada di media online tersebut dengan cara yang berbeda. Sekain itu, konten-konten podcast Kumparan.com adalah versi audio dari berita yang sudah dipublikasi di situs utama mereka. Melalui Cerita Kumparan, Kumparan.com menghadirkan opini narasumber ternama, eksperimen, hingga pengalaman di balik liputan para jurnalisnya (Nugroho & Irwansyah, 2021).

Gambar 2. Persentase genre podcast favorit pendengar.



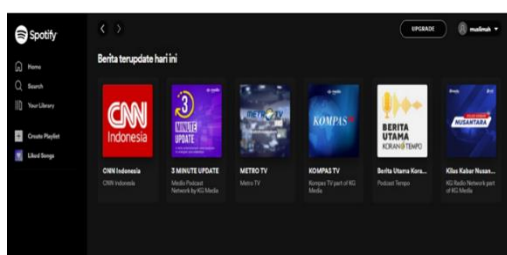
Sumber: Katadata.co.id

Terkait topik podcast yang sering didengarkan, berdasarkan data survei dari Price waterhouse Coopers (PwC), berita, politik, dan pembahasan isu terkini berhasil menjaring banyak pendengar. Hasil survei menyebutkan ada 18,4% pendengar menyukai genre tersebut. Kemudian, ada genre komedi dan bisnis dengan 13,9% dan 12,8% peminat. Tak

hanya itu, podcast bertema pendidikan juga banyak didengarkan 10,6% peminatnya. Tepat di bawahnya terdapat genre seni dan hiburan yang menarik 10% peminat. Angkanya turun sekitar 40,8% dibandingkan tahun 2017. Penggemar podcast terus bertambah dari tahun ke tahun. Hal ini tampak dari bertambahnya pendapatan iklan yang juga meningkat. Pada 2018, podcast meraup US\$ 479,1 juta atau Rp 7,1 triliun dengan kurs Rp 14.800/USD (Pusparisa, 2020).

Selanjutnya, menilik dari podcast yang hadir dari kerja jurnalistik nasional, dalam platform Spotify misalnya, belum banyak yang mengambil peran dalam platform ini. Berdasarkan hasil studi di lapangan, penulis menemukan hanya ada beberapa media massa nasional yang ambil bagian dari tag genre berita ter-update dalam platform mendengarkan musik/podcast global, yaitu Spotify, di antaranya CNN Indonesia, 3 Minutes Update oleh KG Media, Kilas Kabar oleh KG Media, sedangkan yang lain adalah berita TV yang dibuat versi podcastnya saja, seperti dilakukan METRO TV dan KOMPAS TV.

Gambar 3. Konten Podcast Jurnalistik di Spotify.



Berbeda dengan media-media tersebut, media massa nasional TEMPO hadir dalam versi podcast dengan beragam jenis konten, di antaranya Berita Utama Koran Tempo, Apa Kata Tempo, dan Celetuk Bahasa Tempo. Riset ini akan lebih fokus menilik podcast dari TEMPO yang hadir dengan beragam jenis konten sebagai

praktik kerja jurnalistik dalam ranah konten audio.

B. Kajian Teori

Komunikasi Massa dan Media Baru

Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada masyarakat umum atau khalayak luas yang bersifat heterogen. John R. Bittner mendefinisikan komunikasi massa sebagai pesan yang dikomunikasikan lewat media massa kepada sejumlah besar orang (Romli, 2016).

Dalam konteks cara mengaksesnya, podcast termasuk ke dalam media baru atau new media yang hadir sebagai versi audio di era digital. media baru (new media) adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Karakteristik dari new media adalah dapat diubah (edit), bersifat jaringan, padat, interaktif dan bersifat user generated content, yaitu konten atau isi artikel, audio, dan video dalam internet yang ditulis oleh khalayak umum, menandakan bahwa konten media internet tidak lagi hanya dapat dimonopoli oleh pihak berkepentingan, namun dapat diunggah oleh semua internet user (Solomon, 2013).

Adapun, 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 di mana-mana. Praktik new media sudah dijalankan oleh beberapa media, baik itu media konvensional atau media baru (Dennis McQuail, 2011).

Jurnalistik Radio

Berdasarkan pengertiannya, jurnalistik radio adalah gabungan dari makna

jurnalistik dan radio. Jurnalistik adalah teknik atau proses pengumpulan (collecting), penulisan (writing), penyuntingan (editing), dan penyebarluasan (publishing) berita melalui media massa. Sedangkan, radio adalah salah satu jenis media massa, yaitu sarana komunikasi atau penyampaian pesan, gagasan, atau informasi kepada orang banyak (publik, massa). Jadi, Jurnalistik radio siaran (broadcast journalism) diartikan proses pengumpulan (collecting), penulisan (writing), penyuntingan (editing), dan penyebarluasan (publishing) berita melalui media radio serta gaya dan teknik jurnalistik khas radio siaran sesuai dengan karakteristik radio siaran (Romli M, 2005).

Adapun, karakteristik jurnalistik radio tidak lepas dari karakter media radio, di antaranya auditif, spoken language, sekilas, dan global. Auditif yang dimaksud adalah untuk didengarkan, untuk telinga dan untuk dibacakan atau disuarakan. Sedangkan, spoken language, yaitu media ini menggunakan bahasa tutur atau kata-kata yang biasa diucapkan dalam obrolan sehari-hari (spoken words). Kata-kata yang dipilih mesti sama dengan kosakata pendengar supaya dapat langsung dimengerti. Selanjutnya, sekilas, yaitu tidak bisa diulang. Karenanya harus jelas, sederhana, dan sekali ucap, pendengar bisa langsung mengerti. Terakhir, global, yaitu tidak detail, tidak rumit berupa angka-angka dibulatkan dan fakta-fakta diringkaskan (Masduki, 2001).

Untuk konten, dalam kerja jurnalistik radio, berita dihadirkan dengan beragam jenis, di antaranya sama dengan jenis media lain, berupa berita langsung (straight news), berita ringan (soft news), dan berita kisah (feature). Sedangkan, ada jenis berita lain yang hadir di radio, yaitu: berita tulis (writing news), yaitu berita pendek yang bersumber dari media lain

atau ditulis ulang, berita bersisipan (news with insert), yaitu berita yang dilengkapi atau di-mix dengan sisipan suara narasumber, news feature, yaitu berita atau laporan jurnalis panjang yang lebih bersifat human interest, dan phone in news, berita yang disajikan melalui laporan langsung reporter menggunakan alat bantu telepon, buletin berita, yaitu gabungan beberapa berita pendek yang disajikan dalam satu blok waktu, dan jurnalistik interaktif, yaitu berita yang bersumber pada sebesar mungkin keterlibatan khalayak (Riswandi, 2009).

Podcast

Apple mendefinisikan podcast sebagai episode program yang tersedia di internet. Selain rekaman original dalam bentuk audio ataupun video, podcast bisa juga dalam bentuk rekaman tayangan televisi, acara radio, perkuliahan, pementasan, dan sebagainya. Tak hanya itu, konten siaran audio ini juga menawarkan keuntungan bagi pendengarnya, yaitu sebuah cara untuk menikmati konten menarik dari seluruh dunia secara gratis. Sebaliknya, bagi para podcaster, layanan itu menjadi sangat efektif untuk menjangkau banyak pendengar (Apple.com, 2019).

Sebagai media baru, podcast memiliki empat keunggulan dibanding media komunikasi tradisional lain seperti radio. Pertama, podcast memungkinkan pendengar mendengarkan konten podcast sesuai permintaan, kapan saja dan di mana saja mereka menginginkannya. Kedua, produksi untuk podcast relatif murah. Murahannya produksi podcast ini menghilangkan pengalihan biaya kepada pendengar atau dengan kata lain podcast bisa diakses gratis. Ketiga, podcast yang bersifat digital mampu membuat siapa saja di seluruh dunia mengaksesnya. Keempat, podcast sangat ramah pengguna. Salah satu alasannya adalah karena banyaknya aggregator podcast, yaitu direktori seperti iTunes, yang mengelola podcast,

pencarian, dan pengunduhan podcast terbaru ke alat pemutar milik pendengar (Burns, 2007).

Tapi, jika dibandingkan dengan konten audio di radio, podcast masih dipertentangkan jenis kehadirannya, apa bagian dari radio atau berbeda sendiri. Menurut riset Berry (2016), podcasting dan radio terkait erat, namun makin terasa bahwa keduanya hidup berdampingan di jalur yang berbeda dan beririsan. Mengutip berbagai sumber penelitian, ia mengatakan podcast-radio berbagi teknologi, teknik pembuatan dan penyiaran, serta berbagi konten. Meski podcast disiarkan ke banyak orang, namun beberapa hal bertentangan dengan gagasan penyiaran tradisional seperti radio. Podcast dapat berupa siaran radio, dibuat oleh stasiun radio, atau oleh mantan profesional radio. Sementara podcast lain dibuat oleh individu tanpa pengalaman siaran. Mereka juga membuat podcast dengan minat untuk terdengar seperti radio. Pendengar podcast dapat mengonsumsi dengan cara yang berbeda dengan pendengar radio tradisional (Nugroho & Irwansyah, 2021).

Aspek *playable on demand* dan *broadcasting* dalam podcast menjadi fokus penelitian ini untuk mencari tahu karakteristik jurnalistik radio dalam konten podcast TEMPO. Adapun, kelebihan mendengarkan siaran suara secara *on demand*, yaitu bisa didengarkan secara berulang-ulang, 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 tanpa menghapus konten yang lama (Zaenudin, 2017).

Dalam hal konsep *broadcasting*, menurut Wolfgang Hoeg dan Thomas Lauterbach, *Digital Audio Broadcasting (DAB)* sistem penyiarannya beda dengan

penyiaran konvensional, karena cara kerja DAB, yaitu ada sistem seperti pengkodean audio perseptual, adanya pengkodean dan modulasi saluran, manajemen *multipleks* atau protokol transmisi data. 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).

C. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara *trigulasi* (gabungan). Sedangkan, analisis datanya bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian dari objek tertentu (Sugiyono, 2016).

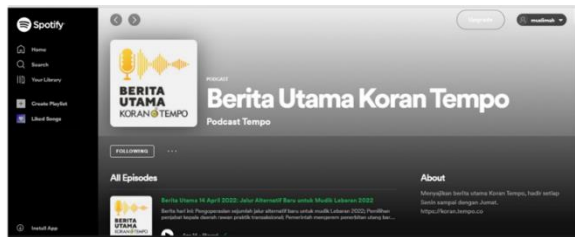
Sumber data dalam penelitian ini adalah konten podcast dari media massa TEMPO, yaitu Berita Utama Tempo, Apa Kata Tempo, dan Celetuk Bahasa Tempo. Objek penelitian tersebut untuk bahan dan sumber data primer menjawab pertanyaan penelitian: Bagaimana penerapan konsep podcast sebagai media alternatif jurnalistik radio oleh media TEMPO?

D. Hasil dan Pembahasan:

Profil Konten Podcast Tempo

Podcast Berita Utama Koran Tempo

Gambar 4. Tampilan Konten Podcast Berita Utama Koran Tempo. Sumber: Spotify



Podcast ini adalah konten audio dengan konsep monolog, di mana penyiar atau jurnalis Tempo membacakan berita terkini ditambah laporan dari jurnalis di lapangan. Podcast ini menyajikan berita utama Koran Tempo yang tayang setiap Senin sampai Jumat. Durasi podcast ini pun singkat, yaitu di antara 5 sampai 7 menit saja.

Podcast Apa Kata Tempo

Gambar 5. Tampilan Konten Podcast Apa Kata Tempo. Sumber: Spotify



Podcast ini berupa podcast mingguan yang mengulas editorial redaksi Tempo, mengulik landasan di baliknya, dan menyuguhkan cerita di balik berita. Durasi

podcast ini biasanya lebih oanjang, karena hadir dengan konsep mirip talkshow dengan menghadirkan narasumber ahli atau tim redaksi untuk mengulas topik editorial sesuai isu terkini. Durasinya mulai dari 17 menit sampai 45 menit.

Podcast Celetuk Bahasa Tempo

Gambar 5. Tampilan Konten Podcast Celetuk Bahasa Tempo. Sumber: Spotify



Podcast ini berbeda dengan dua podcasts sebelumnya, melalui podcast ini, Tempo menghadirkan Koordinator Redaksi Bahasa dari timnya, yaitu UU Suhardi untuk menjadi podcaster langsung dalam konten ini. Siniar mingguan ini berdurasi tidak lebih dari 10 menit dengan membahas serba-serbi bahasa Indonesia utnuk merenungi kembali: "Apakah kita benar-benar sudah memahami bahasa Indonesia?".

Narasi Audio ala Podcast Tempo

Salah satu episode dalam podcast Berita Utama Koran Tempo hadir dengan judul: Dampak Kebijakan Baru Minyak Goreng. Dalam konten podcast berdurasi 5 menit 28 detik tersebut, penyiar membacakan berita terkini pada 17 Maret 2022 dengan tiga bahasan topik berita, yaitu: dampak subsidi minyak goreng curah dan pencabutan harga eceran tertinggi minyak, Transjakarta sering kecelakaan akan siapkan sekolah mengemudi bagi sopir bus, dan berita terakhir tentang Megawati Turun tangan untuk tolak penundaan Pemilu 2024.

Berikut narasi audio podcast yang tayang di Podcast Tempo 17 Maret 2022:

Bersama saya Rosa Syawla, Anda mendengarkan Podcast Berita Utama Koran Tempo, Kamis, 17 Maret 2022. Pemerintah telah memberlakukan kebijakan baru minyak goreng kemarin. Kebijakan itu melepas harga minyak goreng kemasan sesuai dengan mekanisme pasar dan subsidi minyak goreng curah, agar memenuhi batas harga eceran tertinggi Rp14.000. Kebijakan harga minyak goreng ini menuai kritik, sekretaris jenderal asosiasi pedagang pasar seluruh Indonesia Mujiburohman mengatakan kebijakan yang berubah sekonyong-konyong secara otomatis berdampak pada para pedagang ketika harga naik modal yang dikeluarkan pedagang pun juga ikut naik. Seharusnya, pemerintah menerapkan kebijakan transisi lebih dulu sebelum mengubah total ketentuan secara tiba-tiba selama ini intervensi pemerintah dinilai terbukti gagal mengendalikan harga minyak di pasar.

Untuk mengetahui lebih lanjut soal kebijakan terbaru mengatasi krisis minyak goreng ini saya berbincang dengan jurnalis Tempo Caesar:

Mengapa pemerintah mencabut harga eceran tertinggi untuk minyak goreng kemasan dan memutuskan non subsidi minyak goreng curah?

Ya.. jadi pemerintah memutuskan untuk mencabut harga eceran tertinggi untuk kemasan dan subsidi minyak goreng curah setelah adanya masukan dari berbagai pemangku kepentingan. Kepala Badan pangan nasional mengatakan selama ini ada selisih harga dari ritel modern dan pasar tradisional yang angkanya tidak bisa dikendalikan pemerintah. Itu yang

menyebabkan beberapa stok dari ritel modern di masyarakat bahkan ada temuan pedagang pasar terus membeli di ritel modern untuk dijual di pasar tradisional sehingga pasokan pun tidak stabil dan kelangkaan minyak.

Keputusan ini juga ditempuh setelah adanya rapat terbatas beberapa hari lalu untuk membicarakan kelangkaan pasokan tersebut. Harapannya dengan kebijakan baru ini minyak goreng bisa kembali membanjiri pasar dan kembali normal. Kami tim Tempo juga menemukan pasokan minyak goreng minyak goreng kemasan masih belum normal masih ada ritel modern yang stoknya, ada pula yang harganya Rp3.000. Sementara itu, pedagang pasar tradisional juga belum semuanya terinformasi dengan ketentuan baru ini, di pasar Kramat Jati misalnya, seorang pedagang mengatakan minyak lebih mudah ditemui ketimbang pasokan minyak goreng kemasan relatif terbatas ketersediaannya dan yang cukup tinggi ketimbang minyak goreng curah.¹

Kemudian, dalam konten podcast Apa Kata Tempo menghadirkan narasumber, yaitu Epidemiolog dan peneliti kesehatan global dari Griffith University, Dicky Budiman. Podcast berdurasi 24 menit 46 detik ini dikemas dengan konsep seperti talkshow seperti siaran radio dipandu 2 podcaster, Lisa dan Tri dari tim redaksi Tempo berbincang dengan narasumber membahas Covid-19 berjudul Indonesia Sudah Siap Menuju Endemi? Tayang pada 16 Maret 2022. Berikut cuplikan narasi konten audionya:

Halo semuanya selamat bergabung di podcast apa kata tempo

¹ Podcast Berita Utama Koran Tempo, Kamis, 17 Maret

2022. <https://open.spotify.com/episode/6Xu9iSMOarEgk74MGVpVjf>

bersama dengan saya Lisa dan juga Uda Tri. Saat ini kita di Jakarta sedang longgar ya, karena tes PCR dan antigen sudah dihapus dari syarat perjalanan jarak jauh. Nanti kayaknya Uda Tri siap mau terbang ke mana gitu ya.

Ya.. ya benar. Kemarin saya lihat sudah hampir mendekati normal lagi berbagai aktivitas orang umroh sudah siap-siap. Walaupun sudah dipermudah gitu ya, tapi kita sebenarnya masih dalam keadaan krisis ini mungkin kalau mau liburan ya ditahan dulu.

Yang mau kita bahas di podcast kali ini sebenarnya tentang keputusan pemerintah yang mau mengalihkan status wabah covid dari pandemi ke endemi menjadi beberapa kebijakan. Apakah kita sudah siap hidup dengan covid gitu ya? Saat ini kita juga sudah Bersama yang langsung dari Australia nih.. ada Epidemiolog dan peneliti kesehatan global dari Griffith University, Dicky Budiman. Menurut bapak gimana nih pak, apa benar kita sudah siap hidup dengan pandemi?

Kalau dari saya ya sekarang ini yang menjadi perhatian dan juga saya membantu meluruskan pada banyak negara karena ada fenomena di awal lebih dulu ada namanya dikit-dikit kekebalan atau belakangan masuk tahun akhir tahun ke-2 tahun ke-3 ada istilah herd immunity. Ada keinginan untuk melakukan kebijakan baru dengan memiliki landasan-landasan yang pertama waktu itu harapannya saya selalu mengingatkan itu tuh satu target longterm yang mungkin 10 tahun masih lama. Itu tidak benar, karena harusnya pertama kalau dari pandemi yang harus dituju itu ya terkendali atau sporadis dan tidak pernah ada satu

program kesehatan selama sejarah manusia ataupun dalam program pemerintah itu penyakit endemik atau dijadikan penyakit. Artinya kita akan membuat masyarakat merugi. Karena itu, meskipun dia stabilkan satu tuh jadi kasusnya tetap ada, tapi yang segitu segitu doang nah tapi tetep aja ada yang mau masuk rumah sakit ada yang masuk ada yang meninggal. Misalnya, Singapura yang udah duluan menyatakan kalau hidup berdampingan dengan virus. Ya kita juga harus siap keadaan new normal sekarang, dari fasilitas public dan lainnya, apa sudah siap dengan menerapkan standar protokol kesehatann? Kan gitu..²

Terakhir, podcast dengan nama Celetuk Bahasa Tempo hadir sebagai konten seperti mini drama yang membahas kritik pada penggunaan Bahasa Indonesia yang disiarkan oleh Redaktur Bahasa TEMPO, Uu Suhardi. Berikut cuplikan narasi audio dari salah satu episode podcast Celetuk Bahasa Tempo berjudul Menggunakan Kata "Terkait" dengan Tepat, tayang pada 11 Maret 2022:

Halo selamat dating di Siniar Celetuk Bahasa Tempo yang membahas tentang penggunaan Bahasa Indonesia Bersama redaktur Bahasa Tempo, Pak Uu Suhardi.

Eh akhir-akhir ini banyak penggunaan diksi terkait yang kurang tepat ya, misalnya nih di judul berita: Indra Kenz Ditahan Terkait Kasus Binomo.. emang bener begitu ya?

Yuk kita tanya Pak Uu...

Ya.. selama 20 tahun menjadi redaktur bahasa, saya sering menemukan teman-teman pewarta menggunakan kata terkait, tapi tidak tepat. Mereka memang sering terkecoh

² Podcast Apa Kata Tempo, 16 Maret 2022.

<https://open.spotify.com/episode/13bu16HUASfbh0qCB1EMNx>

dengan menggunakan kata sambung atau kata depan untuk menghubungkan kata dalam kalimat. Media mass akita sat ini amat produktif menggunakan kata terkait tidak yang tidak pada tempatnya. Salah satunya kata terkait ini yang mereka anggap bisa menjadi penghubung kata dalam kalimat. Padahal, terkait masuk kata kerja atau verba. Fungsi kata terkait: sebagai kata kerja masuk kata verba intrasifit, verba tanpa objek. kalau ada pelengkap, dibutuhkan partikel yang menghubungkan keduanya. Misalnya dalam kalimat ini: Kerusuhan itu terkait dengan kenaikan bahan pokok. KBBI pun menandai terkait sebagai kata verba, dengan makna sudah dikait, dapat dikaitkan, berhubungan, dan ada hubungannya. Jadi intinya, kita mesti mengenali kelas kata, agar dapat menggunakan kata dengan tepat. Ayo bangga berbahasa Indonesia.³

Karakter Jurnalistik Radio dalam Konten Podcast

Dalam tiga konten podcast TEMPO tersebut, menerapkan praktik dari konten jurnalistik radio yang tidak lepas dari karakter media radio, di antaranya auditif, spoken language, sekilas, dan global. Auditif yang dimaksud adalah untuk didengarkan, untuk telinga dan untuk dibacakan atau disuarakan. Podcast Berita Utama Koran Tempo misalnya, meski berkonsep monolog dari bacaan berita si penyiar, tapi ditambahkan interakhir penyiar dengan wartawan Tempo yang meliput di lapangan. Jadi, konten monolog membacakan berita terkesan lebih santai dengan tambahan pernyataan dari wartawan, sebagai tambahan dari narasi berita yang dibacakan. Begitu juga dalam konten Apa Kata Tempo yang sejatinya

hanya opini dari redaktur (tim redaksi) media, tapi di podcast ini, Tempo juga menghadirkan narasumber sebagai ahli yang menambahkan sudut pandang lain tentang topik yang dibahas, misalnya epidemiolog untuk membahas berita penyebaran Covid-19.

Sedangkan, *spoken language*, yaitu media ini menggunakan bahasa tutur atau kata-kata yang biasa diucapkan dalam obrolan sehari-hari (*spoken words*). Kata-kata yang dipilih mesti sama dengan kosakata pendengar supaya dapat langsung dimengerti. Hal tersebut hadir di tiga podcast Tempo lewat diksi-diksi santai, seperti nih, nah, dong, sekonyong-konyong, dan lainnya. kemudian, sekilas, yaitu tidak bisa diulang. Karenanya harus jelas, sederhana, dan sekali ucap, pendengar bisa langsung mengerti. Terakhir, global, yaitu tidak detail, tidak rumit berupa angka-angka dibulatkan dan fakta-fakta diringkaskan.

Untuk konten, dalam kerja jurnalistik radio, Tempo menghadirkan tiga jenis konten berbeda berupa berita langsung (*straight news*) dan berita ringan (*soft news*), tak hanya itu, Tempo juga menghadirkan berita tulis (*writing news*), yaitu berita pendek yang bersumber dari media lain atau ditulis ulang, berita bersisipan (*news with insert*), yaitu berita yang dilengkapi atau di-mix dengan sisipan suara narasumber, *news feature*, yaitu berita atau laporan jurnalis panjang yang lebih bersifat human interest, dan *phone in news*, berita yang disajikan melalui laporan langsung reporter menggunakan alat bantu telepon, buletin berita, yaitu gabungan beberapa berita pendek yang disajikan dalam satu blok waktu.

Temuan lain oleh peneliti adalah meskipun podcast hadir dengan konsep

³ Podcast Celetuk Bahasa Tempo, 11 Maret 2022.

<https://open.spotify.com/episode/2MEie2cxUL4Hav6bA2c1FB>

play on demand, di mana pendengar bisa mengulang lagi untuk mendengarkan episode yang lama—tidak seperti di radio yang tidak penyiaran ulang, kelemahan platform podcast adalah tidak ada interaksi media massa dengan pembaca/pendengarnya. Bahkan kolom komentar sebagai konsep user generated content—sebagai ciri khas media baru di era digital ini, podcast belum bisa melengkapi layanan tersebut. Karena itu, dalam konteks jurnalistik radio, podcast saat ini belum memenuhi kriteria jurnalisme interaktif. Walaupun ada interaksi, tapi itu hadir di platform lain, misalnya dalam akun official Instagram Tempo.

E. Simpulan

Kanal podcast milik media massa Tempo hadir dengan tiga jenis program berbeda, yaitu Berita Utama Koran Tempo, Apa Kata Tempo, dan Celetuk Bahasa Tempo. Tiga podcast tersebut hadir sebagai tambahan fungsi komunikasi massa yang dilakukan Tempo via media cetaknya (Koran Tempo) dan media onlinenya (Tempo.co dan koran.tempo.co) yang hadir untuk memberikan informasi dan mengedukasi masyarakat lewat konten audio. Tiga konten podcast TEMPO tersebut, menerapkan praktik dari konten jurnalistik radio yang tidak lepas dari karakter media radio, di antaranya auditif, spoken language, sekilas, dan global.

Tapi, di sisi lain, penelitian ini menemukan, meskipun podcast hadir dengan konsep *play on demand*, di mana pendengar bisa mengulang lagi untuk mendengarkan episode yang lama—tidak seperti di radio yang tidak penyiaran ulang, kelemahan platform podcast adalah tidak ada interaksi media massa dengan pendengarnya, sehingga jurnalisme interaktif yang menjadi salah satu karakter

dalam kerja jurnalistik radio belum bisa sepenuhnya hadir lewat platform podcast ini.

Referensi

- Apple.com. (2019). *Apakah podcast itu?* <https://www.apple.com/id/itunes/podcasts/fanfaq.html>
- Bayu, D. J. (2021). *Anak Muda Dominasi Jumlah Pendengar Podcast di Indonesia*. Kata Data. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/10/anak-muda-dominasi-jumlah-pendengar-podcast-di-indonesiapendengar-podcast-di-indonesia-didominasi-anak-muda>
- Burns, T. M. (2007). *The forecast for podcasts: sunny skies but not necessarily with clear visibility*. Neurology.
- Dennis McQuail. (2011). Teori Komunikasi Massa. In *Buku 1 Edisi 6*. Salemba Humanika.
- Hammersley, B. (n.d.). *Audible Revolution: Online Radio is Booming Thanks to iPods, Cheap Audio Software and Weblogs*. <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>
- Juli, M., Simbolon, I., Simbolon, B. R., Darma, U., & Medan, A. (2021). Podcast Suara Puan Sebagai Sarana Literasi Digital. *Social Opinion*, 6, 66–85.
- Masduki. (2001). *Jurnalistik Radio: Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiaran*. Penebar Swadaya.

- Morissan. (2008). *Manejemen Media Penyiaran*. Prenada Media.
- Nugroho, I., & Irwansyah, I. (2021). Konvergensi Konten Audio di Media Online (Studi Kasus Podcast Detik.com). *Jurnal Komunikasi*, 15(1), 55–70.
<https://doi.org/10.21107/ilkom.v15i1.9753>
- Pahlevi, R. (2021). *Persentase Pendengar Podcast di Indonesia Terbesar Ketiga di Dunia*. Kata Data.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/17/persentase-pendengar-podcast-di-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia>
- Pusparisa, Y. (2020). *Sederet Genre Pilihan Pendengar Podcast*. Kata Data.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/05/26/sederet-genre-pilihan-pendengar-podcast>
- Riswandi. (2009). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Graha Ilmu.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. PT Grasindo.
- Romli M, A. S. (2005). *Jurnalistik Terapan: Pedoman Kewartawanan dan Kepenulisan*. Batik Press.
- Solomon, M. R. (2013). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being, 10th ed*. Pearson education is limited.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Zaenudin, A. (2017). *Hikayat Podcast*. Tirto.Id. <https://tirto.id/hikayat-podcast-cufm>