

Podcast Raditya Dika yang Disiarkan melalui YouTube sebagai Media Edukasi Millennial

Mega Michelia^{*}, Suhendra Atmaja

Prodi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi, Indonesia.

^{*}mega.mich04@gmail.com, dosenngelit99@gmail.com

Abstract. This study is qualitative, with five interviewees that selected based on Raditya Dika's subscribers. The result show that people who subscribe to Raditya Dika's youtube account have sufficient knowledge and good understanding of how to start a business at a young age. As for how the Millennial community responds to building a business at a young age such as a business planer, managing income and expenses, how to manage the millennial community's beginner business concept, monitoring everything through virtual communication media. The knowledge and behaviour of most millennial users of youtube account who monitor all information via digital, especially as a subscriber to the Raditya Dika account, are young people. This situation is expected to support the effectiveness of young entrepreneurs in Indonesia. However, government and community supervision is still needed to maintain good conditions in the use of any social media.

Keywords: *Information, Millennial, Business.*

Abstrak. Studi ini bersifat kualitatif, dengan lima narasumber yang diwawancarai, dipilih sesuai pelanggan Raditya Dika. Hasil studi ini menunjukkan Masyarakat yang berlangganan akun Raditya Dika memiliki pemikiran yang cukup dan pemahaman yang baik tentang cara memulai bisnis di usia muda. Adapun bagaimana respon Masyarakat millennial terhadap membangun bisnis di usia muda seperti perencanaan bisnis, mengelola pemasukan dan pengeluaran, begitupun cara mengatur konsep bisnis pemula Masyarakat millennial memantau semua melalui media komunikasi virtual. Pengetahuan dan perilaku Sebagian besar Masyarakat millennial pengguna akun youtube yang dapat memperhatikan seluruh informasi lewat media digital, dimana Sebagian besar adalah pelanggan youtube Raditya Dika yang tergolong muda. Yang diharapkan dari situasi ini adalah dapat mendukung efektifitas pebisnis muda di Indonesia. Meskipun begitu, pengawasan dari pemerintah dan Masyarakat sangat dibutuhkan guna menjaga agar kondisi tetap baik dalam penggunaan media sosial apapun.

Kata Kunci: *Informasi, Millennial, Bisnis.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital menimbulkan dampak yang cukup baik, mendefinisikan media baru mengacu pada pemikiran, perasaan serta pengalaman yang didapat seseorang ketika terlibat dengan media dan berkomunikasi dengan cara baru, berbeda dan lebih menantang dari sebelumnya. Bahkan, media sosial yang mulai berkembang sering digunakan sebagai media pembelajaran alternatif yang mudah di akses dengan mudah, yang dapat menampilkan informasi berbasis audio yang mendalam, seperti pada *podcaster* Raditya Dika yang berjudul “Belajar bisnis dari drama korea Start Up”.

Raditya Dika muncul pada tahun 2019 bulan April dan mulai pesat hingga saat ini. Podcast didefinisikan menjadi materi audio yang ada di Internet yang bisa dialirkan otomatis ke komputer atau pemutar media portabel atau dengan berlangganan (1).

Banyaknya fenomena konten *visual* berbasis *video* yang bisa diproduksi siapa saja kapan saja dinilai berpotensi menjadi *content* masa depan. Peneliti akan mengembangkan media pembelajaran berbasis *audio podcast*, yaitu media *audio* yang dapat didengarkan di komputer, laptop, dan *handphone*. Di era saat ini penggunaan akses *digital* sebagai sarana mencari dan mendapatkan informasi menjadi hal yang sangat mudah dilakukan. Bahkan media sosial yang mulai berevolusi ini kerap kali dijadikan sebagai alternatif media belajar yang mudah di akses, salah satunya adalah *podcast audio digital* yang dapat diakses dengan mudah dan murah yang dapat menampilkan informasi secara mendalam berbasis *audio* yang mulai muncul pada tahun 2005 dan mulai menjadi trend baru di tahun 2019 hingga saat ini. *Podcast* didefinisikan sebagai materi audio yang tersedia di Internet yang dapat disambungkan secara otomatis ke komputer atau pemutar media portabel secara gratis atau dengan berlangganan (2).

Media pembelajaran sekarang perlu berkembang supaya lebih mudah diakses, dipakai serta dimengerti oleh banyak khalayak. Ada juga banyak media audio yang menyediakan konten yang cocok untuk berbagai kalangan. Makin banyak wawasan yang dibahas, makin mudah pada aplikasi yang disebut podcast. Podcast sudah jadi alat digital yang banyak dipakai sekarang guna mendapat informasi yang mereka inginkan. Dengan podcast, orang bisa dengan mudah mendengarkan apa yang mereka ingin ketahui (3).

Mayoritas masyarakat milenial memenuhi kebutuhan dengan memiliki suatu pekerjaan atau tidak. Dengan adanya peningkatan investasi akan meningkatkan kapasitas jumlah produksi yang selanjutnya akan membuka lapangan kerja baru, dan juga akan mendorong pertumbuhan ekonomi.

Hasil survei pada tahun 2012-2020 menunjukkan bahwa semakin berkembangnya digital media podcast karena dianggap pola komunikasi baru yang menimbulkan manfaat untuk pengguna internet karakteristik media audio seperti media penyiaran dapat menjadi keunggulan dalam menyampaikan informasi kepada khalayak Indonesia yang mengutamakan budaya suara (4).

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan diskusi awal untuk lebih menggali potensi podcasting sebagai salah satu media pilihan untuk distribusi konten audio yang dapat memberikan informasi dan manfaat bagi penggunanya. Dengan adanya kegiatan edukasi yang disajikan melalui konten youtube Raditya Dika yang berjudul “Belajar bisnis dari drama korea Start Up” dapat membuat para milenial followers Raditya Dika menjadi lebih mengenal serta berminat untuk memulai investasi, sesuai dengan narasumber yang sudah ditetapkan ada 5 narasumber yang juga followers Raditya Dika.

Penelitian ini bertujuan untuk membantu dan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya, serta memberikan sumbangan pemikiran platform youtube sebagai media edukasi yang diberikan oleh seorang *content creator*, selain itu karena peneliti ingin mengetahui pendapat masyarakat terhadap *platform* yang digunakan oleh *podcaster* Raditya Dika melalui Youtube dan apakah konten audio membantu Masyarakat untuk mendapatkan informasi serta bagaimanakah perkembangan podcast audio saat ini.

Uses and Gratification pendekatan teoritis media aktif. Mereka menggunakan media karena memiliki tujuan tertentu. Dengan bantuan sumber daya lain untuk memenuhi kebutuhan mereka, mereka secara proaktif menghubungkan kebutuhan dan pilihan media. *Podcasting* adalah proses transmisi *file audio* melalui *Internet*. Istilah *podcast* sendiri berasal dari on-demand dan *broadcast* yang artinya *podcast* dapat disalurkan. dalam konten.

Media audio diunggah ke *Internet* dalam bentuk file, dan mereka yang ingin mendengarkannya nanti dapat mengunduh atau berlangganan, sehingga para *followers* Raditya Dika bisa langsung mengetahui perkembangan terbaru dari Raditya Dika berupa audio *file*. *File-file* ini dapat diunduh ke perangkat seluler seperti pemutar *MP3*, *smartphone*, atau diputar di komputer. Maka terjalin hubungan antara komunitas pendengar atau penonton, atau bahkan yang menyukai konten *audio* Raditya Dika. Maka ini adalah bentuk baik media sosial yang menciptakan partisipasi, keterbukaan, dialog (4).

B. Metodologi Penelitian

Di studi ini memakai metode deskriptif kualitatif yang tujuannya guna pahami fenomena sosial yang terjadi yakni podcast Raditya Dika yang disiarkan melalui youtube sebagai media edukasi millennial pada penelitian yang akan diteliti membutuhkan 2 macam data, yakni data primer serta sekunder, data primer memakai wawancara dan juga pengamatan pada keadaan lokasi penelitian itu. Data sekunder ialah data yang miliki sumber dari data data pendukung yakni buku, dokumen, majalah, koran dan lainnya yang berkaitan pada objek penelitian (5).

Penelitian dilakukan dengan sengaja dan disertai dengan kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan. Kriteria yang ditetapkan adalah informan yang sering menggunakan podcast sesuai dengan kebutuhannya masing- masing. Berikut kriteria informan: pecinta podcast, pengguna internet, langganan podcast. Penelitian ini didasarkan pada wawancara dengan 3 sumber yang sangat menikmati *platform podcasting*.

Metode wawancara yang dipilih diharapkan akan diperoleh data mentah yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Wawancara mendalam akan dilakukan melalui panduan wawancara yang telah dibahas secara teliti. Penggunaan pedoman dimaksudkan agar pertanyaan lebih terarah tanpa mengurangi kebebasan kepada peneliti dalam mengembangkan pertanyaan (6).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Wawancara ini dilakukan berdasarkan 5 narasumber yang berlangganan akun youtube Raditya Dika dan selalu mengikuti konten yang dibuat di Media sosial Raditya Dika : Narasumber ini yaitu Wijaya Trisnantara. Wijaya Trisnantara berusia 26 tahun mempunyai bisnis yang bergerak di bidang otomotif menyatakan bahwa investasi di kalangan milenial merupakan tabungan di kemudian hari. Wijaya Trisnantara merupakan salah satu *subscriber* Raditya Dika yang mengikuti semua konten Raditya Dika, tetapi tidak semua yang dibicarakan Raditya Dika di terapkan, hanya menjadi tolak ukur.

Suci Ageng yang berusia 25 tahun memiliki sebuah bisnis home care nail art, menurutnya investasi penting dan membuat masa depan lebih baik, salah satu *subscriber* Raditya Dika yang mengikuti semua kontennya bahkan menurutnya pembahasan dan pembawaan Raditya Dika lebih dapat di cerna di semua kalangan dan dia tidak hanya mendengarkan apa yang di bahas oleh Raditya Dika tetapi juga di terapkan di dirinya.

Alvin Arifin berusia 26 tahun, Alvin Arifin memiliki sebuah bisnis pakaian, menurutnya investasi itu penting, salah satu *subscriber* Raditya Dika namun tidak semua yang di bahas Raditya Dika di ikuti olehnya karena Alvin Arifin memiliki sudut pandang sendiri yang sudah di jalankan, dia hanya menyukai cara pembawaan Raditya Dika yang mudah di pahami.

Devy Zahra yang berusia 28 tahun adalah seorang pembisnis online shop yang menjual hijab, menurutnya investasi tidak terlalu penting baginya, tetapi dia salah satu seorang *subscriber* Raditya Dika yang mengikuti semua kontennya, Devy Zahra memiliki sudut pandang sendiri mengenai investasi, maka dari itu tidak terlalu tertarik dengan pembahasan Raditya Dika mengenai investasi.

Ilham Prawoto berusia 27 tahun memiliki bisnis di bidang makanan dan minuman, menurutnya investasi sangat penting karena Ilham Prawoto sudah menerapkannya dan merasakan efek dari investasi walaupun tidak dapat di nikmati saat ini tetapi akan berguna di masa yang akan datang, Ilham Prawoto salah satu *subscriber* Raditya Dika tetapi tidak efektif dalam mengikuti konten yang di buat Raditya Dika, karena dengan memahami tujuan dari penelitian ini sangat penting, bertujuan untuk mengambil beberapa karakter sample untuk di jadikan pertimbangan.

Dari hasil wawancara ini di ketahui bahwa akun *youtube* Raditya Dika di kelola dengan baik dan di kemas sendiri sehingga menarik perhatian Masyarakat dan gaya Bahasa Raditya Dika yang mudah di pahami kaum *millennial*, sehingga *subscriber* Raditya Dika di dominasi oleh usia 25-40 tahun. Mayoritas narasumber dominan laki-laki di banding Perempuan. Dalam melakukan unggahan *content youtube* Raditya Dika mempunyai karakter sendiri.

Table 1. Hasil Wawancara

No.	Informan	Sumber Informasi	Semua Kalangan	Mudah Dimengerti
1.	W	YA	TIDAK	YA
2.	S	YA	YA	YA
3.	A	YA	YA	YA
4.	D	YA	TIDAK	YA
5.	I	YA	YA	YA

Penelitian ini mengenai *podcast Raditya Dika* yang disiarkan melalui platform *youtube* sebagai media yang mengedukasi di kalangan milenial yang dilakukan secara mendalam untuk mempelajari keadaan dan interaksi yang terjadi. Dengan *exposure* media yang terus menerus dengan secara konstan, dengan itu bisa membuat seseorang membentuk persepsi atas informasi yang di terima. Informasi ini juga perlu memberi masyarakat gambaran mengenai keberadaan suatu informasi. Informasi ini di terima melekat dan membentuk suatu penilaian hingga akhirnya reputasi terbentuk dan mengisyaratkan Kembali ke penyebar informasi yaitu akun *youtube* Raditya Dika (7).

Penghimpunan data di akun *youtube* Raditya Dika tergolong jadi sebuah akun *influencer* yang sering mendapat pujian sebab memuat informasi yang menarik dan jelas, maka banyak Masyarakat milenial yang berlangganan akun Raditya Dika dikarenakan banyak *content creator* di *youtube* yang memiliki content serupa yang memiliki cara pengemasan dan cara penyampaian yang berbeda sehingga membuat pelanggan Raditya Dika lebih tertarik dengannya. Teknik analisis ini terdiri dari wawancara mendalam, kemudian peneliti dapat menarik kesimpulan dari hasil wawancara dan observasi tersebut, dan penelitian ini melakukan wawancara dengan 5 narasumber yaitu subscriber Raditya Dika.

Teknik wawancara memakan waktu sekitar 5-10 menit. Hasil pengumpulan data, wawancara, dan coding kualitatif. Menurut penelitian yang dilakukan, ada 5 *selective coding* yaitu *subscriber* Raditya Dika, *millennial* dan tereduksi.

Content sebagai informasi atau topik yang disebarluaskan melalui media sosial *youtube* kemudian banyak pengguna *youtube* yang merespon informasi tersebut. Beberapa narasumber mengatakan bahwa mereka memahami investasi melalui konten yang dibuat oleh Raditya Dika. kelima narasumber juga menyatakan bahwa mereka menyetujui pembahasan mengenai investasi terutama untuk kalangan *millennial*, sehingga memudahkan untuk yang sedang belajar berinvestasi.

Seluruh pengguna media sosial *youtube* memiliki umur serta gender yang berbeda, namun khusus untuk narasumber di era saat ini banyak mencari informasi menarik mengenai investasi dari *youtube*. Terkait penyebaran informasi pun akun *youtube* Raditya Dika sebagai *influencer* memiliki gaya bahasa dan menyampaikan dengan cara sendiri tanpa ada yang membantah karena akun *youtube* yang digunakan adalah miliknya sendiri.

D. Kesimpulan

Hasil penelitian ini adalah *podcast Raditya Dika* yang disiarkan melalui *youtube*. Dari 5 narasumber mengetahui ini menemukan 3 kategori utama sesuai hasil coding kualitatif. Pertama, *youtube* menjadi sumber informasi yang dapat diketahui semua berita bisa diakses melalui platform *youtube*. Kedua, pelanggan akun *youtube* Raditya Dika terdiri semua kalangan. Ketiga, penyebaran informasi mengenai investasi mudah dimengerti melalui content yang dibuat oleh Raditya Dika. Media sosial adalah media yang penggunaannya banyak dan dapat miliki akses dari platform *youtube* dengan mudah untuk mendapatkan sebuah berita dan dapat menyebarkannya dengan cepat. Peneliti

akan mengembangkan media pembelajaran berbasis audio podcast, yaitu media audio yang dapat didengarkan di komputer, laptop dan handphone. Di era ini penggunaan akses digital sebagai sarana mencari dan mendapatkan informasi menjadi hal yang sangat mudah dilakukan. Bahkan media sosial yang mulai berevolusi ini kerap dijadikan sebagai alternatif media belajar yang dapat menampilkan informasi secara mendalam berbasis audio (3).

Daftar Pustaka

- [1] Fadilah, E., Yudhaprarnesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1), 90–104. <https://doi.org/10.24198/kj.v1i1.10562>;
- [2] Fitria, J. (2020). Pengembangan Media Audio Visual Berbasis Vodcast Materi Teks Cerita Sejarah Pelajaran Bahasa Indonesia Kelas XII Jurusan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran di SMKN 1 Jombang. *Jurnal Mahasiswa Teknologi Pendidikan*, 10(29), 259–267;
- [3] Mayangsari, D., & Tiara, D. R. (2019). Podcast Sebagai Media Pembelajaran Di Era Milenial. *Jurnal Golden Age*, 3(02), 126. <https://doi.org/10.29408/goldenage.v3i02.1720>;
- [4] Rusdi, F. (2012). *Podcast Sebagai Industri Kreatif*. 91–94. <http://dewanpers.or.id/publikasi/buku/878-data->;
- [5] Sugiyono, D. (2012). *metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif dan kualitatif dan R&D* (Vol. 273). <https://doi.org/10.1155/2014/943713>;
- [6] Warul Walidin AK., M., Dr. Saifullah, S.Ag., M. A., & Tabrani.ZA, S. Pd.I., M.S.I., M. (2016). *metodologi penelitian kualitatif dan grounded theory*. [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/1301/1/Full Buku MP Kualitatif %26 Grounded Theory.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/1301/1/Full%20Buku%20MP%20Kualitatif%20Grounded%20Theory.pdf);
- [7] Mustika, T. (2019). Pengaruh Terpaan Media Terhadap Reputasi Lembaga Pemerintah. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1(1), 66–79. <https://doi.org/10.33376/is.v1i1.350>.