

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Dalam membuat *audio storytelling* ini, penulis menjadikan beberapa karya sejenis untuk dijadikan panduan sebagai pembandingan mana yang dapat dijadikan acuan dan yang perlu diberikan catatan. Beberapa karya sejenis tersebut digunakan juga untuk menyempurnakan karya yang ingin penulis buat, dan berikut adalah tinjauan karya sejenis yang penulis gunakan:

Tabel 2.1 Tinjauan Karya Sejenis

No	Judul Karya	Format Karya	Pembahasan
1	Tren Bisnis Kuliner di Masa Pandemi	Podcast	Kurang lebih dalam waktu 30 menit, podcast milik <i>Kompas.com</i> ini membahas mengenai tren di bisnis kuliner ketika Indonesia sedang dilanda pandemi, dipandu oleh seorang jurnalis makanan dan dua editor dari <i>Kompas Food</i> .
2	Strategi Marketing Pamungkas 2020 untuk Bisnis Kuliner	Podcast	Selama masa pandemi, tidak sedikit usaha kuliner yang mengalami kerugian. <i>Podcast</i> yang berjudul “Strategi Marketing Pamungkas 2020 untuk Bisnis Kuliner” ini membahas mengenai cara restoran atau kedai kecilpun

			melakukan cara marketing seperti apa, agar usaha kulinernya dapat mencapai target dan memperoleh omset yang cukup.
3	Brown Box	Podcast	Podcast milik Radiolab yang membahas mengenai penjualan barang secara online di internet yang saat ini semakin berkembang. Yang tadinya pemesanan barang secara online perlu menunggu seminggu bahkan sebulan untuk barang sampai, saat ini dalam hitungan jam pembeli sudah dapat menerimanya.
4	Bisnis Kuliner Online, Solusi Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19	Jurnal	Jurnal ini mengkaji kebenaran terkait bisnis kuliner <i>online</i> yang dikatakan merupakan solusi ditengah masa pandemi.
5	Saatnya Membangun Lagi Bisnis Kuliner Setelah Badai Pandemi Covid-19	Youtube Video	Karya ini merupakan unggahan video dari youtube channel bernama <i>Kubiz TV</i> , yaitu <i>channel</i> yang isinya video-video mengenai ide, strategi, dan tips-tips mengenai bisnis di era digital. Video ini membahas tentang alasan kenapa di saat pandemi, adalah waktu yang tepat untuk membuka usaha kuliner.

Sumber: Olahan Penulis

1. Tren Bisnis Kuliner di Masa Pandemi - *TravelCast*

TravelCast adalah podcast milik *Kompas.com* yang ada pada kanal *Travel* dan *Food*, yang pastinya membahas apapun yang berkaitan dengan *travel* dan makanan, seperti destinasi wisata, tempat makan, tren kuliner serta tips dan trik. Dari *podcast* ini, penulis menjadikan episode yang berjudul “Tren Bisnis Kuliner di Masa Pandemi” sebagai salah satu acuannya.

Episode yang kurang lebih 30 menit ini menyampaikan informasi-informasi mengenai bisnis kuliner di masa pandemi dan dipandu oleh tiga penyiarnya, yaitu seorang jurnalis *food* *Kompas* dan dua editor *Kompas Food*. Menurut penulis, lebih baik jika penyiarnya dikurangi dan lebih menarik jika mereka mengundang narasumber yang berkaitan dengan pembahasan podcast pada episode tersebut.

Selain itu, *TravelCast* juga memberikan inspirasi kepada penulis dalam hal teknis mengedit sebuah audio reporting yang menarik untuk didengar. Beberapa diantaranya adalah cara membuat opening, yaitu dengan memasukan *soundbite* yang kiranya dapat membuat orang tertarik dan penasaran hingga mendengarkan podcast sampai selesai. Lalu, *bumper* yang selanjutnya dijadikan *backsound* yang pas dengan suasana penyiar yang sedang berbicara.

2. Strategi Marketing Pamungkas 2020 untuk Bisnis Kuliner- *Foodcast*

Foodcast merupakan salah satu program podcast milik *Foodizz*, yaitu sebuah platform yang memberikan edukasi mengenai industri makanan dan minuman di Indonesia. *Foodizz* mengumpulkan para pebisnis kuliner yang ingin belajar dengan membuat beberapa program, salah satunya adalah *Foodcast*, yaitu *podcast* yang khusus memberikan edukasi mengenai industri makanan dan minuman, dan didukung oleh para pembicara yang ahli dalam bidang yang sedang dibahas.

Foodcast ini dikemas dengan format *podcast* berdurasi 10 hingga 55 menit yang diunggah ke *channel youtube* milik *Foodizz*. *Foodcast* juga dibagi menjadi beberapa macam bahasan, yaitu media sosial, marketing, operasional, finansial, ekspansi, *entrepreneurial skill*, keamanan makanan, dan bisnis Syariah.

Dari *foodcast* ini, banyak episode yang bisa dijadikan inspirasi oleh penulis sebagai bahasan dalam *audio storytelling* nya. Salah satunya adalah yang berjudul “Strategi Marketing Pamungkas 2020 untuk Bisnis Kuliner” oleh Stefanie Kurniadi, yaitu *Founder* Upnormal Coffee dan Bakso Boedjangan, sekaligus *Cofounder* *Foodizz*. Dari episode ini, penulis jadikan

inspirasi untuk bahasan di segmen keenam karyanya, yaitu membahas bagaimana cara bisnis kuliner bertahan di masa pandemi ini.

Sebenarnya, *Foodcast* ini tidak hanya diunggah di Youtube, melainkan di *Spotify* juga, tetapi, tidak semua episode yang diunggah ke *Youtube*, juga diunggah di *Spotify*. Padahal, menurut penulis, jika *foodcast* rutin mengunggah di *Spotify*, akan memperluas pasar pendengarnya.

3. *Brown Box* – Radiolab

Radiolab adalah program radio yang diproduksi oleh WNYC yaitu stasiun radio di New York City, dan disiarkan di stasiun radio publik di Amerika Serikat. Radiolab memiliki program podcast, yang pertama kali ditunjukkan pada 2008. Saat ini, Radiolab berfokus untuk membahas topik-topik yang berkaitan dengan “waktu” dan “moralitas”, tetapi dengan gaya bicara dan bahasa yang ringan, sehingga pendengar dapat mudah memahaminya.

Pada episode ini, Radiolab membahas mengenai cepatnya pengiriman dari pemesanan barang yang dibeli di internet secara online. Jaman dulu, kalau ingin membeli barang di internet harus rela menunggu beberapa hari hingga dapat sampai ke tangan pembeli, tetapi saat ini, dalam hitungan jam pun barang sudah dapat diterima oleh pembeli.

Episode berjudul *Brown Box* ini dipandu oleh Jad Abumrad, Pat Walters dan Robert Krulwich. Selain tiga orang tersebut, terdapat satu reporter perempuan yang bernama Gabriel Mac yang juga ikut berbincang dalam podcast ini. Uniknya, meskipun dipandu oleh tiga orang dan tambahan satu reporter, suara yang keluar tidak terasa terganggu, pembagian mereka dalam berbicara sangat rapih dan terdengar sangat bersih.

Penulis menjadikan podcast ini sebagai salah satu tinjauan karya sejenisnya karena tertarik dengan cara penyampaian cerita yang menggunakan format *narrative/ voice over + interview + other sounds*. Penulis juga senang dengan suara-suara tambahan yang dimasukkan dalam podcast ini untuk mendukung suasana. Selain itu, meskipun penyiar menggunakan gaya bahasa yang santai, mereka tetap fokus untuk

4. Bisnis Kuliner Online, Solusi Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19

Karya yang berjudul “Bisnis Kuliner Online, Solusi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19” merupakan jurnal yang disusun oleh Putu Novia Hapsari Ardianti, yaitu mahasiswa Universitas Mahasaraswati Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dalam artikelnya, ia membahas mengenai akibat pandemi terhadap perekonomian masyarakat di Bali. Dalam kasus ini, ia mengkaji kebenaran terkait bisnis kuliner yang dikatakan merupakan solusi ditengah masa pandemi.

Dari jurnal ini, penulis tertarik menjadikan topik bahasan untuk karyanya di beberapa segmen yang penulis buat. Menurut penulis, karya ini juga memberikan data-data yang lengkap beserta sumber sehingga pembaca akan percaya karena karena informasi yang disampaikan kredibel dan tercantum sumbernya. Namun, karena terlalu banyak data dan angka, pembaca juga akan sulit mengerti jika hanya membaca sekali saja, pembaca perlu membaca berulang kali supaya mengerti dan tidak mendapatkan informasi yang salah.

5. Saatnya Membangun Lagi Bisnis Kuliner Setelah Badai Pandemi Covid-19

Penulis memilih karya ini untuk dijadikan sebagai salah satu *channel Youtube Kubiz TV Kuliner & Bisnis*. *Kubiz TV* ini merupakan *channel* yang dibuat agar orang-orang yang ingin belajar mengenai bisnis kuliner dan wisata kuliner bisa mendapatkannya dengan mudah. Beberapa video dari channel ini terdapat liputan mengenai kuliner, ide-ide pebisnis, dan tidak ketinggalan, *Kubiz TV* juga memiliki *podcast* yang membahas ide bisnis, cara memulai bisnis, marketing di era digital, dan sebagainya.

Video berjudul “Saatnya Membangun Lagi Bisnis Kuliner Setelah Badai Pandemi”, menjadi inspirasi penulis topik bahasannya yang ingin dijadikan sebagai pokok pikiran dari salah satu segmennya, dan pengemasan videonya yang unik. Yaitu dikemas seperti *vlog*, yang pembawa acara sekaligus pemilik channelnya adalah Masbukhin Pradhana, sedang mempersiapkan dirinya untuk menjadi pembicara dalam seminar berjudul “Membangun Bisnis Kuliner di Akhir Badai Corona”.

Pembawa acara tersebut merupakan Sekjen Asosiasi Pengusaha Kuliner Indonesia (APKULINDO), pengusaha kuliner, dan penulis buku berjudul “Cara Brilian Menjadi Karyawan Beromset Miliaran”. Oleh karena itu, penonton yang menyaksikan, akan mudah percaya dengan apa yang ia sampaikan karena memang memiliki beberapa pengalaman dalam dunia tersebut. Namun, dengan konsep video yang seperti *vlog*, video tersebut tidak terlihat rapih meskipun informasi yang disampaikan bisa diterima.

2.2 Kerangka Konsep

2.2.1 Audio Storytelling

Menurut Garland (2018, para.3-4), *Audio storytelling* adalah tindak menyampaikan sebuah cerita sambil disiarkan autentikasi seseorangnya secara langsung, serta mengungkapkan kebenaran pada waktu yang sama.

Sebuah kajian karya milik Winoto (2017, p. 172), terdapat kutipan yang menjelaskan unsur dari *storytelling* dari buku Klaus Flog yang berjudul *Storytelling Branding in Practice*. Berikut adalah empat unsur atau komponennya:

1. Pesan

Tujuan cerita disampaikan adalah untuk memberikan pesan kepada pendengarnya. Dalam audio *storytelling* ini, penulis menyampaikan informasi yang positif diakhir *storytelling* agar dapat menanamkan pesan kepada pendengar.

2. Konflik

Dengan adanya konflik, maka ada topik yang dapat dibahas. Pendengar juga bisa merasakan suasana atau emosi yang disampaikan jika terdapat konflik dalam *storytelling*. Dalam karya ini, konflik yang terjadi adalah antara pelaku usaha kuliner dengan situasi pandemi *Covid-19*.

3. *Plot*

Penyampaian sebuah cerita harus memiliki struktur yang tepat sehingga menarik minat pendengar. Penulis membuat alur yang dapat membangun cerita dari awal pembuka, isi, dan penutup.

4. Karakter

Tiap tokoh dalam sebuah cerita, harus memiliki karakter, sehingga keberadaan tokoh tersebut tidak hanya sebagai pelengkap, tetapi perlu untuk memberikan efek pada jalannya cerita. Dalam audio *storytelling* ini, penulis memilih narasumber yang dapat mendukung cerita yang ingin disampaikan.

Dalam membuat *audio storytelling*, hal pertama yang harus dilakukan adalah menentukan cerita apa yang ingin disampaikan dan apakah cerita yang ingin disampaikan akan bermanfaat bagi audiensnya. Lalu, setelah menentukan cerita atau bahasan yang akan disampaikan, berikan target, siapa yang kira-kira akan mendengarkan ceritanya, sehingga cerita yang disampaikan akan jelas ditujukan kepada target audiensnya (Pandolfi, 2018).

Setelah menentukan cerita apa dan siapa target audiensnya, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah menentukan teknik atau gaya apa yang akan digunakan dalam menyampaikan ceritanya. Pandolfi (2018) menyebutkan beberapa daftar gambaran umum jenis atau format dalam penyampaian cerita melalui audio:

1. *Monologue*

Jenis ini merupakan audio yang hanya diisi suara dengan satu orang dari awal hingga akhir. Materi dalam jenis audio ini tidak terlalu banyak, hanya suara satu orang dan beberapa musik selingan.

2. *Basic Interview*

Dalam artikel tersebut, format wawancara dibagi menjadi tiga, yang pertama, *basic interview* ini merupakan hasil rekaman dari percakapan dua orang atau lebih, namun tidak begitu melakukan banyak *editing* dalam karyanya.

3. *Intermediate Interview*

Sama-sama merupakan hasil percakapan antara dua orang atau lebih, tapi melakukan beberapa *editing* terhadap suara-suara mengganggu, seperti “ah”, “eh”, “hm”, dan lain-lain. Beberapa contoh dari *interview* dengan cara ini, mereka juga menaruh iklan atau selingan musik ditengah karyanya.

4. *Elaborate Interview*

Dibandingkan dengan dua jenis karya *interview* diatas, *elaborate interview* merupakan yang paling canggih. Karya ini melakukan *editing*

5. *Conversation Among Hosts*

Karya dengan format *audio* seperti ini, artinya memiliki dua host atau lebih dan mereka melakukan diskusi dan sama-sama menyampaikan suatu pendapat terhadap suatu fenomena. Biasanya, antara dua atau lebih pembawa acara memiliki dua pendapat yang berbeda, sehingga pendengar juga bisa mendengarkan suatu informasi dari perspektif yang berbeda-beda.

6. *Narration/ Voice Over + Interviews + Other Audio*

Gambaran format ini adalah yang digunakan penulis dalam membuat karyanya. Pembawa acara melakukan *voice over* dalam menyampaikan informasi, dengan struktur yang *narrative*. Karya dengan jenis ini juga melakukan wawancara terhadap narasumber, tapi tidak dimasukan semuanya ke dalam hasil akhir, tapi dipilih terlebih dahulu mana yang menurutnya menarik untuk didengar. Selain itu, dalam karya jenis ini, terdapat juga efek suara, musik, dan sebagainya.

7. *Non-Narrated*

Jenis ini merupakan tipe yang memasukan sebagian besar rekaman dari cerita yang disampaikan. Tidak ada narasi dalam penyampaian cerita dalam format yang satu ini.

8. *Performance Presentation*

Jenis yang satu ini contohnya adalah rekaman suara secara langsung puisi, bacaan buku, acara wawancara seperti *talkshow*, dan sebagainya.

9. *Fictional Narrative*

Terinspirasi dari drama radio yang populer ketika abad ke 20. Acaranya merupakan konten drama *original* atau sesuai dengan konten tertulis yang memiliki format *drama audio*. Memiliki beberapa elemen, tapi yang paling menonjol perbedaannya adalah mereka menyertakan beberapa actor suara, untuk peran yang berbeda-beda. Jenis karya ini juga meliputi musik, suara suasana, dan efek suara.

2.2.2 Teknik Menulis Naskah

Terdapat empat prinsip dalam penulisan naskah menurut (Siahaan, 2015, p.123) dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Suara: Jurnalistik Radio Untuk Profesi dan Pengembangan Diri*, yaitu:

1. *ELF (Easy Listening Formula)*

Tahap yang dilakukan sebelum menulis naskah, perlu dipikirkan cara berbicara yang mudah dimengerti oleh pendengar meskipun hanya melalui suara, tanpa *visual*. Pilihlah kata-kata yang terdengar nyaman, enak dan mudah dipahami pendengar.

2. *KISS (Keep It Simple and Short)*

Prinsip yang kedua ini artinya dalam menulis naskah untuk karya jurnalistik suara harus menggunakan kata-kata secara efisien, dan menghindari kata-kata-kata yang berlebihan. Kata-kata yang ingin disampaikan perlu disesuaikan dengan nafas ketika berbicara sehari-hari. Selain itu, usahakan juga untuk tidak menggunakan kata-kata yang memiliki beberapa arti sehingga audiens tidak multi-tafsir informasi yang disampaikan.

3. *WTWYT (Write The Way You Talk)*

Penggunaan kata-kata yang biasa digunakan untuk percakapan sehari-hari akan membuat pendengar mudah memahami apa yang disampaikan. Tidak menggunakan bahasa baku atau formal, bukan berarti dapat menggunakan bahasa atau kata-kata yang tidak sesuai dengan norma berbahasa.

4. *Satu Kalimat Satu Nafas*

Ketika sedang menulis naskah, lakukanlah sambil membacanya dengan suara. Cara tersebut akan membantu mengukur berapa kata dalam suatu kalimat. Standar ukuran penulisan adalah satu kali bernafas untuk menyampaikan satu kalimat, dimana,

kalimatnya tidak terlalu banyak atau cukup dan tidak membuat nafas terengah-engah ketika pengambilan suara.

Selain 4 prinsip tersebut, ada hal lain yang perlu diperhatikan ketika menyusun naskah, yaitu tanda baca. Dalam menulis naskah, perlu dicantumkan panduan membaca, yaitu garis miring satu (/) untuk jeda, dan ambil nafas, garis miring dua (//) sebagai pengganti titik yaitu akhir dari kalimat, garis miring tiga (///) sebagai tanda dari selesainya naskah, tanda pisah (-) untuk menunjukkan sebuah nama atau keterangan, serta tanda strip (-) untuk mengeja singkatan (Ningrum, F, 2007, p.67).

2.2.3 Teknik Merekam Suara

Elemen terpenting dalam karya *audio storytelling* adalah kualitas suara. Maka dari itu dalam membuat karya ini perlu mempelajari teknik merekam suara yang baik dan benar. Tidak jarang ketika narator melakukan rekaman perlu mengulang berkali-kali hingga mendapatkan hasil suara yang maksimal (Siahaan, 2015, p.232).

Hasil rekaman yang bagus akan terjadi, jika sebelum rekaman sudah melakukan riset peralatan yang akan digunakan, perlu apa saja, bagaimana cara menggunakannya dan sebagainya. Maka, ketika melakukan rekaman, sudah dapat melakukannya langsung karena telah mempelajari sebelumnya.

Dalam membuat *audio storytelling* ini, penulis juga perlu mempelajari tentang beberapa teknik yang membuat suara yang dihasilkan maksimal dan nyaman didengar oleh pendengar. Beberapa teknik tersebut adalah kutipan dari buku yang berjudul Dasar-dasar Siaran Radio, oleh Romli (2009, p.43), yaitu:

1. Teknik Mikrofon

Dalam melakukan rekam suara, penggunaan mikrofon dilarang terlalu dekat dengan bibir, agar tidak menghasilkan suara yang parau dan mengganggu. Jarak ideal jika ingin berbicara normal adalah satu jengkal jari tangan, berbeda ketika mau penyiar mau merekam suara ketawa dan berbisik. Jika penyiar ingin berbisik, maka jarak antara bibir dan *mic* boleh berdekatan, tapi jika penyiar ingin merekam suara ketawa, maka sebaiknya penyiar menjauhkan *mic* nya dari bibir.

2. Teknik *Vocal*

Penggunaan suara asli merupakan hal yang paling penting dalam teknik vokal. Tapi, perlu juga didukung oleh artikulasi dan intonasi yang jelas. Selain itu, logat atau dialek juga diperlukan

jika ada suatu kata atau kalimat yang ingin ditekankan kepada pendengar, menandakan bahwa hal tersebut penting. Tempo atau kecepatan ketika berbicara juga harus diperhatikan, agar sesuai dengan durasi yang ingin diinginkan, dan kejelasan pesan yang disampaikan. Namun, dari semua teknik *vocal* diatas, perlu dibawakan dengan ramah, sopan, hangat dan akrab , sehingga pendengar yang mendengarkan dapat menikmatinya dengan nyaman.

Dalam proses merekam suara, jika memungkinkan, persiapkan alat perekam cadangan. Jika menggunakan *mic condenser*, maka gunakan alat rekam pada *handphone* sebagai cadangan. Hal tersebut dilakukan supaya mencegah terjadinya kesalahan teknis pada alat merekam utama, sehingga akan tetap memiliki hasil rekaman cadangan (Pandolfi,2018).

Di era pandemi ini, proses wawancara tatap langsung tidak mudah dilakukan karena terdapat peraturan yang tidak memperbolehkan masyarakat keluar rumah jika tidak terlalu penting, yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Oleh karena itu, jika narasumber tidak berkenan melakukan wawancara secara tatap muka, maka wawancara harus dilakukan secara daring.

Bisa memberikan daftar pertanyaan kepada narasumber dan selanjutnya dibalas menggunakan rekaman suara, bisa juga menggunakan aplikasi *Zoom Conference*, yang memiliki fitur merekam semua percakapan, baik suara, maupun video. Namun, keterbatasan dari wawancara menggunakan daring ini, kualitas suara bergantung kepada narasumber, seperti misalnya keadaan disana yang tidak kondusif untuk melakukan wawancara atau ramai, koneksi yang buruk serta kualitas pengambilan suara narasumber yang tidak baik (Pratomo, A, 2020).

2.2.4 Teknik *Editing*

Dalam menghasilkan audio *storytelling*, pastinya dibutuhkan proses Orang-orang yang mendengarkan *audio storytelling*, cenderung *earphone* yang kualitasnya tidak sejernih ketika menggunakan sistem *high-fidelity*. Akibatnya, pendengar terkadang merasa tidak nyaman, yang muncul pada perangkat mendengarnya itu memberikan suara yang mengganggu. *Mixing* merupakan proses untuk menciptakan keseimbangan, konsistensi, dan kejelasan dari *audio* saat disunting (Byers, 2018, para. 4-6).

Dalam melakukan *mixing*, artinya suara dapat diperjelas diseimbangkan, dipotong, dan ditambah dengan suara lain. Dalam mengedit karya, diperhalus, *audio storytelling*nya, penulis menggunakan alat-alat sebagai berikut (Byers, 2018, para. 14-31):

1. *Headphone*

Sepasang *headphone* yang berkualitas, merupakan salah satu alat yang terpenting dalam melakukan *mixing*. Tidak perlu yang mahal, asalkan dapat memblokir suara lain diluar *headphone* ketika melakukan *editing* dan dapat mendengar suara-suara kecil yang mengganggu seperti suara angin, plosif, masalah pada mikrofon, sehingga dapat melakukan *editing* dengan maksimal.

2. *Editing Software*

Dalam proses mengedit *audio storytelling* terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan, salah satunya adalah perangkat lunak yang digunakan. Sebagai alat dasar untuk mengedit, perangkat lunak tersebut digunakan untuk melakukan kontrol level, ekualisasi, mengompres, dan mengatur meteran suara.

3. EQ (*Equalization*)

Alat yang satu ini, digunakan untuk mengatur keseimbangan frekuensi suara. Contohnya, suara yang terlalu tinggi atau nyaring ditengah-tengah, dapat menggunakan EQ supaya bisa mengurangi frekuensi sehingga suara yang nyaring tersebut bisa sama dengan suara yang lain.

4. *Compression Plug-in*

Dalam mengedit suatu *audio storytelling*, dibutuhkan kontrol dinamika atau rentang suara antara yang lembut dan yang keras. Kompresor dapat menghaluskan suara yang nyaring, dan menambah kekuatan kepada suara yang terlalu pelan.

5. *Noise Reduction Plug-in*

Alat ini berguna untuk mengurangi suara-suara yang mengganggu seperti bising, desis, dengung, dan suara latar belakang yang terdapat pada rekaman suara.

Dalam *audio storytelling* yang penulis buat, penulis menggunakan perangkat lunak dari *GarageBand* dan *iMovie*. *GarageBand* digunakan penulis untuk merekam suara dan menambahkan efek *Narrative Vocal* pada suara narator, sedangkan *iMovie* digunakan penulis untuk memasukan seluruh klip suara dan menyuntingnya.

2.2.5 Wawancara dalam *Audio*

Dalam istilah jurnalistik, wawancara merupakan proses bertanya yang dilakukan oleh reporter kepada narasumber, guna mendapatkan informasi yang diinginkan. Wawancara juga bisa diartikan sebagai bentuk komunikasi yang

melibatkan dua pihak, yaitu pihak satu menggali informasi dan yang satunya adalah yang menyampaikan informasi (Masduki, 2001, p.37-38).

Dalam buku yang berjudul “Jurnalistik Radio” oleh Masduki (2001, p.47-48), proses melakukan wawancara perlu meliputi beberapa persiapan teknik dan non teknik, yaitu:

1. Persiapan Teknis (Peralatan)

- a. *Tape Recorder/* Kaset Standar
- b. Alat tulis dan kertas atau buku untuk mencatat poin-poin penting
- c. Sarana komunikasi dan transportasi

2. Persiapan non Teknik (Koordinasi)

Sebelum melakukan wawancara, dibutuhkan riset profil dari narasumber. Orang yang melakukan wawancara melakukan koordinasi kepada narasumber mengenai topik yang akan dibahas, dan membuat janji kapan dan dimana akan melakukan proses wawancaranya.

2.2.6 *Indepth Reporting*

Indepth Reporting atau reportase mendalam adalah liputan yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang utuh (*complete stories*), dari sebuah kejadian (Harsono, A, 2010, para. 35). Reportase mendalam ini dilakukan untuk menjelaskan kasus-kasus yang berkaitan dengan kepentingan publik, karena reportase cara ini bukan ditujukan untuk membongkar atau mengkuak suatu kasus, tetapi menjelaskan permasalahan apa yang sedang terjadi dengan lengkap (Santana, S, 2009, p. 289-290).

Oleh sebab itu penulis menggunakan cara ini untuk melakukan liputan, yang memuat informasi mengenai nasib bisnis kuliner di masa pandemi. Bukan untuk mengkuak permasalahan, tetapi penulis ingin menjelaskan kondisi yang sedang terjadi kepada usaha di bidang kuliner selama masa pandemi ini dengan lengkap.