

## **BAB III**

### **RANCANGAN KARYA**

#### **3.1 Tahapan Pembuatan**

Perancangan karya audio *storytelling* yang penulis buat adalah membahas mengenai “Nasih Bisnis Kuliner di Masa Pandemi”. Audio *storytelling* ini akan berdurasi selama satu jam dan dibagi menjadi enam segmen, yang masing-masing segmennya akan penulis buat berdurasi 10 menit. Pada satu segmen ke segmen berikutnya, penulis mengambil angle yang berbeda-beda tetapi berkaitan, selain itu, disetiap segmennya juga akan ada narasumber yang sesuai dengan angle yang penulis pilih, sehingga dapat memberikan informasi yang tepat.

Sebuah karya dapat diselesaikan melalui beberapa tahapan produksi yang jelas dan teratur. Ada tiga tahapan produksi yang penulis gunakan, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi menurut Wibowo (2007, p. 39). Berikut adalah tahapan produksi yang penulis lakukan:

##### **3.1.1 Pra Produksi**

###### **1. Menentukan Topik**

Dalam membuat karya berbentuk *audio storytelling* ini, penulis telah melakukan beberapa sesi konsultasi dengan dosen pembimbing, hingga akhirnya mendapatkan ide topik yang dibahas pada karya

penulis. Sebelumnya, penulis memiliki teman sekelompok dalam menyelesaikan tugas akhirnya dan memilih tema “Kuliner” sebagai bahasan yang diambil, namun penulis lebih memilih memproduksi karyanya sendiri dan membuat karya *audio storytelling* dengan mengangkat tema nasib bisnis kuliner di masa pandemi *Covid-19*.

## 2. Mengumpulkan data

Setelah topik utama pembahasan sudah ditentukan, penulis melakukan riset melalui berita-berita diberbagai media, pengalaman bekerja di industri makanan dan minuman, serta media sosial terkait topik yang akan dibahas pada karyanya. Penulis juga mencari fakta sesudah menghadapi dampak dari pandemi *Covid-19*. Dari situ, penulis jadi paham seberapa besar dampak yang didapatkan setelah munculnya pandemi tersebut.

## 3. Memilih narasumber

Setelah melakukan riset dan observasi mengenai hal berkaitan dengan topik yang dibahas, penulis menentukan orang yang kiranya dapat menjadi narasumber. Kriteria agar dapat menjadi narasumber adalah mereka harus memahami tentang materi yang akan dibahas, harus ahli atau memiliki pengalaman dalam bidang tersebut. Pemilihan narasumber akan berpengaruh pada karya, maka dari itu, memilih narasumber harus dilakukan dengan tepat agar pesan yang disampaikan menjadi informatif (Halim, S., 2019). Penulis memilih empat pelaku usaha makanan dan minuman, satu orang pegawai

perusahaan teknologi yang bergerak dibidang belanja *online* dan layanan pesan antar, serta satu ahli ekonomi yang baru saja menyelesaikan gelar doktornya desember 2020 lalu.

#### 4. Mengatur jadwal dengan narasumber

Setelah menentukan orang-orang yang akan menjadi narasumber, penulis menghubungi mereka guna meminta izin untuk melakukan wawancara dan mengatur jadwal kapan dan dimana, proses melakukan wawancaranya.

#### 5. Membuat daftar pertanyaan

Sebelum melakukan proses wawancara dengan narasumber, penulis sesuai dengan alur yang ingin penulis buat, dan untuk mempermudah jalannya wawancara.

6. Menyusun struktur *audio storytelling*

**Tabel 3.1 Struktur *Audio Storytelling* Nasib Bisnis Kuliner di Masa Pandemi *Covid-19***

No	Segmen	Keterangan
1	Opening	Membuka segmen dengan interaktif dan melakukan perkenalan mengenai topik yang akan dibahas,
2	Isi	Narator akan membahas topik yang dibahas dan terdapat <i>soundbite</i> narasumber dari hasil wawancara untuk memperkuat penjelasan dari narator. Serta didukung oleh latar belakang lagu untuk membentuk suasana.
3	Closing	Narator memberikan kesimpulan singkat mengenai topik yang sudah dibahas dari awal segmen hingga dipenghujung acara.

### 7. Menentukan format *audio storytelling*

Setelah menentukan topik apa yang akan dibahas, siapa target pendengar dari pembahasan tersebut, dan proses-proses pra produksi sebelumnya, tahap ini merupakan tahap untuk menentukan format atau teknik pembawaan seperti apa yang akan digunakan dalam menyampaikan ceritanya. Dari beberapa gambaran umum format yang disampaikan Nicco Pandolfi (2018), penulis memilih *Narration/ Voice Over + Interview + Other Audio* sebagai format penyampaian *audio storytelling* nya. Format ini berisikan suara narator menyampaikan cerita, suara narasumber yang sudah disunting, dan suara-suara lain seperti *backsound, bumper, opening, dan closing*.

### 8. Menulis Naskah

Tahap pra produksi terakhir sebelum penulis melakukan proses produksi adalah menulis naskah. Penulis melakukan tahap ini guna membuat alur cerita dan mencegah terjadinya kronologis cerita yang tidak berurutan dan berantakan (Ratri, C, 2018). Karena naskah dari karya penulis terlalu panjang, maka penulis hanya mencantumkan naskah produksi dari salah satu segmen karyanya, dan sisanya dapat dilihat di lampiran, pada akhir naskah.

## **Tabel 3.2 Salah Satu Naskah Produksi Audio Storytelling**

### **Nasib Bisnis Kuliner di Masa Pandemi**

<p><i>Opening</i></p>	<p>ITU TADI FADEL/  SUPERVISOR DARI SANRE  COFFEE/ YANG KARENA  PANDEMI INI TERPAKSA  HARUS MENUTUP GERAINYA  YANG BERADA DI RING ROAD  GELORA BUNG KARNO// KITA  SEMUA TAHU/ BAHWA  PANDEMI VIRUS CORONA INI  MASIH BERLANGSUNG DAN  GAK PASTI KAPAN  BERAKHIRNYA//  AKIBATNYA/ HAMPIR SEMUA  SEKTOR INDUSTRI DI  INDONESIA/ BAHKAN DUNIA/  TERDAMPAK DAN  MENGALAMI KERUGIAN//    SALAH SATU SEKTOR  INDUSTRI YANG  TERDAMPAK DARI PANDEMI</p>
-----------------------	--

	<p>INI ADALAH/ BISNIS DI INDUSTRI KULINER// TAPI/ APA SEMUA BISNIS KULINER MENGALAMI KERUGIAN?//</p> <p>BARENG AKU/ PINGKAN TRIOCTA/ SELAMA SATU JAM KE DEPAN KAMU BAKAL DENGERIN AKU NGOMONGIN TENTANG BISNIS KULINER DI MASA PANDEMI// ADA USAHA KULINER YANG TERPAKSA TUTUP KARENA PANDEMI/ ADA JUGA YANG MALAH BUKA USAHA KULINERNYA DI SITUASI SEPerti INI//</p> <p>AKU JUGA BAKAL NGOMONGIN TENTANG PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA/ DI SEKTOR INDUSTRI KULINER/ YANG</p>
--	---

	<p>KATANYA/ MEMBANTU MENAIKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA//</p> <p>GA LUPA JUGA/ AKU AKAN NGEBAHAS TENTANG BISNIS KULINER ONLINE/ YANG DI ERA SEPERTI INI/ MEMANG PEMANFAATAN TEKNOLOGI LAGI GENCAR- GENCARNYA JADI SOLUSI PARA PELAKU BISNIS// DAN YANG TERAKHIR/ MEREKA/ PARA PELAKU USAHA BISNIS KULINER/ YANG SAMPAI SAAT INI MASIH BERHASIL MENJALANKAN USAHANYA/ AKAN NGASIH TIPS JUGA AGAR BISNIS KAMU BISA SURVIVE DI ERA NEW NORMAL//</p>
--	---

	<p>INFORMATIF DAN BERGUNA KAN?// JANGAN SAMPAI KELEWATAN DAN SELAMAT MENDENGARKAN!!!</p>
<p>Isi</p>	<p>NAH/ KAMU TAU GAK SIH?/ SELAMA TUJUH BULAN PANDEMI/ UDAH LEBIH DARI SERIBU RESTORAN YANG MENGALAMI KERUGIAN DAN KEHILANGAN PENDAPATAN// SAMPAI-SAMPAI/ MEREKA HARUS TERPAKSA MENUTUP TOKONYA SECARA PERMANEN//</p> <p>EMIL ARIFIN/ WAKIL KETUA UMUM PERSATUAN HOTEL DAN RESTORAN INDONESIA/ ATAU DISINGKAT PHRI MENGATAKAN/ PER SEPTEMBER DUA RIBU DUA PULUH/ MEREKA UDAH</p>

	<p>MELAKUKAN SURVEI TERHADAP HAMPIR EMPAT RIBU LIMA RATUS / DARI TOTAL SEMBILAN RIBU LEBIH RESTORAN// HANYA DI DKI JAKARTA AJA/ SEPULUH PERSEN DARI TOTAL RESTORAN YANG DI SURVEI/ UDAH MENUTUP TOKONYA SECARA PERMANEN//</p> <p>KAMU BISA BAYANGIN GA SIH/ GIMANA KALO SEINDONESIA ATAU SEDUNIA?</p> <p>DI SITUASI SEPERTI INI/ SEMUA ASPEK INDUSTRI PASTI MENGALAMI KESULITAN// APALAGI DI AWAL-AWAL PANDEMI KEMARIN// KETIKA PEMERINTAH MELAKUKAN</p>
--	--

	<p>PEMBATASAN SOSIAL  BERSKALA BESAR TOTAL/  DAN SELURUH RESTORAN  TIDAK DI IZINKAN  MENERIMA TAMU UNTUK  MAKAN DI TEMPAT//  PEMBELI HANYA BOLEH  MEMESAN MAKANANUNTUK  DIBAWA PULANG/ ATAU  MENGUNAKAN JASA PIHAK  KETIGA YAITU GOJEK DAN  GRAB//</p> <p>MUNGKIN/ BEBERAPA  RESTORAN  PENDAPATANNYA MASIH  BISA TERBANTU DARI  PEMBELIAN MELALUI  APLIKASI// TAPI/ ADA LOH/  BISNIS KULINER YANG SAMA  SEKALI GABISA  MEMANFAATKAN APLIKASI  TERSEBUT/ KARENA</p>
--	--

	<p>BEBERAPA ALASAN TERTENTU//</p> <p>CONTOHNYA SANRE COFFEE/ KEDAI KOPI YANG SUDAH HAMPIR BEROPERASI SELAMA DUA TAHUN INI/ TIDAK BEGITU MERASAKAN UNTUNGNYA KEBERADAAN APLIKASI ONLINE//</p> <p>GA SAMPE DI SITU AJA/ ALASAN LAIN SANRE COFFEE HARUS TUTUP JUGA DISEBABKAN OLEH BESARNYA BIAYA SEWA TEMPAT/ DAN KETIDAKJELASAN APAKAH ADA KERINGANAN ATAU TIDAK//</p> <p>DENGAN HARGA SEWA TIGA PULUH JUTA SEBULAN/</p>
--	---

	<p>SANRE COFFEE YANG BERADA DI TENGAH STADION UTAMA GELORA BUNG KARNO ITU/ HANYA MEMILIKI LUAS SEBESAR TUJUH KALI ENAM BELAS METER PERSEGI // DENGAN LOKASI TERSEBUT/ DULUNYA SANRE COFFEE MENJADI PILIHAN ORANG- ORANG KARENA LETAKNYA YANG UNIK DAN JARANG // BERBEDA DENGAN COFFEE SHOP LAIN YANG BIASANYA ADA DI PINGGIR JALAN YANG RAMAI// KEBANYAKAN PENGUNJUNG SANRE YANG DATANG ADALAH ORANG-ORANG YANG MELAKUKAN OLAHRAGA DI PAGI ATAU SORE HARI/ ATAU MUNGKIN/ HANYA INGIN NGOPI</p>
--	--

	<p>SANTAI AJA/ SAMBIL NGELIAT LANGIT DAN GEDUNG- GEDUNG TINGGI DI JAKARTA//</p> <p>SAYANGNYA/ KETIKA PANDEMI/ KEUNIKANNYA MALAH BERUJUNG RUGI//</p> <p>SEMBILAN OKTOBER DUA RIBU DUA PULUH/ SANRE COFFEE RESMI MENUTUP KEDAINYA DI GELORA BUNG KARNO SERTA MERUMAHKAN SELURUH PEGAWAINYA SEBANYAK SEMBILAN ORANG//</p> <p>SEBENERNYA BUKAN SANRE COFFEE ATAU UMKM AJA LOH YANG BISNIS KULINERNYA TERDAMPAK CORONA// BEBERAPA</p>
--	--

	<p>RESTORAN LAIN BAHKAN RESTORAN BESAR JUGA MENGALAMI KERUGIAN AKIBAT PANDEMI INI// SEPERTI CONTOHNYA/ KFC/ DOMINO PIZZA/ TA WAN DAN PIZZA HUT// TIDAK SAMPAI MENUTUP TOKONYA SECARA PERMANEN SIH/ TAPI/ SEBAGAI RESTORAN YANG NAMANYA SUDAH TERKENAL/ CUKUP BIKIN KAGET KALO KAMU DENGER CARA MEREKA BERTAHAN SELAMA PANDEMI INI//</p> <p>DI BULAN NOVEMBER KEMARIN/ AKU SEMPET NGELEWATIN JALAN RAYA DI DEKET RUMAHKU DI SEBRANG MALL ARTHA GADING// SAAT ITU/ AKU GA SENGAJA NGELIAT SEORANG</p>
--	---

	<p>PEREMPUAN</p> <p>MENGGUNAKAN SERAGAM</p> <p>ABU- ABU/ YANG RASANYA</p> <p>TUH GAK ASING DAN KAYAK</p> <p>PERNAH LIAT</p> <p>SEBELUMNYA//</p> <p>DAN TERNYATA EMANG GA</p> <p>ASING/ KARENA PEREMPUAN</p> <p>ITU MERUPAKAN</p> <p>KARYAWAN DARI</p> <p>RESTORAN PIZZA HUT YANG</p> <p>MENAWARKAN PRODUK</p> <p>JUALANNYA DI PINGGIR</p> <p>JALAN//</p> <p>EMANG BENAR KALO ADA</p> <p>ISTILAH PANDEMI</p> <p>MENYERANG TANPA</p> <p>NGELIAT BULU// KEBAYANG</p> <p>GA SIH/ RESTORAN/ YANG</p> <p>HAMPIR ADA DI SELURUH</p> <p>MALL DI INDONESIA/</p>
--	--

	<p>MENYURUH KARYAWANNYA TURUN KE LAPANGAN DAN JUALAN PRODUKNYA DI PINGGIR JALAN//</p> <p>TERAKHIR/ SATU CERITA LAGI YANG BISA BIKIN KAMU BENER- BENER PAHAM/ BETAPA SULITNYA BISNIS KULINER BERTAHAN DI MASA PANDEMI// YAITU/ RESTORAN TA WAN/ YANG KARYAWANNYA JUGA HARUS TURUN KE JALANAN UNTUK MENJUAL PRODUKNYA// DARI DETIK.COM/ DIREKTUR GROUP DARI RESTORAN TA WAN ANDRIAS CHANDRAM/ MENGATAKAN BAHWA RESTORAN TA WAN TERPAKSA MELAKUKAN INI</p>
--	---

	<p>SUPAYA TETAP BISA BEROPERASI DAN MENGGAJI KARYAWANNYA//</p> <p>BENTUK MAKANAN YANG DITAWARKAN OLEH TA WAN ADALAH NASI BOX/ YANG DALAM SATU HARI/ BIASANYA/ PARA KARYAWAN MEMBAWA LIMA SAMPAI DUA PULUH BOX UNTUK DI JUAL DI JALANAN// ITU AJA/ BELUM TENTU HABIS KEJUAL LOH//</p>
<i>Closing</i>	<p>KALAU NGOMONGIN KERUGIAN YANG DI DAPET DARI PANDEMI INI/ EMANG GA AKAN ADA HABISNYA// TAPI/ SEIRING BERJALANNYA WAKTU/ MASYARAKAT MULAI</p>

	<p>BERADAPTASI DENGAN KEADAAN SEKARANG//</p> <p>SAMA AJA KAYAK DI BISNIS KULINER/ BEBERAPA PARA PELAKU USAHA DI INDUSTRI INI SUDAH MULAI BERADAPTASI DENGAN MEMANFAATKAN KEMAJUAN TEKNOLOGI//</p> <p>DI SEGMENT SELANJUTNYA/ AKU AKAN NGEBAHAS TENTANG TEKNOLOGI YANG KATANYA DI ERA SAAT INI/ DAPAT MENJADI SOLUSI INDUSTRI KULINER BISA BERTAHAN//</p>
--	--

	TUNGGUIN DAN JANGAN LEWATIN SEGMEN BERIKUTNYA YA!/ SAMPAI JUMPA//
--	--

Sumber: Olahan Penulis, 2021

### 3.1.2 Produksi

Hal pertama yang penulis lakukan dalam proses produksi adalah melakukan wawancara dengan narasumber berdasarkan jadwal yang sudah ditentukan bersama dan memberikan pertanyaan dari daftar yang sudah dibuat sebelumnya di tahap pra produksi. Dari enam narasumber, hanya satu orang yang melakukan wawancara langsung secara tatap muka, sisanya melakukan proses wawancara secara *online* seperti *Zoom Conference* dan *voicenote* yang dikirim melalui aplikasi pesan *Whatsapp Messenger*.

Langkah selanjutnya adalah narator melakukan rekam suara. Dalam melakukan perekaman suara, penulis harus melengkapi perlengkapan yang dibutuhkan agar hasil rekamannya bersih dan tidak terdapat suara yang mengganggu (*noise*). Beberapa perlengkapan yang penulis gunakan dalam menyelesaikan proses produksinya adalah *microphone condenser* merk BM-800 , *soundcard V8*, *earphone* iphone dan laptopnya yaitu *MacBook*

*Air 2020*. Penulis menggunakan *GarageBand* untuk merekam suaranya serta menambahkan efek *narration vocal* pada suara narator.

### **3.1.3 Paska Produksi**

Setelah semua suara hasil rekaman narator dan narasumber didapatkan, *audio storytelling* belum selesai jika belum dilakukan penyuntingan atau *editing*. Penulis menggunakan *iMovie* untuk menyunting audionya sesuai dengan struktur dan naskah yang sudah dibuatnya. Dalam proses ini, penulis menggabungkan suara narator, narasumber, latar belakang, *bumper*, *opening* dan *closing*. Penulis juga membuat suara yang terdapat dikaryanya seimbang, dengan menyesuaikan level semua suara yang digabungkan. penulis inginkan.

Selanjutnya, penulis melakukan publikasi karyanya menggunakan aplikasi Anchor. Yaitu aplikasi yang dapat mempermudah siapapun yang ingin mengunggah hasil karya audionya ke *Spotify*, *Apple Podcast*, dan *platform podcast* lainnya.

### 3.2 Anggaran

Untuk dapat menyelesaikan karya ini, dibutuhkan sejumlah biaya. Penulis memperkirakan biaya yang diperlukan dalam proses awal hingga penyelesaian karya ini sebesar:

**Tabel 3.3 Anggaran**

<b>Keterangan</b>	<b>Biaya</b>
<i>Microphone Condenser</i>	Rp 250.000
<i>Soundcard</i>	Rp 150.000
Biaya Tak Terduga	Rp 100.000
<b>Total</b>	<b>Rp 500.000</b>

Sumber: Olahan Penulis

### 3.3 Target Luaran

Karya *audio storytelling* “Nasib Bisnis Kuliner di Masa Pandemi Covid-19” ini akan penulis distribusikan melalui platform yang bernama *Anchor*. Dari *Anchor*, karyanya akan otomatis dihubungkan dan akan diunggah di aplikasi *Spotify*, *Apple Podcast*, dan platform *podcast* lainnya. Target pendengar dari *audio storytelling* ini adalah orang-orang yang berusia 18-40 tahun, dari remaja yang memiliki keinginan untuk membuka usaha kuliner, hingga pengusaha kuliner muda juga dapat mendengarkannya. Oleh karena itu, penulis memilih *Spotify* dan *Apple Podcast*

sebagai aplikasi yang akan mengunggah karya, karena usia-usia tersebut banyak menggunakan kedua aplikasi tersebut.

Untuk memasarkan karya ini, penulis akan melakukan promosi di akun media sosial penulis, yaitu *Instagram*, dengan membuat poster digital yang menarik, agar orang yang melihatnya mau mendengarkan karya penulis. Selain itu, penulis juga akan meminta bantuan dari teman-teman dan keluarga agar mengunggah poster digital tersebut supaya semakin banyak yang melihat dan tertarik untuk mendengarkan *audio storytelling* tersebut. Terlebih lagi, jika orang-orang yang melihat poster tersebut merupakan mereka yang tertarik dengan pembahasan mengenai industri kuliner.