



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Berikut merupakan beberapa karya sejenis yang menjadi acuan penulis dan tim dalam membuat *podcast* “Let’s Talk About”.

2.1.1 Makna Talks



Sumber: Sound Cloud

Gambar 2.1 Logo *Podcast* Makna Talks

Makna Talks adalah salah satu *podcast* ternama di Indonesia yang dibangun oleh Keenan Pearce, seorang aktor bersama dengan Ernanda

Putra, seorang *influencer*. Makna Talks dipandu oleh Iyas Lawrence yang dalam waktu senggangnya adalah seorang kontributor di media daring, jurnalis foto, dan desainer grafis. Sebagai host, ia mampu membuat *podcast* sekitar 40 sampai 60 menit menjadi sesuatu yang edukatif dan menarik. Dalam setiap episodenya, Iyas dan narasumbernya juga melontarkan candaan satu sama lain.

Makna Talks yang terbagi menjadi dua subtema, yakni “*Pod*” yang mengajak narasumber untuk sesi interview dan membahas topik tertentu. Lalu, “*Monday Family*” yang membawa tema-tema ringan di sekitar bersama orang-orang kantor Makna Talks.

Makna Talks aktif mengunggah konten setiap minggunya melalui Spotify, SoundCloud, dan YouTube. Makna talks sendiri membawakan konten yang kemudian disuguhkan dengan cara yang baik, seperti *personal branding*, bisnis kreatif, film, dan musik. Penulis memilih Makna Talks sebagai salah satu acuan karena mampu membawakan *podcast* berdurasi satu jam tidak terasa seperti wawancara, melainkan dua teman baik yang sedang berbincang. Makna Talks juga mengundang narasumber yang dikenal luas oleh masyarakat sehingga membuat audiens tertarik untuk mendengarkan.

2.1.2 *Podcast Raditya Dika (PORD)*



Sumber: Spotify Podcast Raditya Dika

Gambar 2.2 Logo *Podcast Raditya Dika*

Raditya Dika merupakan seorang penulis buku, sutradara, sekaligus YouTuber yang mengunggah video ke YouTube dengan konten yang berbeda-beda. Salah satunya adalah konten yang berjudul PORD (*Podcast Raditya Dika*). PORD merupakan sebuah *podcast* yang dibuat Raditya Dika dan membahas sebuah topik bersama narasumber tertentu. *Podcast* yang diproduksi Raditya Dika berupa *podcast* yang berbentuk visual dan audio dan *podcast* berupa audio. Topik-topik yang dibahas pun menarik, seperti horror, komedi, musik, dan politik. PORD diunggah melalui *platform* Spotify dan akun YouTube pribadinya.

Penulis memilih PORD sebagai acuan karena ia juga mengundang bintang tamu sesuai dengan topik yang dibahas. Durasi *podcast*-nya pun rata-rata 30 menit sampai dua jam, sesuai dengan kriteria aturan skripsi berbasis karya yang telah ditetapkan. Kelebihan dari PORD adalah format *podcast* yang menggunakan audio dan visual.

Kualitas gambar pada video yang ia unggah ke *Youtube* pun cukup bagus dan tidak ada *noise*. Selain itu, Raditya Dika juga mampu mengupas setiap jawaban dari narasumber yang kemudian menimbulkan pertanyaan baru.

2.1.3 Obrolan Babibu



Sumber: Spotify Obrolan Babibu

Gambar 2.3 Logo *Podcast* Obrolan Babibu

Obrolan Babibu merupakan *podcast* yang dibuat oleh pasangan suami istri, yakni Esha Mahandera (Baba) dan Ankatama Ruyatna (Bibu). Esha merupakan seorang komedian, penulis skrip, direktur program di Indika FM, produser, pebisnis, reporter, dan *youtuber*. Ankatama berprofesi sebagai *podcast*penyiar radio yang cukup berpengalaman. Obrolan Babibu membahas seputar rumah tangga, keluarga, *relationship*, serta topik lain yang berhubungan dengan kehidupan. *Podcast* ini dikemas dengan obrolan santai sehingga cukup asyik

didengarkan, terutama bagi mereka yang sedang menjalani hubungan atau sudah berumah tangga. Obrolan Babibu juga memiliki akun YouTube dengan 62,5 ribu pelanggan dan total 90 unggahan video.

Episode pertama Obrolan Babibu tayang pada 3 Maret 2019. Hingga saat ini, Obrolan Babibu memiliki lebih dari 60 episode dengan durasi yang berbeda setiap episodenya. Rata-rata durasi *podcast* yang diunggah adalah lebih dari 20 menit. *Podcast* ini hanya dibawakan oleh Esha dan Ankatama sesuai dengan sudut pandang masing-masing.

Podcast ini dijadikan acuan oleh penulis untuk membuat *podcast* bertemakan *quarter life crisis*. Pada 7 Mei 2019, Obrolan Babibu mengunggah *podcast* yang membahas *quarter life crisis* berdurasi 28 menit 2 detik yang hanya berisi informasi monolog dari Ankatama. Menurut penulis, audiens cenderung bosan jika hanya mendengarkan *podcast* dari satu pihak saja sehingga mudah untuk ditinggalkan pendengar. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan informasi mengenai *quarter life crisis* melalui narasumber yang kredibel. *Podcast* menjadi lebih menarik sehingga tidak menutup kemungkinan audiens akan mendengarkan sampai habis.

2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan

2.2.1 News Value

Nilai berita (*news value*) merupakan acuan yang digunakan oleh para jurnalis untuk menentukan apakah berita tersebut layak diliput dan

dibagikan ke masyarakat (Syamsul, 2010, p. 61). Berdasarkan buku “Jurnalisme Dasar” (Ishwara, 2011, p. 77-81) nilai berita yang menjadi tolak ukur layak atau tidaknya sebuah peristiwa yang diliput dan dilaporkan adalah:

1. Konflik. Sesuatu yang menimbulkan konflik biasanya akan menjadi berita yang layak untuk diketahui masyarakat. Konflik fisik seperti perang atau perkelahian, dapat membangkitkan emosi dari yang menyaksikan dan mungkin ada kepentingan langsung. Selain konflik fisik, terdapat juga konflik batin yang dirasakan antara manusia dengan dirinya sendiri sehingga dapat memengaruhi kehidupan yang dijalaninya.
2. Tokoh. Umumnya, disetujui bahwa nama dari tokoh yang diberitakan akan memengaruhi berita menjadi lebih besar. Banyak masyarakat yang mengetahui status tokoh tersebut sehingga dapat mempengaruhi setiap tindakan yang diperbuat.
3. Kedekatan (*proximity*). Berita mengandung unsur kedekatan baik kedekatan geografis maupun kedekatan psikologis. Semakin dekat dengan domisili tempat tinggal seseorang, maka akan tertarik untuk mengetahui apa yang sedang terjadi. Hal yang sama juga dirasakan ketika semakin dekat dengan psikologis seseorang baik pikiran, perasaan, atau kejiwaan.
4. *Human Interest*. Beberapa berita yang terlihat di surat kabar atau media tidak seperti berita karena tidak memenuhi unsur-unsur

konflik, kedekatan, tokoh, atau nilai berita lainnya. Cerita tersebut disebut dengan *human interest*, dimana muncul ketertarikan berdasarkan naluri, nurani, dan suasana hati. Biasanya, *human interest* bersifat berita yang ringan atau lunak.

5. Seks. Sesuai dengan perkembangan zaman, berita seks diungkapkan lebih terbuka. Seks memiliki nilai berita yang tinggi, terlebih jika melibatkan orang penting, pejabat, dan selebriti. Karena berita dan rekamananya yang menjual, sehingga pemuatannya di media pun semakin bebas, terbuka, detail, terutama untuk menjadi media sensasi dan hiburan.

2.2.2 Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS)

P3SPS merupakan pedoman dan standar bagi kegiatan penyelenggaraan penyiaran baik televisi maupun radio di Indonesia (P3SPS, n.d.). Saat ini, rancangan P3SPS yang terbaru diterbitkan pada 2012 oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Penulis mengutip Pasal 22 Ayat 1 tentang Prinsip-Prinsip Jurnalistik yang berisi, lembaga penyiaran wajib menjalankan dan menjunjung tinggi idealisme jurnalistik yang menyajikan informasi untuk kepentingan publik dan pemberdayaan masyarakat, membangun dan menegakkan demokrasi, mencari kebenaran, melakukan koreksi dan kontrol sosial, dan bersikap independen. Lalu, pada Ayat 2 disebutkan bahwa lembaga penyiaran wajib menjunjung tinggi prinsip-

prinsip jurnalistik, antara lain: akurat, berimbang, adil, tidak beritikad buruk, tidak menghasut dan menyesatkan, tidak mencampuradukkan fakta dan opini pribadi, tidak menonjolkan unsur sadistis, tidak mempertentangkan suku, agama, ras dan antargolongan, serta tidak membuat berita bohong, fitnah, dan cabul.

Selain itu, penulis juga mengutip Pasal 27 Ayat 1 tentang Narasumber dan Sumber Informasi, yakni menjelaskan terlebih dahulu secara jujur dan terbuka kepada narasumber dan/atau semua pihak yang akan diikutsertakan dalam suatu program siaran untuk mengetahui secara baik dan benar tentang acara yang melibatkan mereka. Kemudian, penulis juga mengutip Pasal 2a yang mengatakan bahwa, memberitahukan tujuan program siaran, topik, dan para pihak yang terlibat dalam acara tersebut serta peran dan kontribusi narasumber. Serta Pasal 2b yang berbunyi, menjelaskan kepada narasumber tentang program siaran tersebut merupakan siaran langsung atau siaran tidak langsung (Komisi Penyiaran Indonesia, 2012).

Podcast merupakan salah satu bentuk media penyiaran berita yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat. P3SPS menjadi acuan penulis dalam memproduksi *podcast* “Let’s Talk About” agar dapat memberikan informasi dengan baik melalui konten siaran serta menghindari adanya pelanggaran sebagaimana yang disebutkan.

2.2.3 Sembilan Elemen Jurnalisme

Podcast merupakan sebuah media yang dapat menyampaikan informasi kepada khalayak. Informasi yang penulis sampaikan mengacu pada sembilan elemen jurnalistik agar tetap memberikan informasi dan data yang sesuai dengan fakta.

Dalam jurnal “Essays About ‘The Elements of Journalism’” (The Nieman Foundation for Journalism at Harvard University, 2001) membahas tentang sembilan elemen jurnalisme, di antaranya:

- a. Kewajiban pertama jurnalisme adalah kebenaran. Semua orang percaya bahwa jurnalis harus memberitahu sebuah kebenaran. Namun, sebagian orang masih belum mengetahui apa sebenarnya arti kebenaran. Kebenaran merupakan sebuah unsur dari informasi yang dapat digunakan untuk belajar dan berpikir tentang apa yang ada di seluruh dunia. Poin yang paling penting adalah informasi tersebut dapat diandalkan dan sesuai dengan fakta.
- b. Loyalitas utama jurnalisme adalah kepada masyarakat. Loyalitas utama lebih dari sekadar egoisme profesionalitas, namun bagaimana jurnalis dapat membangun hubungan baik dengan masyarakat. Gagasan tersebut berarti mereka yang melaporkan berita

tidak terhalang untuk menggali dan menceritakan kebenaran informasi. Ini adalah dasar mengapa kita sebagai warga negara percaya pada organisasi berita sebagai sumber kredibilitas.

- c. Esensi jurnalisisme adalah disiplin verifikasi. Disiplin verifikasi adalah apa yang membedakan jurnalisisme dari hiburan, propaganda, fiksi, atau seni. Jurnalis akan mencari terus fakta yang sebenarnya terjadi sebelum diberitakan kepada masyarakat. Objektivitas jurnalis sangat diperlukan untuk mengembangkan metode dan harus bersifat “transparan” agar tidak mengurangi keakuratan karya mereka.
- d. Jurnalis harus menjaga independensi dari sumber yang diliput. Tidak memihak atau bersifat netral bukanlah inti dari jurnalistik. Ketika meliput berita, setiap jurnalis memiliki opini dan pemikiran terhadap suatu peristiwa yang diliput. Namun, opini tersebut juga harus punya dasar yang nyata dan kuat, tidak hanya dari perasaan atau insting belaka.
- e. Jurnalis menjalankan kewajiban sebagai pengawas yang independen. Jurnalis berperan untuk memantau atau sebagai “watchdog” baik kepada pemerintah maupun seluruh lembaga masyarakat. Jurnalis harus mampu

menganalisa setiap pekerjaan yang dilakukan sebuah institusi apakah berjalan dengan baik sebelum akhirnya membuat sebuah berita.

- f. Jurnalis harus menyediakan forum kritik dan komentar bagi masyarakat. Forum diskusi ini akan membuat demokrasi di sebuah negara menjadi berkembang. Di era baru media saat ini, adalah penting menyediakan ruang diskusi untuk mengetahui setiap opini seseorang agar mengetahui fakta dan verifikasi informasi tersebut, serta tempat masyarakat beragumen dan berdebat tanpa harus membuat itu menjadi sebuah pertengkaran.
- g. Jurnalis harus membuat hal yang penting menjadi menarik dan relevan. Jurnalis harus mampu membuat berita yang dapat menarik perhatian masyarakat luas dengan cara *storytelling* namun tetap dengan tujuan yang jelas. Cara ini dinilai lebih mudah dipahami karena masyarakat seperti sedang membaca sebuah berita yang penuh dengan pengetahuan. Masyarakat akan mengetahui isi berita ketika mereka mengetahui kata di dalamnya.
- h. Jurnalis harus memuat berita tetap komprehensif dan proporsional. Dalam membuat berita, jurnalist harus mampu menemukan proporsi dan keakuratan sebuah

peristiwa. Saat ini, masyarakat membutuhkan riset pasar jurnalisme yang mencari tahu tentang kehidupan masyarakat sebagai manusia biasa. Hal ini akan membantu editor untuk mendesain paket berita yang komprehensif dan proporsional untuk kebutuhan mereka.

- i. Jurnalis berkewajiban untuk mendengarkan hati nurani. Setiap jurnalis pasti memiliki hati nurani dan tanggung jawab terhadap kariernya masing-masing yang dinamakan *moral compass* atau etika terhadap pemberitaan. Masyarakat akan memiliki persepsi dan asumsi setiap gaya pemberitaan dari sebuah media massa dan itu akan membuat mereka menentukan sendiri media mana yang akan mereka dukung.

2.2.4 Jurnalisme Era Digital dan *Podcast*

Sebelum adanya internet, masyarakat mengakses informasi melalui media konvensional seperti siaran televisi, radio, koran, atau majalah. Semenjak munculnya internet, informasi semakin banyak dan mudah diakses secara digital. Tidak dapat dimungkiri bahwa keberadaan media daring di era digital ini berpengaruh besar terhadap perkembangan dunia komunikasi. Model bisnis hingga praktik jurnalisme jauh berbeda jika dibandingkan sebelum adanya internet.

Informasi pun dikemas menjadi lebih kreatif, interaktif, dan mudah dipahami, seperti menggabungkan unsur video, foto, dan grafik melalui artikel. Salah satu fitur interaktif yang bisa diakses saat ini adalah Visual Interaktif Kompas (VIK) milik media daring Kompas yang dapat diakses di vik.kompas.com. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan berbagai informasi dibutuhkan kreativitas dan kecapakan seorang jurnalis dalam menyajikan berita.

Dalam sebuah artikel Tempo.co, Asep Setiawan selaku anggota Dewan Pers mengatakan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini menjadikan semua orang bisa dengan mudah membuat artikel dan membagikannya. Hal ini membuat posisi jurnalis dan masyarakat menjadi setara. Jurnalis harus mampu melatih dirinya agar dapat memberikan laporan berkualitas yang dibutuhkan publik. Dengan demikian, publik akan mengapresiasi dan tidak beralih ke media sosial. Senada dengan Asep, pemimpin redaksi Malaysiakini.com, Steven Gan, mengatakan tidak ada solusi lain kecuali membuat konten berkualitas agar media bertahan (Sani, 2019, para.1-4).

Podcast merupakan salah satu bentuk media digital berupa audio yang muncul akibat perkembangan teknologi. Podcast hadir sebagai bentuk baru dari radio konvensional yang dapat diakses lebih mudah serta beragam topik. Dalam jurnal “*Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio*”, menjelaskan bahwa karakteristik konten *podcast* tidak jauh berbeda dengan radio siaran, seperti misalnya sifatnya yang auditif dapat

membangun imajinasi seseorang (Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017, p. 94). Perbedaannya, konten *podcast* dimuat di media daring sedangkan siaran radio dimuat di radio siaran konvensional ataupun radio daring. Meski terdapat perbedaan, strategi pemrograman penting dikuasai bagi mereka yang ingin bergelut di bidang pengembangan konten audio dan siaran radio.

Mengacu pada pernyataan tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa *podcast* dapat digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi sama halnya dengan radio yang menyajikan topik dan didukung dengan narasumber terkait.

2.2.5 Keberadaan Quarter-Life Crisis

Quarter life crisis (QLC) merupakan suatu fase kehidupan yang dialami oleh seseorang berusia 20-an hingga 30-an ketika mereka mulai meragukan, mempertanyakan, hingga mencari identitas diri sebagai pertanda stres menuju titik dewasa (Wibowo, 2017, p. 94). Dalam perspektif ilmu psikologi, QLC biasanya dikaitkan dengan konsep *Emerging Adulthood* yang dicetuskan oleh Arnett, yaitu suatu masa perkembangan seseorang setelah melewati masa remaja hingga sebelum dewasa awal.

Menurut Arnett (dalam Wibowo, 2017, p. 94), suatu masa menuju kematangan diri ditandai dengan lima ciri utama, di antaranya:

a. Identity Exploration

Di fase ini, seseorang akan mencoba segala jenis kemungkinan, khususnya dalam hal asmara dan pekerjaan. Dengan pengalaman baru tersebut, tidak sedikit orang yang merasakannya secara berbeda. Alhasil akan menimbulkan turbulensi emosi, pesimisme, ketakutan, dan keresahan.

b. Instability

Saat berada di masa perkuliahan, tidak jarang mahasiswa yang salah mengambil jurusan. Pada saat yang bersamaan, *fresh graduates* menyadari ternyata apa yang ditekuninya selama ini tidak sejalan dengan minatnya. Sebagian mungkin tertekan karena masalah sosial sehingga memutuskan untuk segera menikah.

c. Self-focus

Setiap orang di masa ini mulai tergerak hatinya untuk mengenal jati diri karena gelisah dalam segala aspek. Mereka bertanya-tanya terkait apa yang diinginkan atau apa yang sebenarnya dicari.

d. Feeling in between

Setiap orang yang berada di fase ini merasa dirinya di persimpangan. Mereka menyadari bahwa secara

umur, dirinya tidak remaja lagi. Namun di saat yang bersamaan, mereka memahami bahwa belum sepenuhnya dewasa. Akibatnya, turbulensi emosi penuh dengan ketidakpastian.

e. The age of possibilities

Individu yang berada pada titik ini paham akan tidak terbatasnya kemungkinan. Mereka paham hanya diri mereka sendiri yang mampu mengubah nasib dan optimis melakukan sesuatu.

Mengacu pada jurnal “Does a Quarterlife Crisis Exist?”, mayoritas yang mengalami QLC adalah mahasiswa sarjana saat ini. Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan kecemasan, salah satunya adalah dukungan sosial dari teman dan keluarga serta komitmen identitas.

Depresi sangat mudah terjadi ketika individu berubah dengan sendirinya sebagai bentuk respons terhadap tantangan yang muncul dalam hidup. Mereka merasa sendirian dan tidak memiliki sumber daya yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan. Teman-teman yang berada di lingkungan sosialnya memiliki pengaruh yang besar terhadap fase QLC yang dihadapi.

Mengutip laman The Guardian (Piskorz, 2018, para. 4), perusahaan yang bergerak di bidang pencarian kerja, LinkedIn, melakukan survei terhadap ribuan orang yang berusia 25-33 tahun. Hasilnya, 75% dari target

pernah mengalami *quarter life crisis* dengan rata-rata kejadian pada usia 27 tahun. Selain itu, LinkedIn menyatakan 72% kaum muda di Inggris mengalami *quarter life crisis*. Rata-rata, fase yang dialami berlangsung hingga 11 bulan lamanya.

Mengacu pada pemaparan di atas, penulis setuju fase *quarter life crisis* merupakan fase yang dialami setiap individu, baik siswa, mahasiswa, maupun orang dewasa. *Quarter life crisis* juga terjadi untuk membuat kehidupan seseorang menjadi lebih matang ke depannya. Oleh karena itu, penulis membahas tentang *quarter life crisis* dilihat dari sisi lingkungan sosial. Simpulannya, lingkungan sosial baik teman ataupun keluarga memiliki pengaruh yang sangat tinggi bagi seorang individu saat mengalami *quarter life crisis*.

2.2.6 Karakteristik Radio

Karakteristik radio memiliki cara tersendiri yang disebut dengan gaya radio meliputi penyampaian lisan, musik/lagu, *sound effect*, *jingle*, dan iklan yang dapat memikat audiens. Pada umumnya, *podcast* memiliki kesamaan terhadap radio dari segi produksinya. Menurut Triartanto (2010, p. 23) sifat radio secara karakteristik mencakup:

a. Imajinatif

Karena radio hanya bisa didengar, para pendengar tentu memiliki persepsi imajinasi yang berbeda-beda. Pendengar seolah-olah menggambarkan sesuatu di pikirannya atau menciptakan *theater*

of mind.

b. Auditori

Radio merupakan sumber informasi yang hanya bisa dikonsumsi oleh telinga. Oleh karenanya, ada batasan-batasan yang dapat didengar telinga. Pesan yang ingin disampaikan lewat radio harus singkat, padat, dan jelas.

c. Akrab

Radio merupakan media yang intim karena penyiar menyampaikan pesannya secara personal/individu. Setiap penyiar memiliki sapaan dan suara khas yang ditujukan oleh para pendengar, seolah-olah berada di sekitarnya. Hal ini membuat radio menjadi “teman sejati” di kala seseorang sedang sedih ataupun gembira.

d. Gaya percakapan

Bahasa yang digunakan ketika menyampaikan pesan lewat radio adalah gaya percakapan sehari-hari sehingga pendengar lebih mudah mengerti dan penyiar merasa dekat dengan audiens.

Dalam proses pembuatan *podcast*, penulis menggunakan bahasa yang sering diucapkan sehari-hari agar pendengar tidak bingung dan membuat hubungan yang lebih akrab dengan pendengar. Penulis menerjemahkan jika ada kata yang disampaikan sulit dimengerti.

2.2.7 Wawancara

Menurut Blaxter, dkk (2001, p. 172), wawancara adalah suatu metode yang di dalamnya terdapat tanya jawab serta pembahasan suatu topik dengan informan atau narasumber. Metode ini dianggap efektif saat digunakan untuk mengumpulkan informasi. Teknik wawancara dianggap lebih baik jika menggunakan media elektronik, seperti alat perekam suara.

Adapun beberapa macam cara yang dilakukan ketika wawancara menurut Patton (dalam Moleong, 2013, p. 187-188) adalah sebagai berikut.

a. Wawancara Pembicaraan Informal

Pada jenis wawancara ini, pertanyaan yang timbul bergantung dari spontanitas pewawancara itu sendiri. Pertanyaan yang diajukan akan membuat hubungan antara narasumber dan pewawancara menjadi lebih cair. Pertanyaan dan jawaban akan berjalan seperti dialog biasa dalam kehidupan sehari-hari.

b. Pendekatan Menggunakan Petunjuk Umum Wawancara

Jenis wawancara ini mewajibkan pewawancara untuk membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang dirumuskan tidak perlu ditanyakan secara berurutan. Penggunaan dan pemilihan kata-kata untuk wawancara tidak perlu dilakukan sebelumnya.

c. Wawancara Baku Terbuka

Jenis wawancara ini menggunakan seperangkat pertanyaan yang baku. Urutan pertanyaan, kata-kata, dan cara penyajiannya

pun sama untuk setiap responden. Wawancara jenis ini juga bermanfaat dilakukan ketika pewawancara terdiri dari beberapa orang dan terwawancara cukup banyak jumlahnya.

Penggunaan wawancara pada skripsi berbasis karya ini menggunakan pendekatan wawancara pembicaraan informal. Diharapkan akan membangun keakraban dengan narasumber tetapi tetap memperoleh informasi dan data sehingga *podcast* menjadi lebih berkualitas.

2.2.8 Talkshow

Penulis membuat *podcast* mengacu pada konsep *talkshow* yang sering digunakan di acara televisi. Menurut Wibowo (2007, p. 82), program *talkshow* atau gelar wicara adalah program pembicaraan yang menampilkan tiga orang atau lebih mengenai suatu permasalahan. Dalam program *talkshow*, akan menampilkan pembawa acara yang berperan sebagai moderator. Narasumber yang dipilih adalah mereka yang memiliki pengalaman dengan peristiwa atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

Salah satu kunci keberhasilan *talkshow* adalah narasumber yang dipilih memiliki kemampuan *vocal* yang baik dan memahami permasalahan yang dibahas. Pewawancara harus mendalami bidang permasalahan yang sedang dibicarakan (Wibowo, 2007, p. 67). Mengacu pada rujukan di atas, penulis berperan sebagai *host* dan menampilkan dua orang

narasumber. Tamu-tamu yang diundang juga pernah mengalami masa *quarter life crisis* dan ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

Menurut Timberg (2002, p. 5) terdapat beberapa prinsip yang ada pada program *talkshow*, diantaranya:

- a. *Talkshow* dibawakan oleh seorang *host* dan dibantu oleh tim yang bertanggung jawab.
- b. *Talkshow* mengandung percakapan yang berisi pesan (*message*).
- c. *Talkshow* merupakan suatu produk atau komoditi yang berkompetensi dengan produk lain.
- d. *Talkshow* merupakan kegiatan industri yang melibatkan berbagai profesi.

Dalam proses pembuatan *podcast*, penulis mengacu pada beberapa prinsip di atas. Penulis berperan sebagai *host* yang dibantu oleh tim penulis sendiri. Topik *quarter life crisis* yang dibahas juga mengandung isi percakapan yang berupa pesan kepada masyarakat. *Podcast* yang dibuat juga menjadi acuan sekaligus saingan penulis. *Podcast* ini juga diproduksi oleh penulis sendiri dan dibantu dengan tim sehingga menjadi sebuah karya jurnalistik.

2.2.9 Teknik Mikrofon

Dalam membuat *podcast*, seorang penyiar perlu mengetahui teknik menggunakan mikrofon agar kualitas suara yang dihasilkan menjadi lebih

baik. Dalam hal ini, penulis perlu mengetahui teknik mikrofon untuk membuat pendengar merasa nyaman.

Menurut Romli (2009, p. 51), teknik mikrofon yang harus diperhatikan di antaranya:

- a. Jangan terlalu dekat dengan mikrofon karena akan menyebabkan suara penyiar terdengar terlalu tinggi.
- b. Idealnya, jarak bibir dengan mikrofon adalah satu jengkal dari tangan.
- c. Ketika bersuara keras seperti tertawa, sebaiknya bibir sedikit menjauh dari mikrofon. Jika suara lembut seperti berbisik, sebaiknya bibir mendekati mikrofon.
- d. Palingkan wajah dari mikrofon jika batuk atau berdehem.

2.2.10 Teknik Vokal

Dalam produksi karya berbasis audio seperti *podcast*, tentu dibutuhkan keahlian untuk berbicara, mengucapkan kata, dan mengendalikan suara dengan baik ketika berbicara di depan mikrofon. Dalam membuat *podcast*, penulis membutuhkan teknik vokal agar dapat menghasilkan kualitas berbicara yang baik. Menurut Romli (2009, p. 43), teknik vokal yang harus diperhatikan di antaranya:

- a. Menggunakan suara asli. Misalnya, mengikuti gaya siaran orang lain ataupun mengubah nada bicara menjadi lebih tinggi atau

rendah. Sebaiknya kita maksimalkan apa saja yang sudah kita miliki.

- b. Artikulasi atau kejelasan pengucapan kata per kata. Setiap kata yang diucapkan harus jelas agar tidak menimbulkan kesalahpahaman.
- c. Intonasi, yaitu nada suara dan irama bicara. Hal ini harus diperhatikan agar siaran tidak terkesan monoton. Intonasi juga menunjukkan antusiasme dan emosi dalam berbicara.
- d. Aksentuasi, yaitu logat atau dialek. Penyiar harus mampu menggunakan teknik ini untuk menekankan sesuatu yang penting.
- e. Tempo, yaitu cepat lambatnya saat berbicara. Hal ini akan berpengaruh pada durasi siaran.
- f. Infleksi, yaitu perubahan nada saat bicara. Ketika mengucapkan kalimat dengan nada meninggi, itu menandakan bahwa kalimat belum selesai. Ketika kalimat diucapkan dengan nada menurun, menunjukkan bahwa kalimat telah selesai.
- g. Kelincahan saat siaran. Penyiar harus menunjukkan sikap dinamis, enerjik, penuh semangat, dan ceria agar dapat menarik pendengar.
- h. Ramah, sopan, hangat, dan akrab agar pendengar merasa bahwa penyiar adalah “teman baik”. Hindari untuk bersikap kasar, memarahi, atau judes ketika sedang siaran.

2.2.11 Naskah *Podcast*

Sebelum membuat *podcast*, penyiar membutuhkan naskah yang digunakan sebagai acuan. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan ketika membuat naskah *podcast* menjadi menarik, menghibur, dan memudahkan penyiar. Dalam artikel “How to Write a Podcast Script” (Ruoff, 2018, para. 2-5) menjabarkan secara singkat tips menulis naskah *podcast*:

- a. Membuat naskah dengan menggunakan suara dan pikiran.
Gunakan kalimat yang mudah dipahami sehingga ketika siaran tidak terlalu kaku dan tetap natural. Ketika selesai menulis naskah, bayangkan dan ucapkan agar tidak terjebak dengan kalimat yang kaku.
- b. Naskah sebaiknya dibuat menarik agar dapat membantu pendengar menggambarkan topik, cerita, dan berita yang akan dibahas di pikiran mereka. Mengingat *podcast* tidak menampilkan visual, pastikan kalimat yang digunakan dapat menggambarkan pikiran pendengar.
- c. Usahakan isi naskah padat agar dapat memberi ruang dan ekspansi ketika siaran. Gunakan kata atau kalimat yang mengandung poin utama atau inti dari topik pembicaraan. Saat produksi, penyiar biasanya melakukan banyak improvisasi dan menjadikan naskah hanya sebatas acuan.

- d Berikan fleksibilitas terhadap naskah *podcast* yang ingin dibuat. Penyiari dapat bercerita mengenai pengalamannya yang masih berhubungan dengan topik yang dibahas. Fleksibilitas ini dapat membuat *podcast* menjadi lebih menarik dan mengeksplorasi pikiran yang membuat diri penyiari bebas bercerita.

2.2.12 Editing Audio

Hasil rekaman *podcast* yang sudah selesai kemudian didengarkan ulang agar menghindari terjadinya kesalahan. Semua file dikumpulkan menjadi satu kemudian masuk ke tahap editing. Penulis melakukan tahap editing audio untuk menghapus bagian yang tidak penting dan menjadikan audio menjadi sebuah cerita utuh. Setelah proses editing, penulis akan mengunggahnya ke media sosial.

Menurut artikel yang berjudul “Bagaimana Memulai dan Cara Membuat Podcast” (Sholeh, n.d., para. 18), ada beberapa langkah untuk editing audio antara lain:

- a Menghapus bagian yang salah, jeda terlalu lama, dan pengucapan kata seperti ‘eh’ atau ‘eee’.
- b Melakukan penambahan efek tertentu, seperti efek normalisasi suara atau menghilangkan *noise* atau latarsuara yang mengganggu.
- c Mengonversi format audio ke dalam bentuk MP3.

- d. Memberikan nama yang jelas pada audio, seperti nama artis, nomor audio, tahun produksi, dan lain sebagainya.

2.2.13 News Podcasts

Menurut laporan penelitian “News Podcasts and the Opportunities For Publishers” (Reuters Institute, 2019), *news podcasts* dibagi ke dalam tiga kategori, di antaranya:

1. *Micro-bulletins*, yakni *podcast* yang memiliki durasi antara satu sampai lima menit.
2. *News round-ups*, yakni *podcast* yang memiliki durasi antara enam sampai 15 menit.
3. *Deep dives*, yakni *podcast* yang memiliki durasi antara 20 menit atau lebih.

Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan penelitian tersebut, *podcast* “Let’s Talk About” termasuk ke dalam kategori *deep dives* karena memiliki total durasi selama 60 menit. *Podcast* ini membahas informasi secara mendalam dengan harapan memberikan pengetahuan baru bagi para pendengar. Selain itu, di setiap episode juga menghadirkan narasumber yang kredibel dan pernah merasakan *quarter life crisis*.