

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 TINJAUAN KARYA SEJENIS

Berikut adalah karya sejenis yang membantu penulis dalam proses produksi *podcast* “Coba Dengar”.

a. Podcast Progresif

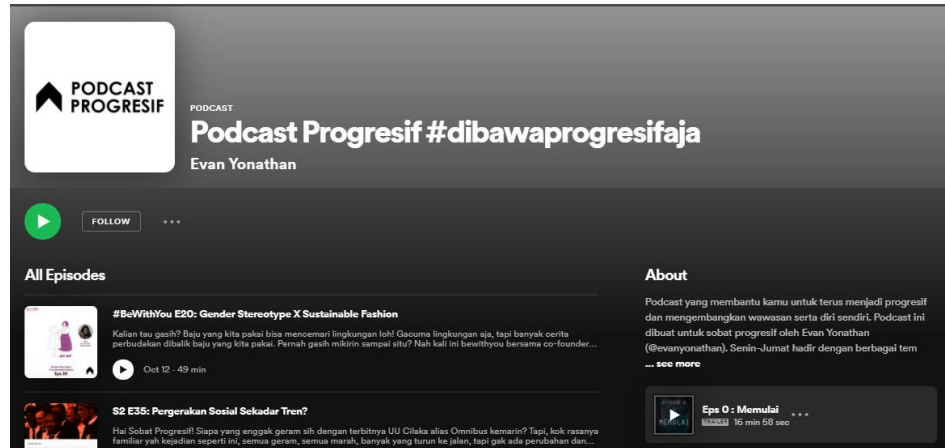
Tinjauan karya sejenis yang pertama adalah *podcast* dengan nama Podcast Progresif. *Podcast* ini ada pada platform Medium (Blog), Spotify, Google Podcast, Anchor, dan Youtube. *Podcast* ini memiliki topik yang beragam, tetapi fokus pada topik yang dekat dengan kehidupan sosial. *Podcast* ini cukup produktif dalam menerbitkan konten karena memunculkan konten baru setiap hari Senin hingga Jumat, dengan segmentasi topik yang berbeda-beda. Contohnya saja pada hari Senin ada konten #BeWithYou, yang membahas tema seputar gender. Pada hari Selasa ada konten #PodcastYouthProactive yang merupakan konten kolaborasi dengan Youth Proactive dengan bahasan seputar keresahan anak muda mengenai korupsi, ketidakadilan, kekerasan, demokrasi, dan hak asasi manusia. Pada hari Rabu terdapat segmen konten #Balela yang membahas isu-isu yang dianggap “kurang penting” tetapi dinilai sebagai pengetahuan dasar yang sebenarnya perlu diketahui publik. Contohnya tentang iklim, industri, *artificial intelligence*, dll. Selanjutnya, ada Kamis #Ceunah yang isinya adalah perbincangan dengan jurnalis, aktivis, dan pakar komunikasi

mengenai isu terkini di media. Yang terakhir, pada hari Jumat terdapat Podcast Progresif Utama yang membahas berbagai isu umum, biasanya isu terkini di dunia maupun Indonesia. Durasi *podcast* pada tiap episodenya beragam mulai dari 30 menit-an, hingga lebih dari 1 jam.

Isu sosial yang dibahas ini dekat dengan kehidupan sehari-hari. Poin penting dalam *Podcast* ini adalah variasi yang disediakan mulai dari series, konten, dan durasi. Banyak topik yang memiliki *impact* untuk pendengarnya. Terdapat konten mengenai *body positivity x toxic positivity*, yang mana memiliki dampak bagi mereka yang kerap kali merasa rendah diri atas tubuhnya dan cara berpikir mereka. Topik sosial yang dibawakan memiliki dampak dan kedekatan kepada pendengar, sehingga penulis merasa karya ini layak dikatakan menjalani kerja jurnalistik. Misalnya saja ada konten tentang budaya dengan nama series #Balela.

Cara Podcast Progresif mencari narasumber kredibel memberikan penulis acuan dan pedoman untuk melakukan riset mendalam dan pertimbangan lebih untuk mencari narasumber. Contohnya saat pembahasan UU Cipta Kerja, *podcast* ini mengundang Aryo Wasisto, seorang peneliti di Pusat Penelitian Sekretariat Jenderal dan Badan Keahlian DPR RI. Gaya percakapan yang digunakan *podcast* ini pun cukup santai, sehingga narasumber pun nyaman dalam membagikan ceritanya di *podcast* ini. Yang sedikit kurang pada *podcast* ini adalah perspektif berbeda yang juga dibutuhkan untuk membuat sumber informasi menjadi berimbang.

Gambar 2. 1 *Podcast* Progresif di Spotify



Sumber: Spotify

b. Makna Talks

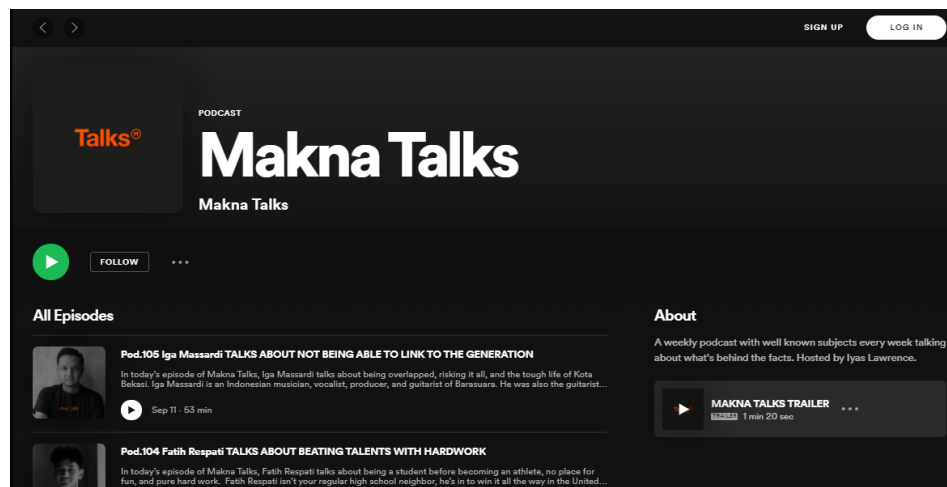
Makna Talks memiliki penyajian, konten, dan pemilihan narasumber yang sangat baik. *Podcast* ini dipandu sekaligus diprakarsai oleh *host* Iyas Lawrence. Iyas membawakan *podcast* dengan suara yang stabil dan membuat *podcast* ini nyaman didengar di sepanjang episodanya. Acara ini dipandu dengan artikulasi yang jelas dan penggunaan bahasa bercampur antara Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia. Teknik pengambilan audio, teknik mikrofon, dan teknik wawancara pada *podcast* ini juga sangat baik. Sehingga, *podcast* ini nyaman di telinga dan juga tidak memiliki suara-suara yang tiba-tiba nyaring

Podcast ini mengundang banyak kalangan *entertainer* sebagai narasumbernya, sehingga akan menarik banyak orang dengan ketertarikan yang sama. Karena *podcast* berbentuk *talk show*, *podcast* ini berisi perbincangan

antara *host* dan bintang tamu. Gaya percakapan *host* sangat *to-the-point* dan tidak bertele-tele.

Iyas membawakan *podcast* dengan riset mendalam sehingga saat melakukan wawancara ia memberikan kesan kepada pendengar bahwa ia menguasai isu tersebut. Dari percakapan dalam *podcast* ini, narasumber yang diundang memiliki kesan nyaman saat berbicara dengan Iyas. Hal-hal ini yang menjadi pedoman bagi penulis dalam menciptakan suasana wawancara yang baik bagi penulis maupun narasumber. Misalnya dengan membahas kehidupan pribadi atau *passion* dari narasumber yang sedang digiatkan. Menurut hasil observasi penulis, hal ini akan membuat narasumber merasa nyaman dan merasa bahwa *podcaster* telah paham betul apa yang akan mereka temui sebelum bertemu dengan narasumber. Riset mendalam mengenai narasumber juga akan meningkatkan kelancaran proses wawancara dengan narasumber.

Gambar 2. 2 *Podcast* Makna Talks di Spotify



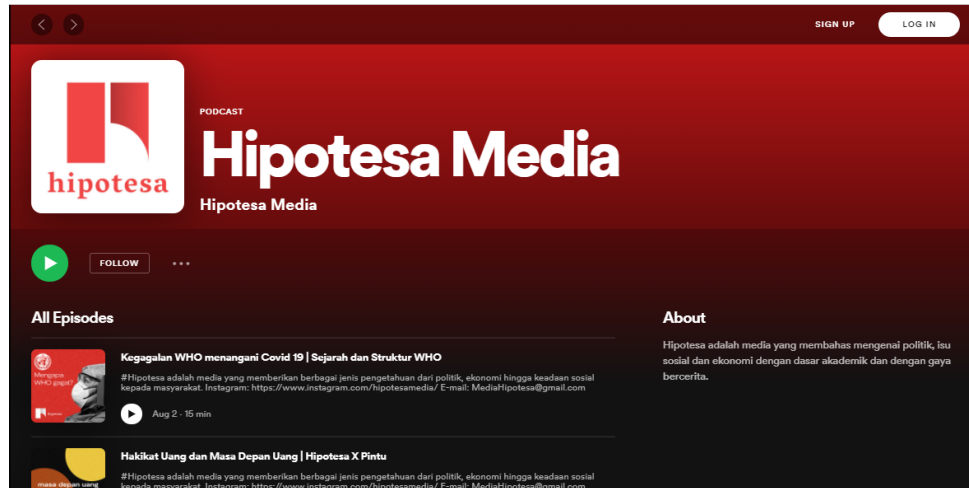
Sumber: Spotify

c. Hipotesa Media

Podcast ini didistribusikan melalui Anchor dan Spotify. *Podcast* ini membahas topik politik, isu sosial, dan ekonomi dengan dasar akademik dengan gaya bercerita. Isu-isu yang dibahas cukup berdampak bagi masyarakat, karena membahas isu yang sedang tren, juga terkini, serta informasi dan pemberitaan yang saat itu terjadi. Pembahasannya cukup serius, sehingga padat dalam beberapa menit durasi *podcast* tersebut. Namun, pembahasannya mudah dimengerti karena menggunakan gaya bercerita. Cara *podcaster* membaca naskah juga baik, karena tidak terburu-buru dan memiliki tempo yang stabil.

Hipotesa media merupakan startup media yang mengedukasi isu politik dan ekonomi dan membicarakan secara umum yang terjadi di dunia sosial kepada publik. Hipotesa Media mengemas isu serius dengan baik, meskipun tidak semua topik merupakan *hardnews*. Hipotesa Media menambahkan *soundbite* dan file audio yang membantu menjelaskan isu atau topik yang dibahas mendalam. Misalnya, pada salah satu episode, “Kegagalan WHO menangani COVID 19|Sejarah dan Struktur WHO”, terdapat satu menit intro dengan sedikit narasi dan beberapa *soundbite* mengenai berita COVID-19. Kekurangan dari *podcast* ini adalah tidak adanya narasumber yang mengakibatkan pembahasan yang cenderung subjektif. Pada episode *podcast* tersebut, *podcaster* memang menjelaskan secara faktual data-data yang dibutuhkan, tetapi pada bagian akhir *podcast* dan dilihat dari judul episode *podcast* sangat terlihat opini apa yang dimiliki terkait isu tersebut.

Gambar 2. 3 Podcast Hipotesa Media di Spotify



Sumber: Spotify

d. *Magdalene's Mind*

Podcast ini tersedia di platform Spotify, Google Podcast, Soundcloud, Apple Podcast, Podtail, Podbay, Himalaya, dan beberapa platform lainnya. *Podcast Magdalene's Mind* merupakan salah satu *podcast* yang berbentuk *talkshow*. *Magdalene's Mind* merupakan bagian dari media *Magdalene*, media yang menyediakan konten dan perspektif yang inklusif, kritis, memberdayakan dan menghibur. *Podcast* ini membahas budaya populer, keragaman, dan isu-isu terkini lewat pandangan feminis. *Podcast* yang merupakan kerjasama dengan Radio UFM ini dibawakan dengan menggunakan gaya penyiar radio, terlebih karena dipandu oleh dua *host* sehingga menggunakan gaya percakapan.

Alur *podcast* ini diawali oleh *jingle* singkat yang menjelaskan *tagline*/deskripsi *podcast*. Menyusul alur yang singkat ini, *podcast* menyiarkan highlight singkat dari episode tersebut. Dua *host* kemudian mengambil alih

jalannya *podcast* dengan berbincang mengenai isu atau cerita yang nantinya menjadi cerita latar di *podcast*.

Podcast ini memiliki dua *host*, yaitu Devi Asmarani dan Hera Diani yang merupakan editor dari media *Magdalene*.

Podcast ini relevan dengan karya yang akan dibuat oleh penulis, karena perspektif dan cara melihat sebuah isu itu mirip dengan apa yang akan dibuat di episode penulis, yaitu mencoba membahas isu yang berkaitan dengan gender, khususnya perempuan.

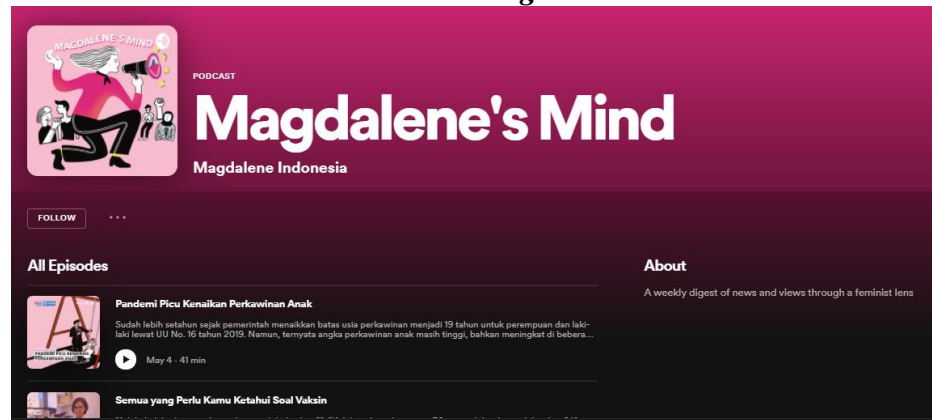
Selain itu, terdapat hal yang mencolok, yaitu adanya pemisah antara segmen pembuka dengan segmen *talk show* atau wawancara dengan narasumber. Penulis menilai hal ini memudahkan pendengar untuk memahami perbedaan kedua segmen tersebut. Karena kelebihan ini, penulis akan menggunakan struktur seperti ini di *podcast* penulis.

Namun, sayangnya nada bicara dalam pembukaan terkesan lesu dan tenang sehingga membuat *podcast* terasa lambat. Tetapi untungnya, pada segmen *talk show*, *podcast* terasa lebih hidup karena perbincangan yang dilakukan antara *host* dan narasumber.

Podcast ini juga menginspirasi penulis dengan cara mereka memberikan narasi di awal untuk memberikan konteks bahasan episode. Narasi ini membantu membuka cerita untuk pendengar agar pendengar memahami latar belakang isu yang akan dibahas. Sehingga, pendengar mengetahui dan akrab dengan topik

bahasan episode *podcast* sebelum akhirnya mendengar perbincangan antara *podcaster* dan narasumber.

Gambar 2. 4 Podcast Magdalene's Mind



Sumber: Spotify

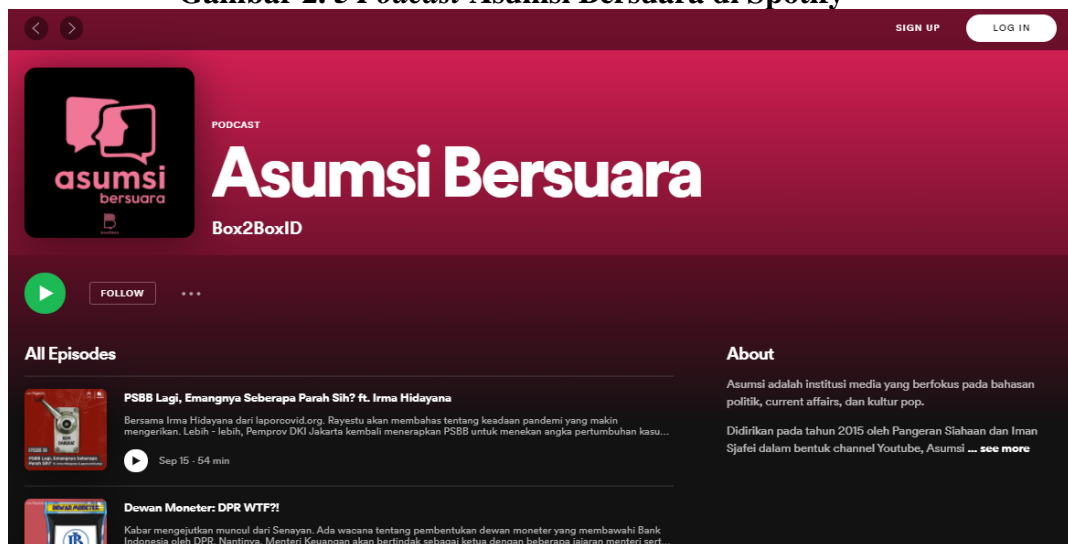
e. Asumsi Bersuara

Diunggah di platform Spotify, Apple Podcast, Anchor, Stitcher, Google *Podcast*, radioindonesia.org, dan radiopublic.com merupakan bentuk *Podcast* dari media asumsi.co. Media ini dikenal sebagai media yang kritis dan memberikan perspektif lain dalam membahas suatu topik. Topik *podcast* ini berkisar pada politik, *current affair*, dan *popular culture*. Bahasan dan gaya percakapan yang digunakan dalam *Podcast* menyampaikan fakta-fakta yang kritis dan langsung menyampaikan tujuan serta sudut pandang. Asumsi Bersuara terkesan “tidak takut” akan konstruksi sosial dalam menyampaikan pandangannya. Topik yang dibahas mengandung nilai berita *impact* bagi masyarakat, misalnya saja pada episode “Sekalian Aja Hapus KPK Kalo Gini Caranya Ft. Zainal Arifin Mochtar”, *impact* yang ditimbulkan dari topik dan

bahasan seperti ini adalah masyarakat menjadi tahu seluk beluk permasalahan yang terjadi di KPK dan membentuk pola pikir baru atas topik ini.

Penyampaian sudut pandang kritis ini memberikan penulis wawasan baru tentang cara membedah suatu isu dari sudut pandang baru. *Podcast* ini mengajarkan bahwa, untuk muncul sudut pandang baru dan kritis, diperlukan wawasan luas dan riset mendalam terhadap isu tersebut. Hal ini menjadi contoh untuk penulis agar melakukan riset mendalam jika ingin memunculkan suara kritis kepada publik. Namun, sudut pandang kritis ini dapat menjadi kekurangan jika dilakukan oleh sebuah media yang seharusnya objektif. Asumsi Bersuara memang menyampaikan kritik dengan sangat baik dan hal itu akan baik-baik saja jika didukung fakta tanpa mengarahkan pendengar pada sudut pandang tertentu.

Gambar 2. 5 *Podcast* Asumsi Bersuara di Spotify



Sumber: Spotify

Tabel 2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Kategori	Podcast Progresif	Makna Talks	Hipotesa Media	Magdalene's Mind	Asumsi Bersuara
Informasi Umum	<ul style="list-style-type: none"> • Durasi mulai dari 30 menit hingga 1 jam 30 menit • Setiap hari berbeda tema. • Dibuat oleh Evan Yonatan 	<ul style="list-style-type: none"> • Durasi 40 menit hingga 1 jam lebih. • <i>Host</i> Iyas Lawrence • <i>Podcast</i> wawancara bersama narasumber 	<ul style="list-style-type: none"> • Durasi mulai dari 2 menit hingga 15 menit • Pemaparan menggunakan gaya membaca berita mendalam pada isu politik, ekonomi, dan sosial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk <i>podcast</i> dari media Magdalene • Dipandu dua <i>host</i> Devi Asmarani dan Hera Diani • Durasi bekisar pada 30 menit 	<ul style="list-style-type: none"> • Merupakan <i>podcast</i> dari media Asumsi.co • Dipandu <i>host</i>, biasanya Pangeran Siahaan dan Iman Sjafei • Membahas suatu topik dari sudut pandang yang lain, berani menyatakan fakta yang jarang diketahui orang. • Opini atas suatu isu cukup kritis
Platform	Anchor, Spotify, Google <i>Podcast</i> , Medium (Blog), Youtube	Soundcloud, Spotify, Youtube, Anchor, Radioindonesia.org, Apple <i>Podcast</i>	Anchor, Spotify	Spotify, Google <i>Podcast</i> , Soundcloud, Apple <i>Podcast</i> , Podtail, Podbay, Himalaya, dan	Spotify, Apple <i>Podcast</i> , Anchor, Stitcher, Google <i>Podcast</i> , radioindonesia.org, radiopublic.com

				beberapa platform lainnya	
Topik	Isu sosial, dibahas mendalam	<i>Arts and Entertainment.</i> Biasa membahas kisah dibalik sesuatu atau seseorang, <i>self-branding</i> , karir.	Politik, isu sosial, dan ekonomi	Politik, isu terkini, sosial budaya.	Politik, <i>current affair</i> , <i>popular culture</i>
Kelebihan	Isu sosial yang dibahas dekat dengan kehidupan sehari-hari.	Perbincangan tidak bertele-tele, <i>to the point</i> . Mendatangkan bintang tamu yang dikenal banyak orang dan berdampak. Iyas membawakan <i>podcast</i> dengan nada yang cukup stabil, suara dan artikulasi setiap kata-katanya jelas. Kualitas suara <i>podcast</i> sangat baik dan nyaman di telinga, tidak memiliki suara	Isu-isu yang dibahas cukup berdampak bagi masyarakat, karena membahas isu yang sedang tren, juga terkini. Informasi dan pemberitaan yang saat itu terjadi. Isi <i>podcast</i> cukup padat, seperti mendengar berita. Menjelaskan isu berat dengan bahasa yang mudah dimengerti.	Membawakan <i>podcast</i> dengan gaya bercerita yang <i>conversational</i> (karena dibawakan oleh 2 orang), mirip seperti siaran radio. Memisahkan segmen pembuka dengan sesi berbincang dengan narasumber sehingga pendengar dengan jelas mengetahui perbedaannya. Memiliki Perspektif feminis pada setiap isu yang dibahas.	Pola penyampaian sangat kritis sehingga memberikan sudut pandang baru yang bermanfaat untuk membuka pikiran publik terhadap suatu topik.

		yang tiba-tiba nyaring. Teknis dan penyajian <i>podcast</i> Makna Talks merupakan salah satu contoh bagaimana <i>podcast</i> seharusnya dilakukan.			
Kegunaan bagi <i>Podcast</i>	Menggunakan variasi konten yang cukup banyak. Penggunaan narasumber bisa dikatakan kredibel.	Teknis <i>podcast</i> sangat bagus. Merupakan contoh yang baik untuk mewawancarai orang. Cara riset dan mendalami topik sebelum melakukan wawancara dengan narasumber merupakan pedoman pengambilan <i>podcast</i> yang baik.	Memberi contoh bagaimana kerja riset sebelum membuat <i>podcast</i> seharusnya dilakukan karena <i>host</i> terdengar matang dan menguasai materi. Menyajikan isu dengan dasar akademik tetapi masih dengan gaya bercerita.	Penggunaan perspektif feminis yang jelas dalam membahas sebuah isu memberikan gambaran bagaimana episode <i>podcast</i> penulis akan dieksekusi.	Teknik percakapan <i>host</i> yang santai tetapi membahas konten yang mengedukasi publik dengan perspektif yang luas. Teknik <i>podcast</i> juga dapat dijadikan contoh, misalnya bagian <i>Jingle</i> yang menarik dan bagian isi yang tidak ada polusi suara.

Sumber: Kajian Penulis, 2020

2.2 TEORI ATAU KONSEP-KONSEP YANG DIGUNAKAN

2.2.1 *Podcast*

Podcast adalah konten audio atau video yang tersedia di Internet yang dapat dikirim secara otomatis ke komputer atau pemutar media portabel (Geoghegan & Klass, 2007, p. 5). Sedangkan, menurut Kamus Oxford, *Podcast* adalah file audio digital yang dapat diambil dari internet dan diputar di komputer atau perangkat yang dapat Anda bawa (Oxford Learner's Dictionaries, n.d.).

Dalam laman BBC Academy, ada beberapa karakteristik *podcast* yang dapat membuatnya populer. Karakteristik tersebut adalah: Informal, Personal, merupakan komunitas para kreator, dan stimulasi yang mulus tanpa kesukaran (Podcasting: What do I need to know, n.d., para. 11).

Dalam hal format *podcast*, tidak ada standar format yang rigid. Terdapat beberapa jenis *podcast* yang sering dijumpai (Hendra, 2020):

1. *Storytelling (Podcast cerita)*

Seperti namanya, jenis *podcast* seperti ini berisi cerita yang dibacakan oleh *podcaster*. Tipe *podcast* ini mirip dengan drama radio yang membacakan naskah berisi cerita fiksi.

2. *Talk show (Podcast Perbincangan)*

Serupa dengan *talk show* pada tv, *podcast talk show* menyajikan audio perbincangan antara beberapa orang. Biasanya bahasannya tentang sesuatu yang hangat dibicarakan, isu-isu mendalam, atau tentang kehidupan.

3. *Interview Podcast (Podcast wawancara)*

Podcast ini mirip dengan *podcast talk show*. Perbedaannya adalah *interview podcast* ini bertujuan untuk mewawancarai narasumber tertentu.

4. *Solo Podcast*

Podcast jenis ini hanya memerlukan seorang *podcaster* yang berbicara langsung kepada *microphone*. Format ini berarti bahwa *podcaster* hanya perlu mengandalkan diri sendiri (The Podcast Host, n.d.).

Podcast yang akan dibawakan oleh penulis adalah *podcast* dengan format *podcast talk show*.

2.2.2 *Talk show*

Menurut Masduki (2001, pp. 44-45), *talk show* atau gelar wicara secara harfiah diartikan sebagai *talk* (obrolan) dan *show* (gelaran). *Talk show* merupakan hal yang berbeda dengan wawancara, sebab *talk show* bersifat dinamis dan tidak terpaku pada aktualitas topik perbincangan. Bahkan, *talk show* memiliki jam tayang yang fleksibel. Dua komponen yang menurutnya selalu ada dalam sebuah program *talk show* adalah obrolan dan musik. Musik berfungsi sebagai selingan pada program *talk show*.

Seorang tamu atau narasumber dalam suatu gelar wicara pada umumnya terdiri dari orang-orang yang telah memiliki pengalaman luas atau telah mempelajari hal-hal yang terkait dengan isu yang sedang diperbincangkan (Ilmi & Baehaqie, 2021).

Terdapat beberapa karakteristik fitur gelar wicara, yaitu (Ilie, 2006, p. 490):

1. Sebagai acara mediasi yang berorientasi pada penonton, acara bincang-bincang yang menargetkan penonton dalam jumlah banyak secara bersamaan yang terdiri dari audiens, lawan bicara yang disebutkan secara langsung, penonton di studio yang melihat, dan penonton yang mendengarkan atau menonton di media lain.
2. Baik ahli maupun orang biasa sering hadir sebagai bintang tamu. Sebagian besar fokus program berkaitan dengan percakapan di antara mereka.
3. Pembawa acara, biasanya tokoh media, memantau sebagian besar diskusi dengan menstimulasi, membimbing, dan memfasilitasi peran dan kontribusi peserta pada program (untuk informasi pertukaran, konfrontasi, dan hiburan).
4. Setiap episode program berfokus pada topik tertentu yang menyangkut sosial, politik, atau pribadi. Konfrontasi dan perbedaan pendapat biasanya sudah pasti terjadi oleh pemilihan topik dan peserta.
5. Pengalaman pribadi dan akal sehat memiliki status yang cukup besar dan semakin muncul sebagai bentuk pengetahuan yang bertentangan dengan keahlian dan wacana dominan (tentang kekuasaan, ras, jenis kelamin, dll.).
6. Strategi diskursif *talk show* adalah: wawancara, narasi, debat, permainan, pengakuan, kesaksian.

7. Program-program ini biasanya tidak mahal untuk diproduksi, terutama karena itu bukan bagian dari siaran *prime-time*.
8. Kebanyakan program disiarkan secara langsung atau direkam secara *real-time* dengan sedikit pengeditan.

2.2.3 Vox Pop

Dengan format *podcast talk show*, penulis ingin menambah daya tarik *podcast* dengan menambahkan *vox pop* di dalamnya. Menurut Siahaan (2015, pp. 194-195), *vox pop* dapat membuat program lebih menghibur, hidup, dan kredibel. *Vox Pop* adalah saat seorang jurnalis bertanya kepada sejumlah orang dengan pertanyaan yang serupa dan kemudian mengumpulkan jawaban-jawaban tersebut. Perbedaan jawaban kemudian akan menciptakan rangkaian opini yang terbentuk dalam populasi.

Sebuah *vox pop* bukan perwakilan dari opini, tetapi hanya berfungsi sebagai pemilihan yang sembarang atas respon. Pendapat masyarakat umum dapat membuat sebuah program lebih otentik dan kredibel (Siahaan, 2015, p. 194).

Untuk membuat sebuah *vox pop*, Siahaan (2015, p. 194, para. 3) menyarankan untuk tidak menyampaikan pertanyaan tertutup yang hanya dapat dijawab dengan ya atau tidak. Selain itu, pertanyaan yang disampaikan kepada setiap responden atau masyarakat tidak boleh berbeda satu dan lainnya.

2.2.4 Nilai Berita

Sebuah karya akan diklasifikasikan sebagai karya jurnalistik jika dilakukan dengan mengadopsi cara kerja jurnalistik dan memiliki nilai berita. Berdasarkan buku *Jurnalisme Online* (Wendratama, 2017, pp. 45-50), terdapat 8 (delapan) nilai berita, yaitu:

1. Kebaruan (*Timeliness*)

Semua fakta yang diterbitkan harus baru dan belum diketahui khalayak. Namun, kebaruan juga relatif, tergantung pada kedalaman dan isi berita. Berita pendek mengenai peristiwa sederhana memiliki tuntutan kebaruan yang lebih tinggi dibanding berita panjang mengenai fenomena kompleks.

2. Pengaruh (*Impact*)

Berita atau fakta akan bernilai jika memberikan pengaruh terhadap orang banyak, khususnya khalayak yang menjadi target berita. Contoh, demonstrasi yang memblokir jalan atau revisi Undang-Undang. Ada pertanyaan yang dapat diajukan untuk menguji aspek ini, “Apakah informasi dalam cerita berpotensi mengubah atau mempengaruhi hidup khalayak?”

3. Relevansi (*Relevance*)

Sebuah peristiwa yang dianggap relevan dengan kehidupan atau minat sekelompok khalayak memiliki nilai berita. Jika suatu peristiwa memiliki hubungan dengan khalayak, maka fakta tentang peristiwa tersebut akan menjadi menarik bagi khalayak

4. Konflik (*Conflict*)

Khalayak akan selalu tertarik dengan perbedaan pendapat, adu argumentasi, dan pertentangan. Kecakapan jurnalis dalam menyajikan konflik dan fakta atau argumen pendukungnya akan diuji di sini. Keadilan atau *fairness* harus tetap hadir dalam penyajian fakta.

5. Popularitas (*Prominence*)

Khalayak akan lebih tertarik dengan pernyataan atau kegiatan orang terkenal dibanding warga biasa. Sebuah cerita akan memiliki nilai berita jika memiliki hubungan dengan orang-orang terkenal, mulai dari atlet, politikus, anak presiden, hingga selebritas.

6. Emosi (*Human Interest*)

Cerita yang menimbulkan reaksi emosional seperti senang, sedih, terharu, simpati, bangga, prihatin, dan marah akan memiliki nilai berita. Aspek emosional sangat kuat, jurnalis yang menggunakan aspek ini akan membuat ceritanya semakin menarik bagi khalayak.

7. Ketidakwajaran (*Unusualness*)

Cerita dengan hal-hal di luar kewajaran atau situasi normal akan menarik perhatian khalayak. Ketidakwajaran dapat mencakup tindakan kriminal dan peristiwa kecelakaan, bisa juga tentang penyelewengan pemimpin daerah. Aspek skandal menjadi daya tarik bagi khalayak.

8. Kedekatan Jarak (*Proximity*)

Hal ini mengacu pada lokasi keberadaan target khalayak media yang bersangkutan. Bila sebuah media memiliki target khalayak di Yogyakarta, tentu berita di Bandung tidak akan memiliki nilai berita.

2.2.5 Tahapan Produksi Pembuatan *Podcast*

Proses pembuatan *podcast* dapat dibagi menjadi tiga tahap, sama halnya dengan produksi film atau televisi. Pembagian ini dapat dibagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap Pra Produksi, Produksi, dan Pasca Produksi (Producing a Podcast Part 1: Pre-Production, 2018, para. 1).

a. Pra Produksi

Menurut laman The Podcast Production Company (2018), tahapan dalam pra produksi dibagi menjadi beberapa bagian. Penulis kemudian menyimpulkan tahapan tersebut sesuai dengan tingkat relevansi pembuatan *podcast* penulis.

Tahapan pra produksi pada program *podcast* meliputi:

1) Riset

Elemen yang paling pertama dari tahapan pra produksi adalah menyelesaikan semua riset yang diperlukan untuk episode *podcast*. Tingkat penelitian ini akan sangat bergantung pada jenis acara yang akan diproduksi—baik itu program *podcast* dalam format wawancara, diskusi, atau *podcast* naratif. Untuk program *podcast* wawancara, pasti dilakukan beberapa riset awal tentang tamu atau narasumber yang akan diundang, latar belakang mereka, perkembangan terbaru dalam kehidupan atau

pekerjaan mereka, dan apa pun yang mungkin mereka promosikan atau representasikan saat ini. Jika acara *podcast* berbentuk naratif, maka diperlukan riset tidak hanya sejarah topiknya, tetapi juga berita atau perubahan terbaru yang mungkin terjadi sehingga episode *podcast* menjadi terkini dan tidak menyampaikan informasi yang sudah ketinggalan zaman.

Dalam pembuatan skripsi berbasis karya yang dibuat oleh penulis dan tim, dibutuhkan riset: **tema; durasi, platform, dan jam tayang ideal; peran produser; podcaster; dan narasumber.**

Penulis menggunakan panduan melakukan riset pendahuluan dari Wendratama (2017). Wendratama menjelaskan langkah pertama yang harus diambil pada proses peliputan adalah riset pendahuluan dan menentukan fokus cerita. Menurutnya, setelah memiliki ide, seorang jurnalis dapat mencari berita-berita terkait hal tersebut. Apa perkembangan terbarunya? Organisasi apa yang berkaitan dengan hal ini? Apa yang akan terjadi dengan hal ini pada masa depan? Siapa pihak pro dan kontra? Siapa orang-orang kredibel yang dapat dijadikan sumber? Serta pertanyaan-pertanyaan lainnya yang jumlahnya tak terbatas (Wendratama, 2017, pp. 101-102).

Setelah memperbanyak pengetahuan dengan mencari berita-berita terkait, riset dapat dilanjutkan dengan membaca artikel non berita tentang topik tersebut. Misal, riset atau peraturan perundang-undangan dengan topik terkait. Pelajari segala jenis sumber daya yang dapat diakses. Jadikan

semua ini sebagai *background knowledge*. Setelah meriset, barulah menentukan fokus cerita. Fokus cerita yang ideal sebaiknya tidak terlalu luas, tetapi tidak terlalu sempit. Pertanyaan yang harus dijawab dengan fokus cerita yang telah ditentukan adalah “Mengapa cerita menarik dan penting bagi khalayak? Mengapa khalayak perlu peduli dengan cerita ini?” (Wendratama, 2017, p. 102).

Penulis kemudian melakukan riset mengenai durasi, platform, dan jam tayang ideal untuk *podcast*. Menurut riset dari DailySocialid bersama JakPat Mobile Survei terhadap 1041 responden, pendengar yang menganggap durasi ideal *podcast* 10-20 menit berjumlah 37,21%, 20-30 menit sebanyak 31,54%, lebih dari 30 menit sebanyak 19,81%, dan kurang dari 10 menit sebanyak 11,44% (Laporan DailySocial: Penggunaan Layanan Podcast 2018, 2018, p. 9).

Namun, di sisi lain, laman *Buzzsprout* (How to Start a Podcast: The Step-by-Step Guide, n.d., paras. 31-33) menjelaskan bahwa tidak ada standar yang baku untuk durasi *podcast*:

Podcast Anda harus sepanjang yang dibutuhkan, tanpa membuatnya lebih lama. Setiap *podcast* bisa mendapatkan keuntungan dari pengeditan, jadi nyamanlah memotong segmen yang bertele-tele, pertanyaan membosankan, dan bagian dari episode yang tidak menambah banyak nilai bagi pendengar.

Karena durasi pembuatan *podcast* sebagai skripsi berbasis karya harus 60 menit, maka penulis membuat *podcast* dengan durasi yang telah ditetapkan.

Survei DailySocial di atas juga menemukan platform *podcast* teratas. Dari 1041 responden, aplikasi teratas yang paling sering digunakan adalah Spotify, yang digunakan sebanyak 52,02%, Soundcloud sebanyak 46,25%, Google *Podcast* sebanyak 41,25%, Pocket Cast sebanyak 16,54%, Apple Cast sebanyak 15,19%, Player.fm sebanyak 14,04%, Castbox sebanyak 13,27%, Inspigo sebanyak 10,87%, Overcast sebanyak 7,79%, Anchor sebanyak 6,25%, dan platform lain-lain sebanyak 2,02% (Laporan DailySocial: Penggunaan Layanan Podcast 2018, 2018, p. 9).

Jam tayang ideal untuk *podcast* yang dijawab dari 1041 responden survei tersebut, 32,5% mendengarkan *podcast* di atas pukul 21.00 WIB, 27,02% pada pukul 17.00-21.00 WIB, 22,69% pada pukul 12.00-15.00 WIB, dan yang terakhir 17,79% mendengarkannya pada pukul 06.00-10.00 WIB (Laporan DailySocial: Penggunaan Layanan Podcast 2018, 2018, p. 9).

Riset tentang peran produser yang akan dijalani oleh penulis dalam pembuatan program *podcast* juga diperlukan. Produser adalah administrator sekaligus direktur teknis. Tanggung jawab seorang produser *Podcast* adalah mengelola *podcast*, merekam, mengedit hasil rekaman, dan banyak aktivitas di balik layar lainnya. Produser juga melakukan riset dan penelitian, serta merencanakan strategi dan kampanye marketing untuk memastikan keberhasilan *Podcast* (What Does a Podcast Producer Do?, n.d., para. 5).

Ada beberapa peran penting dan tanggung jawab yang harus dilakukan saat menjadi produser, yaitu (What Does a Podcast Producer Do?, n.d., paras. 6-9):

a) Mengawasi proses produksi

Salah satu peran produser *podcast* adalah mengawasi produksi dan memberikan ide-ide baru untuk *podcast*. Dia juga harus memiliki pengetahuan luas tentang *podcast* dan konsep episode.

b) Riset dan penjadwalan tamu/narasumber

Produser *podcast* perlu mencari tamu atau *influencer* yang dapat berbagi keahlian atau pengalaman mereka berdasarkan topik episode. Dia perlu menemukan orang-orang menarik yang akan membantu meningkatkan jumlah pengikut *podcast*. Selain itu, penjadwalan juga menjadi bagian dari pekerjaan produser.

c) Pengarahan dan Peneditan

Mengerjakan semua aspek produksi audio adalah tanggung jawab utama produser *podcast*. Dengan kata lain, produser bertanggung jawab atas perekaman, pengeditan, dan bahkan publikasi setiap episode.

d) *Team Leader*

Produser *podcast* juga memberikan dukungan kepada pembawa acara dan seluruh timnya selama proses konseptualisasi dan produksi. Riset juga dilakukan untuk menyesuaikan kriteria *podcaster* yang akan digunakan dalam program *podcast*. Dikarenakan minimnya sumber

informasi mengenai penyiar *podcast*, maka penulis menggunakan konsep-konsep penyiar radio sebagai acuan dalam bagian ini. Penyiar radio adalah orang yang bertugas memandu acara di radio (Ningrum, 2007, p. 19). Tugas utama seorang penyiar adalah melakukan tugas siaran untuk mencari pendengar sebanyak-banyaknya dan memastikan mereka mendengarkan siaran lebih lama dengan mengoptimalkan kemampuannya sebagai seorang penyiar (Wattie, 2017, p. 3).

Di masa sekarang ini, seorang penyiar paling tidak dapat memenuhi beberapa kriteria berikut ini (Prayudha dalam Wattie, 2017, p. 4):

1. Mempunyai kualitas vokal yang memadai
2. Mampu melaksanakan ‘adlibbing’ dan ‘*script reading*’
3. Memahami format radionya dan ‘*format clock*’
4. Memahami secara mendalam segmen radionya
5. Memperlihatkan simpati dan empati terhadap pendengarnya
6. Mampu menghasilkan gagasan-gagasan segar dan kreatif dalam siarannya
7. Mampu bekerjasama dalam tim.

Selain itu, ada beberapa kompetensi penyiar yang dijelaskan oleh Wattie (2017, pp. 4-6) berdasarkan konsep Hyde dalam *The Television and Radio Announcing* (2004), yaitu:

- Penyiar harus mampu menginterpretasi naskah

Penyiar harus bisa mengidentifikasi arti naskah secara keseluruhan. Terlepas dari seberapa bagus suara yang dikeluarkan, atau seberapa akurat pembacaan naskahnya, penyiar dapat dikatakan berkompetensi ketika mereka mampu mengkomunikasikan ide dan nilai naskah yang dibuat produser, seperti produser memahami isi naskah.

- Penyiar harus mampu menganalisis tanda baca yang digunakan dalam naskah

Penyiar harus menulis ulang tanda baca dalam materi naskah sesuai dengan versi dan karakter mereka.

- Penyiar harus mampu memberi tanda pada bagian-bagian yang penting
Penyiar diharuskan memberi tanda baca lain yang lebih besar dan menarik perhatian, dibanding titik (.) dan koma(,). Misal, tanda titik (.) diganti dengan dua garis miring (//) dan tanda koma (,) diganti dengan satu garis miring (/).

- Penyiar harus memverifikasi arti dan penyebutan setiap kata
Sebelum pembacaan naskah, penyiar diharapkan untuk mengerti setiap kata yang ada dalam naskah tersebut. Sehingga penyiar harus memverifikasi penyebutan kata tersebut dengan penulis yang bersangkutan.

- Penyiar harus membaca naskah sebelum menyiarkannya
Penyiar harus membaca naskah dengan lantang saat siaran. Untuk itu, penyiar harus bisa latihan membaca dengan keras sebelum siaran.

- Penyiari harus mampu menyampaikan daya tarik dari materi yang dibacakan

Apapun isi materi yang dibacakan, penyiari harus mampu menunjukkan rasa tertarik pada materi yang dibacakan. Sehingga, penyiari dapat berkomunikasi dengan baik kepada para pendengar.

- Penyiari harus mampu “berbicara” dengan pendengar

Penyiari harus mampu untuk membuat pendengar merasa penyiari tidak sedang membacakan naskah, tetapi lebih berbicara kepada para pendengar.

- Penyiari harus mampu mendapatkan latar belakang dari penulis dan naskah yang ditulisnya

Dengan melakukan pembicaraan secara lebih dalam dengan penulis atau produser, penyiari akan dapat mengetahui suasana apa yang ingin disampaikan oleh penulis kepada pendengar. Penyiari juga dapat memberikan saran atau improvisasi yang dapat membuat materi menjadi lebih menarik.

- Penyiari harus mampu memiliki karakteristiknya sendiri

Penyiari harus melakukan banyak latihan untuk mendapatkan karakternya masing-masing, seperti: menganalisa atau belajar dari penyiari yang sudah profesional, membiasakan diri dengan perubahan mood atau suasana hati, dan membicarakan naskah, bukan membacakan naskah.

- Penyiari harus mampu menyiarkan ad-lib

Bersiaran tanpa menggunakan naskah seringkali membuat penyiar lebih spontan dan terdengar santai, tetapi hal tersebut memiliki resiko membuat pendengar menjadi bosan. Untuk itu, saat penyiar melakukan siaran tanpa naskah atau ad-lib-ing, penyiar diharapkan tahu dengan apa yang dibicarakannya, tertarik dengan topik yang dibicarakan, berkomunikasi lebih baik dengan pendengar, dan mengembangkan karakter yang atraktif.

Riset yang juga dilakukan oleh penulis adalah pencarian narasumber. Dalam bukunya, Wendratama (2017, p. 103) menyebutkan bahwa secara ideal, liputan membutuhkan *cover multiple sides*. Seorang jurnalis harus mengakui bahwa dirinya selalu memiliki sudut pandang tertentu akibat pendidikan dan pengalaman hidup. Sehingga, jurnalis harus berusaha untuk menampilkan cerita seadil mungkin dengan sudut pandang yang beragam. Menurutnya, dalam rancangan paling tidak harus direncanakan untuk mencari empat atau lima narasumber sebagai cadangan apabila ada kemungkinan gagal melakukan wawancara salah seorangnya.

2) *Outline Episode*

Aspek *podcast* yang seringkali dianggap hebat dan dihargai adalah bahwa *podcast* seringkali dibuat tanpa naskah dan terlihat alami dan “tidak *live*”. Tetapi, hal ini bukan berarti pembuatan *podcast* sama sekali tidak

membutuhkan persiapan. Cara yang baik untuk meningkatkan profesionalisme program *podcast* adalah dengan membuat *outline* (Producing a Podcast Part 1: Pre-Production, 2018, para. 5).

Outline yang dibuat bisa sederhana, atau juga sedetail yang disukai, apa pun yang sesuai dengan gaya dan preferensi pembuat *podcast*. Beberapa hal yang baik untuk dipersiapkan adalah judul episode, nomor episode, nama narasumber/tamu, tanggal rekaman atau *timeline*, tanggal pengunggahan, segmen atau penyusunan *rundown* episode, dan pertanyaan jika *podcast* berbentuk wawancara (Producing a Podcast Part 1: Pre-Production, 2018, para. 6).

Selain hal-hal tersebut, penyusunan naskah juga dapat dilakukan pada tahap ini. Penulis menggunakan teknik penulisan naskah siaran radio karena radio dan *podcast* memiliki sifat yang mirip. Ada beberapa jenis naskah siaran (Ningrum, 2007):

a. *Pointer*

Naskah siaran *pointer* berbentuk poin-poin penting agar mudah dibaca penyiar/*podcaster*.

b. *Semi Pointer*

Naskah *semi pointer* terdiri dari kalimat pembuka dan penutup yang berbentuk kalimat, selanjutnya hal penting dalam informasi berbentuk poin-poin.

c. *Full Script Concept*

Naskah siaran berbentuk *full script* adalah tulisan berbentuk rangkaian kalimat yang ‘mengalir’ untuk menjelaskan sesuatu secara mudah dan ringkas.

Pada penyusunan naskah *podcast* “Coba Dengar” penulis menggunakan jenis *full script concept*. Yang isi naskahnya kalimat lengkap yang mengalir. Jenis naskah ini dipilih agar *podcaster* dapat dengan mudah mengingat dan memahami naskah siaran.

Beberapa petunjuk teknis pemilihan kata untuk penulisan naskah berita radio (Siahaan, 2015, pp. 128-131).

1. *Spoken words*. Menggunakan bahasa tutur dalam naskah berita radio adalah kata-kata yang tertulis persis seperti cara kita mengucapkannya. Penting untuk menggunakan penggenapan angka dalam penyampaian audio.
2. *Attribution*. Penyebutan atribusi seperti gelar, jabatan, status, atau keterangan posisi seseorang harus disebut sebelum nama, karena posisi tersebutlah yang menunjukkan relevansinya dengan kepentingan masyarakat, seperti kepala polisi atau kapolda.
3. *Stay away from quotes*. Hindari penggunaan kutipan langsung seperti kata-kata yang digunakan dalam bahasa cetak. Penggunaan kutipan langsung tidak lazim dalam bahasa percakapan sehari-hari.

4. *Avoid abbreviation.* Hindari penggunaan singkatan atau akronim karena tidak semua orang mengerti artinya, kecuali singkatan tersebut menjadi bahasa sehari-hari.
5. *Subtle repetition.* Pengulangan galus untuk suatu kata kunci tertentu ataupun nama seseorang khususnya yang namanya memiliki atribusi khusus perlu dilakukan dengan tujuan agar presentasinya tidak membosankan dan monoton.
6. *Present tense.* Penggunaan tata bahasa dengan perspektif masa kini adalah ciri kuat dari bahasa radio. Meskipun pada *podcast*, hal ini tidak menjadi acuan spesifik karena sifat *podcast* yang dapat didengarkan kapan saja.

3) Mempersiapkan peralatan

Untuk menghasilkan *podcast* yang baik, diperlukan peralatan yang akan mendukung proses perekaman audio. Terdapat tiga peralatan utama yang diperlukan untuk merekam *podcast* (Podcasting Equipment and Software For Every Type Of Podcaster, n.d., paras. 2-3). Selain komputer atau tablet, berikut peralatan rekam yang diperlukan ada beberapa hal lain yang diperlukan, yaitu: *microphone*, *headphone*, dan perangkat lunak perekaman. *Microphone* adalah alat untuk merekam suara.

Penulis menggunakan acuan jurnalistik radio untuk menjelaskan kategori mikrofon berdasarkan kategori direktivitas atau arah suara yang

dapat ditangkap. Tiga kategori mikrofon berdasarkan kategori tersebut adalah (Siahaan, 2015, pp. 200-202):

a) Omnidirectional microphone

Istilah lain dari *mic* ini adalah *non-directional microphone*. Jenis *microphone* ini dikelompokkan dalam tipe *moving coil*, yang dapat menangkap suara dari segala arah dengan kekuatan yang sama besarnya. Biasa digunakan jika perekaman di studio yang membutuhkan suara semua orang pada satu *mic* terdengar sama jelasnya.

b) Bidirectional microphone

Jenis mikrofon ini masuk dalam tipe *ribbon* yang menangkap suara dengan sensitivitas yang sangat baik dalam dua arah. Mikrofon ini juga dikenal dengan sebutan *figure eight*, karena pola responnya mirip angka delapan. Mikrofon jenis ini digunakan dalam radio pada saat wawancara, dengan cara meletakkan mikrofon di posisi tengah antara pewawancara dan orang yang diwawancarai.

c) Unidirectional microphone

Jenis mikrofon ini termasuk dalam *moving coil* yang memiliki sensitivitas yang sangat baik untuk merekam dari satu arah saja. Jenis mikrofon ini dikategorikan lagi menjadi beberapa jenis berdasarkan lebar *pick-up pattern* dalam *mic* tersebut. Jenis-jenis tersebut adalah: (1) *Cardioid*, disebut seperti itu karena bentuk responnya mirip dengan bentuk jantung (*cardio* adalah jantung dalam istilah kedokteran). Mikrofon dengan

jenis ini sensitif dengan suara yang berasal dari depan dan kurang sensitif dengan suara yang berasal dari belakang; (2) *Supercardioid*, jenis mikrofon ini lebih *directional* daripada *cardioid*. Ketika mikrofon jenis ini diarahkan ke arah sumber suara, suara-suara yang mengganggu atau *noise* akan cenderung teredam. Pola yang berkutub pada *mic* ini mirip dengan pola dengar telinga kita; (3) *Hypercardioid*, merupakan jenis mic yang memiliki pola kutub yang lebih sempit dibanding *supercardioid*. Karena memiliki sudut yang lebih sempit dan dapat lebih meredam suara dari samping, mikrofon jenis ini harus selalu diarahkan untuk mengikuti sumber suara; (4) *Parabolic*, jenis mikrofon ini merupakan yang paling *directional*. *Parabolic microphone* dapat menangkap suara dengan radius lebih dari 60 meter.

Dari ketiga jenis mikrofon di atas, untuk jurnalistik radio, seringkali digunakan mikrofon jenis *unidirectional* yang dapat mengambil sumber suara tanpa mengambil suara-suara sekitar. Itulah mengapa penulis dan tim memilih jenis *microphone* dengan tipe *unidirectional*, lebih tepatnya jenis *cardioid* yaitu Audio Technica dengan seri AT2020 USB.

Headphone juga diperlukan untuk mencegah kesalahan dan pengambilan suara yang berulang. Penyiar dapat mendengarkan suaranya di *headset*, sehingga saat merekam mereka dapat mengetahui apakah terdapat kesalahan atau tidak. (Podcasting Equipment and Software For Every Type Of Podcaster, n.d., para. 10).

Perangkat lunak perekaman diperlukan untuk memastikan suara direkam oleh komputer. Salah satu perangkat lunak yang disarankan untuk proses perekaman adalah Adobe Audition (Geoghegan & Klass, 2007, p. 70). Adobe Audition adalah perangkat lunak yang mencakup multitrack, *waveform*, dan tampilan spektral untuk membuat, menggabungkan, dan menyunting konten audio (Adobe, n.d.). Perangkat lunak ini dapat digunakan untuk melakukan perekaman sekaligus juga sebagai penyuntingan. Penulis menggunakan perangkat lunak ini khusus untuk merekam naskah di luar percakapan penulis dengan narasumber.

b. Produksi

Setelah mempersiapkan fase pra produksi *podcast*, saatnya melakukan proses produksi.

1) Persiapan rekaman

Perlengkapan rekaman yang sudah disiapkan pada bagian pra-produksi dan lingkungan perekaman adalah dua faktor yang cukup besar, yang akan mempengaruhi kualitas hasil suara rekaman. Meskipun peralatan yang digunakan cukup baik, ruangan atau lingkungan juga harus diperhatikan saat melakukan perekaman (Producing a Podcast Part 2: Production, 2018, para. 2).

Terdapat beberapa tips yang dapat dilakukan untuk mencari lingkungan yang tepat saat perekaman *podcast* (Producing a Podcast Part 2: Production, 2018, para. 4):

- a) Hindari area yang rawan kebisingan berlebihan, seperti kebisingan jalan, dengungan dari peralatan, atau lalu lintas pejalan kaki yang konstan.
- b) Perhatikan akustik atau suara ruangan di lingkungan rekaman. Permukaan reflektif akan mempengaruhi dan menyebabkan rekaman menjadi bergema.
- c) Gunakan sebanyak mungkin permukaan absorptif atau permukaan yang menyerap (suara) di ruangan. Idealnya juga diletakkan di depan mikrofon.
- d) Cobalah untuk menghindari mikrofon berhadapan langsung dengan permukaan reflektif. Menghadapkannya ke sudut ruangan daripada langsung ke permukaan datar dapat membantu.
- e) Jika semua dinding dan langit-langit ruangan bersifat reflektif, maka sebisa mungkin atur arak mikrofon sejauh mungkin terhadap permukaan tersebut.

Seperti yang sudah dipersiapkan di bagian pra produksi, Adobe Audition akan dipilih sebagai aplikasi perekaman audio. Sehingga aplikasi ini akan dipersiapkan untuk bagian perekaman.

Berkaitan dengan kondisi pandemi yang masih belum membaik, pembuatan podcast ini akan menggunakan prinsip perekaman jarak jauh. Untuk itu, diperlukan persiapan untuk mengenali bagaimana melakukan perekaman jarak jauh. Menurut Buzzsprout (2020), peralatan yang digunakan untuk perekaman jarak jauh relatif sama. Perangkat lunak yang digunakan untuk merekam lah yang cukup berbeda. Karena perekaman jarak jauh memerlukan aplikasi wawancara daring yang dapat merekam suara dengan jernih, maka pemilihan aplikasi ini menjadi penting untuk menghasilkan luaran yang baik.

Untuk perekaman *podcast* bersama narasumber yang memprioritaskan audio sebagai keluarannya, salah satu aplikasi yang disarankan oleh situs Buzzsprout adalah Zencastr.

Zencastr adalah salah satu aplikasi pertama yang memperkenalkan kualitas audio dengan sistem *lossless* ke ekosistem perangkat lunak wawancara daring ketika diluncurkan pada 2016 dan hingga kini masih menjadi favorit banyak *podcaster* (How to Record Long-Distance Podcast Interviews, 2020, para. 44).

Dasbor Zencastr memungkinkan penggunanya membuat undangan rekaman, merekam episode, dan melihat bentuk gelombang audio setiap orang dengan mudah dan lugas. Zencastr secara progresif mengunggah file audio setiap orang saat wawancara berlangsung, jadi tidak perlu

mengirimkan file tersebut sesudah melakukan wawancara (How to Record Long-Distance Podcast Interviews, 2020, paras. 45-46).

Saat wawancara selesai, pengguna hanya perlu menekan tombol *stop* dan tunggu Zencast selesai mengunggah file audio. Akan ada *pop-up* yang mengkonfirmasi unggahan pengguna telah selesai sebelum menutup jendela (ini juga berlaku untuk tamu/narasumber) (How to Record Long-Distance Podcast Interviews, 2020, para. 47).

Pada aplikasi ini, paket standar yang gratis dapat merekam hingga delapan jam dalam sebulan dengan maksimal dua tamu/narasumber. Meskipun demikian, pada masa pandemi ini *Zencast* menyediakan fitur perekaman tanpa batas waktu. Terdapat pula paket berbayar untuk merekam tanpa batas.

Dengan paket berbayar, pengguna juga dapat membuka fitur seperti "*Automatic Post-Production*", yang secara otomatis menggabungkan dan menyempurnakan setiap file audio berdasarkan algoritma yang dirancang untuk membuat suara *podcast* pengguna jernih dan profesional (How to Record Long-Distance Podcast Interviews, 2020, para. 48).

2) Rekaman

Dalam melakukan rekaman, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu komponen vokal dan teknik mikrofon yang digunakan saat melakukan rekaman.

Mengolah *podcast* memerlukan teknik olah vokal yang baik. Penulis menggunakan acuan komponen vokal radio untuk membantu menciptakan *podcast* dengan kualitas audio yang baik. Berikut adalah komponen vokal yang harus diolah untuk keperluan produksi suara (Siahaan, 2015, pp. 144-148):

- a) Artikulasi: Kejelasan ejaan dalam berbicara. Artikulasi yang jelas menunjukkan bahwa pembicara/penyiar sungguh-sungguh dan menguasai materi berita yang disampaikan. Artikulasi pesan yang jelas juga dapat mengantar pesan mengenai isi berita tersampaikan dengan pemahaman yang baik oleh pendengar
- b) Kecepatan bicara: Ukuran kecepatan bicara akan memberikan kesan kepada pendengar. Kecepatan dalam radio adalah tempo sedang seperti yang digunakan dalam percakapan sehari-hari. Kecepatan ini kurang lebih 120 kata per menit.
- c) Intonasi: Tinggi rendahnya nada dalam pengucapan untuk menekankan kata atau makna yang terdapat dalam kata serta unsur emosi yang dilekatkan kepada kata. Intonasi menyangkut dengan aspek personal radio.
- d) Ekspresi: Sikap dan respon fisik yang seirama dengan nada ucapan. Ekspresi dapat terdengar melalui suara, untuk itu, kita harus mengeluarkan suara yang jujur. Tanpa ekspresi penyiar, pendengar hanya mendengar suara dengan pesan terbatas.

- e) Interpretasi: Pemaknaan atas naskah audio. Usaha pemaknaan dan pemahaman akan mempengaruhi nada dan ekspresi suara saat membaca naskah. Untuk dapat memahami, diperlukan rise atas bahan siar. Diperlukan juga wawasan pengetahuan dan kemampuan analisis agar cepat mendapatkan pemahaman.
- f) Suasana hati: Vokal yang berintegritas harus menggambarkan suasana hati, juga psikologis orang yang berbicara. Keberadaan suara meliputi suasana psikologis orang-orang di sekitarnya termasuk penyiar.

Selain itu, teknik mikrofon juga harus diperhatikan saat melakukan rekaman. Ada beberapa teknik mikrofon yang dapat dipraktekkan saat memproduksi *podcast* (Producing a Podcast Part 2: Production, 2018, para.

7):

- a) Jaga jarak dengan mikrofon saat berbicara sekitar 6-8 inci
- b) Jangan berbicara langsung ke mikrofon. Jika iya, udara yang keluar dari mulut saat berbicara akan tertangkap langsung pada kapsul *mic* yang dapat menyebabkan suara keras dalam rekaman yang disebut “plosif”. Filter *pop* dirancang untuk mengurangi hal ini, dan Anda harus menggunakannya, tetapi harus juga disertai dengan teknik mikrofon yang tepat untuk suara terbaik. Coba gerakkan mikrofon beberapa inci ke kiri atau kanan mulut, lalu arahkan kembali ke

mulut. Dengan cara ini sedikit menyimpang ke samping dan keluar dari jalur udara, tetapi masih menghadap sumber suara.

- c) Perhatikan benda yang ada di belakang subjek berbicara. Karena mikrofon menghadap subjek, mikrofon juga menghadap apa pun yang ada di belakang subjek. Hindari sumber kebisingan lingkungan sekitar, atau permukaan reflektif yang keras tepat di belakang subjek/pembicara.
- d) Tetap terhidrasi dan mungkin siapkan segelas air untuk membantu menghindari suara mulut dan bunyi klik yang bisa berasal dari mulut kering atau dehidrasi.

3) Pembuatan *intro*, *outro*, dan *artwork podcast*

Dalam proses produksi, diperlukan juga pembuatan *intro*, *outro*, dan *artwork podcast*. Pembuatan *intro* ini penting karena *intro podcast* adalah apa yang membuat pendengar mendengarkan *podcast*. *Outro* juga penting karena membantu pendengar untuk mendengarkan episode lanjutan (McLean, 2020b, para. 2). Ada beberapa hal yang perlu ada dalam *intro* untuk menarik pendengar (McLean, 2020b, para. 12).

- a) Nama pembicara/*podcaster*. Tidak perlu nama lengkap, nama sebutan juga bisa digunakan. Biarkan pendengar mengenali nama atas suara yang mereka dengar seawal mungkin.
- b) Nama *podcast*

- c) Untuk siapa *podcast* tersebut? Jika ditujukan untuk orang-orang yang ingin belajar bahasa Spanyol, jelaskan sejak awal.
- d) Apa tema keseluruhan *podcast*? Tentang apa program tersebut? (Masalah apa yang dapat diselesaikan oleh seri *podcast* ini? Masalah apa yang diselesaikan oleh episode ini?)

Selain intro, ada juga beberapa tips dalam membuat outro. Satu atau dua menit terakhir dalam *podcast* harus membuat impresi yang berkesan bagi pendengar. Tugas *outro* pada dasarnya adalah mengucapkan terima kasih kepada pendengar karena telah mendengarkan, dan mengarahkan mereka ke arah detail penting yang muncul selama episode tersebut (Producing a Podcast Part 2: Production, 2018, paras. 22-25).

Hal-hal yang perlu ada dalam *outro* adalah:

- a) Ucapan terima kasih karena pendengar telah meluangkan waktu mendengarkan *podcast*.
- b) Arahkan mereka ke catatan yang ditampilkan di situs web Anda (jika ada) untuk tautan ke semua yang disebutkan dalam episode ini.
- c) Jika memungkinkan, berikan *teaser* tentang apa yang ada di episode selanjutnya
- d) Arahkan mereka ke satu platform—laman *podcast*.
- e) Sertakan 'Ajakan Bertindak' atau *Call to Action* (CTA). Ini adalah kesempatan untuk meminta respon atau balasan. Sukup berikan satu CTA saja per episode. Pada CTA ini, *podcaster* dapat meminta

pendengar untuk *subscribe podcast* Anda, membagikan *podcast* atau memberitahu teman pendengar yang belum pernah mendengarkan *podcast* tentang *podcast* tersebut, beri peringkat/ulas *podcast*, dll.

Ada beberapa tips untuk membuat logo pada *podcast*, yaitu (McLean, 2020a, para. 56):

- a) Pikirkan tentang hal apa yang penting untuk *podcast*. Kategori apa yang cocok dan apa yang membuatnya unik? Faktorkan itu ke dalam gambar dan *font*.
- b) Buat *artwork* dengan sederhana. Hal ini akan membuat *artwork* mudah diingat dan jelas meski kecil.
- c) Saat mendesain *artwork*, perkecil untuk memastikannya masih terlihat bagus dalam ukuran kecil.
- d) Jangan lupa untuk merencanakan seperti apa tampilan gambar *header*.

4) Pembuatan Konten Promosi

Selain melakukan rekaman, penulis dan tim mendiskusikan perlunya pembuatan promosi pada tahap produksi. Karena promosi yang dilakukan akan memanfaatkan platform Instagram, penulis dan tim mencari tahu lebih dalam mengenai platform ini. Instagram adalah sebuah aplikasi *mobile* berbasis iOS, Android dan Windows Phone yang memungkinkan penggunaanya untuk membidik, menyunting, dan juga mengunggah foto atau video ke halaman utama Instagram dan media sosial lainnya. Foto

atau video yang diunggah atau dibagikan di Instagram nantinya akan muncul di Feeds pengguna lain yang menjadi *follower* pengguna (Winarso, 2015, para. 3).

Sistem pertemanan di aplikasi Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti Anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* adalah ketika pengguna lain yang mengikuti Anda. Interaksi di aplikasi ini selanjutnya dilakukan dengan cara memberikan komentar dan/atau memberikan respon atas foto atau video yang dibagikan sesama pengguna (Winarso, 2015, para. 4).

Awalnya, Instagram dikembangkan oleh *startup* dengan nama Burbn, Inc. yang dikelola oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram kemudian diakuisisi oleh Facebook pada 9 April 2012 (Winarso, 2015, para. 6).

Salah satu fitur instagram adalah Instagram Stories. Fitur ini memungkinkan pengguna membagikan foto atau video vertikal yang menghilang selama 24 jam (EliteMarketer, n.d.). Instagram Stories dapat digunakan untuk mempromosikan merk atau *brand* dengan skala besar, dan terbukti dapat membuat *customer* tergerak setelah melihat kontennya (Instagram, n.d.).

Selain itu, terdapat Instagram Feeds, yang merupakan halaman utama Instagram, tempat unggahan *follower* atau *following* anda membagikan

unggahan. Unggahan ini berupa foto atau video, yang bisa dilengkapi oleh *caption*.

Survei yang dilakukan oleh Hootsuite bersama dengan WeAreSocial menunjukkan beberapa temuan terkait Instagram dan media sosial di Indonesia. Dalam survei ini, disebutkan bahwa di Indonesia, terdapat 160 juta pengguna aktif media sosial. Selain itu, 79% pengguna internet yang berada pada rentang usia 16-64 tahun adalah pengguna Instagram, membuat Instagram berada di urutan ke-4, di bawah Youtube, WhatsApp dan Facebook (WeAreSocial; Hootsuite, 2020).

Dalam survei yang sama, ditemukan bahwa terdapat 63 juta pengguna yang dapat terhubung dengan iklan yang ada di Instagram. Dengan hasil riset ini, penulis dan tim memutuskan untuk mempersiapkan unggahan di Instagram sebagai bentuk promosi konten.

Unggahan yang dibuat salah satunya dalam bentuk audiogram. Audiogram adalah kombinasi seni visual, gelombang suara, trek audio, dan, transkripsi dialog (Friel, 2019, para. 2). Audiogram ditujukan agar sesuai unggahan yang berupa audio terlihat lebih menarik ketika diunggah di media sosial. Pembuatan audiogram harus disesuaikan dengan platform apa yang akan digunakan nanti. Format file MP4 persegi hanya bisa cocok untuk platform facebook dan Twitter, sementara pada IGTV membutuhkan format file dengan bentuk persegi panjang (16:9) (Friel, 2019, para. 13).

Pembuatan audiogram dapat dilakukan melalui beberapa aplikasi. Salah satu aplikasi yang membuat audiogram dengan mudah adalah dengan menggunakan Adobe After Effect. Aplikasi ini dapat membuat audiogram dengan menyesuaikan dimensi media sosial yang digunakan. Karena penulis menggunakan Instagram, maka penulis menggunakan dimensi persegi panjang 3:4 horizontal untuk pembuatannya. Audiogram ini dapat dimasukkan ke unggahan dengan melakukan penyuntingan di aplikasi penyunting video.

c. Pasca Produksi

Berdasarkan The Podcast Production Company, ada beberapa hal yang harus dilakukan pada bagian pasca produksi *podcast* (Producing a Podcast Part 3: Post-Production, 2018).

1) Penyuntingan dan finalisasi episode

Hal paling penting yang harus dilakukan sebagai bagian dari proses pasca produksi adalah menyunting dialog episode *podcast*. Proses penyuntingan audio ini fungsinya untuk membuang bagian audio yang tidak diperlukan dan merapikan bagian yang akan masuk ke dalam *podcast*. Perangkat lunak perekaman dan penyuntingan audio yang dipilih, termasuk perangkat keras yang akan dipilih, akan menentukan pengalaman merekam dan menyunting *podcast*. Untuk lebih jelasnya, proses ini tidak hanya

merekam, tetapi juga akan menyunting, memproses, menggabungkan, dan memfinalisasinya (Geoghegan & Klass, 2007, p. 66).

alah satu aplikasi yang disarankan adalah Adobe Audition. Adobe Audition adalah perangkat lunak komprehensif yang mencakup *multitrack*, *waveform*, dan tampilan spektral untuk membuat, menggabungkan, dan menyunting konten audio (Adobe, n.d.). Perangkat ini menawarkan penggabungan dan penyuntingan lanjutan serta fitur-fitur untuk memberikan efek.

Keluaran yang paling ideal untuk *podcast* adalah dalam format MP3. Hal ini untuk memastikan kompatibilitas dengan sebagian besar aplikasi *podcast*. Sedangkan *bitrate* atau kecepatan transfer data untuk spoken words atau kata-kata yang diucapkan adalah 96 kbps mono, dan 192 kbps stereo untuk musik (How to Start a Podcast: The Step-by-Step Guide, n.d.). Menurut The Podcast Production Company (2018), hal yang perlu dilakukan pada tahap ini adalah menyunting dialog, memperbaiki audio, penambahan musik atau efek suara, penambahan *intro* dan *outro*, dan menggabungkan audio. Setelah itu, baru dilakukan finalisasi.

Seberapa rumitnya proses penyuntingan akan bergantung pada beberapa faktor dan akan bervariasi (Producing a Podcast Part 3: Post-Production, 2018). Misalnya, *podcast* naratif yang mengikuti naskah atau garis besar kemungkinan akan membutuhkan pengeditan yang lebih mendalam daripada program dengan percakapan yang tidak langsung.

Seberapa banyak penyuntingan dialog juga akan bergantung dengan pilihan gaya *podcast*. Di bawah ini adalah daftar yang disarankan dalam laman *The Podcast Production Company* (Producing a Podcast Part 3: Post-Production, 2018) Berikut ini daftar periksa tentang masalah yang dapat diatasi saat mengedit dialog:

- a) Sunting kesalahan yang jelas
- b) Sunting konten yang tidak perlu jika ingin mencoba mencapai durasi episode yang diinginkan
- c) Sunting alur/pengaturan waktu, persingkat jeda yang canggung, rapatkan jarak antara audio yang berbeda, tambahkan ruang di mana ucapannya terlalu cepat atau berantakan, dll.
- d) Sunting kata/momen yang tidak perlu (jika diperlukan) –hal-hal seperti "umm", "ahh", kata-kata yang diulang, dll. Hal ini adalah pilihan yang berkaitan dengan gaya *podcast* untuk seberapa banyak bagian yang ingin disunting.
- e) Sunting saat-saat canggung—pembawa acara saling berbicara, batuk, suara latar yang keras, dll

Selain itu, ada beberapa daftar yang dapat dijadikan acuan dalam menyunting audio. Berikut ini daftar periksa beberapa hal yang mungkin ingin dilakukan:

- a) Hapus kebisingan latar belakang: Suara jalanan, dengungan dari peralatan, nada ruangan yang mengganggu, dll.

- b) *De-verb*: Bagian ini menyunting audio yang masih bergema atau bergaung.
- c) *De-ess* dan *De-plosive*: Pengurangan bagian pengucapan mengganggu seperti suara “ess” dan “pop” saat merekam.
- d) *Equalizer* (EQ): penyesuaian *equalizer* pada audio. Penyesuaian ini bervariasi tergantung kebutuhan, tergantung dengan kualitas audio saat perekaman. *Equalizer* adalah alat atau *tools* untuk mengatur frekuensi berbeda pada sebuah audio. Fungsi atau alat ini memungkinkan Anda untuk memotong atau meningkatkan level rentang frekuensi tertentu, memberikan kontrol volume suara yang lebih detail (TechTerms, 2020, para. 1)
- e) Kompresi: Jika terdapat pembicara yang sangat dinamis yang bervariasi antara suara sangat keras dan sangat tenang selama rekaman, mungkin membantu menggunakan beberapa kompresi untuk meratakannya.
- f) *Gating*: *Noise gate* adalah alat yang pada dasarnya akan mematikan audio secara bersamaan ketika berada di bawah ambang tertentu yang telah ditetapkan, dan membiarkannya diputar ketika berada di atas ambang itu. Dalam praktiknya selama *podcast*, ini bisa terlihat seperti trek yang dibungkam saat seseorang tidak berbicara, dan kemudian diputar secara teratur selama rekaman pidato mereka. Ini

bisa menjadi cara yang bagus untuk membuat trek dialog terdengar lebih murni.

Program *podcast* yang menampilkan pendekatan yang lebih berat pada produksi seperti penambahan *music bed*, *sound effect*, klip media, dll, maka hal-hal tersebut akan ditambahkan pada tahap pasca produksi ini. Dialog sebaiknya disunting terlebih dahulu karena menjadi fokus episode, kemudian baru musik, *sound effect*, atau aset audio lainnya (Producing a Podcast Part 3: Post-Production, 2018, para. 6). Setelah memiliki konten utama episode yang ditata, dengan dialog yang diedit, dan musik, efek suara, atau elemen produksi lainnya yang berlapis, dapat ditambahkan bagian *intro* dan *outro*. File *intro* dan *outro* yang dibuat akan ditambahkan pada tahap ini.

Tahap selanjutnya adalah tahap *mixing*. Tahap *mixing* mengacu pada proses penggabungan semua elemen audio yang berbeda dari episode *podcast* sehingga semuanya bekerja dengan baik dan tidak mengganggu satu sama lain atau titik fokus episode. Meskipun *mixing* adalah topik mendalam yang melibatkan banyak alat, teknik, dan proses produksi audio yang berbeda, berikut adalah beberapa hal dasar yang perlu diperhatikan (Producing a Podcast Part 3: Post-Production, 2018, paras. 9-10).

a) Tingkat dialog di antara pembicara yang berbeda: Pastikan bahwa jika ada banyak orang pada saat rekaman, tingkat volume dialog mereka semuanya cukup konsisten.

b) *Panning*: Ini adalah proses menempatkan elemen audio di bidang stereo.

Jika menggunakan sepasang *headphone*, sesuatu yang hanya diputar dari *headphone* kiri digeser ke kiri, dan sesuatu yang hanya diputar dari *headphone* kanan akan digeser dengan keras ke kanan. Sesuatu yang digeser di tengah akan diputar dengan volume yang sama dari *headphone* kiri dan kanan, memberikan kesan bahwa itu datang dari depan

c) Level musik: Ini akan menjadi pilihan gaya dari *podcast*, tetapi perlu ditentukan apakah musik hanya untuk duduk di bawah dialog atau akan memainkan peran yang lebih menonjol, dan mencampurnya seperti itu. Hal-hal seperti penyesuaian EQ dan *Stereo Width* juga dapat membantu memisahkan musik Anda dari dialog, sehingga keduanya tidak saling mengalahkan.

d) *Sound effect (SFX)*: *Sound effect* atau efek suara adalah suara buatan atau suara yang dimaksudkan untuk mengiringi aksi dan menyediakan realisme dalam teater, radio, televisi, dan film. SFX ini dapat ditambahkan untuk memisahkan segmen atau sekadar menyesuaikan suasana.

2) Pengunggahan konten promosi

Pada tahap ini, semua konten promosi di platform yang disediakan mulai melakukan proses pengunggahan. Baik itu di media sosial, maupun situs resmi *podcast*.

3) Pengunggahan episode

Pengunggahan hasil audio ke aplikasi *podcast* akan menggunakan aplikasi Anchor FM sebagai distributor dan Spotify sebagai platform unggahan audio. Anchor FM memungkinkan kita untuk memandu *podcast* dan mendistribusikannya secara gratis tanpa batas. Terdapat pula fitur untuk mendengarkan pesan suara dari pendengar yang dapat digabungkan ke dalam *podcast*. Anchor FM juga memiliki fitur analitik lintas platform untuk melihat kinerja *podcast*. Terdapat pula lisensi non-eksklusif yang memungkinkan pengguna untuk memiliki konten tanpa kontrak (Anchor, n.d.).

Berdasarkan hasil peninjauan penggunaan aplikasi Anchor FM, penulis menemukan beberapa tahapan yang harus dijalankan untuk mengunggah *podcast* di Anchor FM, yaitu:

1. Buat akun dan Log in akun
2. Set up *podcast*. Saat membuka laman Anchor FM ada *tulisan Go to Podcast Setup*. Atur terlebih dahulu identitas *podcast*.
3. Setelah itu, di laman awal akan ada tombol Let's Do It. Klik tombol tersebut.

4. Unggah atau rekam file audio. Pengguna dapat memilih untuk merekam langsung *podcast*, atau menggunakan file yang sudah ada pada komputer.
5. Setelah file berhasil diunggah, klik *Save Changes*.
6. Akan terbuka laman untuk memberikan detail informasi mengenai episode *podcast*. Di bagian ini, isi judul episode, deskripsi, nomor episode, tipe episode, tipe konten, dan lain-lain.
7. Setelah detail episode selesai, akan ada opsi *Save as Draft* untuk menyimpan data sebagai *draft* dan *Publish Now* untuk langsung mempublikasikan dan mendistribusi konten.
8. Jika ingin mendistribusikan konten ke platform lain, pengguna harus mengisi kolom yang berisi judul program, deskripsi program, genre program, bahasa apa yang digunakan, dan desain *cover* program.
9. Jika pengguna memilih platform Spotify, maka Anchor akan secara langsung mendistribusikan konten audio ke dua aplikasi, yaitu ke Anchor dan Spotify. Pengguna dapat memastikan hal ini dengan mengklik tombol Menu→Distribution. *Podcast* akan secara otomatis diunggah di Spotify dalam waktu 24 jam.
10. Jika ingin mengunggah di luar aplikasi Spotify atau Anchor, pengguna dapat memanfaatkan tautan RSS feed yang disediakan Anchor.
11. Status pengunggahan konten audio akan dapat diketahui dengan notifikasi di *e-mail* jika sudah berhasil terunggah.

2.2.6 Perempuan dan Kesetaraan Gender

Perempuan secara etimologis berasal dari kata “empu” yang berarti tuan, orang yang mahir/berkuasa, hulu, kepala, atau yang paling besar. Dilihat dari tinjauan etimologisnya, perempuan memiliki nilai cukup tinggi, bukan di bawah, tetapi sejajar dengan laki-laki. Kata perempuan ini juga memiliki hubungan dengan kata ampu yang berarti sokong, penyangga, memerintah, penjaga keselamatan, dan bahkan wali. Makna kata perempuan yang cukup kuat ini menjadikannya sebagai simbol pergerakan (Parhani, 2021, paras. 5-6).

Meskipun demikian, kata perempuan mengalami peyorasi atau penurunan makna, salah satunya dapat terlihat pada pencantuman definisi perempuan pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang didefinisikan sebagai orang yang memiliki vagina, dapat menstruasi, dapat hamil, melahirkan anak, dan menyusui; istri, bini; dan juga betina (khusus untuk hewan). Degradasi makna ini menjadi salah satu hal yang dikampanyekan untuk diubah oleh seniman dan kurator, Ika Vantiani (Parhani, 2021, paras. 15-18).

Perempuan juga merupakan sinonim dari wanita. Namun, sejak zaman sebelum kemerdekaan, kata wanita ini dianggap memiliki arti yang kurang baik. Secara etimologis, kata wanita ini berasal dari kata dari kata “vanita” dari Bahasa Sanskerta dan memiliki arti “yang diinginkan”. Wanita bukan merujuk pada perbedaan jenis kelamin, tetapi dianggap sebagai objek yang selalu diinginkan oleh laki-laki (Parhani, 2021, para. 2).

Kata Wanita juga sempat menjadi perdebatan pada masa Orde Baru yang melihat Perempuan sebagai sesuatu yang keluar jalur dan harus dikembalikan ke jalan yang benar. Kata Wanita kemudian digunakan untuk menggiring agar wanita sesuai dengan “kodrat”-nya yang sesungguhnya, yaitu patuh, halus, mendukung, dan juga mendampingi. Hal ini juga terlihat saat muncul Lembaga pemerintah yang menggunakan kata wanita ketimbang perempuan (Parhani, 2021, paras. 9-12).

Polemik untuk memastikan wanita tunduk pada kodratnya dan menghentikan pergerakan perempuan ini membuat aktivis pergerakan perempuan baru mengubah dan menolak istilah wanita dan domestikasi Orde Baru. Untuk itulah penulis menggunakan kata “Perempuan” dan bukan “Wanita” untuk *podcast* penulis.

Sementara itu, definisi gender menurut World Health Organization (WHO) mengacu pada karakteristik wanita, pria, anak perempuan dan anak laki-laki yang dikonstruksi secara sosial. Ini termasuk norma, perilaku dan peran yang terkait dengan menjadi perempuan, laki-laki, perempuan atau laki-laki, serta hubungan satu sama lain. Sebagai konstruksi sosial, gender bervariasi dari masyarakat ke masyarakat dan dapat berubah seiring waktu (WHO, n.d., para 1).

Gender bersifat hierarkis dan menghasilkan ketidaksetaraan yang bersinggungan dengan ketidaksetaraan sosial dan ekonomi lainnya. Diskriminasi berbasis gender bersinggungan dengan faktor-faktor lain diskriminasi, seperti etnis, status sosial ekonomi, kecacatan, usia, lokasi geografis, identitas gender dan orientasi seksual, antara lain. Ini disebut sebagai interseksionalitas (WHO, n.d., para 2).

Gender tidak sama dengan jenis kelamin, yang mana mengacu pada perbedaan karakteristik biologis dan fisiologis perempuan, laki-laki dan interseks, yang datang secara lahiriah seperti kromosom, hormon, dan organ reproduksi. Identitas gender lebih mengacu pada pengalaman gender yang dirasakan, internal, dan individual, yang mungkin sesuai atau bisa juga tidak sesuai dengan fisiologi orang tersebut atau jenis kelamin yang ada sejak lahir (WHO, n.d., para 3).

Ketidaksetaraan gender dan diskriminasi yang dihadapi oleh perempuan dan anak perempuan dapat membahayakan kesehatan dan kesejahteraan mereka. Perempuan dan anak perempuan seringkali menghadapi hambatan yang lebih besar daripada laki-laki dan anak laki-laki untuk mengakses informasi dan layanan kesehatan. Hambatan yang disebut ini termasuk pembatasan mobilitas; kurangnya akses ke kekuasaan pengambilan keputusan; tingkat melek huruf yang lebih rendah; sikap diskriminatif masyarakat dan penyedia layanan kesehatan; dan kurangnya pelatihan dan kesadaran di antara penyedia layanan kesehatan dan sistem kesehatan tentang kebutuhan dan tantangan kesehatan khusus perempuan dan anak perempuan (WHO, n.d., para. 5).

WHO juga mencatat bahwa perempuan dan anak perempuan menghadapi tingkat kekerasan yang sangat tinggi yang berakar pada ketidaksetaraan gender dan berada dalam risiko besar dari praktik-praktik berbahaya seperti mutilasi alat kelamin perempuan, dan anak, pernikahan dini dan pernikahan paksa. Catatan WHO menunjukkan bahwa sekitar 1 dari 3 wanita di seluruh dunia pernah mengalami

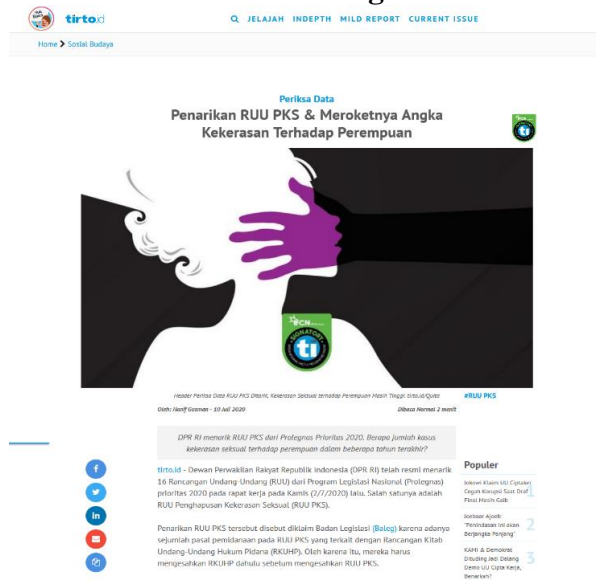
kekerasan fisik dan/atau seksual pasangan intim atau kekerasan seksual non-pasangan dalam hidup mereka (WHO, n.d., para 6).

Isu gender sendiri di Indonesia masih berkaitan dengan diskriminasi. Diskriminasi yang terjadi di Indonesia dapat terlihat dari sikap masyarakat yang cenderung misoginis dan menyalahkan perempuan pada kasus kekerasan seksual (Saputra, 2016). Komnas Perempuan juga mencatat peningkatan kasus kekerasan seksual kepada perempuan yang meningkat. Angka kekerasan seksual di Indonesia meningkat hampir 8x lipat dalam 12 tahun terakhir serta lebih dari 90% kasus pemerkosaan di Indonesia tidak pernah dilaporkan karena ketakutan korban akan stigma dan dihakimi oleh masyarakat (Prajuli, 2021, para. 26).

Sementara itu di sisi lain, negara malah memperkuat potensi terjadinya kekerasan terhadap perempuan dengan pengesahan Rancangan Undang-Undang Ketahanan Keluarga yang dapat dikatakan bias gender (CNN Indonesia, 2020). Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual (RUU P-KS) malah hilang dari parlemen (Prajuli, 2021, para. 28).

Kasus RUU P-KS menjadi salah satu peristiwa yang menunjukkan kurangnya usaha perlindungan kepada wanita. Dalam Catatan Tahunan (CATAHU) Kekerasan terhadap Perempuan 2018 yang diterbitkan oleh Komnas Perempuan tercatat berbagai hambatan perlindungan hukum bagi perempuan. Terbukti dari kelambanan perkembangan RUU PKS dan mandeknya pembahasan RUU PRT di DPR. Kelambanan ini menimbulkan kekhawatiran kalangan perempuan atas potensi diskriminasi dan kerentanan baru bagi perempuan (Komnas Perempuan, 2018, p. 3).

Gambar 2. 6 Berita Tirto.id mengenai RUU P-KS

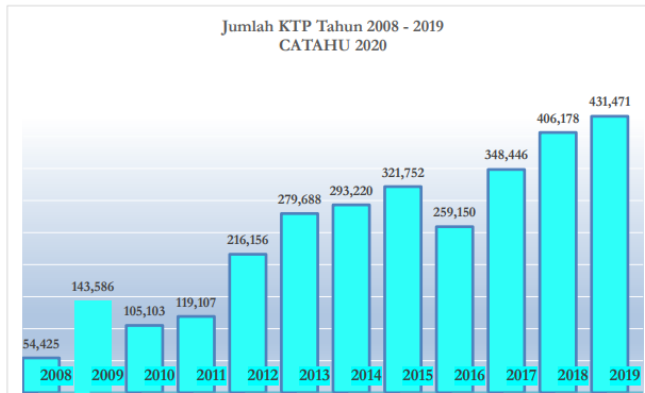


Sumber: Gusman, 2020

Tiga tahun kemudian, hingga diterbitkannya CATAHU 2020, hal yang sama masih menjadi kekhawatiran. Perkembangan perlindungan hukum masih lambat dan hingga bulan Oktober tahun 2020, RUU PKS tetap “dikesampingkan” karena berbagai alasan, dan akhirnya tidak menemukan hasil yang nyata (Komnas Perempuan, 2020, pp. 1-2).

Gambar 2. 7 Jumlah Perempuan Korban Kekerasan Tahun 2019 dalam CATAHU 2020

**GAMBARAN UMUM:
JUMLAH PEREMPUAN KORBAN KEKERASAN TAHUN 2019 DALAM
CATAHU 2020**



Keterangan: Diagram berdasarkan data dari Badilag dan data formulir kuesioner yang diterima Komnas Perempuan dari tahun ke tahun.

Sumber: CATAHU, 2020

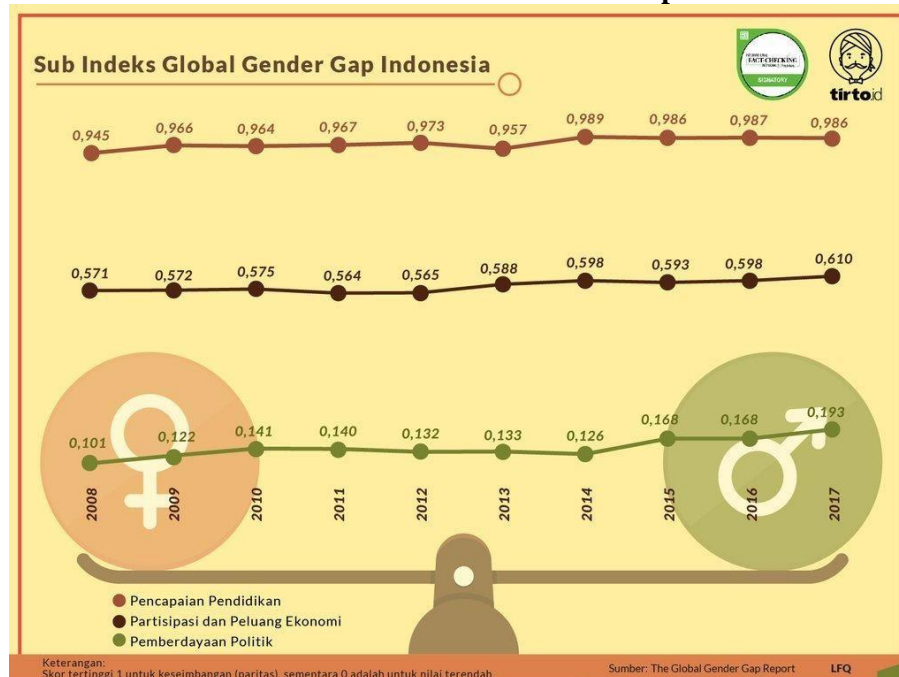
Perbandingan pada Ringkasan Eksekutif CATAHU tahun 2018 dan 2020, menunjukkan ada poin penting yang masih diperjuangkan. Hal ini adalah perjuangan penerbitan perlindungan hukum bagi perempuan yang masih belum selesai. RUU P-KS yang dibahas pada 2018 nyatanya masih mandek di DPR. Pada data tersebut, jenis kekerasan terhadap perempuan yang paling menonjol adalah dalam ranah KDRT/RP (ranah personal) sama seperti tahun lalu, yang mencapai angka 75% (11.105 kasus). Lalu, posisi kedua adalah ranah komunitas/publik dengan persentase 24% (3.602 kasus), dan terakhir adalah ranah negara dengan persentase 0,1% atau 12 kasus (Komnas Perempuan, 2020, p. 1).

Kekerasan pada ranah KDRT yang paling menonjol adalah kekerasan fisik sebanyak 4.783 kasus (43%), kekerasan seksual sebanyak 2.807 kasus (25%), psikis sebanyak 2.056 (19%), dan ekonomi sebanyak 1.459 kasus (13%).

Terdapat beberapa berita yang juga menjadi landasan penulis dalam membuat *podcast* yang membahas mengenai kesetaraan gender ini. Pada bulan Juli hingga Agustus 2020, media massa mencatat bahwa DPR mengeluarkan Rancangan Undang-Undang Penghapusan Kekerasan Seksual (RUU P-KS) dari daftar program legislasi nasional 2020. Kejadian ini menunjukkan bahwa tidak dirasakannya urgensi dari pemerintah untuk memperjuangkan perlindungan terhadap wanita. Padahal, mengutip laman Kompas.com, Komnas Perempuan telah mencatat sebanyak 431.471 kasus kekerasan terhadap perempuan terjadi selama 2019 (Purnamasari, 2020).

Dilansir dari tirto.id, indeks kesenjangan gender di Indonesia berada pada tingkat ke 84 dari 144 negara dengan nilai 0,691 (Gerintya, 2018, para. 6). Padahal, perempuan memiliki potensi besar. Perempuan yang menempuh pendidikan sarjana di bidang sains lebih besar dari laki-laki, dengan perbandingan 51:49 persen (Gerintya, 2018, para. 20).

Gambar 2. 8 Sub Indeks Global Gender Gap Indonesia



Sumber: Tirto.id

Dalam laman tersebut pula, disebutkan bahwa permasalahan ini juga harus ditindaklanjuti oleh pemerintah, karena adanya hubungan antara kesejahteraan dan kemajuan perempuan dalam dunia kerja dengan pembangunan ekonomi (Gerintya, 2018, para. 22).

Sebuah studi berjudul *Women's Leadership in Indonesia: Current Discussion, Barriers, and Existing Stigma* oleh Sari Andajani, Olivia Hadiwirawan, Yasinta Astin Sokang pada tahun 2016 menunjukkan bahwa adanya konsep “kodrat” mempengaruhi harapan masyarakat bahwa perempuan diharapkan mengasuh dan menjaga komitmen domestik sebelum kegiatan lain (Andajani, Hadiwirawan, & Sokang, 2016, p. 102).