

## BAB II

### KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Berikut adalah beberapa karya sejenis yang bisa penulis dan kelompok jadikan sebagai acuan dalam proses pembuatan *Podcast Coba dengar*.

##### a. Apa Kata Tempo

**Gambar 2.1 Logo Apa Kata Tempo**



**Sumber: Spotify**

*Apa Kata Tempo* adalah program *podcast* milik media Tempo. *Podcast* ini mengulas opini dari editorial tempo terhadap suatu berita atau isu tertentu. Dalam mengulas landasan dari opini yang ada, Lisa Siregar memandu siaran dengan lawan bicara yaitu Arif Zulkifli, pemimpin redaksi majalah Tempo, untuk mewakili perspektif atau opini dari ruang redaksi. Walaupun jarang terdapat narasumber dalam *podcast* ini, setiap kontennya berlandaskan pelaporan dari redaksi tempo.

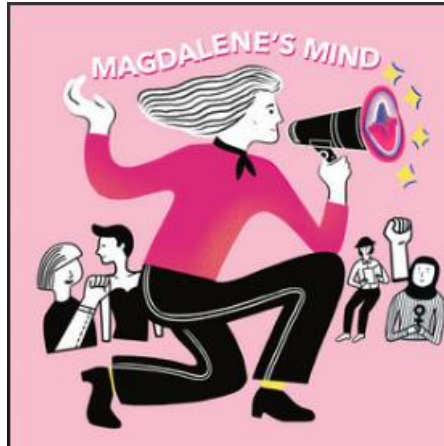
Dengan begitu, fakta dan ulasan yang ada sudah mewakilkan narasumber yang ada di laporan tersebut. Namun, ada beberapa episode yang melibatkan narasumber untuk dijadikan teman diskusi mengenai topik tertentu.

Periode pengunggahan *podcast* ini adalah dengan rentang satu minggu untuk satu episode *podcast*. *Podcast Apa Kata Tempo* ini memiliki durasi yang cukup beragam, mulai dari 20 menit hingga satu jam dan diunggah ke aplikasi Spotify. Program *podcast* ini diawali dengan episode pertama yang isinya adalah pengenalan program *podcast* yang akan dibuat. Setiap episode yang ada, diawali oleh bumper berupa penggalan musik dan juga ditutup dengan penggalan musik yang sama.

Kelebihan dari *podcast* ini adalah sudah didukung dengan audio yang jernih. Dengan begitu, setiap kata yang diucapkan dapat terdengar dengan jernih. Audio yang jernih juga didukung dengan pembawaan yang baik dari *podcaster*. Percakapan antara Lisa dan Arief menggunakan kalimat dengan bahasa tutur dan gaya bicara yang santai, sehingga isu atau pemberitaan yang dibahas terkesan ringan untuk dicerna. *Podcast* ini relevan dengan tugas akhir saya karena saya juga ingin menyajikan berita atau data untuk kemudian diulas bersama narasumber yang ada. Namun, bedanya saya mendapatkan berita mengenai suatu isu melalui riset dari beberapa media, tidak terpatok pada satu media. Cara Lisa menyajikan dan menanyakan suatu isu atau pemberitaan sangat komunikatif yaitu dengan menggunakan bahasa tutur dan gaya bicara yang santai sehingga *podcast* menjadi lebih dinamis dan tidak membosankan.

**b. Magdalene's Mind**

**Gambar 2.2 Logo *Magdalene's Mind***



**Sumber: Spotify**

Media lain yang juga membuat *podcast* adalah Magdalene. Seperti yang kita tahu, Magdalene adalah salah satu media daring yang mengangkat isu-isu politik, sosial, agama, seksualitas, hingga budaya populer melalui perspektif feminis. Begitu juga dengan *podcast* mereka. *Podcast Magdalene's Mind* juga membahas isu-isu dan berita melalui perspektif feminis. *Magdalene's Mind* sendiri bermula dari program *talk show* mingguan di radio UFM milik Femina.

Pada episode pertama, *Magdalene's Mind* juga memperkenalkan program *podcast* mereka sebelum kemudian beralih ke topik pertama yang akan mereka bahas. Setiap episode diawali dengan bumper berupa musik tetapi, *Magdalene's Mind* menambahkan narasi seperti perkenalan pembawa acara, *tagline* program, dan cuplikan pernyataan narasumber yang menarik pada episode *podcast* tersebut. Berbeda dengan *Apa Kata Tempo*, *Magdalene's Mind* membuat program *podcast*

dalam bentuk wawancara mendalam dengan narasumber yang ahli atau berhubungan langsung dengan topik yang ingin dibahas.

*Podcast* yang diunggah ke aplikasi Spotify dengan durasi kira-kira 30 menit ini dipandu oleh, Devi Asmarani dan Hera Diani, editor dari Magdalene. Saat memaparkan dan menanyakan data yang sifatnya naratif kepada narasumber, pemandu masih terasa seperti sedang membaca naskah. Namun, setelah masuk dalam perbincangan tanya jawab, pelan-pelan komunikasi yang terbentuk menjadi semakin luwes atau tidak terlihat seperti membaca naskah dan gaya bicara yang dibangun sangat santai. Selain itu, peralatan pendukung audio juga sudah dapat menghasilkan suara yang jernih, sehingga tidak banyak *noise* yang masuk saat dilakukannya perekaman *podcast*.

*Podcast* ini relevan dengan apa yang akan penulis buat karena membahas isu-isu yang berkaitan dengan pola hidup tetapi masih sangat jarang dibahas secara mendalam. Pembahasannya juga menggunakan perspektif yang lain, sehingga perbincangan dapat memberikan pandangan atau makna baru bagi para pendengar. Dengan begitu, saya dapat mempelajari bagaimana perspektif lain yang dimiliki oleh narasumber dapat digali.

c. **Asumsi Bersuara**

**Gambar 2.3 Logo Asumsi Bersuara**



**Sumber: Spotify**

*Asumsi Bersuara* juga memiliki model pengemasan *podcast* yang sama dengan *Magdalene's Mind* yaitu dengan cara melakukan wawancara mendalam atau diskusi dengan narasumber yang ahli atau berhubungan langsung dengan isu atau topik yang sedang dibahas. *Podcast* ini dikeluarkan oleh media *Asumsi* yang fokus membahas politik, current affairs, dan kultur pop.

Pada episode pertamanya, *podcast* ini dipandu oleh Pangeran Siahaan dan Iman Sjafei dan langsung masuk ke topik yang mau dibahas tanpa menerangkan tentang program *podcast* mereka seperti dua program *podcast* yang sudah dibahas di atas. Pada episode kedua dan seterusnya, program *podcast Asumsi Bersuara* dipandu oleh Rayestu dengan rentang upload satu minggu sekali untuk satu episode *podcast*. Setiap episode berdurasi 45 menit hingga satu jam dan di unggah ke dalam Spotify.

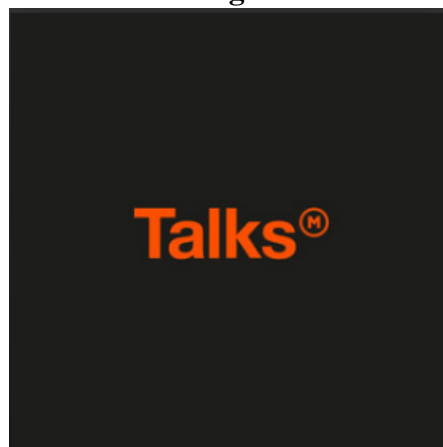
Sama seperti *Magdalene's Mind* yang sudah dibahas sebelumnya, setiap episode *podcast Asumsi Bersuara* juga diawali dan diakhiri oleh bumper berupa

musik yang juga diisi *voice over* berupa *tagline podcast* mereka. Rayestu sebagai *podcaster* membawakan *podcast* dengan santai walaupun membahas topik-topik yang berat. Kualitas audio *podcast* ini masih memiliki noise berupa frekuensi yang saling bentur atau kurang kecil sehingga membuat efek suara yang tidak seharusnya. Namun, intonasi, dinamika, dan pembawaan dari *podcaster* secara tidak langsung dapat membantu menutupi kekurangan kualitas audio yang ada.

*Podcast* ini relevan dengan tugas akhir yang akan penulis buat karena memiliki cara pengemasan yang sama yaitu dengan mengundang narasumber ahli atau berhubungan dengan topik yang sedang dibahas. Melalui *podcast* ini juga penulis akan berupaya untuk memaksimalkan audio pada *podcast* yang akan penulis buat agar tidak menghasilkan *noise* melalui riset dan observasi baik dari segi peralatan ataupun cara mengontrol audio

#### **d. Makna Talks**

**Gambar 2.4 Logo Makna Talks**



**Sumber: Spotify**

Selanjutnya adalah *podcast* mingguan milik Makna Creative yang membahas berbagai isu seputar *self-branding*, karir hingga seni dan dikemas secara lebih menarik dan inspiratif. Berbeda dengan tiga referensi *podcast* yang sudah dibahas, Makna Talks bukanlah *podcast* yang didirikan oleh perusahaan media. Namun, *podcast* ini menerapkan kerja jurnalistik seperti mengumpulkan riset mengenai topik yang akan dibahas dan juga wawancara mendalam dengan narasumber. Narasumber yang diundang adalah narasumber yang merupakan *public figure* sehingga memiliki nilai berita prominence.

Program *Makna Talks* dipandu oleh Iyas Lawrence sebagai *podcaster*. Setiap episode berdurasi 45 menit hingga satu jam dengan rentang waktu pengunggahan satu minggu satu episode. Sama seperti *podcast-podcast* yang sudah dibahas sebelumnya, *Makna Talks* juga menggunakan Spotify sebagai wadah untuk mengunggah diskusinya. Pada episode pertamanya, *Makna Talks* memperkenalkan terlebih dahulu *podcast* mereka sebelum masuk ke dalam topik pembahasan. Pada setiap awal dan akhir episode *podcast* dimasukan bumper yang didominasi dengan *sound effect* dan *voice over* dari *podcasternya*.

Dalam memandu *podcast*, Iyas Lawrence terdengar sangat meyakinkan. Selain karena riset yang dilakukan oleh tim *Makna Talks* untuk setiap episodenya sangat dalam, pembawaan dengan gaya bicara yang santai namun *to the point* dalam setiap pertanyaan yang dilontarkan *podcaster* juga memengaruhi pendengar untuk terus penasaran dan ingin mendengar *podcast* ini lebih lama lagi. Selain warna suara, intonasi, dinamika, dan pembawaan dari *podcaster*, *Makna talks* mengemas

audio *podcastnya* dengan sangat baik sehingga terdengar sangat jernih dan terdengar lebih seimbang baik suara *podcaster* ataupun narasumbernya.

*Podcast* ini relevan dengan apa yang ingin penulis buat karena memiliki kesamaan yaitu dibuat bukan oleh perusahaan media, tetapi tetap menerapkan prinsip kerja jurnalistik. Selain itu, dinamika vokal yang dibuat oleh *podcaster* dapat menjadi acuan tentang bagaimana membentuk dinamika vokal dalam *podcast* yang akan penulis buat agar menjadi menarik dan tidak membosankan

**e. Mojok.co**

**Gambar 2.5 Logo Mojok.co**



**Sumber: Spotify**

*Mojok.co* diunggah di aplikasi Spotify. Dengan jadwal unggahan dua hari sekali satu episode. Tiap episode yang ada berdurasi kurang lebih 45 menit. Pada episode pertama *podcast* ini langsung membahas isu yang menjadi topik pembicaraan pada episode tersebut. *Podcaster* tidak memperkenalkan program *podcastnya* terlebih dahulu. Di setiap awal *podcast*, terdapat bumper yang berupa sapaan dari *podcaster* lalu dilanjutkan dengan cuplikan musik singkat. Namun, pada akhir episode *podcastnya*, *Mojok.co* tidak menyertakan bumper.



Sang *podcaster* yang disebut dengan panggilan “kepala suku Mojok”, sangat komunikatif sehingga setiap informasi yang berat dapat ditangkap secara ringan. Namun, karena narasumber juga disoroti kisah uniknya, beberapa episode yang ada durasinya terlalu lama membahas kisah narasumber sebelum masuk ke dalam topik pembahasan utama. Audio yang dihasilkan antara narasumber dan *podcaster* sudah jernih. Suara narasumber dan *podcaster* juga tidak saling menutupi sehingga audio yang terdengar menjadi seimbang.

*Podcast* ini relevan dengan apa yang ingin penulis buat karena juga membahas isu-isu yang jarang dibicarakan orang lain. Pada satu episode spesifik, *Mojok.co* membahas mengenai kesehatan mental dan psikologi. Dengan begitu, penulis dapat mempelajari bagaimana cara menyampaikan isu-isu tersebut dengan lebih mudah untuk diterima oleh orang lain.

**Tabel 2.1 Tinjauan Karya Sejenis**

<b>Pembanding</b>	<b>Apa Kata Tempo</b>	<b>Magdalene's Mind</b>	<b>Asumsi Bersuara</b>	<b>Makna Talks</b>	<b>Mojok.co</b>
<b>Tema</b>	Current issue, dari perspektif dan hasil peliputan editorial Tempo	Isu-isu politik, sosial, agama, seksualitas, hingga budaya populer melalui perspektif feminis	Isu-isu politik, <i>current affairs</i> , dan kultur pop	Isu seputar <i>self-branding</i> , karir hingga seni	Current isu yang dikemas dengan lebih ringan
<b>Podcaster</b>	Lisa Siregar dan Arif Zhulkifli	Devi Asmarani dan Hera Diani	Rayestu	Iyas Lawrence	Puthut EA
<b>Durasi</b>	20 menit – 1 jam	30 menit	45 menit – 1 jam	45 menit – 1 jam	±45 menit
<b>Kelebihan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bentuk pengemasan <i>podcast</i> yang unik yaitu menjelaskan landasan opini editorial tempo</li> <li>- Kualitas audio yang jernih</li> <li>- Intonasi, dinamika, dan pembawaan <i>podcaster</i> tidak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan perspektif lain terkait suatu isu terkini</li> <li>- Kualitas audio yang jernih</li> <li>- Intonasi, dinamika, dan pembawaan <i>podcaster</i> tidak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intonasi, dinamika, dan pembawaan <i>podcaster</i> tidak membuat pendengar bosan</li> <li>- <i>Podcaster</i> dapat menyederhanakan isu yang sedang dibahas sehingga lebih mudah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan riset yang mendalam mengenai narasumber yang akan diajak berdiskusi</li> <li>- Narasumber yang diajak berdiskusi memiliki nilai berita prominence</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kualitas audio yang jernih</li> <li>- Intonasi, dinamika, dan pembawaan <i>podcaster</i> tidak membuat pendengar bosan</li> <li>- <i>Podcaster</i> dapat menyederhanakan isu yang sedang</li> </ul>

	<p>membuat pendengar bosan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Podcaster</i> dapat menyederhanakan isu yang sedang dibahas sehingga lebih mudah dimengerti oleh masyarakat</li> </ul>	<p>membuat pendengar bosan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Podcaster</i> dapat menyederhanakan isu yang sedang dibahas sehingga lebih mudah dimengerti oleh masyarakat</li> </ul>	<p>dimengerti oleh masyarakat</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kualitas audio yang jernih</li> <li>- Intonasi, dinamika, dan pembawaan <i>podcaster</i> tidak membuat pendengar bosan</li> <li>- <i>Podcaster</i> dapat menyederhanakan isu yang sedang dibahas sehingga lebih mudah dimengerti oleh masyarakat</li> </ul>	<p>dibahas sehingga lebih mudah dimengerti oleh masyarakat</p>
<b>Relevansi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terbentuk atas dasar kerja jurnalistik</li> <li>- Mengumpulkan, menyajikan, dan mengulas data</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terbentuk atas dasar kerja jurnalistik</li> <li>- Mengumpulkan data dan membuat daftar pertanyaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terbentuk atas dasar kerja jurnalistik</li> <li>- Mengumpulkan data dan membuat daftar pertanyaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terbentuk atas dasar kerja jurnalistik</li> <li>- Mengumpulkan data dan membuat daftar pertanyaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Terbentuk atas dasar kerja jurnalistik</li> <li>- Mengumpulkan data dan membuat daftar pertanyaan</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dapat mendiskusikan topik yang berat menjadi lebih ringan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>untuk didiskusikan dengan narasumber</li> <li>- Dapat mendiskusikan topik yang berat menjadi lebih ringan</li> <li>- Membahas isu terkini dengan perspektif yang baru dan segar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>untuk didiskusikan dengan narasumber</li> <li>- Dapat mendiskusikan topik yang berat menjadi lebih ringan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>untuk didiskusikan dengan narasumber</li> <li>- Dapat mendiskusikan topik yang berat menjadi lebih ringan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>untuk didiskusikan dengan narasumber</li> <li>- Dapat mendiskusikan topik yang berat menjadi lebih ringan</li> <li>- Membahas isu yang sensitif untuk di bawa</li> </ul>
--	---	---	---	---	---

**Sumber: Olahan Penulis**

Dari kelima program podcast yang sudah penulis dengarkan dan jadikan acuan dalam pembuatan program *podcast Coba Dengar*, program podcast *Makna Talks* adalah yang paling berpengaruh. Lebih spesifik lagi, *Makna Talks* menjadi acuan bagi *podcast Coba Dengar* untuk bagaimana cara *podcaster* membawakan *podcast* baik dari segi intonasi ataupun dinamika. Selain itu, *Makna Talks* juga memlalui proses riset yang cukup baik sehingga dapat menggali informasi lebih dalam lagi bukan hanya pertanyaan dasar.

## **2.2 Teori dan Konsep**

Berikut adalah teori dan konsep yang penulis gunakan dalam mengembangkan *Podcast Coba dengar* khususnya pada episode *Social Media Toxicity*.

### **2.2.1 Podcast**

*Podcast* adalah saluran yang berisi kumpulan konten suara baik monolog atau dialog, yang menggunakan platform *audio sharing*, salah satunya yang populer digunakan adalah Spotify (Wibawa, 2019, p. 147).

Dalam laman BBC Academy menuliskan bahwa, ada beberapa hal yang membuat *podcast* menjadi tren, antara lain (*Podcasting: What do I Need to Know?*, n.d., para. 7):

1. Informalitas, *podcast* dibuat dengan lebih spontan, komunikatif, dan mengurangi naskah
2. Personal, *podcast* memberikan kesan intim dan lebih melibatkan pendengar

3. Komunitas pembuat *podcast*, dengan adanya komunitas pembuat *podcast* memungkinkan sharing konten *podcast* secara silang untuk mendapatkan jangkauan pendengar yang lebih luas.
4. Stimulasi yang mudah, berceritalah dengan baik dan buatlah pendengar menjadi penasaran dan katakan saja apa yang ingin dikatakan.

*Podcast* memiliki berbagai format pengemasan. Menurut laman resmi Buzzsprout, terdapat lima format umum yang digunakan untuk *podcast*, yaitu (How to Start a *Podcast*, n.d., para 30)

1. *Interview podcast*, format *podcast* ini menampilkan seorang pembawa acara (*host*).
2. *Scripted non-fiction*, format *podcast* ini berbentuk serial yang memiliki satu tema untuk satu musim.
3. *News recap*, format *podcast* ini merangkum berita dalam satu industri tertentu.
4. *Educational podcast*, format *podcast* ini menghadirkan obrolan non-fiksi bernaskah yang memiliki fokus pengajaran kepada pendengarnya.
5. *Scripted fiction*, format *podcast* ini memiliki kemiripan dengan drama radio dan sering kali ditulis dan diproduksi dengan sangat baik.

### **2.2.2 Talkshow**

*Talkshow* adalah penggabungan dua kata *talk* (obrolan) dan *show* (pertunjukan) sehingga *talkshow* bisa dikategorikan sebagai program special atau program wawancara (Masduki, 2001, p. 45).

*Talkshow* merupakan sebuah bentuk penyajian berita yang disiarkan secara interaktif, atraktif dan menghibur (*entertainment*). Tidak serta merta berarti menghibur, tetapi dinamis dan hidup. Hal inilah yang akhirnya menjadi dasar dari perbedaan antara *talkshow* dan wawancara (Masduki, 2001, p. 44).

Karena *podcast* yang akan penulis dan kelompok buat adalah *podcast* dengan bentuk *talkshow*, penulis menambahkan teori mengenai *talkshow*. *Talkshow* adalah genre diskursif yang sangat konfrontatif, fenomena media yang sangat berpengaruh, serta bentuk hiburan yang kontroversial secara politik dan moral (Ilie, 2006, p. 489).

Terdapat delapan karakteristik gelar wicara menurut Ilie (2006, p. 490), yaitu

- a) Sebagai acara mediasi yang berorientasi pada penonton, acara bincang-bincang menargetkan banyak penonton secara bersamaan yang terdiri dari audiens lawan bicara yang dialamatkan secara langsung, penonton di studio yang melihat, dan penonton yang sengaja mendengarkan penonton TV.
- b) Baik ahli mau pun orang awam sering hadir sebagai tamu pertunjukan. Sebagian besar fokus program berkaitan dengan pertukaran di antara mereka.
- c) Pembawa acara, biasanya tokoh media, memantau sebagian besar diskusi dengan merangsang, membimbing, dan memfasilitasi peran dan kontribusi peserta pada program (untuk informasi pertukaran, konfrontasi, dan hiburan).
- d) Setiap episode program berfokus pada topik tertentu yang menyangkut sosial, politik, atau pribadi. Konfrontasi dan perbedaan pendapat biasanya dijamin oleh pemilihan topik dan peserta.

- e) 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.).
- f) Strategi diskursif *talkshow* adalah: wawancara, narasi, debat, permainan, pengakuan, kesaksian.
- g) Program-program ini biasanya tidak mahal untuk diproduksi, terutama karena itu bukan bagian dari siaran *prime-time*.
- h) Kebanyakan program disiarkan secara langsung atau direkam dalam waktu nyata dengan sedikit pengeditan.

### **2.2.3 *Vox pops***

Dalam memproduksi *podcast*, penulis juga menambahkan *vox pop* yang akan disiarkan sebelum penulis menanyakan daftar pertanyaan kepada narasumber. Hal ini penulis lakukan untuk mengetahui opini masyarakat terkait topik *social media toxicity*, sekaligus membuka diskusi awal dengan narasumber yang penulis undang.

*Vox pops* menurut Siahaan (2015, p. 193) adalah proses seorang jurnalis untuk memberikan pertanyaan kepada sejumlah masyarakat dengan pertanyaan yang sama, lalu mengumpulkan jawaban, dan menyatukan jawaban-jawaban yang sudah didapatnya. Biasanya, proses wawancara ini dilakukan di tempat umum yang terdiri dari masyarakat dengan latar yang berbeda.

Dengan adanya *vox pop*, sebuah program akan menjadi lebih hidup, menghibur, dan kredibel. *Vox pop* biasanya bergabung dengan elemen lain, seperti wawancara, diskusi studio, atau laporan (Siahaan, 2015, p. 193). Dengan begitu,



jawaban dari masyarakat dapat digunakan sebagai rujukan untuk bertanya kepada narasumber yang sedang diwawancarai di program tersebut.

Dalam membuat pertanyaan untuk *vox pop*, perlu diingat bahwa lebih baik membuat pertanyaan terbuka yang tidak bisa hanya dijawab dengan “iya” atau “tidak” (Siahaan, 2015, p. 194). Dengan membuat pertanyaan terbuka, secara tidak sadar akan muncul pertanyaan baru dan jurnalis akan membuka ruang dialog dengan masyarakat yang ditanyai.

#### **2.2.4 Social Media Toxicity**

Kata *toxicity* sendiri memiliki kata dasar yaitu *toxic*. Toxic sendiri adalah istilah yang sering digunakan dalam pendidikan ilmu alam yang berarti bahan kimia. Menurut Yenita, *Toxic* adalah bahan kimia yang dapat menyebabkan bahaya terhadap kesehatan manusia atau menyebabkan kematian apabila terserap ke dalam tubuh karena tertelan, lewat pernapasan atau kontak lewat kulit (Yenita, 2017, p. 40).

Sementara itu, *toxicity* atau toksisitas adalah kemampuan suatu zat atau bahan yang mengakibatkan ketidaknyamanan, kesakitan, atau kematian pada manusia atau binatang (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016).

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial yang menggunakan teknologi berbasis web dan internet yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Alifa, 2020, p. 69).

Dari dua definisi yang ada, penulis simpulkan bahwa *social media toxicity* adalah kemampuan media online yang mendukung interaksi sosial dalam mengakibatkan ketidaknyamanan, kesakitan, atau kematian pada pengguna lainnya.

### **2.2.5 Tahapan Pembuatan Program *Podcast***

Menurut laman *The Podcast Production Company*, tahapan produksi program *podcast* sama seperti membuat program televisi yang dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi (*Producing a Podcast Part 1: Pre-production*, 2018, para. 1).

#### **a. Pra Produksi**

Pada tahapan pertama atau pra produksi, terdapat beberapa elemen yang harus diselesaikan, yaitu (*Producing a Podcast Part 1: Pre-production*, 2018, para. 1).

##### **1) Riset**

Elemen pertama dari tahapan pra produksi adalah proses untuk melakukan segala riset yang diperlukan untuk program *podcast* yang akan dibuat (*Producing a Podcast Part 1: Pre-production*, 2018, para 2).

Penulis melakukan beberapa riset terkait program *podcast* penulis. Riset pertama adalah mengenai riset topik yang akan penulis angkat. Terdapat langkah-langkah untuk melakukan riset pendahuluan dan menentukan fokus cerita. Ide peliputan idealnya berhubungan dengan minat atau bidang yang dimiliki, sehingga kita sudah memiliki pengetahuan awal tentang ide tersebut (Wendratama, 2017, p. 101).

Setelah memiliki ide, perlu dilakukan riset pendahuluan, pertama adalah mencari berita-berita terkait hal tersebut, lalu dilanjutkan dengan

membaca artikel yang bukan berita tentang hal tersebut dan berusaha mencari fakta serta opini yang bernilai berita (Wendratama, 2017, pp. 101-102).

Selain melakukan riset topik, penulis juga melakukan riset terhadap elemen program *podcast* sendiri yang terdiri dari platform yang biasa digunakan untuk mendengar *podcast* dan durasi serta jadwal tayang yang ideal. Penulis mendapatkan beberapa data pada riset ini.

Menurut survei DailySocial.id, platform yang paling sering digunakan untuk mengakses *podcast* adalah Spotify dengan persentase sebanyak 52.02%, kemudian di urutan kedua adalah Soundcloud 46%, dan Google *Podcast* 41% (Laporan DailySocial: Penggunaan Layanan Podcast 2018, 2018, p. 4).

Masih menurut hasil survei yang sama dari DailySocial.id mengenai panjang ideal durasi sebuah *podcast*, bahwa sebanyak 37,21% responden lebih memilih durasi 10-20 menit sebagai waktu ideal mendengarkan *podcast*; 31,54% memilih durasi 20-30 menit. 19.81% untuk durasi lebih dari 30 menit; dan 11,44% untuk durasi kurang dari 10 menit (Laporan DailySocial: Penggunaan Layanan Podcast 2018, 2018, p. 6).

Namun, menurut laman resmi Buzzsprout, tidak ada durasi yang ideal untuk episode *podcast*. Durasi *podcast* ditentukan dari seberapa lama durasi yang dibutuhkan untuk menyampaikan informasi, tidak perlu dibuat dengan durasi yang lebih panjang atau lebih pendek (How to Start a *Podcast*, n.d., paras 31-33).

Masih menurut survei yang sama dari DailySocial.id, ditemukan bahwa sebanyak 32.50% responden memilih mendengarkan siaran *podcast* diatas jam 21.00; 27.02% responden mendengarkan siaran *podcast* pada jam 17.00-21.00; 22.69% responden mendengarkan siaran *podcast* pada jam 12.0-15.00; dan 17.79% responden mendengarkan *podcast* pada jam 06.00-10.00 (Laporan DailySocial: Penggunaan Layanan Podcast 2018, 2018, p. 6).

Menurut survei Reuters Institute bersama dengan University of Oxford pada 2019 yang dimuat di katadata.co.id (2020), lebih dari sepertiga orang di segala umur di 38 negara mendengarkan *podcast*. Survei tersebut juga diperkuat oleh survei mandiri yang dilakukan oleh Katadata pada tahun 2020 kepada 15 responden. Survei ini membuktikan bahwa 93,3% responden mendengarkan *podcast* dan 26,6% diantaranya mendengarkan *podcast* seminggu sekali dengan durasi rata-rata sekitar lima hingga 30 menit serta topik yang paling banyak disimak adalah hiburan, pengetahuan dan *self-improvement*, serta cerita misteri dengan persentase masing-masing sebesar 20% (*Podcast* Kian Populer di Kalangan Anak Muda, 2020, para 3-5).

Penulis juga melakukan riset terkait dengan peran penulis dalam pembuatan program *podcast* ini, yakni sebagai produser. Produser adalah seseorang yang bertanggung jawab mengelola *podcast*, merekam dan mengedit episode, dan berinteraksi di belakang layar, serta bertindak sebagai jenius kreatif yang melakukan penelitian tentang berbagai strategi dan kampanye yang diperlukan untuk memastikan keberhasilan *podcast* (What Does a Podcast Producer Do?, n.d.).

Untuk itu, produser *podcast* harus memiliki keterampilan yang baik dalam meneliti, berkomunikasi, menulis naskah, mengedit konten, dan juga terampil dalam bercerita agar dapat menarik audiens yang ditargetkan (What Does a *Podcast* Producer Do?, n.d., para 4).

Menurut laman resmi *Podcast* Engineers (What Does a *Podcast* Producer Do?, n.d., paras. 7-10), peran dan tanggung jawab produser *podcast* ada empat, yaitu

- a) Mengawasi Produksi, produser mengawasi produksi episode dan memberikan ide segar untuk pertunjukan. Produser juga harus memiliki pengetahuan yang besar mengenai *podcast* dan konsep episode.
- b) Melakukan riset dan penjadwalan tamu, produser mencari tamu yang relevan dengan topik bahasan dan melakukan penjadwalan dengan tamu tersebut.
- c) Menjadi pengarah (*director*) dan menyunting, produser mengerjakan semua aspek produksi audio mulai dari perekaman, pengeditan, dan publikasi episode *podcast*.
- d) Memimpin tim, produser harus mampu memberikan dukungan kepada *podcaster* dan seluruh tim selama proses konseptualisasi, produksi, hingga publikasi. Produser juga dapat melakukan riset episode yang relevan dengan episode selanjutnya.

Selain itu, penulis juga melakukan riset bagaimana cara menjadi atau memilih *podcaster* yang baik. Prayudha (2013) dalam Wattie menyebutkan beberapa kriteria yang harus dimiliki oleh penyiar radio, yaitu (Wattie, 2017, p. 4)

- a) Mempunyai kualitas vokal yang memadai
- b) Mampu melaksanakan *adlibbing* dan *script reading*
- c) Memahami format radionya dan *format clock*
- d) Memahami secara mendalam segmen radionya
- e) Memperlihatkan simpati dan empati terhadap pendengarnya
- f) Mampu menghasilkan gagasan-gagasan segar dan kreatif dalam siarannya
- g) Mampu bekerjasama dalam tim

Selain itu, terdapat juga kompetensi yang harus dimiliki oleh seorang penyiar radio. Hyde (2004) dalam Wattie menyebutkan kompetensi-kompetensi tersebut, sebagai berikut (Wattie, 2017, pp. 4-6).

- a) Penyiar harus mampu menginterpretasikan naskah, seorang penyiar dikatakan berkompetensi saat ia mampu mengkomunikasikan ide dan nilai dari naskah yang dibuat oleh produser, seperti produser memahami maksud naskah tersebut.
- b) Penyiar harus mampu menganalisis tanda baca yang digunakan dalam naskah, hal ini dilakukan agar penyiar dapat membacakan naskah dengan versi dan karakternya masing-masing.

- c) Penyiari harus mampu memberi tanda pada bagian-bagian yang penting, dalam naskahnya, penyiari mengganti tanda titik (.) dengan 2 garis miring (//) dan koma (,) dengan 1 garis miring (/) untuk mengantisipasi kemungkinan tanda tersebut tidak terbaca.
- d) Penyiari harus memverifikasi arti dan cara penyebutan setiap kata, penyiari diharapkan untuk bertanya jika terdapat istilah atau kata-kata yang asing kepada penulis yang bersangkutan untuk menghindari kesalahan penyebutan.
- e) Penyiari harus mampu menyampaikan daya tarik dari materi yang dibacakan, dengan menaruh ketertarikan terhadap materi yang dibacakan, penyiari dapat berkomunikasi dengan lebih efektif kepada pendengar dan pesan dapat tersampaikan dengan baik.
- f) Penyiari harus mampu “berbicara” dengan pendengar, penyiari dalam hal ini tidak boleh terdengar seperti membaca naskah. Namun, penyiari harus terdengar lebih kepada berbicara dengan pendengar.
- g) Penyiari harus mampu mendapatkan latar belakang dari penulis dan naskah yang ditulisnya, sehingga penyiari dapat mengetahui suasana yang harus dibangun saat siaran agar pendengar juga dapat merasakan suasana tersebut.
- h) Penyiari harus mampu memiliki karakteristiknya sendiri, untuk dapat mengenali karakteristiknya, penyiari harus melakukan banyak latihan, seperti: menganalisa atau belajar dari penyair yang sudah profesional,

membiasakan diri dengan perubahan mood atau suasana hati, dan membicarakan naskah bukan membaca naskah.

- i) Penyiarnya harus mampu menyiarkan *Ad-lib*, dalam melakukan *Ad-libing* penyiarnya diharapkan mengetahui topik pembicaraan, tertarik dengan topik tersebut, berkomunikasi dengan pendengar, dan mengembangkan personality atraktif.

Kemudian, riset lain yang juga dilakukan adalah riset narasumber. Pemilihan narasumber sangat penting untuk dapat menunjang kredibilitas informasi yang disampaikan didalam program *podcast*. Terdapat tiga cara untuk mencari narasumber yang tepat untuk peliputan menurut Galih (2017, para 1), yaitu

- a) Memperhatikan kualitas narasumber, kualitas narasumber dapat ditentukan berdasarkan pemahamannya terhadap topik dan pembahasan yang akan dilakukan selama wawancara. Pilihlah narasumber yang dapat memberikan keseimbangan pernyataan. Jika tidak bisa mendapatkan satu narasumber seperti itu, pilihlah dua narasumber agar diskusinya jadi seimbang.
- b) Menyesuaikan profil narasumber dengan topik, ada beberapa pilihan profil narasumber yang dapat kamu pilih. Pertama adalah sang aktor, atau yang terlibat langsung; kedua adalah saksi mata atau yang melihat dan mendengar langsung; ketiga adalah sang ahli, atau yang memahami peristiwa yang sedang terjadi; keempat adalah petugas resmi atau yang



mengeluarkan pernyataan resmi; dan kelima adalah sang juru bicara atau yang mewakili saksi mata, sang ahli, atau petugas resmi.

- c) Pilihlah narasumber yang dapat diwawancarai secara langsung, mewawancarai secara langsung selain mendengarkan pernyataannya, kita juga dapat melihat gerak-gerik tubuhnya sebagai konteks yang dapat memperjelas maksud pernyataannya.

## 2) **Membuat *Outline***

Dalam tahapan ini, ada beberapa hal yang dapat dimuat dalam *outline* program *podcast* seperti judul episode, nomor episode, nama narasumber, tanggal rekaman, tanggal penerbitan, segmen, dan daftar pertanyaan (Producing a *Podcast* Part 1: *Pre-production*, 2018, para. 6).

Untuk memperdalam teori dan konsep, penulis juga mencari teori mengenai naskah *podcast*. Dalam mencari teori naskah *podcast*, penulis mengalami kesulitan karena terbatasnya sumber. Untuk itu, penulis mengambil teori naskah radio yang juga menggunakan medium suara untuk menyampaikan informasi. Menurut Romli (2004) dalam Ningrum (2007, p. 59) ada 3 hal yang perlu diperhatikan dalam membuat naskah siaran, yaitu

1. Bahasa tutur, naskah ditulis dengan bahasa percakapan informal dengan kata-kata dan kalimat yang digunakan dalam obrolan sehari-hari.
2. *Keep It Simple and Short* (KISS), naskah ditulis dengan kata-kata yang sederhana dan singkat sehingga mudah dimengerti.

3. *Easy Listening Formula* (ELF), naskah ditulis dengan susunan kalimat yang mudah dimengerti pendengar, dengan bahasa yang ringan, dan ejaan yang tetap baik dan benar.

Dalam bukunya, Ningrum (2007, p. 60) juga menuliskan fungsi naskah radio, sebagai berikut.

1. Bahan siaran, naskah dibutuhkan oleh penyiar dalam siaran. Saat membaca naskah, penyiar seakan-akan sedang “bercerita” atau “menyampaikan sesuatu” kepada seseorang, bukan membaca naskah secara “kaku”.
2. Pengendalian siaran, naskah siaran yang dibuat sudah disesuaikan dengan program acara. Penyiar boleh menambahkan atau mengurangi pembicaraannya saat bersiaran asalkan tidak melenceng jauh dari naskah.
3. Penyeragaman tata bahasa bagi penyiar radio, penulis naskah membuat naskah siaran dengan gaya bahasa yang sudah disesuaikan dan ditentukan untuk mempertahankan *image* sebuah stasiun radio. Dengan begitu, siapapun penyiarnya, naskah yang dibacakan tetap dengan gaya bahasa yang sama.
4. Pembentuk *image* atau citra radio, penulisan naskah yang dilakukan oleh penulis naskah. Gaya penulisan harus sesuai dengan konsep program dan stasiun radio.

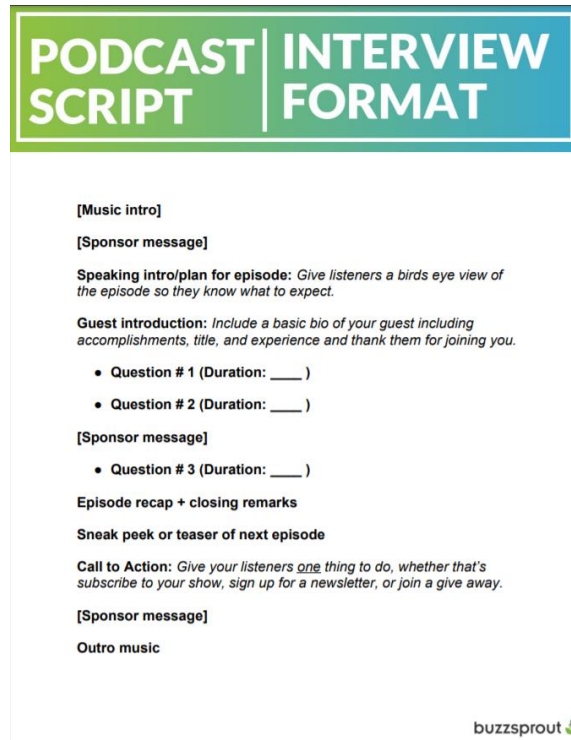
Terdapat tiga bentuk naskah siaran menurut Ningrum (2007, p. 61), antara lain:

1. *Pointer*, naskah ini berisikan poin-poin penting yang digunakan untuk memudahkan penyiar dalam membaca naskah.
2. *Semi pointer*, naskah ini terdiri dari kalimat pembuka dan penutup yang berbentuk kalimat dan hal-hal penting dalam informasi berbentuk poin-poin.
3. *Full script concept*, naskah berbentuk kalimat yang mengalir untuk menjelaskan sesuatu secara jelas dan ringkas.

Dengan mengusung bentuk gelar wicara dalam *podcast* ini, Laman resmi Buzzsprout memiliki *template* penulisan naskah dengan format wawancara, yaitu (How to Write a *Podcast* Script [5 Free Script Templates], 2020, para. 26).

**Gambar 2.6 Template Penulisan Naskah *podcast* dengan Format**

## **Wawancara**



### **Sumber: Buzzsprout**

Dalam template naskah milik Buzzsprout, terdapat pembabakan yang dicetak tebal dan isi setiap pembabakan dicetak tidak tebal. Kemudian, diberikan juga keterangan durasi setiap pertanyaan. Selain itu, juga diberikan tanda kurung siku untuk audio yang diambil dari file yang sudah tersedia atau yang tidak disebutkan oleh podcaster. Untuk memudahkan pembacaan naskah, penulis mengubahnya dalam bentuk tabel tanpa mengurangi informasi yang ada pada template berbentuk poin-poin.

### **3) Menyiapkan peralatan rekaman**

Dalam laman resminya, Buzzsprout menyebutkan tiga peralatan utama yang diperlukan untuk melakukan perekaman *podcast* adalah *microphone*,

*Headphones*, dan perangkat lunak rekaman (How to Start a *Podcast*, n.d., para. 41).

Sebelum memilih peralatan yang akan digunakan, Buzzsprout menyarankan untuk menentukan maksud dari pembuatan *podcast*. Apakah dibuat sebagai hobi, pemasaran bisnis, atau untuk menghasilkan pendapatan? Dengan mengetahui tujuannya, akan lebih mudah menentukan peralatan apa yang akan dibeli.

Menurut “Mengetahui Mikrofon, Tipe dan Cara Kerjanya” (Goshen.id, 2020, paras. 4-6), terdapat dua macam teknologi yang paling umum digunakan dalam sebuah mikrofon, yaitu

a) Mikrofon dinamis

Mikrofon dinamis bersifat fleksibel dan ideal digunakan untuk berbagai kebutuhan. Mikrofon jenis ini juga relatif lebih kokoh dan lebih tahan banting. Mikrofon ini cocok digunakan untuk suara dengan label volume yang sangat tinggi seperti alat-alat music tertentu atau amplifier. Biasanya, mikrofon dinamis tidak memerlukan baterai atau daya eksternal. Mikrofon ini menangkap suara dengan pola yang searah.

b) Mikrofon kondensor

Mikrofon kondensor adalah mikrofon yang membutuhkan daya dari baterai maupun eksternal lain. Sinyal audio yang dihasilkan oleh mikrofon kondensor lebih kuat dibandingkan mikrofon dinamis. Mikrofon ini cenderung lebih sensitif dan responsif dibandingkan

mikrofon dinamis, sehingga mikrofon kondensor lebih cocok untuk menangkap detail-detail kecil pada suara.

## **b. Produksi**

Setelah menyelesaikan tahapan pra produksi, tahapan selanjutnya adalah tahap produksi. Dalam menyelesaikan tahapan ini, diharapkan segala hal mengenai riset, *outline* episode, menghubungi narasumber, dan mempersiapkan peralatan sudah selesai dan siap untuk melakukan perekaman (Producing a *Podcast* Part 2: Production, 2018, para. 1).

### **1) Mempersiapkan rekaman**

Perlengkapan perekam dan ruangan tempat merekam *podcast* menjadi dua faktor terbesar yang berkontribusi pada kualitas suara *podcast* yang akan dibuat secara keseluruhan. Berikut adalah tips mengenai ruang rekaman (Producing a *Podcast* Part 2: Production, 2018, para. 2).

- a) Hindari area yang rawan kebisingan berlebih, seperti kebisingan dari jalanan, dengungan dari peralatan, atau bahkan tapak kaki.
- b) Perhatikan akustik ruangan tempat merekam *podcast*. Hindari permukaan reflektif agar suara yang dihasilkan tidak bergema.
- c) Gunakan bahan seperti kain untuk menyerap suara di ruangan agar tidak menggema. Biasanya, letakan kain di depan atau di belakang mikrofon.
- d) Hindari mikrofon langsung menghadap ke permukaan reflektif
- e) Jika seluruh ruangan memiliki permukaan reflektif, usahakan mikrofon letaknya jauh dari permukaan tersebut.

Selain menyiapkan ruangan, perlu disiapkan juga peralatan untuk merekam. Salah satu peralatan tersebut adalah perangkat lunak perekaman. Terdapat 2 perangkat lunak yang direkomendasikan oleh Buzzsprout untuk melakukan perekaman jarak jauh dengan kualitas yang baik yaitu SquadCast dan Zoom (How to Start a *Podcast*, n.d., paras. 49-50). SquadCaster memungkinkan hasil rekaman yang terpisah dari setiap pembicara sehingga dapat memudahkan tahap penyuntingan tetapi SquadCast adalah perangkat lunak berbayar. Sementara itu, Zoom adalah perangkat lunak yang tidak berbayar, tetapi Zoom tidak dapat menghasilkan rekaman dengan audio dari setiap pembicara yang terpisah.

Kemudian, peneliti melakukan riset dan menemukan perangkat lunak yang memungkinkan untuk mendapatkan hasil perekaman audio yang terpisah dari setiap pembicara dan dapat diakses secara gratis yaitu Zencastr (Zencastr, n.d., para. 6). Selain itu, file yang dihasilkan berbentuk WAV 16-bit 44.1k, sehingga suara yang dihasilkan adalah suara yang baik. Kemudian, terdapat pula *Soundboard* untuk dapat melakukan pengeditan langsung pada saat rekaman berlangsung, sehingga dapat mengurangi kemungkinan penyuntingan yang berlebih. Zencastr juga sudah terdapat *Voice Over IP* (VoIP) bawaan sehingga memungkinkan obrolan dan perekaman langsung dengan narasumber. Terdapat pula fitur *automatic post production* untuk menyempurnakan audio dan sudah langsung terhubung dengan Dropbox dan *Google Drive* untuk menyimpan hasil perekaman.

## 2) Teknik mikrofon

Seorang *podcaster* harus memperhatikan teknik penggunaan mikrofon agar mendapatkan kualitas suara yang baik. Berikut adalah petunjuk penggunaan mikrofon (Producing a *Podcast* Part 2: Production, 2018, para. 7).

- a) Menjaga jarak yang baik dari mikrofon saat berbicara. Biasanya sejauh 6-8 inci jarak dari sumber bunyi (mulut) ke mikrofon.
- b) Hindari udara yang keluar saat berbicara seperti letupan pada huruf “p” dan “b” yang cukup keras masuk dalam audio perekaman. Untuk menghindarinya, gunakan *pop filter* atau letakan mikrofon sedikit menyimpang ke samping agar tetap menghadap sumber suara tapi keluar dari jalur udara.
- c) Hindari kebisingan pada bagian belakang *podcaster* dan perhatikan permukaan reflektif yang ada.
- d) Tetap terhidrasi untuk mencegah suara mulut dan bunyi klik yang bisa terdengar dari mulut yang kering atau dehidrasi.

## 3) Komponen vokal

Selain teknik mikrofon, *podcaster* juga harus memperhatikan komponen vokal. Dalam melakukan penyiaran, terdapat komponen vokal yang perlu diolah untuk kepentingan produksi, yaitu (Siahaan, 2015, pp. 145-148).



- a) Artikulasi, kejelasan dalam menyampaikan kata-demi kata saat siaran. Dengan begitu, suara yang keluar akan lebih mudah terdengar oleh khalayak.
- b) Kecepatan bicara, tempo saat melakukan siaran sama seperti tempo saat sedang berbicara sehari-hari. Tempo dapat memengaruhi pesan dan kesan yang hendak disampaikan oleh penyiar.
- c) Intonasi, adalah tinggi rendahnya nada untuk menekankan kata atau makna yang terdapat dalam kata beserta unsur emosi yang diletakan pada kata.
- d) Ekspresi, sikap dan respon fisik yang seirama dengan nada ucapan. Suasana hati, vocal yang baik juga harus dapat merepresentasikan suasana hati atau keadaan psikologi orang yang memiliki suara tersebut.

#### **4) Membuat intro dan outro *podcast***

Tidak ada aturan yang ketat mengenai bagaimana bentuk *intro* dan *outro* sebuah *podcast*, karena masih ada kebebasan berkreasi yang sangat besar. Namun, ada beberapa hal yang disarankan untuk selalu disertakan di dalam *intro podcast* menurut McLean (2020b, paras. 12-13)

- a) Nama *podcaster*, tidak perlu nama lengkap agar pendengar dapat memberi nama pada suara yang sedang ia dengar.
- b) Nama *podcast*, sebutkan dengan jelas nama dari program *podcast* yang dibuat. Jangan berasumsi bahwa pendengar mengetahui nama program *podcast* yang sedang mereka dengarkan.
- c) Target pendengar.

d) Tema besar program *podcast*.

Masih menurut McLean (2020b, para. 27) sama halnya dengan *intro*, terdapat juga beberapa hal yang disarankan untuk masuk kedalam *outro*, yaitu

a) Ucapan terima kasih, karena dari sekian banyak *podcast* yang mengudara, pendengar memilih *podcast* yang sudah kita buat.

b) Mengarahkan pendengar pada *description box* untuk mengarahkan mereka ke semua episode pada program *podcast*.

c) Arahkan pendengar pada situs web program *podcast*.

d) Arahkan pendengar untuk melakukan tindakan seperti berlangganan *podcast*, membagikan *podcast*, menilai *podcast*, dan lain sebagainya.

#### 5) **Membuat *artwork***

McLean (2020a, paras. 52-54) juga mengatakan bahwa dalam membuat *artwork* atau logo untuk *podcast*, terdapat beberapa ketentuan yang harus diperhatikan:

a) Logo *podcast* memiliki ukuran 1400 X 1400 piksel atau 3000 X 3000 pixel.

b) Format file berupa JPEG atau PNG, dengan jenis warna RGB

c) Usahakan file memiliki ukuran dibawah 500 KB.

Selain itu, McLean (2020a, paras. 55-56) juga menyebutkan terdapat empat tips dalam membuat *artwork podcast*, yaitu

a) Pembuat *podcast* harus mengetahui apa yang penting dari *podcast* yang dibuatnya. Kategori apa yang cocok dan apa yang membuat *podcast*nya

unik. Kemudian, hal tersebut harus tergambar pada *artwork podcast* yang dibuatnya.

- b) *Artwork* harus dibuat dengan sederhana agar mudah dilihat dan diingat walaupun kecil.
- c) Saat melakukan desain *artwork*, perkecil untuk memastikan dengan ukuran yang kecil, gambar masih terlihat bagus.

#### **6) Membuat konten promosi dan audiogram**

Menurut data yang dirilis oleh We Are Social, lima media sosial yang memiliki pengguna terbanyak, antara lain youtube (88%), Whatsapp (84%), Facebook (82%), Instagram (79%), dan Twitter (56%) (Kemp, 2020, p. 43).

Menurut laman resmi DailySocial, Instagram adalah aplikasi mobile berbasis iOS, Android, dan Windows Phone dimana pengguna dapat mengambil gambar, melakukan penyuntingan, dan mengunggah foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya (Winarso, 2015, para. 3).

Terdapat beberapa fitur di Instagram yang dapat digunakan untuk mempublikasi dan mempromosikan konten *podcast*, yaitu (Instagram, n.d.)

##### **a) Instagram Feeds**

Digunakan untuk mempublikasikan konten untuk jangka waktu yang panjang. Melalui *Feed* ini, para pengguna bisa saling berinteraksi dengan cara menaruh komentar dalam kolom komentar, memberikan like, atau berbagi konten (*share*)

b) Instagram Stories

Memungkinkan pengguna untuk berbagi moment dengan menyenangkan, casual, dan hanya dapat dilihat selama 24 jam. Instagram Stories juga dapat menampilkan konten yang interaktif dengan pengguna lain. Sebanyak 68% orang menjadi tertarik terhadap suatu brand setelah melihat produk didalam Instagram Stories (Instagram, n.d.). Instagram Stories juga mampu untuk meneruskan konten yang ada di *feeds* pengguna dan pengguna lain sehingga memungkinkan jangkauan penyebaran informasi menjadi lebih luas.

c) Tools

Instagram juga menyediakan *tools* untuk memudahkan creatornya. Adapun *tools* Instagram, antara lain (1) *profile tools* untuk memudahkan pembuatan, pengunggahan, dan merespon; (2) *insight* untuk melihat siapa yang sudah bisa dijangkau oleh creator dan bagaimana kinerja konten yang sudah diunggah; (3) *safety tools* untuk menjaga keamanan akun dan informasi creator ketika produknya berkembang.

Dalam melakukan promosi, penulis dan tim juga akan membuat cuplikan episode *podcast* untuk memberikan gamabran singkat dan meningkatkan rasa penasaran pendengar akan episode yang akan dirilis. Cuplikan itu akan dibuat dengan bentuk audiogram. Audiogram adalah sebuah klip audio yang dilengkapi dengan grafik gelombang yang

merepresentasikan sinyal audio, sehingga file audio yang dimiliki akan dikonversikan kedalam bentuk video (Neyrhiza, 2020, para. 6).

**c. Pasca Produksi**

Setelah menyelesaikan tahap pra produksi dan produksi, selanjutnya adalah tahapan pasca produksi. Setelah melakukan perekaman kini semua aset audio telah terkumpul. Kemudian, semua aset tersebut harus digabungkan dan menciptakan satu episode *podcast* yang utuh untuk di publikasikan. Berikut adalah beberapa hal yang dilakukan pada tahapan pasca produksi (Producing a *Podcast* Part 3: Post-Production, 2018, para. 1).

**1) Menyunting dialog**

Hal paling umum yang akan dilakukan pada tahapan pasca produksi adalah penyuntingan. Rumitnya proses penyuntingan bergantung pada beberapa faktor. Berikut adalah beberapa daftar kasar hal-hal yang dapat diperiksa mengenai masalah yang dapat diatasi dengan penyuntingan dialog (Producing a *Podcast* Part 3: Post-Production, 2018, para. 2).

- a) Suntinglah kesalahan yang sangat jelas kemunculannya.
- b) Sunting konten yang tidak perlu jika hasil perekaman melewati durasi yang ditentukan.
- c) Lakukan penyuntingan yang terkait dengan alur, misalnya mempersingkat jeda atau menambahkan jarak jika berbicara terlalu cepat.
- d) Sunting kata-kata atau momen yang tidak perlu, misalnya “umms”, “ahh”, atau kata yang diulang-ulang

- e) Buanglah momen yang terasa canggung antara penyiar dan narasumber, suara batuk, atau suara bising yang masuk.

## 2) Meningkatkan kualitas atau memperbaiki hasil perekaman

Pada tahapan penyempurnaan audio ini, masalah yang muncul selama perekaman akan dibersihkan. Berikut adalah daftar yang dapat diperiksa dan mungkin untuk disunting (Producing a *Podcast* Part 3: Post-Production, 2018, para. 4).

- a) Menghapus kebisingan yang tidak sengaja tertangkap mikrofon, misalnya suara kendaraan, dengungan peralatan, dan gema suara.
- b) *De-verb*, dalam proses ini, memungkinkan untuk memperkecil gema yang ada saat *podcaster* atau narasumber sedang berbicara.
- c) *De-Ess* dan *De-plosive*, dalam proses ini, memungkinkan untuk menghilangkan atau meminimalisir suara letupan yang keluar dari mulut.
- d) *Equalization* (EQ), dalam menyesuaikan EQ akan bergantung pada banyak faktor, atau mungkin tidak diperlukan sama sekali. Namun EQ dapat membantu meningkatkan kualitas keseluruhan dari *track* dialog. Ide yang baik jika menggunakan filter *low-end* di seluruh *track* karena suara apapun yang frekuensinya dibawah 100 Hz sebenarnya tidak diperlukan.
- e) Kompresi, langkah ini dilakukan jika terdapat suara yang volumenya tiba-tiba menjadi sangat keras untuk meratakan suara keras tersebut dengan suara yang lain.

- f) Menambahkan elemen lain selain *track* audio *podcaster* dan narasumber, misalnya seperti musik, *sound effect*, atau *intro* dan *outro* episode (Producing a *Podcast* Part 3: Post-Production, paras. 4-5).

### 3) *Mixing*

Pada tahapan ini, semua elemen suara yang berbeda disatukan atau digabungkan sehingga semua elemen tersebut tidak saling mengganggu satu sama lain. Berikut adalah hal dasar yang perlu diperhatikan pada proses *mixing* (Producing a *Podcast* Part 3: Post-Production, 2018, para. 6).

- a) Pastikan tingkat volume dialog dari setiap orang yang ada dalam episode *podcast* setara.
- b) Melakukan proses *panning* untuk menempatkan elemen audio pada bidang stereo. Pada proses ini, penyunting dapat menentukan letak audio ingin didengar apakah dari speaker sebelah kanan atau kiri dan seberapa kanan serta seberapa kiri.
- c) Memastikan volume musik sebagai latar suara *podcast*.
- d) Memastikan *sound effect* yang ada tidak mengganggu kata-kata yang dilontarkan oleh pembicara.

#### 2.2.6 Nilai Berita

Secara teori terdapat delapan aspek yang merupakan nilai berita. Delapan aspek tersebut antara lain sebagai berikut (Wendratama, 2017, pp. 44-50).

1. Kebaruan (*Timeliness*), semua fakta yang diterbitkan harus baru dan belum diketahui orang banyak dan bergantung pada sifat dan kedalaman isi berita.

2. Pengaruh (*impact*), suatu peristiwa atau fakta bernilai berita karena memiliki pengaruh atau dampak bagi orang banyak, khususnya khalayak yang menjadi target dari pemberitaan tersebut.
3. Relevansi (*relevance*), sebuah peristiwa yang diberitakan bersangkutan dengan kehidupan atau minat sekelompok khalayak.
4. Konflik (*conflict*), suatu peristiwa atau fakta yang didalamnya terdapat perbedaan pendapat, adu argumentasi, dan pertentangan.
5. Populartitas (*prominence*), suatu peristiwa atau fakta yang didalamnya terdapat keterlibatan dari seseorang yang terkenal.
6. Emosi (*human interest*), suatu peristiwa atau fakta yang menimbulkan reaksi emosional, seperti senang, terharu, bangga, simpati, prihatin, dan marah.
7. Ketidakwajaran (*unusualness*), suatu peristiwa atau fakta yang didalamnya terkandung hal-hal yang di luar kewajaran atau situasi normal.
8. Kedekatan jarak (*proximity*), aspek ini mengacu pada jarak lokasi keberadaan target khalayak media yang bersangkutan.