

## **BAB III**

### **RANCANGAN KARYA**

#### **3.1 Tahapan Pembuatan**

Dalam pembuatan program radio, Neelamalar (2018, p. 50) membaginya menjadi tiga tahapan, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Sementara itu, Groovy (2019, para. 2) memberikan langkah-langkah untuk mempersiapkan pembuatan *podcast* yang termasuk dalam tahap praproduksi. Penulis menggabungkan tahap perencanaan radio Neelamalar (2018) dengan persiapan pembuatan *podcast* milik Groovy (2019) karena keduanya saling melengkapi dan memiliki karakteristik yang serupa, yakni karya jurnalistik berbentuk audio. Pasalnya, perencanaan menjadi penting agar penulis, sebagai produser serta penyiar pada episode pertama program *podcast* TAKIS, bisa menghasilkan *podcast* dengan kualitas maksimal dan berdampak bagi pendengar.

Romli (2019, pp. 32-33) dalam bukunya menuliskan beberapa tugas seorang produser radio, salah satunya adalah bertanggung jawab atas program siaran. Seorang produser biasanya menentukan narasumber, materi siaran, hingga siapa yang menjadi penyiar dalam program tersebut (Romli, 2019, p. 32). Selain itu, ia juga menggali ide acara dan memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan program tersebut dengan mengelola tim teknis serta kreatif (Romli, 2019, p. 33). Meskipun harus memeriksa dari kesiadaan sumber daya manusia, bahan, dan peralatan untuk mendukung jalannya acara, produser radio yang menjadi koordinator sebuah acara boleh juga berperan sebagai penyiar (Romli, 2019, p. 33).

Sebagai tambahan, produser harus berkoordinasi dengan program *director* radio tersebut.

Peran produser radio dan *podcast* memiliki sedikit perbedaan. Produser *podcast* tidak harus melakukan koordinasi dengan program *director*, tetapi ia mengatur dapat jalannya pembuatan *podcast* dari riset topik, menghubungi narasumber, merekam, hingga menyunting hasil rekaman (Podcast Engineers, n.d., para. 5-9). Maka dari itu, berikut merupakan penjelasan dari tahap pembuatan rancangan TAKIS episode pertama agar produksi dapat berjalan dengan lancar, berdasarkan paparan Neelamalar (2018) dan Groovy (2019).

### **3.1.1 Praproduksi**

Dalam proses praproduksi, penulis membaginya menjadi dua bagian besar, yaitu konten dan teknis. Untuk pembahasan mengenai proses menentukan ide, tema, format program *podcast*, dan pembekalan sebelum membuat tugas akhir akan masuk ke dalam praproduksi konten. Sementara itu, praproduksi bagian teknis akan menjabarkan proses penulis dalam mempersiapkan alat, ruangan, serta rencana cara yang akan dilakukan untuk produksi *podcast* secara sistematis dan praktis.

#### **3.1.1.1 Praproduksi Konten**

Pada tahap praproduksi konten, pertama-tama penulis melakukan riset dan diskusi untuk menentukan tema besar yang menjadi minat bersama dan dianggap penting untuk dibahas. Membentuk dan mengembangkan ide merupakan salah satu langkah untuk membuat program radio (Neelamalar, 2018, p. 50) dan

mempersiapkan *podcast* (Groovy, 2019, para. 4). Groovy (2019, para. 4) memberikan saran, pembuat *podcast* dapat memilih topik yang menarik audiens atau memilih tema yang memang menjadi ketertarikan individu penulis. Maka dari itu, tim dan penulis sepakat memilih krisis seperempat abad sebagai tema besar dengan sub tema krisis identitas, *toxic relationship*, dan *passion* dalam berkarier.

Sebelum topik tersebut rampung, penulis melakukan riset, seperti salah satu tahapan dalam praproduksi pembuatan program radio Neelamalar (2018, p. 51, para. 2), untuk mengukur seberapa penting pembahasan topik *podcast* ini. Setelah menemukannya, penulis melakukan diskusi dan mencocokkan hasil riset dengan kemampuan untuk memahami topik serta ketertarikan terhadap isu tersebut. Lahirlah *podcast* “Atasi Krisis” yang disingkat TAKIS untuk membahas isu-isu seputar krisis seperempat abad.

Format *podcast* harus ditentukan terlebih dahulu untuk membuat tayangan menjadi terarah sesuai dengan tujuan awal (Groovy, 2019, para. 5). Penulis dan tim pun memutuskan untuk mengemas tiap episode program *podcast* TAKIS dengan menggabungkan format *audio storytelling* dengan narasi, gelar wicara bersama ahli, dan *vox pop*. Dengan mengolaborasikan ketiga hal tersebut, harapannya dapat menarik pendengar untuk bertahan mendengarkan satu episode *podcast* TAKIS dari awal hingga akhir selama 60 menit.

Groovy (2019, para. 9) juga menuliskan, pembuat *podcast* harus mendengarkan siaran *podcast* lainnya untuk belajar dari kesuksesan mereka. Oleh karena itu, penulis meninjau berbagai karya sejenis di platform *podcast* Spotify setelah menentukan tema besar dan topik pembahasan setiap episode. Selain mendengarkan 10 *podcast* yang berada pada “Top Podcast” Spotify, penulis juga menemukan tiga *podcast* yang membahas mengenai krisis seperempat abad. Tiga karya sejenis itu ialah *Curhat #20an*, *Quarter Life Hack*, dan *Story of Your (Quarter) Life*. Dengan mendengarkan ketiga *podcast* tersebut, penulis memperoleh inspirasi untuk mengembangkan program jurnalistik *podcast* TAKIS.

Sebagai tambahan, penulis memutuskan untuk mengedukasi diri dan mencari inspirasi dari pengajar melalui web seminar mengenai *podcast*. Rangkaian web seminar Kelas *Podcast* diselenggarakan oleh Gerakan Nasional Literasi Digital Siberkreasi dan Kementerian Komunikasi dan Informatika sejak 2020.

Penulis mengikuti Kelas *Podcast* Siberkreasi *batch* pertama (29 Agustus – 13 September 2020), Kelas *Podcast* Siberkreasi *Masterclass* (15 November – 5 Desember 2020), serta Kelas Siberkreasi *Masterclass Editing Podcast* (13 – 28 Februari 2021). Dengan hadir sebanyak 16 kali dalam ketiga kelas *podcast* tersebut, penulis menerapkan secara langsung salah satu saran dari Groovy (2019, para. 9) untuk mempersiapkan pembuatan *podcast*.

Para pengajar di Kelas *Podcast* ini juga merupakan *podcaster* Tanah Air, seperti Rane Hafied (*podcaster* dan pendiri Komunitas The Podcaster Indonesia), Tio Prasetyo Utomo (*podcaster* sekaligus pendiri Box2Box Media Network), Rizky Ardi Nugroho (*podcaster Do You See What I See*), dan Stefany Chandra (*podcaster Kata Puan*). Dalam kelas *masterclass editing*, penulis berkesempatan pula untuk belajar dari Agus Hardiman selaku audio *engineer* yang tersertifikasi sebagai *steinberg certified trainer* pertama di Indonesia.

Kemudian, penulis memutuskan untuk menjadi penyiar dalam episode pertama TAKIS. Pasalnya, Neelamalar (2018, p. 51, para. 5) menuliskan, seorang produser harus menentukan siapa yang menjadi penyiar, narator, dan lain-lain dalam sebuah program radio. Sebagai tambahan dalam persiapan pembuatan *podcast*, Groovy (2019, para. 6) menyarankan *podcaster* pemula untuk berlatih terlebih dahulu. Tujuannya agar dapat menghasilkan kualitas rekaman yang baik (Groovy, 2019, para. 6). Oleh karena itu, penulis mencoba untuk membacakan pertanyaan ataupun narasi sebelum memulai rekaman.

Setelah semua persiapan tema, riset, format, dan pemilihan penyiar telah rampung, penulis memulai mencari narasumber. Pemilihan narasumber merupakan hal yang krusial karena harus

memiliki kompetensi dalam topik bahasan *podcast* mengenai krisis identitas saat krisis seperempat abad supaya tidak ada misinformasi.

Penulis pun menghubungi Kiya selaku pemilik akun YouTube Meaningful Minimal sebagai narasumber utama yang pernah mengalami krisis identitas saat kedua orangtuanya meninggal. Akhirnya, ia pun hidup sebatang kara dengan menerapkan gaya hidup minimalis dan *slow living life*, tapi tetap bermakna. Untuk narasumber ahli, penulis hendak meminta kesediaan Putra Wiramuda selaku peneliti dan praktisi *mindfulness*. Pasalnya, *mindfulness* dapat menjadi salah satu metode hidup untuk meningkatkan kesadaran tentang apa yang seseorang rasakan dan pembahasannya sejalan dengan gaya hidup Kiya.

Apabila kedua narasumber tersebut setuju, penulis memberikan penjelasan singkat sebelum rekaman mengenai cara wawancara bersama narasumber supaya pembahasan konten menjadi semakin komprehensif. Tidak lupa, penulis juga akan membuat desain logo untuk program *podcast* TAKIS sebagai identitas atau merek sehingga pendengar lebih mudah mengingatnya. Pada tahap praproduksi ini, penulis turut memproduksi *jingle* untuk melengkapi hasil akhir *podcast* TAKIS.

### **3.1.1.2 Praproduksi Teknis**

Usai kebutuhan produksi sudah diatur, produser harus memeriksa ketersediaan dan memesan terlebih dahulu ruangan yang

mau dipakai, seperti studio rekaman (Neelamalar, 2018, p. 51, para. 8). Selain ruangan, Groovy (2019, para. 3) menyarankan untuk menyiapkan peralatan *podcast* seperti *mixer*, komputer, *microphone*, hingga perangkat lunak untuk penyuntingan.

Dari segi peralatan untuk merekam *podcast* audio, penulis akan menyewa atau meminjam studio yang sudah berisi seluruh komponen alat rekaman untuk mewawancarai narasumber di sana. Rencananya, penulis akan menggunakan doubleDi Studio di Gading Serpong, Tangerang. Namun sebagai alternatif bila narasumber tidak ingin melakukan wawancara jarak dekat, penulis akan melakukan panggilan jarak jauh. Kualitas audio narasumber akan penulis tetap jaga dengan menggunakan web [zencastr.com](https://zencastr.com) dan meminta narasumber turut merekam suaranya dengan peralatan lain.

Sebagai bentuk persiapan, penulis membuat daftar peralatan dan perangkat lunak yang akan dibutuhkan untuk memproduksi episode pertama program *podcast* TAKIS. Di bawah ini merupakan daftar jumlah serta jenis alat dan perangkat lunak tersebut.

1. Mikrofon *clip* BOYA M1.
2. Mikrofon Rode PodMic Dynamic Podcasting (2 buah).
3. Pop filter (2 buah).
4. *Stand* mikrofon (2 buah).
5. *Headset* Audio Technica.
6. *Headset* bawaan dari pembelian gawai.

7. Laptop (1 buah) untuk penyuntingan *podcast* dan melakukan rekaman dari konferensi video dengan narasumber.
8. Adobe Audition untuk menyunting audio.

Selain merencanakan kebutuhan peralatan, produser harus bekerja dengan mengira-ngira dan menentukan ketersediaan waktu, jumlah anggaran, teknis, kriteria sumber daya manusia, serta hal praktik lainnya sebelum memulai produksi (Neelamalar, 2018, p. 51, para. 1). Oleh karena itu, penulis merancang anggaran untuk membeli atau menyewa peralatan, jasa narasumber, dan biaya tidak terduga. Total dari rancangan anggaran tersebut mencapai Rp1.175.000,00 untuk membuat satu episode *podcast* TAKIS.

Bukan hanya anggaran, produser harus memastikan adanya ketersediaan waktu dengan membuat lini masa pada semua tahap produksi (Neelamalar, 2018, p. 51, para. 7). Penulis pun menyusun lini masa untuk pembuatan episode pertama *podcast* TAKIS untuk memberikan batasan waktu untuk menentukan topik, menghubungi narasumber, tanggal proses rekaman, hingga membuat laporan tugas akhir.

Sebelum memulai proses produksi, penulis juga memilih platform untuk distribusi konten audio. Hal ini berguna untuk menjaga target pendengar *podcast* agar tepat sasaran (Groovy, 2019, para. 7). Oleh karena itu, penulis ingin dapat bekerja sama dengan media agar mendapatkan verifikasi kelayakan tayang dari industri



secara langsung dan bisa memublikasikan program *podcast* TAKIS pada platform *podcast* milik mereka. Sebagai tambahan, penulis akan memanfaatkan penggunaan media sosial, khususnya Instagram, untuk menarik *engagement* audiens sebelum episode *podcast* mengudara di platform *podcast*.

### **3.1.2 Produksi**

Pada tahap produksi, produser hanya perlu mengeksekusi perencanaan praproduksi. Maka dari itu, perencanaan harus dilakukan secara cermat agar bisa merekam satu episode atau seluruh program dengan baik (Neelamalar, 2018, p. 51, para. 9). Penulis sudah melakukan pengumpulan data seputar topik yang dibawakan dan menyiapkan daftar pertanyaan untuk narasumber. Sementara itu, untuk memperoleh pendapat dari masyarakat, penulis akan melakukan wawancara secara *online* kepada beberapa narasumber yang sesuai dengan kriteria untuk menjawab satu pertanyaan yang sama.

Rencananya, dua narasumber untuk satu episode akan diundang datang ke studio rekaman. Lokasi rekaman *podcast* berada di doubleDi Studio Music and Sound, Gading Serpong, Tangerang. Namun sebagai alternatif, penulis dapat mewawancarai narasumber secara jarak jauh melalui aplikasi konferensi video, yaitu Zencast.

Usai melakukan rekaman audio, penulis mengolah hasil wawancara dan rekaman yang sudah dilakukan di studio menjadi naskah *audio storytelling* dengan narasi. Setelah itu, rekaman suara narator akan

dilakukan pada hari yang berbeda di studio yang sama. Pasalnya, penulis membutuhkan waktu untuk menyusun alur cerita dan melakukan riset lebih lanjut untuk menambahkan informasi atau data (Neelamalar, 2018, p. 52, para. 3).

### **3.1.3 Pascaproduksi**

Tahap pertama yang penulis lakukan ialah menyunting *podcast* dengan perangkat lunak Adobe Audition. Dalam tahap menyunting *audio storytelling*, penulis menambahkan efek suara serta musik latar untuk menyampaikan pesan dan menjadi kompensasi kekurangan visual (Neelamalar, 2018, p. 52, para. 4). Apabila pembuatan sudah *audio storytelling* selesai, penulis melanjutkan untuk menyunting hasil wawancara dengan narasumber ahli. Hasil dari wawancara ini akan dimasukkan pada segmen terakhir *podcast* (sebelum penutup) dalam rupa gelar wicara. Sementara itu, hasil dari *vox pop* akan disunting dan digabungkan dengan cerita dari narasumber utama serta ahli.

Setelah itu, penulis akan melanjutkannya dengan melakukan *mixing* dan *mastering* audio agar terdengar lebih nyaman di telinga. Pasalnya, pascaproduksi menjadi waktu untuk menghilangkan kesalahan dalam tahap rekaman, seperti salah pengucapan, penyampaian yang keliru, hingga adanya pengulangan kata (Neelamalar, 2018, p. 52, para. 5).

Hasil dari produk *podcast* audio akan diberikan kepada media. Kemudian, industri media akan memublikasikan *podcast* di akun Spotify media tersebut. Namun sebelumnya, penulis akan membuat akun Instagram

untuk *podcast* TAKIS agar tidak luput dari perhatian audiens (Neelamalar, 2018, p. 52, para. 6). Waktu unggah episode *podcast* juga akan konsisten dari segi hari dan waktu tayang.

Agar dapat mengembangkan program *podcast* TAKIS dengan memperbaiki kekurangan dari episode-episode, penulis akan meminta evaluasi atau umpan balik dari ahli atau *podcaster* lainnya yang juga menciptakan produk jurnalistik. Dengan melaksanakan tahap praproduksi, produksi, hingga mendapatkan evaluasi dari ahli, penulis akan mulai menyusun laporan untuk hasil karya episode pertama dari program TAKIS.

### **3.2 Jadwal Kerja**

Untuk episode pertama, penulis membuat jadwal kerja yang rinci agar rencana kerja dapat tereksekusi dengan baik. Jadwal kerja tersebut terdiri dari tiga tahap produksi yang sudah dijelaskan pada 3.1. Tabel 3.2 akan menunjukkan rincian lini masa pembuatan episode pertama program *podcast* TAKIS dari Januari hingga April 2021.



### **3.3 Breakdown Acara**

Pada episode pertama program *podcast* TAKIS, sub tema yang akan dibahas ialah krisis identitas saat krisis seperempat abad selama 60 menit. Sebagai permulaan, *podcast* akan dibuka dengan pengantar yang berupa *vox pop* untuk melihat pendapat dari berbagai sudut pandang.

Dengan menggunakan *bumper in* program TAKIS, pendengar akan dibawa masuk ke segmen pembuka dari penyiar atau *podcaster*. Selama lima menit, penyiar akan memperkenalkan diri dan menyambut pendengar secara singkat. Sebagai tambahan, penulis juga menjelaskan latar belakang cerita dari narasumber utama, yaitu Kiya, sebelum masuk ke hasil wawancara dengannya.

Penggunaan *sound* setelah pembuka berguna untuk menuju segmen pertama. Pendengar episode pertama TAKIS akan diperkenalkan dengan narasumber utama yang pernah mengalami krisis identitas saat mengalami *quarter life crisis*. Mulai dari segmen ini, penulis menggunakan format *audio storytelling* dengan narasi dan menanyakan kondisi narasumber saat berada di fase membangun krisis. Kemudian, segmen kedua akan membahas adegan narasumber ketika ia masuk ke fase krisis yang ditandai dengan adanya pemisahan diri atau istirahat dari kehidupan. Berpindah ke segmen ketiga, pendengar akan mengetahui kisah saat narasumber utama mengalami surutnya krisis dalam bentuk eksplorasi serta pembangunan hidupnya kembali. Khusus untuk pembuatan segmen satu hingga tiga, penulis mengacu pada masa seseorang mengalami krisis seperempat abad dari laporan Harvard Business Review yang Zilca (2017) jabarkan.

Sementara itu, segmen keempat menjadi ruang bagi narasumber ahli untuk memberikan alternatif solusi untuk mengatasi permasalahan krisis identitas yang dialami narasumber utama. Tujuannya agar publik mendapatkan solusi yang kredibel dan umum. Lewat sajian konten jurnalistik gelar wicara ini, pendengar akan mendapatkan edukasi mengenai *mindfulness* saat krisis seperempat abad.

Apabila sudah mendengarkan segmen keempat, *podcast* akan masuk ke segmen penutup. *Podcaster* atau narator akan memberikan rangkuman dari hasil wawancara dan menegaskan beberapa penjelasan dari kedua narasumber. Episode pertama *podcast* pun akan ditutup dengan ucapan terima kasih yang diikuti dengan *jingle*. Tabel 3.1 di bawah ini akan meringkas *breakdown* acara untuk melihat segmen, durasi, dan isi konten.

**Tabel 3.1 Rincian Episode Pertama Program *Podcast* TAKIS**

Segmen	Durasi (menit)	Isi Konten
Pengantar	5	<i>Podcaster</i> membaca pertanyaan yang diajukan untuk publik mengenai pengalaman mereka saat <i>quarter life crisis</i> . Kemudian, akan ditampilkan beberapa jawaban (audio) dari masyarakat. Setelah itu, ada <i>bumper</i> menuju pembuka.
Pembuka dari <i>podcaster</i>	5	Memperkenalkan diri, menyambut pendengar, dan <i>bridging</i> ke cerita narasumber utama. Akan diselingi <i>sound</i> sebelum ke segmen 1.
Segmen 1 - narasi dan wawancara	10	Narasumber utama memasuki fase membangun krisis (seseorang merasa terkunci).
Segmen 2 - narasi dan wawancara 2	10	Narasumber utama memasuki fase krisis (pemisahan diri atau waktu istirahat dari kehidupan).

Segmen 3 - narasi dan wawancara	10	Narasumber utama memasuki fase surutnya krisis (eksplorasi dan pembangunan kembali).
Segmen 4 – gelar wicara dengan ahli	15	Alternatif dari praktisi terkait solusi untuk mengatasi isu krisis seperempat abad secara umum.
Penutup	5	Rangkuman hasil wawancara dan penegasan kutipan dari narasumber. Kemudian, akan disampaikan ucapan terima kasih untuk narasumber dan pendengar. <i>Podcast</i> ditutup dengan <i>jingle</i> .

### 3.4 Anggaran Pengerjaan Episode Pertama TAKIS

Penulis membuat rancangan anggaran untuk episode pertama TAKIS agar dapat merealisasikan jalannya skripsi berbasis karya ini. Dalam realisasi rancangan anggaran ini, biaya tidak terduga penulis gunakan untuk pengambilan dan pengiriman piagam kepada narasumber ahli. Untuk penjelasan spesifik mengenai rencana dan realisasi anggaran, penulis telah jabarkan dalam Tabel 3.2.

**Tabel 3.2 Anggaran Episode Pertama Program *Podcast* TAKIS**

No.	Keterangan	Rincian			Jumlah (Rp)	
		Unit	Satuan	Harga Satuan	Rencana	Realisasi
1.	<i>Fee</i> narasumber	2	orang	Rp300.000	600.000	0
2.	Sewa studio	3	jam	Rp75.000	225.000	50.000
3.	Jasa pembuatan <i>jingle</i> dan <i>sound</i>	2	dokumen musik	Rp25.000	50.000	0
4.	Biaya tidak terduga untuk sewa peralatan dan produksi lainnya	-	-	-	300.000	50.000
5.	Bensin untuk transportasi ke studio	2,5	liter	Rp7.650	0	20.000
<b>Total Anggaran</b>					<b>1.175.000</b>	<b>120.000</b>

### 3.5 Target Luaran

Program *Podcast* TAKIS dibuat untuk masyarakat Indonesia yang peduli dengan isu ataupun sedang mengalami krisis seperempat abad, terutama krisis identitas. Usia pendengar yang relevan dengan rentang umur orang yang mengalami krisis seperempat abad ada di sekitar 14 hingga 35 tahun. Namun, tidak menutup kemungkinan TAKIS juga didengarkan oleh orang yang usianya lebih muda atau tua dari target. Maka dari itu, penulis akan bekerja sama dengan salah satu perusahaan media di Indonesia agar konten program *podcast* TAKIS dapat tersalurkan lewat Spotify media tersebut. Rencananya, *podcast* akan diunggah setiap Sabtu pukul 19.00 WIB oleh media.

Sebagai tambahan, penulis dan tim melakukan upaya untuk membangun audiens agar tertarik mendengarkan *podcast* TAKIS dengan aktif di Instagram. Pasalnya, survei NapoleonCat (n.d.) pada November 2020 mencatat, terdapat 81.770.000 orang Indonesia yang menggunakan Instagram. Untuk persentasenya, masyarakat berusia 18-24 tahun paling banyak menggunakan akun Instagram, yaitu sebesar 36,7 persen (NapoleonCat, n.d.). Peringkat tersebut disusul oleh masyarakat berusia 25 sampai 34 tahun yang memperoleh presentase 31,8 persen (NapoleonCat, n.d.). Data dari survei ini membuat penulis dan tim memutuskan untuk menggunakan media sosial Instagram dalam hal pemasaran program *podcast* TAKIS. Terlebih rentang usia pengguna terbanyak Instagram sama seperti target audiens yang kemungkinan mengalami krisis seperempat abad.

Promosi di Instagram TAKIS juga tidak hanya bersifat *hard selling*, tetapi juga ingin menerapkan strategi *content marketing*. Dengan strategi tersebut,



harapannya program *podcast* TAKIS bisa bertahan serta bertumbuh dalam jangka yang relatif panjang (Tantri, 2020, para. 2). Dalam menyusun konten suatu merek, Fahroni Arifin selaku senior *vice president brand management and strategy* Indosat Ooredoo menjelaskan, memahami audiens menjadi hal penting (Tantri, 2020, para. 3-12). Fahroni pun menyarankan sebuah merek harus bisa memberikan pesan dengan empati dan peduli kepada konsumen dengan cara menjual produk secara *soft selling* (Tantri, 2020, para. 12). Dengan begitu, sebuah *brand* bisa meningkatkan loyalitas dan *engagement* konsumen tanpa harus menjual produk secara terus menerus (Tantri, 2020, para. 12). Membaca laporan dari Tantri (2020), penulis dan tim pun akan memanfaatkan akun Instagram TAKIS untuk membagikan konten terkait krisis seperempat abad sebelum mempromosikan produk *podcast*-nya.