

BAB III

RANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Dalam produksi *podcast* TAKIS, penulis berperan sebagai produser dan penyiar *podcast*. Dalam salah satu unggahannya di Twitter, Box2Box Indonesia menjelaskan bahwa produser *podcast* umumnya memiliki peran yang sama dengan para produser radio atau televisi. Produser *podcast* memiliki keterlibatan dalam seluruh proses produksi *podcast*, mulai dari menyalurkan ide, mengelola isi dan materi *podcast*, sampai mengevaluasi performa *podcaster*. Box2Box Indonesia juga menambahkan bahwa dalam beberapa kasus, produser juga mengurus aspek bisnis dari sebuah *podcast*. Box2Box Indonesia merupakan jaringan *podcast* terbesar yang memproduksi dan sampai saat ini sudah mengakuisisi 50 *podcast* di Indonesia dengan tema komedi, *pop culture*, J-pop, audio drama, dan masih banyak lagi.

Melengkapi penjabaran tersebut, dalam artikel berjudul “*What Does a Podcast Producer Do?*”, Podcast Engineers (n.d, para. 6-9) menuliskan bahwa produser *podcast* memiliki berbagai tanggung jawab, seperti mengawasi produksi episode dan memberikan ide serta konsep setiap episode, serta mencari dan membuat janji dengan narasumber atau tamu yang menarik sesuai dengan topik episode. Selain itu, produser *podcast* juga bertanggung jawab atas proses rekaman, penyuntingan, dan publikasi setiap episode.

Berperan sebagai penyiar, Yulia (2010, p. 17) mendefinisikannya sebagai orang yang mampu mengomunikasikan gagasan, konsep, dan ide, serta bertugas

untuk membawakan atau menyiarkan suatu program. Dengan demikian, penyiar bertanggung jawab atas acara yang sedang dibawakan sehingga dapat berlangsung dengan lancar.

Berperan sebagai produser, merancang tahap pembuatan episode karier *podcast* TAKIS menjadi hal penting. Menurut Geoghegan dan Klass (2008, p. 29), pembuatan *podcast* hanya memerlukan berkas rekaman suara yang kemudian diberikan beberapa persiapan untuk akhirnya disiarkan. Dalam bukunya berjudul *Podcast Solutions: The Complete Guide to Audio and Video Podcasting*, Geoghegan dan Klass (2008) menjelaskan lebih detail mengenai persiapan pembuatan *podcast* yang terbagi ke dalam delapan tahap yang penulis rangkum sebagai berikut.

1. Mengembangkan konsep *podcast*.

Pada tahap ini, individu diminta untuk menentukan apa yang diinginkan dari *podcast* yang akan dihasilkan dan dapat dikembangkan di masa depan. Beberapa hal yang harus ditentukan sebelum membuat *podcast* adalah alasan mengapa pendengar harus mendengarkan *podcast* yang dibuat, tentukan panjang durasi tiap episode, menentukan struktur *podcast* mulai dari pembuka, isi, dan penutup.

2. Persiapan sebelum siaran.

Pada tahap ini individu harus menyiapkan beberapa hal sebelum melakukan rekaman, seperti menyiapkan musik latar atau efek suara, serta melakukan riset data yang diperlukan. Dalam menyiapkan

musik dan efek suara, individu juga perlu memerhatikan lisensi musik yang digunakan. Persiapan siaran juga mencakup pengaturan studio dan memastikan semua peralatan berfungsi dengan baik, memastikan perangkat penyimpanan yang memadai, serta dapat memantau rekaman melalui *headphones*.

3. Mengatur studio.

Individu harus mengetahui peralatan yang dibutuhkan dalam *podcasting*, seperti mikrofon, pop filter, *headphones*, *mixers*, dan perangkat lunak yang dibutuhkan. Untuk mikrofon, individu juga harus mengetahui tipe mikrofon yang biasanya digunakan oleh *podcaster* serta teknik penggunaan mikrofon yang baik dan benar. Selain mengetahui peralatan *podcasting*, individu juga harus mengatur studio agar memenuhi standar industri *podcast*. Hal tersebut berguna agar *podcast* yang dihasilkan terdengar seperti profesional.

4. Melakukan rekaman.

Dalam tahap rekaman, individu harus mengetahui perangkat lunak (*software*) yang digunakan dan elemen yang terkandung di dalamnya. Kemudian, individu dapat melakukan eksperimen dengan mikrofon yang digunakan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Tidak hanya itu, individu juga perlu mengolah teknik suara selama rekaman.

5. Menyunting atau *mastering*.

Setelah melakukan rekaman, individu dapat melakukan proses penyuntingan dengan menghilangkan atau memperbaiki beberapa bagian dalam rekaman.

6. Pengodean menjadi format MP3.

Pada tahap ini, berkas audio yang sudah disunting disimpan dalam bentuk MP3.

7. Mengunggah.

Hal yang perlu disiapkan sebelum mengunggah berkas audio ke internet adalah menentukan web *hosting* tempat untuk menyimpan dan menyebarkan *podcast* kepada pendengar.

8. Mengembangkan berkas daring.

Ketika berkas audio diunggah ke internet dan didengarkan oleh banyak orang, individu dapat menghasilkan uang dari *podcasting* dengan cara memasukkan iklan, menyediakan layanan berlangganan berbayar, dan lain-lain.

Untuk melengkapi tahapan pembuatan *podcast* oleh Geoghegan dan Klass, penulis juga menggunakan proses pembuatan program radio yang dirumuskan oleh Neelamalar (2018). Dalam bukunya berjudul *Radio Programme Production*, Neelamalar (2018, p. 50-52) membaginya ke dalam tiga tahap, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi, serta menjabarkannya sebagai berikut.

1. Praproduksi

Menentukan konsep, mulai dari konsep program, konsep perekaman, sampai konsep penyampaian kepada pendengar. Dalam tahap ini Neelamalar membaginya menjadi delapan langkah:

a. Membentuk ide.

Diawali dengan menentukan jenis program yang akan diproduksi, seperti *feature*, drama dokumenter, dokumenter, atau program musik. Selain menentukan jenis program, diperlukan juga pengembangan ide detail format program.

b. Bekerja sesuai dengan kemungkinan praktik di lapangan.

Pada tahap ini, perencanaan yang perlu dilakukan adalah menentukan anggaran, ketersediaan waktu, sumber daya yang dibutuhkan, teknis pendukung, dan sebagainya.

c. Melakukan riset.

Riset merupakan langkah penting dalam tahap praproduksi. Riset perlu dilakukan secara mendalam untuk memperoleh hasil yang maksimal atau mendalam.

d. Menyiapkan naskah.

Menurut Neelamalar, naskah radio sebenarnya hanya dibutuhkan pada beberapa program radio, seperti program drama. Sementara itu, beberapa program lainnya hanya memerlukan semi-naskah, atau tidak memerlukan naskah sama sekali, seperti siaran langsung, pengumuman, pidato, dan format lainnya yang harus dilakukan secara spontan.

Meskipun begitu, naskah tetap disiapkan sebelum melakukan produksi.

- e. Menentukan penyiar, narator, dan lain-lain.

Penyelenggara program sudah harus menentukan narator, penyiar, dan berbagai peran lainnya sebelum menjalankan sebuah program radio.

- f. Melengkapi kebutuhan kontrak.

Penandatanganan kontrak diperlukan jika penyelenggara program melakukan perekrutan tenaga kerja.

- g. Memastikan ketersediaan waktu.

Untuk menghindari kesalahan dalam tahap produksi, penyelenggara program perlu merancang dan memastikan kerangka waktu atau lini masa untuk semua tahap produksi.

- h. Memeriksa ketersediaan studio dan memesannya.

Ketersediaan studio rekaman merupakan hal yang penting. Produksi akan menjadi kacau ketika studio rekaman tidak tersedia. Maka dari itu, ruang rekaman perlu dipesan dan dipersiapkan terlebih dulu sebelum produksi.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan hal yang paling krusial karena seluruh proses rekaman program atau satu episode dilakukan pada tahap ini. Agar produksi dapat berjalan dengan lancar dan efektif, perencanaan tahap praproduksi perlu dilakukan secara cermat.

3. Pascaproduksi

Tahap ini akan mengisi kekurangan yang terjadi dalam tahap produksi. Produser dapat menambahkan segala sesuatu yang terlewat dan menghilangkan suara yang berlebihan atau tidak diperlukan. Neelamalar menjelaskan lebih lanjut empat tahap yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan tahap pascaproduksi sebagai berikut.

a. Melakukan riset lebih lanjut.

Setelah melakukan rekaman, beberapa detail mungkin ada yang terlewat dan perlu ditambahkan. Sebagai contoh, dalam format dokumenter riset lanjutan dapat dilakukan dan menambahkan detail yang diperlukan.

b. Menambahkan efek suara.

Penambahan efek suara memiliki peran penting untuk menyampaikan pesan kepada pendengar. Hal ini dilakukan untuk menutupi kekurangan visual yang tidak diberikan oleh radio. Maka dari itu, menambahkan efek suara ke dalam drama atau dokumenter menjadi hal penting dalam tahap pascaproduksi.

c. Menghilangkan kesalahan.

Dalam tahap produksi, beberapa kesalahan dapat terjadi, seperti berbicara yang berlebihan, salah pengucapan kata, melakukan pengulangan kata, atau penyampaian detail yang

keliru. Semua kesalahan yang terjadi pada tahap rekaman dapat diperbaiki dalam pascaproduksi.

d. Memublikasikan.

Publisitas yang terencana dan teratur sangat dibutuhkan agar program yang dihasilkan mendapat perhatian audiens. Kemudian, setelah program disiarkan, harus ada pengingat yang teratur mengenai konten, hari, dan waktu program untuk ditayangkan.

Berdasarkan penjabaran di atas, untuk menjelaskan tahap pembuatan episode karier *podcast* TAKIS, penulis menggabungkan tahap pembuatan *podcast* menurut Geoghegan dan Klass dengan tahap pembuatan program radio menurut Neelamalar. Dengan melakukan beberapa penyesuaian, berikut merupakan tahap pembuatan episode karier *podcast* TAKIS.

3.1.1 Praproduksi

Dalam tahap praproduksi, penulis dan tim berdiskusi untuk mematangkan konsep dan format *podcast*. Dengan melakukan berbagai riset, mulai dari pengamatan fenomena sekitar, membaca berbagai jurnal, dan mendengarkan berbagai program *podcast*, penulis dan tim memilih untuk mengangkat tema besar krisis seperempat abad atau *quarter life crisis*. Berdasarkan tema besar yang dipilih, tercetuslah nama *podcast* TAKIS (Atasi Krisis) oleh Elisabeth Diandra Sandi yang digunakan sebagai identitas *podcast*. Selain menentukan nama, penulis dan tim juga menentukan logo serta *jingle* yang akan digunakan.

Setelah menentukan tema besar, penulis dan tim menentukan fokus topik untuk tiga episode *podcast*. Dalam hal ini, penulis memilih untuk membahas topik mengenai krisis seperempat abad di bidang karier. Hal tersebut berlandaskan survei LinkedIn pada 2017 yang sudah dijabarkan pada bab sebelumnya.

Persiapan selanjutnya adalah menentukan format siaran *podcast*. Inovasi menjadi hal penting dalam menentukan format *podcast*. Penulis dan tim memutuskan untuk menggabungkan format *vox-pop*, *storytelling*, dan gelar wicara (*talk show*) dalam satu episode *podcast* TAKIS. Dengan mengkolaborasikan ketiga format tersebut, harapannya pendengar dapat bertahan untuk mendengarkan dari awal hingga akhir episode *podcast* TAKIS yang berdurasi 60 menit. Tidak hanya inovasi dalam cara penyampaian, penyiar juga memiliki pengaruh untuk menarik pendengar dan membuatnya bertahan. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk mengambil peran sebagai penyiar dan melatih teknik vokal. Untuk memperjelas susunan episode karier *podcast* TAKIS, berikut ini merupakan susunan acara (*rundown*) yang penulis rancang sebagai acuan pembuatan episode *podcast* TAKIS.

Tabel 3.1 Rancangan Susunan Episode Karier *Podcast* TAKIS

Durasi	Keterangan	Isi Konten
Pembuka		
00:00 – 02:00	Pembukaan <i>podcast</i> .	<i>Jingle</i> . <i>Vox-pop</i> mengenai krisis seperempat abad di bidang karier.

		Musik singkat pergantian segmen.
02:00 – 05:00	Pembuka dari <i>podcaster</i> .	Memperkenalkan diri, menyambut pendengar, memperkenalkan topik krisis seperempat abad di bidang karier, dan <i>bridging</i> ke cerita narasumber utama.
		Musik singkat pergantian segmen.
Isi		
05:00 – 15:00	Segmen 1 <i>Storytelling</i> krisis seperempat abad fase 1.	Perkenalan singkat identitas narasumber dan cerita narasumber ketika memasuki fase pertama dalam krisis seperempat abad di bidang karier. Narasumber berada dalam titik terendahnya di bidang karier dan merasa terkunci dengan keadaan.
15:00 – 25:00	Segmen 2 <i>Storytelling</i> krisis seperempat abad fase 2.	Narasi cerita narasumber memasuki fase kedua dalam krisis seperempat abad di bidang karier. Narasumber mulai memisahkan diri dari lingkungannya.
25:00 – 30:00	Segmen 3 <i>Storytelling</i> krisis seperempat abad fase 3.	Narasi cerita narasumber memasuki fase ketiga dalam krisis seperempat abad di bidang karier. Narasumber merefleksikan diri.
30:00 – 40:00	Segmen 4 <i>Storytelling</i> krisis seperempat abad fase 4.	Narasi cerita narasumber memasuki fase keempat dalam krisis seperempat abad di bidang karier. Narasumber bertekad untuk memulai komitmen dan peluang baru. <i>Podcaster</i> juga menyampaikan <i>bridging</i> untuk masuk ke dalam segmen gelar wicara.
		Musik singkat pergantian segmen.
40:00 – 55:00	Gelar wicara bersama narasumber ahli.	Pembahasan mengenai tanda-tanda krisis seperempat abad di bidang karier dan memberikan solusi alternatif untuk keluar dari fase tersebut.
Penutup		

55:00 – 60:00	Penutup <i>podcast</i> .	Rangkuman hasil wawancara dan penegasan kutipan dari narasumber. Kemudian, akan disampaikan ucapan terima kasih untuk narasumber dan pendengar.
		<i>Jingle</i> .

Setelah pematangan konsep dan format *podcast* rampung, penulis menentukan kriteria narasumber yang akan diundang dalam episode karier *podcast* TAKIS. Penulis menentukan dua narasumber untuk mengisi segmen *storytelling* dan gelar wicara. Untuk narasumber segmen *storytelling*, kriteria yang penulis tentukan adalah seseorang berusia 20-30 tahun, pernah berada dalam fase krisis seperempat abad di bidang karier, sudah berhasil melewatinya, dan memiliki cerita menarik untuk dibagikan ke pendengar. Kemudian, narasumber pada segmen gelar wicara, penulis akan mencari ahli yang terkait dengan topik krisis seperempat abad atau karier, seperti misalnya psikolog, *clife coach*, dan sebagainya.

Berdasarkan penjabaran Geoghegan dan Klass, serta Neelamalar, selain mematangkan ide, konsep, dan narasumber, penulis juga perlu mempersiapkan kebutuhan teknis. Hal teknis yang perlu disiapkan adalah ketersediaan studio, alat rekam, perangkat lunak yang dibutuhkan dalam proses produksi. Terkait ketersediaan studio, penulis berencana untuk melakukan rekaman di doubleDi Studio Music and Sound, Gading Serpong, Tangerang. Hal ini dikarenakan terdapat alat dan ruangan memadai, serta adanya operator yang membantu selama proses rekaman. Peminjaman

studio akan penulis gunakan untuk merekam suara narasi segmen *storytelling* dan suara *podcaster* dalam pembuka dan penutup *podcast*.

Kemudian, guna menjaga kualitas audio, penulis sudah merancang beberapa peralatan dan perangkat lunak yang akan dipakai untuk memproduksi episode karier *podcast* TAKIS. Berikut ini merupakan daftar alat dan perangkat lunak tersebut.

1. Mikrofon Rode PodMic Dynamic Podcasting.
2. Mikrofon clip BOYA M1.
3. Pop filter.
4. *Stand* mikrofon.
5. *Headset* Audio Technica.
6. Adobe Audition untuk menyunting audio.

Selanjutnya, mengacu pada tahap praproduksi, yaitu bekerja sesuai dengan kemungkinan praktik menurut Neelamalar (2018), penulis menentukan platform untuk mendistribusikan dan mempromosikan *podcast* TAKIS. Untuk mewujudkan hal tersebut, penulis dan tim akan menawarkan kerja sama dengan media *Kompas.com* dan *IDN Times* yang memiliki target audiens serta visi yang sesuai dengan *podcast* TAKIS. Sebagai langkah pertama, penulis dan tim menyusun proposal kerja sama yang menawarkan konten *podcast* TAKIS dan meminta ruang publikasi serta promosi dari media yang dituju.

Tidak hanya mengajak kerja sama media, penulis juga akan memanfaatkan media sosial Instagram guna menarik *engagement* audiens

sebelum episode *podcast* diluncurkan. Selain melakukan promosi bersifat *hard selling*, penulis juga akan menerapkan strategi *content marketing* agar *podcast* TAKIS dapat bertahan serta bertumbuh dalam jangka yang relatif panjang. Content Marketing Institute dalam *Forbes* (Steimle, 2014, para. 3) menjelaskan *content marketing* sebagai teknik pemasaran untuk membuat dan mendistribusikan konten yang berharga, relevan, dan konsisten. Tujuannya, untuk menarik dan memperoleh audiens yang jelas dan dengan tujuan mendorong adanya tindakan pelanggan yang menguntungkan.

Selain itu, Senior *Vice President Brand Management and Strategy* Indosat Ooredoo Fahroni Arifin menjelaskan bahwa memahami audiens menjadi faktor penting sebagai dasar menyusun konten sebuah merek (Tantri, 2020, para. 12). Maka dari itu, Fahroni menyarankan agar sebuah merek tidak melulu menjual produk (*hard selling*), tetapi harus menyampaikan pesan dengan rasa empati dan peduli terhadap konsumen. Dengan begitu, *brand* dapat meningkatkan *engagement* dan loyalitas konsumen tanpa terus-menerus menjual produk. Penulis pun memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana edukasi dengan mengunggah konten seputar krisis seperempat abad dan berinteraksi dengan audiens.

Kemudian, Instagram dipilih karena berdasarkan survei dari Napoleon Cat (2020) pada Agustus 2020, pengguna Instagram di Indonesia mencapai 77.190.000 orang. Sebanyak 36,3 persen orang berusia 18 sampai 24 tahun menduduki peringkat pertama sebagai pengguna terbanyak akun Instagram. Peringkat kedua diisi oleh 32,4 persen orang berusia 25 hingga

34 tahun. Melihat data tersebut, rentang usia pengguna Instagram ini tidak jauh dengan golongan umur orang yang mengalami krisis seperempat abad, yaitu sekitar usia 20 sampai dengan 30 tahun. Atas dasar tersebut, penulis memilih Instagram untuk mempromosikan *podcast* TAKIS.

Persiapan terakhir yang penulis lakukan dalam tahap praproduksi adalah membuat target dalam bentuk lini masa batasan waktu. Dalam lini masa tersebut, penulis menentukan batasan waktu untuk melakukan riset, menentukan narasumber, menghubungi narasumber, pembuatan naskah, melakukan produksi, pascaproduksi, hingga pembuatan naskah akademik. Berikut ini merupakan rancangan lini masa pembuatan episode karier *podcast* TAKIS.

PROSES KERJA	BULAN	MARET					APRIL																						
	TANGGAL	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
PASCA- PRODUKSI	Menyunting <i>podcast</i>																												
	Memeriksa hasil suntingan																												
	Memublikasikan episode <i>podcast</i>																												
	Melakukan evaluasi																												
	Mulai menyusun laporan																												

3.1.2 Produksi

Setelah melakukan persiapan yang detail dalam tahap praproduksi, Dalam masa pandemi COVID-19 ini, penulis memilih untuk melakukan wawancara dengan narasumber secara virtual melalui panggilan video. Untuk menjamin kualitas audio, penulis akan menyewakan dua buah mikrofon *clip* BOYA M1 untuk dipakai oleh penulis dan mengantarkannya ke rumah narasumber. Selanjutnya, penulis akan merekam hasil wawancara melalui aplikasi panggilan yang digunakan. Namun, untuk melakukan pencadangan hasil rekaman, penulis dan narasumber juga akan sama-sama merekam dengan perangkat masing-masing.

Selesai melakukan wawancara dengan kedua narasumber, penulis akan menuliskan transkrip wawancara. Kemudian, berdasarkan hasil transkrip wawancara narasumber yang memiliki pengalaman krisis seperempat abad di bidang karier, penulis akan mengolahnya menjadi naskah *storytelling*. Saat naskah sudah selesai disusun, penulis akan melakukan konsultasi dan melakukan revisi naskah jika diperlukan. Selanjutnya, penulis yang juga berperan sebagai penyiar akan melakukan rekaman narasi. Sesuai dengan perencanaan pada tahap praproduksi, penulis akan melakukan rekaman di doubleDi Studio Music and Sound, Gading Serpong, Tangerang. Proses rekaman akan dilakukan menggunakan peralatan yang tersedia dan sesuai dengan kebutuhan penulis.

Proses selanjutnya, penulis akan mengumpulkan tanggapan audiens di Instagram mengenai krisis seperempat abad di bidang karier untuk

mengisi segmen *vox-pop podcast* TAKIS. Pertama-tama, penulis akan mengunggah pertanyaan melalui fitur Instagram *story*. Selama kurun waktu 24 jam, penulis barharap audiens dapat memberikan tanggapannya melalui *direct message* Instagram podcast TAKIS. Setelah mendapatkan jawaban dari audiens, penulis akan menyortir dan memilih tiga sampai empat jawaban audiens. Kemudian, penulis akan meminta kesediaan narasumber untuk merekam jawaban dalam format audio dan mengirimkannya melalui email *podcast* TAKIS.

3.1.3 Pascaproduksi

Ketika proses produksi usai dilakukan, penulis akan melanjutkan ke tahap penyuntingan audio *podcast*. Namun, pertama-tama penulis akan memeriksa kembali kelengkapan audio dan ketersediaan memori penyimpanan dalam perangkat yang digunakan untuk menyunting. Penulis juga melakukan pengecekan ulang informasi yang didapat melalui hasil wawancara. Apabila terdapat informasi yang kurang jelas atau bahkan terlewat, penulis akan kembali menghubungi narasumber dan meminta kesediaannya untuk melakukan wawancara ulang. Setelah itu, penulis akan menyisipkan informasi tersebut menjadi satu rangkaian episode *podcast* yang utuh.

Tidak hanya menambahkan informasi yang kurang, penulis juga akan membuang kesalahan atau informasi yang tidak diperlukan. Dalam tahap ini, semua proses penyuntingan akan dilakukan menggunakan perangkat lunak Adobe Audition. Kemudian, seperti yang dijabarkan oleh

Neelamalar (2018), penulis akan menambahkan elemen kunci, seperti efek suara dan musik latar untuk membangun cerita serta informasi yang disampaikan pada audiens. Sesuai dengan pemaparan Geoghegan dan Klass (2008), penulis akan memperhatikan lisensi musik yang digunakan. Untuk menghindari pelanggaran hak cipta, penulis akan memilih musik yang legal dan tidak berbayar untuk digunakan dalam penyiaran.

Setelah proses penyuntingan selesai, penulis akan melakukan pengecekan ulang seluruh episode dan mengkonsultasikannya dengan dosen pembimbing serta pihak media. Apabila hasilnya sudah memenuhi standar media dan layak untuk tayang, pendistribusian pun dapat dilakukan. Hasil dari produk *podcast* akan diberikan kepada media dan ditayangkan pada platform audio media tersebut.

Setelah mengunggah episode dengan topik karier, penulis akan melakukan tahap promosi guna meningkatkan jumlah pendengar *podcast* TAKIS. Selama kurun waktu dua sampai tiga minggu episode karier mengudara, penulis akan meminta umpan balik (*feedback*) atau evaluasi dari ahli di bidang *podcast* dan para pendengar. Tujuannya, agar penulis mengetahui kekurangan yang ada dan dapat memperbaikinya pada episode *podcast* TAKIS di masa yang akan datang. Dengan melaksanakan tahap praproduksi, produksi, hingga pascaproduksi, serta mendapatkan evaluasi dari ahli, penulis akan mulai menyusun naskah akademik untuk hasil karya episode *podcast* TAKIS.

3.2 Anggaran

Mengacu pada penjabaran bekerja sesuai dengan praktik dalam tahap pembuatan *podcast* menurut Neelamalar (2018), penulis menentukan anggaran keuangan sebagai berikut.

Tabel 3.3 Rancangan Anggaran Episode Karier *Podcast* TAKIS

No.	Keterangan	Rincian		Jumlah	
		Satuan	Harga (@)	Rencana	Realisasi
1.	Narasumber	2 orang	Rp200.000	Rp400.000	Rp200.000
2.	Sewa studio + alat rekaman	4 jam	Rp75.000	Rp300.000	Rp50.000
3.	Sewa operator	4 jam	Rp75.000	Rp300.000	0
4.	Sewa perangkat lunak Adobe Audition	1 bulan	Rp500.000	Rp500.000	0
5.	Jasa pembuatan <i>jingle</i> dan <i>sound</i>		Rp50.000	Rp50.000	0
6.	Transportasi penulis		Rp200.000	Rp200.000	Rp100.000
Total Anggaran				Rp1.750.000	Rp350.000

Berdasarkan tabel di atas, anggaran awal yang dibutuhkan oleh penulis untuk memproduksi satu episode *podcast* TAKIS adalah sebesar Rp1.750.000. Namun, pada realisasinya, penulis hanya mengeluarkan anggaran sebesar Rp350.000. Perubahan dalam penggunaan anggaran terjadi selama masa produksi yang menyebabkan penulis tidak perlu mengeluarkan dana produksi. Penulis akan menjelaskan perubahan tersebut lebih lanjut pada bab 4.

3.3 Target Luaran

Podcast TAKIS ditujukan bagi masyarakat Indonesia yang peduli dengan isu krisis seperempat abad dan secara khusus tengah mengalami krisis seperempat

abad di bidang karier. Usia 20-an hingga awal 30-an merupakan usia pendengar yang relevan dengan rentang umur orang yang mengalami krisis seperempat abad. Namun, tidak menutup kemungkinan jika terdapat orang dengan usia lebih muda atau tua dari target yang akan mendengarkan *podcast* ini.

Agar *podcast* TAKIS dapat sampai ke pendengar dengan baik dan menjangkau audiens yang lebih luas, penulis akan bekerja sama dengan media *Kompas.com* atau *IDN Times* dan mengunggah dokumen audio *podcast* ke platform yang disediakan oleh media tersebut. Dengan demikian, *podcast* dapat tersimpan dan didengarkan secara berulang kapan saja dan di mana saja. Penulis dan tim menentukan waktu tayang episode *podcast* TAKIS setiap Sabtu pukul 19.00 WIB.

Penulis juga memanfaatkan media sosial Instagram guna membangun ketertarikan audiens terhadap *podcast* TAKIS serta memasarkan konten. Seperti yang dijelaskan dalam tahap praproduksi dan pascaproduksi, *podcast* TAKIS akan melakukan promosi bersifat *hard selling* dan menerapkan strategi *content marketing*. Dengan demikian, penulis dan tim sepakat untuk membuat akun Instagram untuk *podcast* TAKIS. Penulis akan mengunggah konten mengenai krisis seperempat abad melalui fitur Instagram *feed* dan Instagram *story* sehingga audiens dapat berinteraksi dengan memberikan *like*, komentar, atau mengirimkannya pada pengguna lain.

Instagram *podcast* TAKIS akan rutin mengunggah konten tiga kali dalam seminggu. Berdasarkan artikel “*The Best Time to Post on Social Media in 2021*”, waktu terbaik untuk mengunggah konten di Instagram adalah Senin, Selasa, dan Jumat (Ferreira, 2021, para. 12). Dengan melakukan penyesuaian, penulis memilih

hari Senin, Rabu, dan Jumat dengan rentang waktu pukul 19.00 – 20.00 WIB untuk mengunggah konten *podcast* TAKIS setiap minggunya. Meski begitu, tidak menutup kemungkinan jika konten Instagram *podcast* TAKIS diunggah di luar dari waktu yang sudah ditentukan. Berikut ini target luaran yang akan dihasilkan dari episode karier *podcast* TAKIS.

1. Berkas audio episode karier *podcast* TAKIS dengan durasi 60 menit.
2. Konten Instagram mengenai penjelasan krisis seperempat abad yang menjadi tema besar *podcast* TAKIS.
3. Kutipan pendapat masyarakat mengenai krisis seperempat abad di bidang karier.
4. Konten mengenai tanda-tanda fase krisis seperempat abad. Konten ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan fenomena krisis seperempat abad.
5. Konten mengenai solusi atau cara yang dapat dilakukan untuk mengatasi krisis seperempat abad.
6. Tiga konten menuju perilisan episode karier *podcast* TAKIS.