

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Tinjauan karya ini digunakan untuk menjadi acuan pembuatan program di chanel *podcast* ini. Dari karya yang sudah ada ini, penulis dapat menggali informasi lebih banyak lagi. Di bawah ini penulis memaparkan lima karya yang bisa menjadi inspirasi penulis dalam membuat program siaran.

Tabel 2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Judul	Pembuat	Tahun Publikasi	Bentuk Pengemasan Program	Fokus Pembahasan dan Analisis	Elemen Multi media
Live <i>Talk show</i> " IT CORNER " Tema : " MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI ERA DIGITAL "	Sonora Palembang	2020	Live Talkshow (Youtube)	<i>Talk show</i> ini merupakan perbincangan antara penyiar sonora dan juga seorang dosen yang merupakan sarjana komunikasi. <i>Talk show</i> ini membahas mengenai bisnis yang terjadi di media sosial dilihat dari berbagai macam sisi. Bagaimana media sosial dapat	Audio dan Video

				menguntungkan bagi pembisnis. Pembicaraan ini agak sedikit serius lantaran mereka menggunakan bahasa yang sopan.	
Menggunakan Media Sosial untuk Keperluan Profesional Rekam Kerja <i>Podcast</i>	Maukerja Indonesia	2020	<i>Podcast</i> dan Video (Youtube)	<i>Podcast</i> ini berisikan perbincangan 1 orang host dan satu narasumber yang membicarakan mengenai media sosial. Bagaimana kita menggunakan media sosial sebagai keperluan professional. Seorang HR terkadang membuka media sosial orang yang melamar pekerjaan untuk mengetahui cara pandang dan juga kepribadian pelamar tersebut. Dan hal-hal lain terkait dengan pekerjaan. Perbincangan ini terbilang santai karena dibawakan dengan canda tawa dan juga biasa sehari-hari	Audio dan Video
Setelah Sekian Lama	3PODSHOW	2020	<i>Podcast</i> (<i>Spotify</i>)	<i>Podcast</i> ini merupakan podcast	Audio

<p>Akhirnya Adit & Surya Insomnia Rujuk Juga!</p>				<p>milik soleh solihun dan di <i>podcast</i> ini, ia mengundang mantan VJ MTV yaitu adit dan surya insomnia. Mereka membincangkan mengenai obrolan ringan sehari-hari. Mereka membicarakan mengenai kejadian-kejadian masa lalu yang pernah mereka alami. Percakapan ini adalah percakapan santai dan juga menggunakan bahasa santai sehari-hari.</p>	
<p>Cara Menemukan Peluang Bisnis <i>Online</i> – 3 Steps Profit Framework</p>	<p>Digital Marketing with Denny Santoso</p>	<p>2020</p>	<p><i>Podcast (Spotify)</i></p>	<p><i>Podcast</i> ini adalah <i>podcast</i> singkat yang dibawakan oleh satu orang. Di dalam <i>podcast</i> ini orang tersebut membagikan sebuah tips mengenai cara menemukan peluang bisnis <i>online</i>. Dia menunjukkan cara-cara menggunakan sebuah contoh di kehidupan sehari-hari. Pembawaanya santai namun disampaikan secara tegas.</p>	<p>Audio</p>

The Power of Copywriting ft. Olivia Elena Pemimpin Redaksi Majalah Sunday	Ngomongin Bisnis	2020	<i>Podcast (Spotify)</i>	<i>Podcast</i> ini dibawakan oleh satu orang yang mengundang seorang narasumber. Di dalam <i>podcast</i> ini pendengaran diajarkan tentang bagaimana cara dan tips membuat copywriting. Bagaimana pesan seseorang dapat disampaikan secara menarik melalui sebuah konten. Bagaimana orang bisa tertarik dengan konten yang dibuat.	Audio
---	------------------	------	--------------------------	--	-------

Berdasarkan tabel di atas, persamaan terdapat pada bagaimana cara menggarap suatu konten yaitu melalui *podcast*. Program yang di sajikan oleh media yang terdapat dalam tabel adalah mengenai media sosial dan juga bisnis. Pembawaan yang dibawakan oleh ke-lima produk tersebut tergolong santai dan merupakan obrolan sehari-hari. Dari yang telah dianalisa oleh penulis, didapatkan bahwa program *talk show* melalui *podcast* akan lebih baik jika dibawakan dengan santai karena menurut penulis, *podcast* yang dibawakan dengan santai dan juga menggunakan bahasa sehari-hari lebih enak untuk di dengar. Terlebih lagi target pendengar yang di bidik oleh penulis adalah usia produktif antara 15-35 tahun.

2.2 Konsep-Konsep yang Digunakan

2.2.1 *Podcast* sebagai Medium

Merurut jurnal yang ditulis oleh Rafianti,dkk yang mengutip Bonini,T (2015, p.25) *Podcast* dapat diartikan sebagai sebuah teknologi yang dapat digunakan sebagai alat untuk mendistribusikan, menerima, dan juga mendengarkan konten secara *on-demand*, dan dapat diproduksi oleh professional maupun amatir. Biasanya, *podcast* berwujud audio dan juga video yang merupakan rekaman asli. *Podcast* juga merupakan audio non streaming yang sangat berbeda dengan radio. *Podcast* mulai muncul pada tahun 2005, namun baru populer pada tahun 2007. Istilah *podcast* ini berasal dari kata “iPod” dan “Broadcasting”. *Podcast* pertama kali dikenalkan oleh produk yang banyak dikenal oleh masyarakat yaitu *Apple* (Nugroho, 2020, Mei 31, p.3).

Terdapat beberapa jenis *podcast*, diantaranya adalah *Podcast Interview*, *Podcast Solo*, dan *Podcast* multi-host (Nugroho, 2020, Mei 31, p.3). Dalam pembuatan program ini, *podcast* yang akan digarap oleh penulis adalah *Podcast Interview*.

Dalam survey Daily Sosial 2018 disebutkan bahwa alasan utama pendengar mengonsumsi *podcast* yaitu salah satunya adalah karena adanya variasi konten dan *playform* yang memberikan fleksibilitas saat menikmati konten. Menurut Fadilah,dkk (2017, p.96), *podcast* memiliki cara kerjanya sendiri. Adapun cara kerja dan juga distribusi *podcast*. Terdapat 3 elemen dalam *podcast* yaitu :

1. Materi *Podcast*

2. Penyedia RSS (*Really Simple Syndication*)

3. Penangkap (*podcatcher*)

2.2.2 Sistem Penyiaran

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran Pasal 1 Ayat 19 mengatakan bahwa, sistem penyiaran nasional dan tatanan penyelenggaraan penyiaran nasional diatur berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku demi tercapainya asa,tujuan,fungsi, dan arah penyiaran nasional sebagai upaya mewujudkan cita-cita nasional, sebagaimana digariskan di dalam Pancasila dan UUD 1945 (KPI Pusat, 2013, p.3). Dalam menghadapi perkembangan digital, strategi yang akan dilakukan oleh media adalah berlomba-lomba menyajikan konten siaran yang berkualitas, terutama yang akan memberikan nilai tambah untuk pemirsanya (KPI Pusat, 2013, p.24).

Saat ini, sudah banyak aplikasi yang menyediakan platform *podcast* di dalamnya. Beberapa diantaranya adalah Souncloud, Anchor, CastBox, dan juga *Spotify*. Untuk program siaran *podcast* yang akan dibuat oleh penulis akan disiarkan melalui *Spotify*. Penulis memilih *Spotify* sebagai alat media untuk menyiarkan program yang akan dibuat karena, banyak khalayak yang menggunakan aplikasi *Spotify* sebagai media hiburannya. Penulis menganggap dengan menggunakan *Spotify*, siaran *podcast* yang dibuat oleh penulis berpotensi dilirik oleh khalayak. Serta penulis dan rekan

kelompok juga akan menyiarkan program memberikan nilai positif bagi khalayak yang mendengarkan.

2.2.3 Teknik Produksi Program

Teknik siaran adalah segala proses yang harus dilakukan sebelum disiarkannya program tersebut (Sartono, 2008, p.161). Siaran yang buat dalam bentuk *talk show* ini merupakan siaran tidak langsung sehingga, perlu diperhatikan beberapa hal yang akan dilakukan oleh penulis sebelum proses produksi dijalankan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan ini merupakan tahapan awal dari terbentuknya suatu program (Darmanto,dkk,2014, p.7-8) Pada perencanaan terdapat tiga hal pokok yang harus diperhatikan, yaitu :

- a. Segi isi. Rumusan-rumusan yang mencakup kebijakan umum, program kerja, serta rencana operasional atau pelaksanaan.
- b. Segi waktu. Rumusan-rumusannya mencakup waktu pelaksanaan kegiatan dan juga rentang waktu pelaksanaan kegiatan.
- c. Segi tujuan. Dalam hal ini pelaksanaan suatu program harus memperhitungkan banyak hal. Apakah tujuan program ini untuk satu kali kepentingan atau untuk jangka panjang.

2. Penulisan Naskah

Naskah Siaran merupakan materi yang akan disampaikan oleh penyiar dengan menggunakan teknik siaran berupa “membaca naskah”. Selain berfungsi sebagai materi siaran, naskah juga berfungsi sebagai pengendali siaran agar tetap sesuai dengan visi dan misi program, penyeragaman tata bahasa, tepat waktu, serta pembentuk citra sebuah radio di telinga pendengar. (Romli, 2017, p.73-74)

Menurut Darmanto,dkk (2014, p. 44-45) urutan penayangan acara *talk show* yang dibawakan di radio adalah sebagai berikut :

- a. Pembukaan. Berisikan mengenai pengenalan topik, latar belakang, pengenalan narasumber, dan interaksi dengan pendengar yang harus bisa dilakukan oleh pemandu acara.
- b. Diskusi utama. Berupa penjelasan mengenai topik yang diangkat, pertanyaan awal pemandu, serta tanggapan dari narasumber.
- c. Penutup. Bagian penutup merupakan kesimpulan, ucapan terima kasih, serta pemberitahuan topik *talk show* berikutnya.

3. Proses Perekaman

- a. *Vocal recording*. Berarti merekam suara pemandu yang membacakan kalimat-kalimat yang sudah tercantum di dalam naskah (Masduki,2004, p.47). *Vocal recording* umumnya digunakan untuk program seperti olahraga, hiburan, dan program informatif. Sedangkan untuk program

interaktif layaknya *talk show* dilakukan secara langsung di lapangan ataupun studio.

- b. *Mixing*. Adalah penggabungan dari hasil perekaman suara (*vocal recording*) dan ditambahkan dengan musik atau lagu pendukung (Masduki, 2004, p.47). *Mixing* biasanya dilakukan dengan menggunakan perangkat digital ataupun analog.

2.2.4 Tahapan Produksi Program

Menurut Romli (2017, p.51) tahapan produksi di dalam program radio memiliki tiga tahapan, yaitu pra produksi, produksi dan pasca produksi dan dijabarkan oleh penulis sebagai berikut:

1. Pra Produksi

Tahapan pra produksi adalah tahapan pencarian ide, penetapan topik, penyusunan rencana aksi, penetapan format program (misal: *talk show*, diskusi, drama, dokumenter, dll), persiapan naskah, pemilihan musik, dan latihan pengisi suara, serta penyusunan anggaran (jika diperlukan). Persiapan yang dilakukan oleh penulis bersama dengan tim pada tahap ini adalah menyusun ide pokok atau topik utama yang akan digarap. Setelah kami menemukan topik utama untuk program ini, kami membaginya ke dalam tiga segmen/episode dimana satu orang bertanggung jawab atas satu episode. Setelah itu kami

memikirkan mengenai teknis siaran, siapa narasumber yang akan diundang, lama waktu penyiaran *podcast*, serta hal-hal teknis lain yang harus di persiapkan dalam pembuatan *podcast* ini.

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahap pelaksanaan konsep baik secara langsung maupun rekaman. Dalam tahap ini, *podcast* mulai dibuat/direkam. Hal yang perlu diperhatikan dalam tahap ini adalah kelengkapan bahan untuk pembuatan *podcast*, hal teknis dalam pembuatan *podcast*, dan juga pembicaraan yang dilontarkan dalam *podcast*.

3. Pasca Produksi

Tahapan pasca produksi adalah penayangan atau penyiaran hasil produksi dan evaluasi. Pada tahap ini, ketiga episode *podcast* sudah direkam dan juga di publikasikan. Hal selanjutnya yang akan dilakukan oleh penulis dan tim ialah melakukan evaluasi terhadap konten yang sudah dipublikasikan.

2.2.5 Prinsip Program

Menurut Romli (2017, p.61-63) *programming* adalah faktor terpenting dalam menentukan kesuksesan sebuah program radio. Program yang baik dan juga menarik

akan menghasilkan banyak pendengar. Dengan banyaknya jumlah pendengar, akan mendatangkan iklan yang bisa menguntungkan suatu program radio.

Adapun prinsip *progamming* dijabarkan sebagai berikut :

1. *Regularity*. Progammer harus membuat pola progam teratur agak dapat membangun pendengar reguler. Isi, gaya, juga format siaran harus mengikuti pola yang sudah dibuat.
2. *Repetition*. Pengulangan diperlukan untuk “pembelajaran oral” (*oral learning*) sehingga tema kungsi, frasa, dan juga slogan yang sudah di tetapkan di program tersebut harus diulang-ulang
3. *Suitability*. Program radio harus sesuai dengan rasa dan juga kebutuhan pendengarnya. Pola gaya dan format program harus merupakan pola-pola yang terbiasa bagi pendengar.
4. *Exploration of censorship*. Harus terdapat sensor bagi materi siaran agar tetap sesuai dengan visi dan misi radio, kebutuhan pendengar, juga kode etik dalam melakukan siaran.
5. *Voice*. Progammer harus memilik penyiar/pemandu yang mampu menampilkan suara yang atraktif demi keberhasilan suatu program radio. Nada emosional yang dikeluarkan oleh suara lebih berpengaruh bagi para pendengar.

2.2.6 Strategi Program

Berdasarkan Salusu (2006, p.65) yang mengutip Shirley (1978) yang menyimpulkan definisi strategi dari berbagai macam artian bahwa strategi adalah “keputusan-keputusan bertindak yang diarahkan dan yang keseluruhannya diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi.”

Peter Pringle dalam Morissan (2009, p.232) yang dikutip oleh Juditha (2016) dalam jurnalnya menjelaskan bahwa strategi program merupakan aspek dari manajemen strategi yang di dalamnya terbagi menjadi perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, dan pengawasan serta evaluasi program.

Berdasarkan penjelasan mengenai strategi program di atas, program yang akan dibuat oleh penulis dengan judul “*Digitalk*” ini akan dilakukan sebuah perencanaan dengan matang dan dengan orang-orang yang ahli di bidang tersebut. Seperti episode yang digarap oleh penulis yaitu mengenai berbisnis dan menghasilkan keuntungan melalui media sosial, penulis akan mengundang narasumber yang mempunyai pengetahuan lebih di bidang tersebut, narasumber yang akan dipilih juga merupakan narasumber dengan pembawaan yang sesuai dengan target umur yang di patok oleh penulis. Setelah itu program ini akan dieksekusi dengan beberapa bantuan profesional di bidang desain dan juga *hosting*.

2.2.7 Talk show

Talk show adalah program siaran berupa bincang-bincang atau mengobrol santai namun serius antara penyiar dengan satu atau lebih narasumber. (Romli, 2017, p. 143) Sejatinya acara *talk show* merupakan tempat ajang curah gagasan mengenai kondisi yang terjadi di lingkungan sekitar pendengar. (Darmanto, dkk, 2014, p.43)

Daya Tarik program *talk show* ada pada topik pembicaraan atau permasalahan yang dibahas. Dalam hal ini, terdapat tiga kategori untuk mengetahui seberapa jauh permasalahan yang dibahas dianggap menarik. Pertama, permasalahan tersebut merupakan permasalahan yang sedang hangat diperbincangkan masyarakat. Kedua, masalah tersebut mengandung kontriversi dan konflik antar masyarakat. Ketiga, masalah tersebut bersangkutan dengan kepentingan orang banyak. (Fred Wibowo, 2009, p.83)

Adapun komponen program *talk show* menurut Darmanto, Masduki, dan Kurniawan (2014, p.44) dijabarkan sebagai berikut :

1. Topik. Topik dalam *talk show* baiknya dirumuskan dalam bentuk daftar pertanyaan.
2. Narasumber. Akan lebih baik jika ada lebih dari satu orang yang diundang ke dalam acara *talk show*.
3. Pemandu. Satu orang pengelola yang dibantu oleh operator. Namun, keberadaan operator tidak wajib hukumnya ditambah lagi sekarang sudah

era komputer dimana penyiar dapat dengan sendirinya membuat playlist lagu yang akan diputar sebelum *talk show* dimulai.

4. Musik dan Lagu. Musik dan lagu digunakan sebagai selingan dan juga suara latar dalam program yang akan ditampilkan.
5. Rekaman Suasana Lokasi. Suasana lokasi direkam ketika *talk show* diadakan di luar lapangan maka, dapat disertakan lokasi tersebut pada saat, sebelum, dan sesudah acara berlangsung.

2.2.8 Media Sosial Sebagai Wadah Bisnis

Pada dasarnya, semua iklan merupakan konten yang dikemas dalam bentuk tweet, status facebook, gambar, audio, dan juga video yang kemudian disebarakan melalui media sosial. (Sulianta, 2014, p. 18)

Namun tidak semua konten memiliki daya magnetic yang dapat menarik dan juga mengikat calon konsumen. Adapun komposisi racikan “mauatn iklan” menurut Sulianta (2014, p.19) terdapat tiga elemen utama, yaitu :

1. Entertaint (Menghibur)
2. Inform (Informatif)
3. Educate (Mendidik)

Salah satu cara yang banyak digunakan pembisnis di era modern ini ialah dengan menggunakan jasa para influencer atau orang yang terkenal dan juga aktif di media

sosial, dimana mereka diminta untuk mempromosikan produk yang dihasilkan oleh pembisnis tersebut. Produk tersebut kemudian mereka promosikan melalui ketiga cara yang telah disebutkan penulis diatas yaitu secara menghibur, informatif, dan juga mendidik.