

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Penulis berhasil mendapatkan lima karya sejenis yang dapat dijadikan acuan untuk dapat mengerjakan tugas akhir berbasis karya yang sudah dipublikasikan di Spotify. Dikarenakan penulis membuat karya berbasis *talkshow* maka dari itu tinjauan karya sejenis kurang lebih ber-*genre* talkshow juga. Demikian ke-lima tinjauan karya sejenis yang sudah penulis dapatkan.

Tabel 2.1 Perbandingan Karya Sejenis

Nama program	#katanone (podcast)	fightcancerPOD (podcast)	Podcast SohIB (podcast)	Night School (podcast)	Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Gangguan Mental
Format program	<i>Talk Show</i>	<i>Storytelling</i>	<i>Talk Show</i>	<i>Talk Show</i>	<i>Story Telling</i>
Bahasan utama	Membahas pelaku UMKM di kota Makassar dengan tujuan mensejahterakan orang-orang dengan ber-UMKM.	Membahas bagaimana pejuang kanker <i>survived</i> melawan kanker. Atau secara garis besar adalah membahas orang penderita kanker	Podcast mingguan yang membahas isu terkini yang sedang hangat di kalangan masyarakat. Dibahas menggunakan data.	Membahas berbagai perbedaan budaya yang berada di Asia.	Menceritakan isu kesehatan mental dimasa pandemi covid-19 dan mengajak masyarakat menjadi peduli terhadap orang yang memiliki gangguan kesehatan mental

Penyiar	Irman Yasin Limpo	Theresia Michelle Christie	Kru indonesiabaik.id	Haniff Baharudin	Ridwan Syafirin
Nilai Berita	<i>Human Interest dan Impact</i>	<i>Human Interest dan Impact</i>	Informasi, <i>Human Interest</i> dan Kedekatan	Informasi dan Ketokohan	<i>Human Interest, Impact</i> dan Ketokohan

Dari kelima tinjauan karya sejenis yang penulis dapatkan terdapat kesamaan dengan program podcast yang akan penulis kerjakan sebagai tugas akhir berbasis karya, yaitu ber-*genre talk show* dengan durasi yang variatif. Namun, dari kelima tinjauan karya tersebut, hanya terdapat empat karya yang mendekati dengan bentuk karya tugas akhir penulis, dua tersebut adalah podcast #katanone, Podcast SohIB, fightcancerPOD dan Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Gangguan Mental.

Podcast #katanone membahas pelaku UMKM, hal ini bersamaan dengan topik yang akan penulis buat yaitu membahas pelaku usaha pariwisata selama pandemi virus corona.

Podcast Podcast SohIB yang membahas isu terkini yang sedang populer di kalangan masyarakat, dengan konsep *talk show*. Maka, penulis juga akan menggunakan konsep *talk show*. Dengan menggunakan konsep *talk show* pendengar akan lebih tertarik karena mendengar gaya bicara dan intonasi dari narasumber langsung.

Podcast fightcancerPOD menyajikan dua narasumber penderita kanker dengan memecahnya menjadi lima episode. Episode pertama opening dengan durasi yang singkat, lalu episode kedua dan ketiga membahas narasumber yang sama dan episode keempat dan kelima membahas narasumber kedua. Dengan cara yang dibuat oleh *creator* fightcancerPOD tentunya memiliki kesamaan karena

penulis memiliki dua narasumber dengan struktur pengerjaan yang sama dengan fightcancerPOD. Akan tetapi yang berbeda adalah penulis membuat tiga episode yang terdiri dari episode pertama yaitu opening/perkenalan narasumber, episode kedua yaitu bagian pertama *talk show* dengan kedua narasumber dan terakhir episode ketiga bagian kedua *talk show* dengan kedua narasumber beserta *closing* pada episode ketiga tersebut.

Podcast Night School memberikan pembelajaran bagi penulis bahwa podcast *talk show* lebih menekankan pembawaan *host* untuk lebih aktif bertanya dan membawa suasana, atau dengan kata lain *host* lebih dominan dibandingkan dengan narasumber. Nantinya podcaster akan lebih dominan atau aktif bertanya kepada kedua narasumber, hal ini bertujuan juga agar topik bahasan tetap terarah dengan baik.

Podcast Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Gangguan Mental membuat penulis memunculkan ide atau hal menarik yang dapat dibahas selama pandemi covid-19 belum selesai. Dari podcast tersebut membahas isu kesehatan mental sedangkan yang penulis buat adalah membahas sektor pariwisata.

2.2 Konsep-konsep yang digunakan

2.2.1 Podcast

2.2.1.1 Pengertian dan Sejarah Podcast

Berry (2006) mendefinisikan *podcasting* sebagai aplikasi konvergen yang dapat secara bebas membuat, mengumpulkan dan mendistribusikan program *audio*, *video* dan *audio* pribadi melalui media baru, dan dapat mengumpulkan

beragam format seperti mp3, pdf, ePub dan *download*, sehingga bisa disatukan dalam satu wadah yang bisa digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia.

Podcast sendiri sudah ada pada tahun 2004. Istilah “Podcast” berasal dari *playable on demand* dan *broadcasting*. Sejarah podcast juga tidak terlepas dari kelahiran iPod milik Apple. Awalnya, podcast adalah singkatan dari iPod Broadcast. Podcast disebut “iPod Broadcasting” karena siarannya berbeda dengan siaran FM atau AM. Podcast tidak menyiarkan siarannya secara linear, tetapi mirip dengan Youtube, yang merupakan jenis siaran suara *on demand* (Zaenudin, 2017). Istilah podcast awalnya cenderung identic dengan konten berformat audio. Namun akhir-akhir ini, podcast juga menggunakan format video, sehingga podcast terdapat dua format *output* yaitu *audio* dan *video*.

Thornburg (2011) menyatakan bahwa durasi podcast yang diproduksi secara profesional berdurasi antara beberapa menit hingga satu jam. Umumnya, semakin rendah frekuensi pembaruan podcast maka akan semakin luas cakupan topik, sehingga semakin banyak suara yang terekam, podcast akan terasa membuang-buang waktu. Thornburg juga mengatakan bahwa keuntungan podcasting dibandingkan stasiun radio adalah tidak adanya Batasan waktu minimum atau maksimum. Di sisi lain, yang menentukan durasi panjang pendeknya podcast adalah kontennya.

2.2.1.2 Podcast di Indonesia

Podcasting pertama kali dikembangkan di Amerika Serikat, dan menyediakan lusinan hingga ratusan podcast di berbagai platform. *Interactive Advertising Bureau* (IAB) menjelaskan bahwa pada tahun 2017, pendapatan iklan dari industri podcast AS meningkat 85% dibanding tahun sebelumnya. Tidak hanya di Amerika Serikat, *podcasting* juga mulai berkembang di Indonesia pada 2019. Hal ini dibuktikan bahwa banyak podcast yang dibuat oleh anak negeri yang bermunculan dengan menggunakan berbagai platform seperti Spotify, Soundcloud, iTunes, dll.

DailySocial bekerja sama dengan JakPat Mobile Survey Platform untuk melakukan survei pengguna *smartphone* di Indonesia dengan jumlah 2023 responden. 2023 responden tersebut diminta untuk memberi tanggapan dan ketersediaan disurvei terhadap podcast. Berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa sebesar 67.97% responden familiar dengan podcast dan sebanyak 80.82% responden mendengarkan podcast pada enam bulan terakhir. Ketika ditanya apakah responden lebih suka mendengarkan podcast atau radio, responden menjawab bahwa 56.73% mendengarkan keduanya sebagai audio konten. Kemudian, untuk platform yang paling banyak digunakan untuk mendengarkan podcast, 52.02% responden menjawab Spotify adalah pilihan favorit

mereka, diikuti Soundcloud (46.25%) dan Google Podcast (41.25%). Hasil survei juga menunjukkan bahwa alasan utama responden mendengarkan podcast adalah 65% karena konten yang menarik dan 62% fleksibilitas. Selain itu, hasil survei DailySocial menunjukkan 32.50% responden mendengarkan podcast pada malam hari (setelah jam 9 malam) dengan durasi ideal 10-20 menit, dengan proporsi tertinggi yaitu 37.21%.

Menurut survei yang dilakukan DailySocial, selama ini platform yang paling banyak digunakan untuk mendengarkan podcast oleh masyarakat Indonesia adalah Spotify. Menurut laman Chartable yang terakhir penulis lihat pada tanggal 22 September 2020, ada beberapa podcast yang menempati urutan teratas di Indonesia, yaitu PODKESMAS (PODCAST KESEHATAN MASYARAKAT), Rintik Sedu, Unfaedah Podcast.

2.2.1.3 Keunggulan Podcast

Podcast sekarang dapat didefinisikan sebagai materi audio atau video yang tersedia di internet, yang dapat ditransfer secara otomatis ke komputer atau pemutar media lain secara gratis atau berbayar. Keuntungan podcasting adalah tingkat fleksibilitas yang tinggi. Berbeda dengan radio, pendengar tidak perlu menyusun jadwal untuk mendengarkan jadwal radio. Selama memiliki akses, orang dapat mendengarkan informasi kapan pun dan di mana pun.

Geoghegan dan Klass (2007, pp. 5-6) mengemukakan bahwa terdapat banyak perbedaan dalam podcasting, yaitu:

1. Otomatis

Podcast dapat diunduh secara otomatis ke komputer/perangkat pendengar. Setelah pengguna berlangganan, pendengar tidak perlu lagi membuang waktu mencari program favorit mereka di internet. Berlangganan podcast berarti merujuk pada pengaturan *system* pendengar untuk menerima umpan RSS dan secara otomatis mengunduh konten atau program yang baru diterbitkan.

2. Mudah dikontrol

Podcasting dapat membuat pendengar memegang kendali. Pelanggan dapat dengan mudah mengontrol konten atau program yang ingin mereka dengarkan. Saat pendengar sudah tidak ingin lagi mendengarkan siaran podcast tersebut, pendengar bisa berhenti berlangganan. *Subscription* podcast bersifat *anonym*, sehingga identitas pendengar tetap terjaga.

3. *Portable*

Kebanyakan podcast adalah berupa file audio MP3. Karena, ukuran file MP3 relatif kecil, dapat dengan mudah *download* podcast dari internet atau mentransfernya ke CD. Namun saat ini hadirnya *smartphone* atau *gadget* lainnya

semakin memudahkan masyarakat untuk mendengarkan podcast melalui platform yang terkoneksi dengan internet.

4. Selalu tersedia

Podcasting pada dasarnya adalah siaran *show-on-demand* atau siaran sesuai permintaan. Pendengar podcast tidak perlu lagi khawatir ketinggalan program radio favoritnya, karena mereka dapat mendengarkan podcast di perangkat media portable kapan pun dan di mana pun.

2.2.1.4 Naskah Podcast

Salah satu tahapan yang dibutuhkan agar karya program *talk show* ini berjalan adalah naskah. Hal ini digunakan sebagai acuan penulis sehingga membangun alur cerita pada setiap episode. Pembuatan naskah yang menarik mampus menghibur dan memandu penyiar dalam berkomunikasi. Ruoff (2018, para. 2-5) dalam artikel berjudul “How to Write a Podcast Script” memiliki anjuran menulis naskah podcast yang menarik, sebagai berikut:

1. Melatih diri untuk menulis dengan menggunakan suara dan berpikir. Pilihlah kalimat yang mudah dipahami sehingga menciptakan suasana siaran yang *natural*. Bayangkan dan ucapkan kalimat yang telah ditulis sebagai bentuk percobaan untuk mengetahui seberapa efektifnya kata perkata tersebut.

2. Tulislah naskah yang dapat membantu *theatre of mind* bagi pendengar yang mendengarkan. Langkah ini dibutuhkan karena podcast berformat *audio* sehingga tidak dapat menampilkan visual untuk membangun gambaran pada suatu cerita.
3. Maksimalkan penggunaan kalimat agar memberi ruang dan ekspansi saat siaran berlangsung. Tulis kalimat yang mengandung inti atau pokok utama atas suatu topik. Penyiar juga harus membiasakan diri untuk melakukan improvisasi dan menerapkan pemikiran bahwa naskah hanya sebatas panduan.
4. Naskah yang menarik mampu memberikan fleksibilitas aturan. Dengan kata lain, penyiar dapat bercerita tentang pengalaman pribadinya yang berkaitan dengan topik pembahasan. Fleksibilitas ini memberikan ruang bagi penyiar untuk mengeksplorasi pikiran sehingga tidak terlalu kaku.

Menurut Romli (2004, pp. 123-126) dalam buku berjudul *Jurnalistik Suara*, naskah memiliki prinsip-prinsip mendasar, yaitu:

- a. ELF (*Easy Listening Formula*)

Sebuah naskah yang baik, ketika disuarakan dapat membangun gambaran secara umum. Pembuatan naskah

diharuskan mengandung kata-kata umum yang biasa digunakan dalam bahasa sehari-hari dengan tujuan mudah dipahami. Penggunaan bahasa sehari-hari untuk menghindari pengulangan kata.

b. KISS (*Keep It Simple and Short*)

Gunakan kata-kata yang efektif dan efisien. Hindari menggunakan kata yang berlebihan atau pengulangan. Dalam hal ini menekankan prinsip *Clear*, di mana penggunaan kata dibuat menjadi singkat, padat dan jelas.

c. WYWYT (*Write The Way You Talk*)

Pahami bahwa naskah ini untuk disuarakan. Dengan begitu, penulisan naskah menyesuaikan dengan cara berbicara dari satu orang ke orang lainnya. Gunakan ucapan yang nyaman dan terdengar familiar di telinga orang lain. Pilihan kata menyesuaikan dengan kelaziman bahasa komunikasi sehari-hari.

d. Satu Kalimat Satu Nafas

Salah satu acuan penulisan naskah adalah menerapkan satu kalimat satu nafas. Prinsip ini dapat diterapkan dengan mengukur cara bernapas penyiar terlebih dahulu. Latihan teknik vokal dapat menilai Batasan kemampuan suara seseorang. Selain itu, prinsip ini juga membantu menentukan keefektifan kalimat.

2.2.2 Peran Produser Radio

Merangkum dari laman glints.com dengan judul artikel “Mengenal Peran dan Tanggung Jawab Sosok Produser di Stasiun Radio” yang ditulis oleh Andre Oliver diterbitkan pada 13 Januari 2021 menjelaskan bahwa peran produser radio serupa dengan para produser besar di televisi. Merekalah otak di balik semua ketika sedang menikmati program yang disiarkan.

Produser radio bertanggung jawab atas konten audio siaran pada berbagai media yang digunakan oleh stasiun, seperti internet dan *platform* seluler lainnya. Mereka terlibat dalam seluruh proses penyiaran, dari mulai menyalurkan ide-ide baru, hingga evaluasi performa penyiar. Tidak hanya penciptaan dan pengelolaan konsep acara. Mereka juga wajib memastikan seluruh keperluan teknis program terpenuhi.

Penulis menjadi produser serta *announcer* atau podcaster pada podcast NGOCOR (Ngobrolin Corona) Episode Usaha *Tour and Travel*. Penulis bertanggung jawab penuh atas ketersediaan alat, pembuatan isi konten dan mengatur waktu wawancara bersama kedua narasumber.

2.2.3 Audio Journalism

Menurut Mark Briggs (2016), kita dapat membuat segmen yang berfungsi penuh yang terdengar seperti radio dan menggunakan beberapa alat sederhana (seperti mikrofon, perekam, dan perangkat lunak atau aplikasi gratis) sebagai podcast lalu didistribusikan ke berbagai

platform untuk menciptakan audiens yang setia. Atau hanya dengan *smartphone*, kita dapat dengan cepat memberikan laporan atau berita dari lokasi kejadian. Audio tersebut cukup fleksibel untuk bekerja dalam berbagai pengaturan berbeda. Briggs (2016) juga menyatakan bahwa dengan munculnya pembaca *audio digital* yang murah, jurnalis dapat menggunakan klip audio untuk menyempurnakan laporannya. Pada beberapa kasus seperti laporan audio serial, lebih baik diceritakan dalam bentuk audio daripada bentuk tulisan atau lainnya.

Hogh menegaskan, *audio journalism* memiliki karakteristik yang tidak bisa dibandingkan dengan media lain, yaitu;

5. *Presence* (kehadiran): Di tempat, reposter bisa langsung membawa penonton dalam cerita. Fakta sederhana di lapangan meningkatkan minat dan kredibilitas masyarakat
6. *Emotions* (Emosi): Intonasi, ekspresi, nada suara, dan jeda dapat meningkatkan makna pesan.
7. *Atmosphere* (Suasana): Suara natural atau alami bisa mendekatkan pendengar

Menurut penelitian Briggs (2016), audio bahkan memberikan banyak peluang bagi reporter yang baru memulai. Ada banyak cara untuk memanfaatkan berita audio, yaitu;

- *Reporter Overview*: Surat kabar seperti New York Times secara teratur menerbitkan ringkasan/deskripsi audio yang cepat dan sederhana bagi wartawan untuk melengkapi artikel mereka

- Podcast: Adalah episode regular tentang topik tertentu yang dapat membantu membangun penonton, tetapi bisa memakan waktu dan sulit untuk dikembangkan pada awalnya.
- *Audio slide-show*: Jurnalis foto telah menemukan kekuatan menambahkan audio ke foto untuk menghasilkan cerita yang lebih kaya dan menarik.
- *Breaking news*: Dengan layanan gratis seperti Utterli, jurnalis dapat dengan cepat membuat laporan audio dari mana saja menggunakan ponsel dan menerbitkannya di situs web.

Pada umumnya, *audio journalism* hanya terdapat beberapa unsur, seperti *interview*, *voice over*, suara alami dan lingkungan, serta klip suara yang *imported* atau musik.

2.2.4 Talkshow

Fabio Brugnara (2012, p.2) mendefinisikan *talkshow* sebagai sebuah program acara di televisi yang menghadirkan sejumlah orang untuk membahas semua topik. Dalam acara tersebut, satu atau dua orang pembawa acara (jurnalis) akan memandu acara agar proses diskusi berjalan dengan baik atau berlangsung dengan kondusif.

Perbedaan paling penting antara *talk show* dan wawancara berita adalah *talk show* bersifat dinamis, tidak terpaku pada aktualitas topik perbincangan, dan jam tanyangnya fleksibel. Dua komponen yang selalu

ada dalam program *talk show* adalah obrolan dan music yang berfungsi selingan (Masduki, 2001, p. 45).

Persiapan yang harus dilakukan sebelum menyelenggarakan *talk show* adalah:

- Menentukan topik dan tujuan
- Narasumber disarankan lebih dari satu orang. Hadirnya dua narasumber yang saling berbeda sikap atau pendapat, bukan saja untuk memenuhi prinsip keberimbangan, tetapi juga menciptakan harmoni sekaligus kontroversi, sehingga *talk show* menjadi hidup.
- Menentukan lokasi, kemasan acara, dan durasi penyiaran (Masduki, 2001, p. 45).

Adapun urutan acara untuk program *talk show* adalah sebagai Berikut:

1. Pembukaan, berisi: pengenalan acara, pemandu, narasumber, dan topik yang akan diperbincangkan. Bisa pula diuraikan latar belakang mengapa topik itu dipilih.
2. Diskusi utama, berisi: (a) pertanyaan awal, biasanya bersifat terbuka (membutuhkan penjelasan), (b) tanggapan dari narasumber atau pendengar, dan (c) pengembangan pertanyaan lanjut atas tanggapan – tanggapan itu.
3. Penutup, berisi: kesimpulan, ucapan terima kasih, dan salam penutup, termasuk informasi program berikutnya. Kesimpulan tidak mutlak bersifat resume perbincangan, bisa juga sekedar

analisis singkat dan pertanyaan terbuka untuk memancing permenungan pendengar. Seluruh struktur perbincangan, diselingi berbagai ilustrasi music, yang dipilih sesuai karakter perbincangan dan selera pendengar (Masduki, 2001, pp. 45-46).

Menurut laman Komisi Penyiaran Indonesia (2015, para. 1) memaparkan bahwa program acara *talk show* seharusnya menarik bagi pemirsa, program yang mengedepankan *talk*-nya ketimbang *show*. Artinya benar-benar acara yang menghadirkan dialog menarik, relevan, dan mendalam atas tema yang dibahas.

Program *talkshow* ini diadopsi penulis untuk diproduksi ke dalam karya podcast karena mengandung narasumber yang nantinya diajak berdiskusi tentang topik yang akan dibahas bersama dengan pemandu podcast atau *podcaster*.