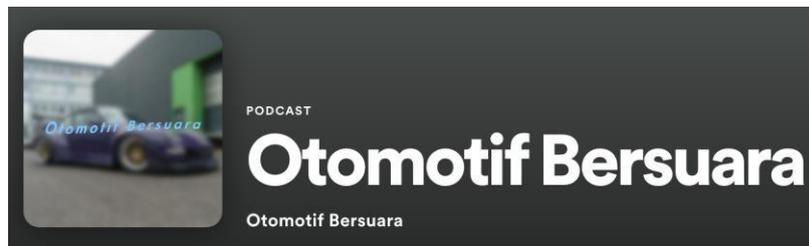


BAB II KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Dalam membuat karya *podcast*, penulis membutuhkan karya sejenis yang sudah dibuat sebelumnya sebagai referensi *podcast* penulis. Agar menghasilkan karya yang maksimal.

2.1.1 Otomotif Bersuara



Sumber: Spotify

Gambar 2.1 Logo Otomotif Bersuara

Otomotif Bersuara adalah program *podcast* yang dibawakan oleh seorang otomotif enthusiast bernama Firas, *podcast* ini membahas seputar dunia otomotif modifikasi baik roda dua maupun empat yang dapat didengarkan melalui *platform spotify* awalnya Firas adalah *podcaster* dari sebuah *podcast* yang ia bentuk bersama teman-temannya bernama The Pengangguran yang didirikan pada awal 2019 dengan konten-konten mengenai Indonesia *pop culture* dan *people's lifestyle*, tetapi Firas selaku *podcaster* di The Pengangguran memiliki inisiatif membuat *podcast* pada pertengahan 2019 bernama otomotif bersuara. *Podcast* ini membahas dunia

otomotif modifikasi roda dua dan empat yang sesuai dengan pengetahuannya di bidang otomotif.

Episode yang dibuat oleh Otomotif Bersuara sangat menarik perhatian karena selalu membahas seputar topik yang sedang hangat diperbincangkan di dunia otomotif seperti, membahas mobil klasik yang berpenampilan menarik karena dimodifikasi, dan di salah satu episode juga membahas tentang dunia modifikasi sepeda motor dengan aliran modifikasi jenis *Tracker*, jenis modifikasi ini diperuntukkan bagi pengguna yang suka bermain *offroad* karena bentuk motor jenis Tracker ini merupakan semi motor *cross*. Namun, salah satu narasumber menggunakan motor jenis ini untuk dipakai sehari-hari dalam menjalani rutinitasnya. Untuk mendengarkan *podcast* Otomotif Bersuara, dapat diakses melalui *platform Spotify*.

Podcast ini menjadi referensi penulis untuk membuat karya tugas akhir, Otomotif Bersuara menyajikan konsep *podcast* dalam bentuk *talk show* yang menggabungkan dengan unsur *storytelling*. Berbeda dengan *podcast* yang akan penulis buat dengan konsep *talk show* saja. Karya *podcast* penulis akan berisi percakapan tanya jawab bersama narasumber, dengan cara pendekatan dan pembawaan program yang santai, tetapi mengedepankan informasi untuk pendengar. Kemudian, ada pula humor yang dapat mencairkan suasana sehingga *podcast* tidak membosankan

2.1.2 *Podcast* Bang Koboï



Sumber: Spotify

Gambar 2.2 Logo *Podcast* Bang Koboï

Podcast Bang Koboï merupakan *podcast* yang membahas seputar dunia otomotif tanah air dengan podcaster Bang Koboï itu sendiri. Kesan serius sangat melekat pada *podcast* ini karena isi topik dan juga narasumber yang bisa dibilang memiliki nama yang besar di Indonesia, seperti petinggi perusahaan otomotif, sampai Menteri Keuangan Republik Indonesia Ibu Sri Mulyani pernah menjadi narasumber di *podcast* ini, untuk membahas pajak kendaraan bermotor di Indonesia. Bang Koboï sebagai podcaster merupakan seorang jurnalis berpengalaman di dunia otomotif sejak 1991 hingga sekarang, Bang Koboï menjadi seorang *reviewer* dan *content creator* di bidang otomotif, membuat semua pengalamannya di bidang otomotif sangat menarik untuk diikuti.

Topik-topik pada *podcast* Bang Koboï, berfokus pada industri otomotif di Indonesia dan banyak membahas otomotif sebagai ekonomi berkembang di

Indonesia, digabungkan dengan membahas produk produk otomotif yang modern serta teknologi terbaru dibidang otomotif seperti motor listrik dan mobil listrik. Tak hanya mobil dan motor, terbaru, episode *Podcast* Otomotif Bang Koboï juga membahas tentang teknologi yang ada pada mobil bus karoseri di Indonesia, episode ini cukup menarik pendengar karena hampir tidak terpikirkan membuat *podcast* yang membahas tentang mobil bus karoseri di Indonesia juga teknologi teknologi pada bus karoseri yang saat ini ada di Indonesia.

Penulis sangat belajar banyak tentang topik topik dan juga pembahasan yang menarik pada setiap konten *podcast* yang disajikan oleh Bang Koboï, untuk menjadikan referensi penulis membuat tugas akhir dengan pembahasan yang mendalam, menambah sudut pandang pendengar di bidang otomotif, penulis juga banyak melakukan riset terhadap konten *podcast* otomotif untuk menambah wawasan penulis dalam membuat tugas akhir dapat menghasilkan konten *podcast* yang padat akan informasi, dan wawasan bagi pendengar, agar dapat terhibur serta mendapatkan informasi baru di bidang otomotif. Penulis menjadikan *podcast* Bang Koboï sebagai referensi. Konsep penyajian *podcast* Bang Koboï menggunakan wawancara mendalam untuk membahas suatu berita, sedangkan *podcast* yang akan penulis sajikan dengan konsep *talk show* dengan menyajikan unsur hiburan dan Informasi, tidak terpaku pada aktualitas topik dan jam tayang yang fleksibel.

2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan

2.2.1 Karakteristik Radio

Radio merupakan media dalam bentuk suara, seperti *podcast*. Radio merupakan media komunikasi massa yang *powerfull*, “*the fifth estate*” merupakan julukan yang diberikan kepada radio, alasannya karena media radio disebut-sebut memiliki kekuatan kelima setelah koran (Astuti, 2017, p. 11). Radio memiliki fungsi untuk mentransmisikan pesan, mendidik, mendidik, dan menghibur. Suara penyiar dapat memainkan imajinasi seseorang yang mendengarkan radio, membuat pendengar mampu memvisualkan apa yang diperbincangkan lewat radio (Siahaan, 2015, p. 38). Meskipun merupakan media auditif, radio tetap mampu memunculkan imajinasi dari benak pendengarnya.

Menurut Siahaan (2015, pp 33-34) dalam bukunya yang berjudul *Jurnalistik Suara* menyebutkan, radio memiliki sifat-sifat dasar, antara lain.

1. *Radio is Personal*

Radio memiliki hubungan erat dengan suara, berarti memiliki keterkaitan dengan individu dari suara tersebut berasal. Suara mampu memunculkan kepribadian penggunanya dan mampu menyentuh perasaan sehingga memunculkan pesan bagi pendengarnya.

2. *Radio is Also Social*

Radio memiliki kemampuan sosial untuk menyadarkan bahwa manusia saling terhubung dengan manusia lain yang memiliki kesamaan.

Hal tersebut, membuat terjadinya interaksi yang membentuk satu ikatan sosial.

3. *Radio Creates "Theatre of Mind"*

Radio merupakan suara yang mampu membuat pendengarnya berimajinasi tentang topik yang didengar. Berbeda dengan media lain, radio mampu membuat pendengar menggambarkan hal-hal yang mereka dengar.

4. *Radio Can Be A Social Service*

Radio mampu membuat pendengarnya memiliki kepribadian yang lebih peduli, seperti program pelayanan sosial yang berkaitan dengan massa atau forum diskusi, radio berperan sebagai media yang menunjang aksi ini secara bersamaan dalam siaran *on air* atau *off air*.

Radio merupakan media komunikasi yang *powerfull*. Masyarakat New York pernah 'tertipu' oleh karya fiksi ilmiah H.G. Wells, yang membahas invasi makhluk Mars dalam *War of the World*, yang disiarkan oleh stasiun radio CBS, memperlihatkan betapa kuatnya pesan suara radio dan dapat berpengaruh terhadap masyarakat (Astuti, 2017, p. 39). Pada umumnya, radio memiliki kerja yang sama dengan jurnalisme. Ada proses pengumpulan informasi, produksi atau fakta yang dibentuk menjadi berita siaran. J.B. Wahyudi dalam (Astuti, 2017, p. 55-56) membagi produk karya radio menjadi dua pokok besar, yaitu.

1. Karya artistik, karya yang diproduksi dengan pendekatan artistik, berdasarkan fiksi atau fakta, karya artistik merupakan dramatisasi yang ditampilkan di radio. Seperti sandiwara radio, berita radio, dan iklan.

2. Karya jurnalistik, karya yang diproduksi dengan pendekatan jurnalistik, berlandaskan kaidah, standar, hukum dan kode etik jurnalistik.

Penulis menggunakan teori ini karena *podcast* dan radio memiliki kesamaan dan berkaitan dengan radio, tetapi *podcast* dapat didengarkan secara berulang, berbeda dengan radio yang hanya bisa didengarkan secara *live* lewat frekuensi AM/FM.

2.2.2 Talk Show

Karya tugas akhir ini mengacu pada konsep *talk show* di media radio. Keberhasilan dalam menyajikan program *talk show* ditentukan oleh kualitas suara dan pemahaman tentang topik yang akan didiskusikan. *Talk show* pada hakikatnya merupakan proses tanya jawab antara dua orang atau lebih. Selalu ada dua pihak yang terlibat dalam *talk show*. Pihak pertama adalah reporter, *host*, *interviewer* atau pewawancara. Sedangkan pihak kedua adalah narasumber, atau orang-orang yang diwawancarai. *Talk show* tidak hanya sekadar tanya jawab, wawancara harus dilandasi tujuan dan fokus utama pada suatu topik tertentu. Orang melakukan *talk show* untuk mencapai tujuan, bukan hanya membuang waktu atau mengisi waktu luang, *talk show* merupakan upaya terencana untuk mendapatkan satu informasi atau memperjelas informasi (Astuti, 2017 pp. 121-122).

Menurut Masduki (2001, p. 45) *talk show* memiliki sifat dinamis, topik yang dibahas tidak harus aktual, dan jam penyayangan yang bersifat fleksibel.

Obrolan dan musik merupakan komponen pelengkap penyajian *talk show*, musik berfungsi sebagai selingan agar pendengar tidak bosan, menyajikan *talk show* harus memiliki persiapan, berikut adalah persiapan yang harus dilakukan dalam menyajikan *talk show*

1. Menentukan topik dan tujuan.
2. Narasumber yang dianjurkan harus lebih dari satu orang, narasumber lain dapat memberikan pendapat dan sifat yang berbeda agar *talk show* menjadi menarik.
3. Menentukan lokasi *talk show*, kemasan acara, dan durasi.

Adapun urutan acara dalam menyajikan *talk show* menurut Masduki (2001, pp. 45-46), adalah sebagai berikut.

1. Pembukaan, berisi pengenalan *host*, narasumber dan topik yang akan dibahas.
2. Diskusi utama, berisi pertanyaan awal, tanggapan narasumber, dan pertanyaan-pertanyaan pengembangan dari tanggapan narasumber.
3. Penutup, berisi kesimpulan, ucapan terima kasih dan ucapan penutup acara, kesimpulan tidak harus menyimpulkan hasil pembicaraan, bisa juga analisis singkat dan pernyataan. Musik menjadi instrumen pendukung dalam menyajikan *talk show*, agar pendengar tidak bosan mendengarkan *talk show*.

Proses produksi *talk show* yang penulis buat mengacu pada 3 tahapan layaknya program radio yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Menurut

Astuti (2017, pp. 129-131) dalam memproduksi *talk show* memiliki tiga persiapan yang harus dilakukan, antara lain

1. Praproduksi, pertama, meliputi persiapan topik. *Talk show* merupakan momen yang istimewa. Topik yang diangkat dalam melakukan *talk show* harus memiliki nilai lebih dibandingkan nilai berita reguler, pikirkan *angle* yang akan diangkat. Tentunya, harus berkaitan dengan tujuan wawancara. Susun daftar pertanyaan yang mengeksplorasi permasalahan, bukan yang menghasilkan jawaban pedek, perbanyak unsur *why* dan *how* untuk mendapatkan jawaban yang kita inginkan.

Kedua, meliputi persiapan narasumber. Narasumber yang dipilih harus berkaitan dengan topik yang dibahas, sebelum memilih narasumber baiknya melakukan eksplorasi terhadap calon narasumber tersebut seperti siapa saja mereka, apa latarbelakang profesi mereka, pekerjaan, pendidikan dan alasan memilih mereka menjadi narasumber.

Ketiga, persiapan alat. Dukungan teknis dalam melakukan *talk show* sangat penting. Pastikan tempat wawancara berlangsung, apakah di luar studio atau di dalam studio. Pastikan alat yang digunakan bekerja dengan baik, dan pastikan *host* dapat menggunakan alat tersebut dengan baik.

Keempat, persiapan mental. Bagi yang baru untuk melakukan wawancara *talk show* berhadapan dengan narasumber bisa membuat *host* akan kesulitan berucap dengan lancar. Namun, itu adalah hal yang wajar terkadang *host* menemui narasumber yang memiliki sifat judes tetapi *host* tidak boleh hilang nyali. Tetap fokus pada *talk show* dan pertanyaan-

pertanyaan. Persiapan mental tidak hanya pada saat melakukan *talk show* dengan narasumber saja. Untuk menembus narasumber untuk bersedia diwawancarai juga butuh mental, trik dan kecerdikan.

2. Produksi, meliputi pelaksanaan *talk show*. Pada dasarnya *talk show* merupakan dialog antara dua pihak. Maka dari itu, penting sekali untuk melakukan pendekatan sebelum proses perekaman *talk show* berlangsung. Banyak orang menganggap basa-basi tidak perlu karena hanya membuang waktu. Padahal, basa-basi sangat diperlukan pada saat sebelum proses perekaman untuk lebih mencairkan suasana. Basa-basi harus dilakukan dengan cara yang cerdas, jangan klise. Pada saat melakukan perekaman harus memperhatikan suara *noise* yang muncul, suara *noise* kadang memang dibutuhkan sebagai latar. Namun, jika suara *noise* yang muncul berlebihan, akan mengganggu *talk show*.

Pada saat proses produksi, fokuskan pada butir-butir pertanyaan, *host* yang baik dapat mengetahui kapan saatnya obrolan boleh melantur dan kapan saatnya ia harus tegas menggiring narasumber pada pertanyaan yang diajukan. Wawancara yang baik berlangsung dalam suasana santai, seperti layaknya orang yang sedang mengobrol, walaupun topik pembahasan sangat serius. *Host* memiliki tanggung jawab untuk mampu mengembangkan pembicaraan, membangun suasana dan *mood* narasumber sehingga narasumber merasa nyaman pada saat sesi tanya jawab. *Host* juga harus mampu menjaga alur *talk show* agar suasana menjadi menyenangkan.

3. Pascaproduksi, meliputi evaluasi dan penyuntingan. Dalam tahap ini hasil wawancara akan didengarkan untuk menyeleksi bagian-bagian yang akan disajikan kepada pendengar. Inilah proses yang disebut penyuntingan. Menurut Masduki (2001) dalam Astuti (2017, p. 132) evaluasi memiliki pokok-pokok yang harus di perhatikan, evaluasi wawancara mencakup:
 1. Kesesuaian program dengan kejelasan tuturan dan isi.
 2. Pengamatan terhadap bagian teknis atau bahasa yang mengganggu.
 3. Bagian perbincangan yang terlalu umum, bertele-tele, atau keluar dari konteks.

Apabila evaluasi sudah selesai, maka saatnya untuk melakukan penyuntingan, maka inilah pokok-pokok yang harus di perhatikan dalam melakukan proses penyuntingan.

1. Menyimak hasil wawancara untuk mendengarkan kualitas audio yang dihasilkan.
2. Menyimak pertanyaan narasumber, dan memilih bagian yang akan di-cut atau yang layak untuk disajikan ke pendengar.
3. Membuat skenario atau rancangan urutan penggunaan hasil wawancara

Penulis mengacu pada 3 tahapan di atas dalam melakukan *talk show*. Konsep melakukan *talk show* di atas merupakan konsep yang dijelaskan untuk *talk show* pada media radio. Namun, penulis menggunakan konsep tersebut karena *podcast* yang akan penulis buat memiliki proses yang sama dengan poin-poin yang disebutkan di atas.

2.2.3 Podcast

Podcast merupakan konten audio dan video yang tersedia di internet. *Podcast* dapat diunduh dan didengar secara gratis lewat media pemutar *portable*, komputer, atau *handphone*. *Podcast* dan radio memiliki karakteristik yang dapat menimbulkan imajinasi pendengarnya. Istilah *podcast* lahir, ketika Ben Hammersley menulis artikel dalam *Theguardian.com* dan mencetuskan kata “*podcasting*” pada 2004 Geoghegan & Klass dalam (Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017, p. 95). Catatan lain menyebutkan, *podcast* telah mengalami perkembangan sejak 2005 saat perusahaan *Apple* menambahkan fitur *podcast* pada *itunes* (Fadilah, Yudhapramesti, & Aristis, 2017, p. 96).

Seiring perkembangan waktu, *podcast* semakin berkembang dengan kemasan yang beragam. Berupa sandiwara, dialog (*talk show*), monolog, dan *feature*. Topik pada *podcast* juga sangat luas, bahkan menurut www.time.com, popularitas program *podcast* mampu menyamai popularitas serial drama pada televisi. Belakangan, *podcast* juga mulai masuk ke dalam materi video, membuat istilah *podcast* dapat diartikan sebagai *podcast* audio dan *podcast* video (Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017, p.96). Hal tersebut, membuat *podcast* dapat berkembang cepat. Selain menjadi alternatif media radio, *podcast* saat ini juga dapat menjadi alternatif untuk konten yang berbentuk video.

Podcast membuat semua orang dapat terlibat, mengekspresikan diri, diskusi, bertukar ide, bahkan mempromosikan produk. Selain itu, *podcast* dapat

menjangkau pendengar tanpa menggunakan sistem pemancar, satelit, dan tanpa adanya peraturan Geoghegan & Klass (2007) dalam (Kencana & Meisyanti, 2020, pp. 193-194). Saat ini penggunaan *podcast* hampir setara dengan pengguna *vlog*. Semua orang bahkan media memanfaatkan *podcast* sebagai sarana untuk menyalurkan informasi, menghibur atau melakukan *talk show* seperti media radio, dalam penggunaannya, *podcast* menggunakan layanan *streaming* seperti *Spotify*, *Apple Podcast*, *Anchor.fm* dan lainnya sehingga *podcast* memudahkan penggunaannya untuk mengaksesnya. Dibandingkan dengan *vlog*, biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi konten *podcast* juga relatif murah. Perangkat seperti *microphone*, aplikasi *audacity* dan *hosting*, cukup untuk membuat konten-konten *podcast*. Bahkan, aplikasi *Spotify* memberikan kesempatan masyarakat untuk menyebarluaskan konten mereka lewat *Anchor.fm* (Kencana & Meisyanti, 2020, p. 195).

Munculnya *podcast* seakan menjadi jawaban kebutuhan masyarakat yang belum sepenuhnya didapatkan lewat media radio. Akan tetapi, *podcast* hadir bukan untuk menggantikan radio, melainkan sebagai alternatif media auditori. Karakteristik *podcast* memiliki kesamaan dengan radio yaitu, bersifat auditori, *podcast* juga memiliki unsur *theatre of mind*, menggunakan gaya percakapan, serta memiliki rumus penulisan *keep it simple, keep it short, keep it conversational* dan *on demand*. Banyaknya orang mendengar *podcast* karena tidak membutuhkan konsentrasi seperti menonton video. *Podcast* dapat didengarkan tanpa mengganggu aktivitas pendengarnya (Kencana & Meisyanti, 2020, p. 205).

Siaran pada *podcast* membutuhkan struktur yang baik, struktur yang baik akan berpengaruh pada cerita yang dihasilkan. Menurut Dennis (2020, para. 6) ada tiga struktur dalam membuat *podcast*, yang harus diperhatikan.

1. Membangun (*setup*)

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan cara membentuk atau membangun latar. Narasumber yang akan dihadirkan dan pembahasan topik. Pada langkah ini, harus mampu menarik perhatian, apakah *podcast* yang disajikan dapat mendapatkan hati pendengar, atau justru sebaliknya. Selain itu, langkah ini harus berhasil memikat pendengar dengan pembuka yang kuat, *podcaster* dituntut harus unik, dramatis dan mengejutkan agar pendengar mampu tertarik mendengarkan *podcast* hingga pada inti pembicaraan. Jika mengaitkan unsur membangun (*setup*) dengan topik motor kustom, penulis harus mencari tahu fenomena apa yang menarik dari motor kustom untuk pendengar. Dalam pembuatan karya ini, penulis harus mampu memberikan suguhan yang menarik di awal percakapan, memberikan informasi yang menarik untuk pendengar, masalah yang terjadi, dan cara menyelesaikan masalah yang terjadi pada narasumber. Alasannya, agar pendengar tertarik untuk mendengarkan *podcast* yang penulis buat sampai selesai.

2. *Confrontation*

Pada langkah ini merupakan isi cerita narasumber menghadapi untuk suatu kejadian, *host* harus mampu membawa narasumber untuk bercerita mengenai kejadian, untuk mengetahui bagaimana narasumber menyelesaikan masalah tersebut. Jika mengaitkan langkah *confrontation* dengan motor kustom, *host* harus mampu membawa narasumber untuk menceritakan masalah yang terjadi pada dunia motor kustom seperti regulasi motor kustom, bagaimana cara narasumber memecahkan masalah regulasi tersebut dan kendala yang dihadapi. Jawaban yang menghasilkan cerita dari narasumber, berpengaruh untuk menciptakan imajinasi pendengar, seolah pendengar merasakan hal tersebut.

3. Resolusi (*resolution*)

Langkah terakhir merupakan resolusi pada tahapan ini, *host* harus mampu menyimpulkan masalah yang terjadi. *Host* harus mampu memberikan informasi yang dapat berkesan bagi pendengar sehingga informasi yang didapatkan pendengar mampu diingat, potongan informasi penting dari topik pembahasan akan memberi pelajaran pada pendengar. Jika mengaitkan dengan topik yang akan penulis angkat, penulis harus mampu untuk memberikan kesan, pesan, dan informasi yang bermanfaat bagi pendengar.

Produksi *podcast* memiliki dasar yang sama dengan media lain. Morris, Terra, dan Williams (2008) dalam buku *Expert Podcasting for Dummies* menyebutkan, langkah awal dalam membuat *podcast* adalah menentukan topik

yang sesuai. Dalam hal ini, *podcaster* harus menentukan topik yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, setelah menentukan topik, *podcaster* juga harus memperhitungkan potensi khalayak untuk mendengarkan topik yang direncanakan. Kemudian, hal yang harus diperhatikan *podcaster* dalam menentukan topik adalah sejauh mana topik yang dipilih dapat digali untuk mendapatkan topik-topik turunan (Fadillah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017, p. 99). Jika dikaitkan dengan topik yang penulis pilih yaitu, motor kustom. Penulis harus mampu menentukan topik yang dapat menjangkau potensi khalayak dalam mendengarkan topik tentang motor kustom. Penulis harus melakukan riset lebih mendalam sebelum pemilihan ide yang akan membahas seputar motor kustom.

Ada tiga jenis perangkat pada *podcast* yaitu audio *podcast*, *enhanced podcast*, dan video *podcast*. Audio *podcast* merupakan yang paling populer karena format audio yang dikompresi menjadi format digital MP3 sehingga dapat didengarkan atau diputar lewat perangkat yang mendukung format MP3. *Enhanced podcast* merupakan *podcast* yang tidak hanya menghasilkan suara tetapi juga menampilkan gambar *file* audio berjalan, sedangkan video *podcast* menghasilkan *file* video dengan format MP4. (Indriastuti & Saksono, 2014, p. 309).

Adapun kelebihan yang dimiliki oleh *podcast* diantaranya adalah (1) *podcast* dapat digunakan sebagai sumber masyarakat mendapatkan informasi dan sebagai sumber belajar masyarakat. Peran *podcast* dapat membantu setiap pendengar mendapatkan informasi serta sebagai media pembelajaran. (2) efisien, yaitu mencakup kepraktisan dalam mendengarkan, menyimpan, dan

membawanya. Karena ukuran *file* yang kecil memudahkan pendengar untuk mengunduh melalui gadget yang terhubung dengan jaringan internet dan disimpan di komputer atau gadget. Hal ini memudahkan pendengar untuk bisa mendengarkan *podcast* kapan saja. (3) kemudahan mendengarkan. Kita dapat memilih, apakah ingin mendengarkan langsung atau mengunduhnya untuk disimpan dan didengarkan tanpa menggunakan jaringan internet. (4) kemudahan mendistribusikan melalui berbagai macam *platform* secara gratis dan juga menghemat waktu. (5) ramah *bandwith* (lebar jalur) adalah ukuran *file* yang diunggah berukuran kecil karena melalui proses kompres, maka hanya diperlukan *bandwith* untuk bisa transfer data yang kecil tersebut. (Indriastuti & Saksono, 2014, p. 309).

Dalam pembuatan karya berupa *podcast* penulis memilih topik mengenai dunia motor kustom di Indonesia. Menjadikan karya ini sebagai informasi baru bagi masyarakat yang memiliki ketertarikan terhadap motor kustom atau orang awam yang ingin mulai modifikasi kendaraan khususnya motor kustom. Maka, penulis mempertimbangkan nilai berita yang ada pada setiap episode yang akan dibuat. Jika melihat nilai berita, informasi mengenai motor kustom memiliki nilai berita dampak (*impact*), dan memiliki nilai berita kedekatan (*proximity*). Mengacu pada nilai-nilai berita tersebut, serta antusias masyarakat mencari informasi mengenai motor kustom, membuat penulis tertarik untuk membuat karya berbentuk *podcast*. Karya ini akan membahas seputar dunia otomotif khususnya motor kustom di Indonesia. Alasan penulis memilih karya *podcast*, karena tren mendengarkan *podcast* di Indonesia semakin berkembang dan setiap tahun mengalami peningkatan jumlah pendengar.