

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Dalam berkarya ini, penulis bisa memaksimalkan beberapa karya sejenis yang telah dibuat terlebih dahulu sebagai sumber referensi yang digunakan oleh beberapa *podcast* yang memiliki beberapa konten pembicaraan menarik.

1. Skor Indonesia Podcast



Gambar: 2.1 Logo Skor Indonesia Podcast

Sumber: Spotify.com

Skor Indonesia Podcast adalah seputar olahraga yang dibuat oleh salah satu media *online* yaitu Skor.id dan TopSkor membahas seputar dunia olahraga terbaru. Skor Indonesia Podcast dirilis pertama kali pada awal maret 2020 yang dibawakan oleh Raysatnan. Terlati memiliki 81 episode, Skor Indoensia *Podcast* memiliki konsep *talkshow* dalam *podcast* tersebut juga banyak menghadirkan narasumber yang berbeda sesuai konten *podcast* olahraga yang dibuat. Para *podcaster* juga tidak tanggung-tanggung untuk menghadirkan beberapa narasumber dari tokoh-tokoh sepakbola Indonesia, aktivis sepakbola Indonesia. Dalam setiap episode yang dimiliki oleh Skor Indonesia *podcast* banyak sekali membicarakan olahraga di Indonesia yang tentunya sangat detail sekali dalam mengulas fakta-fakta menarik untuk dibahas yang sangat bersangkutan untuk dibahas pada narasumber. Yang menarik dari konten Skor Indonesia *podcast* ada sebuah pembahasan “ SepakBola *Tarkam* Tidak Haram”, didalam konten ini membahas sepakbola berhenti dan para pemain *profesional* harus bermain dengan sepakbola *tarkam* untuk mengisi waktu kosong para pemain.

Dalam pembawaannya, Raysatnan sebagai *host* dari Skor Indonesia *Podcast* sangat mudah didengarkan oleh anak muda, karena sangat bersahabat mudah dipahami untuk para pendengar setia Skor Indonesia *Podcast*. Setiap pertanyaan yang dilemparkan ke narasumber juga sangat mudah sekali dipahami oleh narasumber dan juga tidak

terpaku dengan pertanyaan yang telah disiapkan, sehingga dapat menjawab dengan tenang dan mudah dimengerti oleh pendengar. Skor Indonesia Podcast secara tidak langsung juga memberikan tanggapan kepada masyarakat yang sudah menilai sepakbola *tarkam* itu tidak baik, terlalu bermain fisik keras, padahal dalam sepakbola *tarkam* para pemain juga mencari nafkah untuk keluarganya.

Podcast Skor Indonesia Podcast dapat diakses melalui *platform-platform streaming* seperti Spotify, Google Podcast, Apple Podcast. Penulis sendiri mengakses *podcast* ini melalui Google Podcast, dan Spotify. Selain itu *podcast* ini juga bisa didengar melalui Youtube sebagai salah satu wadah untuk didengar dan ditonton oleh pendengar setia *podcast* ini. Hanya saja kalo kita menonton di Youtube bisa langsung melihat host dan narasumbernya mungkin lebih menarik, dengan adanya ini pendengar bisa melihat visualisasi selama *podcast* ini berjalan.

Episode Skor Indonesia *Podcast*. biasanya dirilis tidak tentu kadang dalam seminggu bisa mengunggah tiga kali konten *podcast* dengan durasi 18 menit- 60 menit. Penulis memilih *podcast* ini sebagai acuan untuk membuat *podcast* dengan konsep *talkshow*.



Gambar: 2.2 logo Horab Podcast

Sumber: Spotify.com

2. Horab Podcast

Karya sejenis yang kedua ini menjadi salah satu referensi bagi penulis untuk membuat *podcast* yang bernama *Horab Podcast*. *Podcast* ini pertama kali disiarkan pada bulan November tahun 2019, *Horab Podcast* ini sudah berjalan hingga episode 15. *Horab Podcast* memiliki dua host yang bernama Ojik dan Andre, berbeda dengan *Skor Indonesia Podcast* yang memiliki satu orang host yang bernama Raysatnan. Konsep *podcast* ini adalah obrolan santai antara narasumber terkait sepakbola Indonesia, finansial klub, dan sepakbola *tarkam* yang sudah sangat asing lagi bagi pecinta sepakbola Indonesia.

Di dalam konten *podcast* ini menghadirkan narasumber dari kalangan aktivis sepakbola Indonesia, dan tokoh-tokoh ternama yang pernah menjadi narasumber. Dalam *podcast* Horab Podcast lebih banyak menggali, politik yang terjadi di sepakbola Indonesia, sepakbola Indonesia yang dulu juga sempat terhenti akibat terkena hukuman oleh FIFA, maka dari itu banyak sekali pemain sepakbola Indonesia yang bermain *tarkam* di daerahnya masing-masing, di dalam *podcast* ini juga pernah kedatangan narasumber dari organisasi sepakbola Indonesia yaitu APPI (Asosiasi Pemain Profesional Indonesia) yang membahas terkait kontrak dan tunggakan gaji pemain dari banyak nya klub Indonesia.

Durasi tiap episode Horab Podcast berbeda-beda, yaitu sekitar 9 menit- 1 Jam 40 menit tiap episodenya. Penulis menggunakan *podcast* ini karena menjadi salah satu referensi mengenai sepakbola Indonesia. *Podcast* ini hanya berisi *talkshow*, penulis juga ingin membuat sebuah konten *talkshow* agar lebih menarik dan mudah didengar. Horab Podcast yang saya dengar hanya dapat diakses melalui spotify, biar lebih visualisasi bisa juga didengarkan di youtube.

2.2 Kerangka Konsep

2.2.1 New Media

Perkembangan *new media* yang mulai mendapatkan suatu perhatian khususnya dari masyarakat adalah *podcast*, *ipod broadcasting* atau biasa dikenal masyarakat adalah *podcast* yaitu suatu media baru yang bisa bercakapan dengan dua orang atau lebih yang mempunyai topik untuk dibicarakan dalam sebuah episode secara singkat dengan menggunakan *new media* dalam bentuk *podcast*. *Podcast* bisa diakses dengan berbagai aplikasi *platform* (Sucin & Lusnia, 2020, p.236). *Podcast* menjadi suatu media baru dalam siaran khususnya di Indonesia pada konten audio, dalam *podcast* menjadi sarana untuk mengembangkan sebuah konten baru dan menarik yang berbasiskan audio yang memiliki durasi yang cukup lama ketimbang radio. *Podcast* di Indonesia sudah mulai bangkit lagi pada tahun 2018. Ada suatu momen saat para konten kreator *podcast* mengunggah ke berbagai *platform*. Ada beberapa *podcaster* populer yang dulunya sering mengunggah *podcast* ke soundcloud antara lain Andriano Qalbi, Rene Hafied dengan Suarane, ada juga Iqbal Hariadi. Seiring perkembangan dengan kepopuleran teknologi banyak dari sekarang *platform-platform* layanan distribusi secara gratis, banyak dari *podcaster* mengunggah konten *podcast* melalui *platform streaming* musik seperti Spotify yang

juga membuka jalur distribusi langsung dari pada kreator, tanpa melalui layanan pihak ketiga. Dengan membuka keran distribusi *podcast* membuka Spotify melaju kencang menjadi salah satu layanan populer saat ini untuk mendengarkan *podcast*.

Podcast sekarang menjadi jalur alternatif bagi para penyiar radio, jika dilihat dari survei dan perkembangan *podcast* bisa dibilang *podcast* dan radio menjadi hal yang saling melengkapi satu sama lain. *Podcast* menjadi suatu wadah bahwa teknologi tidak dapat diubah sekaligus karena, masih banyak pendengar bisa memilih dan langsung mendengar hal apa yang ingin didengarkan (Vanessa & Muhammad, 2020, p.68).

2.2.2 Karakteristik Media Suara

Suara memiliki fungsi untuk mengirim sebuah pesan, mendidik, membujuk, dan menghibur. Dalam menyampaikan pesan suara apa saja, suara bisa mengambil kalimat komunikasi. Entah itu mengambil kalimat satu arah atau dua arah. Model komunikasi satu arah bisa memperhitungkan suara sebagai komunikator tunggal yang menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak. Sedangkan dengan model dua arah suara bisa menyampaikan pesan dengan cara timbal balik. Suara tergolong sebagai media elektronik. Sebagaimana media

komunikasi massa lainnya. Dalam vokal suara juga memiliki kekhasan tersendiri (Astuti, 2017, p. 39-41)

Kekuatan suara dapat membidik khalayak yang spesifik. Artinya, suara memiliki kemampuan untuk berfokus pada kelompok demografis yang dikehendaki. Selain itu, suara juga bisa mengubah suatu segmen sasaran yang dituju. Suara lebih fleksibel dibandingkan dengan media massa, suara bersifat *mobile* dan *portable*. Orang bisa menjinjing suara ke mana saja. Sumber energinya kecil dan sama *portable*-nya. Suara bisa menyatu dengan fungsi alat penunjang kehidupan lainnya, mulai dari senter, mobil, senter, hingga *handphone*. Hanya suara yang jauh lebih mudah dari media lainnya. Suara sangat fleksibel, dalam arti bisa mengolah kata atau kalimat dengan cepat dan sederhana, dapat mengirim pesan dengan segera, dapat secepatnya merubah kalimat (Astuti, 2017, p. 39-41).

Kelemahan dalam bersuara salah satunya adalah menyampaikan sebuah menyampaikan suara adalah bunyi. Suara tidak bisa mengirim pesan melalui gambar untuk membayangkan sebuah peristiwa. Pesan melalui suara hidupnya hanya sebentar dalam menyampaikan sebuah kalimat untuk komunikasi, pesan suara bersifat satu arah, sekilas dan tidak dapat ditarik lagi untuk diulang. Karena itu, menyampaikan pesan suara melalui *handphone* harus tertata setiap kalimatnya. Khalayak dalam

suara harus betul-betul teliti dalam mengucapkan sebuah kalimat, Khalayak bisa benar-benar pergi andai kalimat dalam suara tidak jelas. Khalayak mudah jenuh jika suara itu tidak jelas, hanya suara yang enak didengar untuk para khalayak yang enak didengarkan agar khalayak tidak mudah jenuh untuk mendengarkan suara (Astuti, 2017, p. 39-41)

2.2.3 Podcast

Setiap materi *podcast* audio pada dasarnya sangat sama dengan ragam topik media lain. Dalam bukunya “*Expert Podcasting for Dummies*”, Morris, Terra, dan Williams (2008) mengingatkan pentingnya mencari sebuah topik agar sesuai dengan pembahasan. Para pegiat *podcast* juga sangat menentukan konten sesuai dengan kebutuhan atas dasar kemampuannya. Dalam bentuk *podcast* biasanya harus mempertimbangkan ketersediaan sumber daya manusia terhadap topik yang ingin dibuat. Misalnya, para *podcaster* membuat salah satu topik yang membahas sepakbola *tarkam*. Setelah menentukan topik, *podcaster* harus juga menentukan jumlah khalayak atau pendengar yang berminat dalam topik yang direncanakan. Semakin banyaknya pendengar *podcast* semakin mudah diproduksi lebih lanjut (Fadilah, Yudhapramesti & Arsiti, 2017, p. 99).

Para peneliti sudah mengembangkan media *podcast* audio dimana *podcast* dimana *podcast* adalah media yang bisa digunakan dengan cara didengarkan melalui *platform* seperti Spotify, YouTube, *Apple Podcast*,

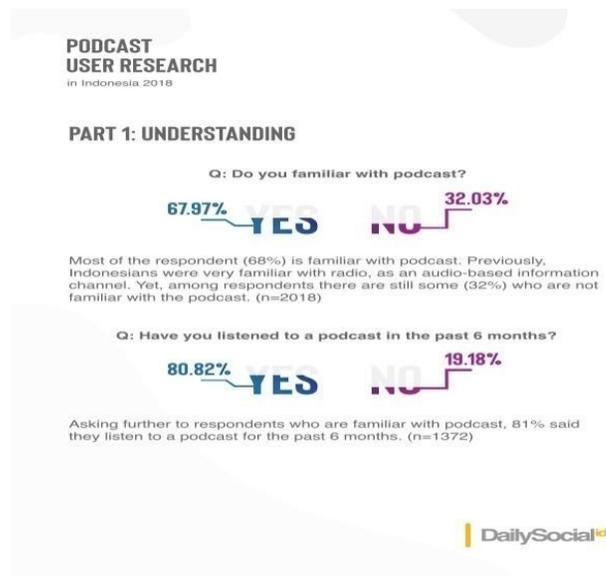
media *podcast* ini juga bisa merekam sesuai kebutuhan skenario yang bisa membuat para pendengarnya merasa lebih mudah dipahami. *Podcast* diartikan sebagai materi Audio atau Video yang tersedia di internet yang bisa langsung dipindahkan ke *platform-platform* yang sudah tersedia di *handphone* secara gratis dan berlangganan. Penelitian yang menggunakan media pembelajaran berbasis *podcast* merupakan sebuah penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya. Penelitian juga sudah dicoba secara optimal agar perekam suara mudah dimengerti oleh khalayak Wicaksono dalam Asmi, Dhita, Supriyanto (2019, p. 50).

Sebagaimana halnya bentuk dari *podcast* audio juga dapat dimainkan dengan peran sebagai wadah untuk mencari informasi, edukasi dan hiburan bagi khalayak tertentu. Karakter audio juga sudah melekat dalam bentuk *podcast* jika dikelola dengan baik setidaknya sudah memiliki jumlah pasar kaum auditori yang menurut sebuah penelitian berjumlah 30% dari total populasi. Potensi pendengar lain adalah khalayak agar para pendengar lain memiliki faktor tertentu dapat mengandalkan indera pendengar untuk mengakses pesan (Fadilah, Yudhapramesti & Arsiti, 2017, p. 101).

Kemunculan internet membuat radio suara merasakan ancaman yang sudah ditinggalkan oleh pendengarnya. Berbagai cara sudah dilakukan pengelola radio untuk terus siaran dengan perubahan perilaku pendengar,

khususnya dalam mengkonsumsi konten audio. Dalam karakteristik *podcast* para pendengar biasanya lebih mudah, karena biasanya para pendengar mudah mengolah dengan cukup mudah di internet. *Podcast* audio dapat menjadi peluang bagi para pengembang konten audio termasuk para pengelola radio konvensional di Indonesia (Fadilah, Yudhapramesti & Arsiti, 2017, pp. 90-91). *Podcast* hadir dalam beberapa jenis. Ada *podcast* perihal perbincangan dalam berpolitik, olahraga, komedi, hingga serial *podcast* yang menyajikan sebuah materi fiksi secara berkelanjutan. Data yang didapatkan dari *Edison Research*, menunjukkan bahwa terdapat 39 juta pendengar *podcast* di Amerika Serikat di akhir bulan. Sementara merujuk data Statistik, 24% orang dewasa Amerika Serikat, mengkonsumsi siaran *podcast* tiap bulannya. Zaenudin dalam Meisyanti & Woro. (2020, p.194).

Indonesia sendiri berdasarkan pada tahun 2018, menunjukkan bahwa dari sampel sebanyak 67,97% yang sudah familiar ke *podcast*. Selain itu juga didapatkan data alasan mendengarkan *podcast* adalah 65% karena konten bervariasi, 62,69% karena *flexibility (on demand)* dan 38,85% karena lebih nyaman daripada konten visual. data dikutip berdasarkan lembaga survei yang dilakukan oleh *Dailysocial.id*



Sumber Gambar: DailySocial

Gambar 2.3 Survey Pengguna Podcast di Indonesia

Podcast untuk mengkonfirmasi sesuatu, menghibur atau melakukan *talkshow* seperti siaran radio dengan membahas suatu tema. *Podcast* dalam penggunaannya juga menggunakan layanan streaming seperti Spotify, *Inspigo*, *Player. Fm*, *Apple Cast*, *Google Podcast*, *Pocketcast*. Sehingga memudahkan para pendengar setia *podcast*, selain itu juga tidak perlu mengeluarkan biaya mahal untuk membuat *podcast*

dibandingkan membuat vlog. Perangkat seperti *microphone*, *handphone*, aplikasi ID3 *software* untuk menyimpan nomer rekaman, dan *hosting* sebagai tempat konten-konten *podcast*. Bahkan para pembuat *podcast* di *platform* seperti Spotify sangat mudah menyebarluaskan konten-konten untuk didengar di Spotify. Perkembangan *podcast* tentu saja tidak lepas dari generasi millennial, dilihat dari artikel dari media *online* pada tahun 2019 di IDN Times yang ditulis oleh Namira, bahwa pendengar *podcast* di Indonesia didominasi oleh usia 20-25 tahun, yaitu sebesar 42,12 persen yang kemudian diikuti oleh kelompok usia 26-35 tahun. Selama ini *podcast* sudah memberikan jawaban dari semua kebutuhan-kebutuhan masyarakat yang selama ini belum sepenuhnya mendengarkan radio. Pendengar *podcast* bisa memilih *podcast* sesuai kebutuhannya dan dengan menggunakan internet dapat didengar kapan dan dimana saja. Saat ini para penulis ingin mengetahui perkembangan *podcast* di Indonesia dengan melihat grup yang melindungi variasi isi topik *podcast*, berdasarkan konsep dalam teori determinasi teknologi perkembangan komunikasi khususnya *platform* digital audio di Indonesia Meisyanti & Woro (2020, pp.194-196).

2.2.4 Cara Membuat Podcast

Sekarang para pendengar *podcast* tidak hanya menjadi pendengar di *podcast* dan ingin turun langsung membuat *podcast*, itu sangat baik, karena para pendengar bisa bertukar ilmu, mencari sebuah ide untuk

membuat karya. Dalam *podcast* tidak jauh bedanya dengan radio kita harus membuat topik yang diminati oleh narasumber, sehingga pembahsan bisa menjadi lebih dalam sehingga membuat orang lebih tertarik untuk mendengarkan *podcast*. Dalam menjalankan *podcast* faktor yang utama adalah membahas sebuah topik untuk bisa didengar oleh pendengar setia *podcast*, usahakan dalam *podcast* harus membuat gaya penyampaian yang mudah didengar dan detail. Semakin banyak yang mendengarkan *podcast*, maka itu adalah pencapaian yang baik, jika ingin melihat pendengar setia bisa langsung melihatnya di *platform podcast*. Jika *podcast* yang baik dan mudah didengar *podcaster* harus siap bersaing dengan *channel podcast* dan harus memperbarui ilmu pengetahuan *podcaster* (Eril, 2019, para. 14).

Untuk membuat *podcast* tidak harus membeli alat mahal cukup dengan *microphone* dan *handphone* sudah cukup dan hanya di edit melalui *software* perekam suara, tidak perlu harus mengeluarkan biaya mahal untuk masuk ke dunia *podcast*. Dalam membuat efek audio yang tidak monoton, maka *podcaster* bisa menambahkan musik pembuka dan juga penutup agar bisa terdengar *profesional* seperti penyiar radio asli, setelah itu agar *podcast* bisa didengar oleh jutaan pendengar bisa langsung mengunggah *podcast* ke *platform* yang sudah tersedia seperti Spotify, *Soundcloud*, *Apple Cast* dan masih banyak *platform* untuk

mengunggah. Ada biaya yang harus dikeluarkan setiap bulannya saat ingin mengunggah di *platform*. (Eril, 2019, para. 17).

2.2.5 Talkshow

Menurut Siahaan (2015, pp. 171-172) dalam program *talkshow* yang biasanya untuk durasi yang cukup lama, proses tanya jawab antara penyiar dan narasumber harus lebih bisa dinikmati oleh pendengar dan memungkinkan untuk memperoleh tujuan pengetahuan yang lebih banyak lagi. Dalam bertanya *host* harus memancing keseruan supaya, pesan dari narasumber lebih bisa terhibur. karena itu, *podcast* tidak harus bertanya kepada narasumber tapi bisa juga berkomentar melalui sebuah pertanyaan yang dibuat oleh *podcaster*. Peran narasumber juga sangat penting, diharapkan tidak hanya menjawab pertanyaan yang sudah tersedia, tapi berbicara lebih banyak agar bisa dipikirkan dan juga bisa dirasakan.

Talkshow merupakan sebuah program televisi atau radio yang menghadirkan seseorang atau group untuk mendiskusikan suatu topik dengan pembawaan santai tapi serius. *Talkshow* juga dapat menghadirkan bintang tamu dengan berkelompok yang ingin menyampaikan berbagai pengalaman hebat. Fred Wibowo mengatakan bahwa *talkshow* merupakan bentuk penyampaian informasi dengan cara tukar-menukar pikiran dengan membahas suatu topik yang sedang hangat diperbincangkan. Durasi *talkshow* pada radio biasanya berkisar

antara 30-60 menit. *Talkshow* dapat menjadi sarana diskusi bagi publik untuk menyampaikan gagasan dan kritik serta interaksi langsung bersama penyiar, narasumber, dan pendengar. *Talkshow* bisa menjadi cara untuk menarik minat pendengar, karena pendengar dapat langsung mendengarkan jawaban narasumber tentang suatu topik, serta mendapatkan penjelasan dan ikut serta bertanya kepada narasumber. (Rusnawati & Habibah, 2017, p. 66-67).

Dalam memproduksi *talkshow* harus memiliki beberapa tahapan yang dilalui agar menghasilkan program *talkshow* yang baik. Berikut adalah tahap yang harus dilalui untuk membuat program *talkshow* menurut Astuti (2017, pp. 129-132).

1. Tahap persiapan

Tahap ini meliputi jangka waktu kerja (*time schedule*), penyempurnaan naskah pertanyaan, pemilihan narasumber, lokasi shooting, dan biaya, penyediaan biaya harus sesuai rencana yang sudah ada yang sudah menjadi persiapan rencana yang perlu dibuat secara hati-hati dan teliti. Persiapan tahap ini meliputi perjanjian tempat, waktu untuk membuat program *talkshow*. Kemudian, mempersiapkan seluruh alat yang akan digunakan dalam membuat program *talkshow* dan merumuskan butir-butir pertanyaan.

2. Tahap pelaksanaan

Pada tahap ini, prinsipnya adalah mengaplikasikan apa yang sudah dibuat dalam tahap persiapan. Seperti, membuat naskah, *rundown* agar dapat dilaksanakan dengan baik. Tahap pelaksanaan merupakan tahap perekaman untuk membuat suatu program *talkshow*. Program ini pada dasarnya merupakan dialog antara dua pihak yaitu, narasumber dan pewawancara, dalam hal ini, *host* harus mengenali jarak aman saat melakukan *talkshow* dengan narasumber. Fokus wawancara harus kepada naskah pertanyaan yang sudah dibuat dalam proses persiapan, *host* yang baik dapat mengetahui kapan saatnya ia membiarkan obrolan sedikit keluar dari fokus utama atau melantur. Wawancara yang baik merupakan wawancara yang berlangsung dengan suasana santai seperti orang mengobrol walaupun topik yang dibahas serius.

3. Tahap Evaluasi

Pasca produksi memiliki tiga langkah utama yaitu, *editing offline*, *editing online*, dan *mixing*. Terdapat dua tahapan dalam melakukan proses editing, yang pertama adalah dengan teknik analog atau linear. Yang kedua, editing dengan teknik digital atau non linear dengan komputer. Dikarenakan *talkshow* dialog yang sifatnya tayang secara *live* maka tidak banyak yang harus dilakukan oleh para produksi pada saat *podcast* dilaksanakan, bahkan tidak ada rapat khusus yang harus setelah acara *on air* untuk mengevaluasi proses pekerjaan.

Produksi *podcast* hanya mengaktifkan kamera dan alat rekaman selama acara *podcast* berlangsung. Namun tidak hanya itu, editor akan mengedit hasil rekaman dari *talkshow podcast* yang akan diunggah ke *platform-platform*. Faktor pendukung dari jalannya proses produksi sudah adanya peralatan-peralatan yang sudah mendukung walaupun sifatnya sederhana.

2.2.6 Produksi Podcast

Menurut Siahaan (2015,pp 221-222) Dalam melakukan tahapan produksi *podcast*, proses ini adalah tahapan untuk melakukan wawancara bersama narasumber, menulis sebuah naskah, yang terakhir adalah perekaman dan editing hasil *podcast*. Didalam sebuah *Podcast* adalah program untuk merekam suara, sehingga sudah termasuk perekam. Dengan modal proposal memudahkan penulis untuk langsung menghubungi narasumber secara langsung, kemudian diminta kesediaan wawancara dan membuat janji untuk melakukan proses perekaman. Setelah bertemu narasumber, barulah penulis menjalankan proses wawancara dan mempersiapkan audio yang mempunyai kualitas yang baik, karena jika kualitas audio buruk *podcaster* tidak akan bisa mengulang wawancara.

Untuk membuat *podcast* agar menarik perhatian pendengar berikut adalah hal yang harus diperhatikan dalam memproduksi *podcast* menurut Romli (2020, para. 27-40).

A. Alat Podcast

Alat utama *podcast* adalah perekam suara. gunakan alat perekam atau *mikrofon* yang berkualitas dan menangkap suara berkualitas tinggi, jika biaya tidak memiliki alat yang memadai cukup dengan *smartphone* sudah cukup maksimal dalam merekam suara.

Untuk *podcaster profesional* harus memiliki alat yang optimal. Seperti berikut ini:

1. Mikrofon
2. Pop filter untuk memperjelas suara
3. Headphone
4. Perekam XLR portable
5. Komputer atau laptop untuk melakukan proses editing dan audio filtering
6. Audio console (mixer)

B. Studio Rekaman

Jika tempat rekaman kosong kemungkinan besar akan menimbulkan suara gema. Usahakan *podcaster* harus mempunyai ruangan yang kedap suara tanpa gema.

C. Naskah

Penulis bisa langsung rekaman tanpa memiliki naskah, jika topik atau pembahasan masih maka mudah dikuasai oleh *host*. Tapi, *host* juga bisa melakukannya dengan bantuan naskah. Skrip atau kerangka episode dapat disesuaikan sepenuhnya dan alat penata gaya yang bisa membantu menciptakan nuansa keseluruhan anda, serta menjaganya tetap mengalir dan terdengar alami.

Jenis naskah *podcast* ada tiga macam, yakni *bullet point*, naskah dengan garis besar yang terpencil, dan naskah kata per kata.

1. *Bullet point* adalah naskah berupa poin-poin yang akan dibahas.
2. *Script* berisi garis besar terperinci bagian pentingnya.
3. *Script* kata per kata. Ini mirip pidato dengan baca naskah. Harus diingat, bacakan naskah dengan gaya “*spoken reading*” sehingga tidak terkesan sedang baca naskah.

D. Audio Editing

Edit audio dengan baik agar suara audio yang baru mulai proses perekaman bisa menghilangkan suara dari luar atau *noise* dan gangguan lainnya. Dalam proses editing suara sangat tidak mudah karena banyaknya suara-suara dari luar yang masih terdengar jelas, maka dari itu editor harus teliti dalam melakukan proses editing. Ada banyak alat

editing yang sudah tersedia di *online* dan mudah digunakan, seperti Audacity dan Adobe Audition.