



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

2.1.1 Kekoreaan

Kekoreaan merupakan seri *podcast* yang disiarkan oleh *Kaskus Podcast* pada platform *Spotify*. *Podcast* ini berfokus pada topik mengenai *K-Pop* yang dipandu oleh penyiar Ron dan Dita. *Kekoreaan* akan merilis episode terbarunya sebanyak satu minggu sekali, tepatnya di setiap Jumat. Bahasa yang digunakan lebih kasual dan informal agar terdengar santai dan *friendly*. Di setiap pengawal episode, terdapat *intro* lagu *K-Pop* yang dibuat sebagai *bump in* pengawal episode selama kurang lebih lima detik, sebelum kemudian suara penyiar masuk dan lagu yang terputar sebelumnya menjadi musik latar. Setiap minggunya, lagu yang dijadikan latar dan *intro* berbeda-beda sesuai dengan tema pembicaraan yang diangkat.

Total durasi dalam satu kali episode adalah 50 menit sampai 1 jam 10 menit dan tidak ada struktur segmen khusus tertentu. Pada pengawal episode, penyiar akan menjelaskan secara singkat mengenai tema pembicaraan di episode tersebut, kemudian obrolan akan didiskusikan secara lebih mendalam, dan diakhiri dengan penutupan. Di akhir episode, terdapat cuplikan dua hingga tiga musik penutup sebagai *bump out* yang dipotong. Bintang tamu yang terkait dengan topik pembicaraan terkadang diundang untuk turut berdiskusi. Namun, tidak di setiap episodenya.

Pembahasan yang dibahas setiap episodenya berbeda-beda. Kerap kali, membahas yang tengah hangat dibicarakan di kalangan *K-Pop*, seperti berita skandal Kim Woojin ex Stray Kids, hengkangnya Hongbin VIXX, ditundanya penayangan *survival show* Kingdom, dan lain sebagainya. Terdapat pula topik *feature* yang tidak dikekang oleh waktu seperti setop *doxing* dalam fandom *K-Pop*, pembicaraan mengenai *multifandom*, dan lain sebagainya.

Melalui *podcast Kekoreaan*, penulis mempelajari cara penyiar membawakan topik *K-Pop* yang mereka angkat di setiap episodenya untuk disampaikan ke penonton. Penyiar dari *Kekoreaan* membawakan topik yang mereka angkat dengan bahasa kasual dan informal. Adanya dua penyiar di sana juga membuat *podcast* menjadi lebih hidup karena mereka dapat saling melengkapi topik, menanggapi, dan mengungkapkan berbagai candaan. Selain itu, mereka juga kerap menggunakan istilah-istilah yang diketahui oleh penggemar *K-Pop* serta bahasa Korea umum sehingga pendengar yang disegmentasikan adalah orang-orang yang menyukai budaya pop Korea tersebut merasa lebih dekat dengan penyiar. Selain itu, penulis juga menjadikan topik-topik yang diangkat *podcast Kekoreaan* tiap minggunya sebagai pembelajaran. Topik yang diangkat terfokus pada berita-berita *entertainment* *K-Pop* yang rata-rata topiknya sudah banyak diketahui oleh para penggemar. *D'TiK Podcast* ingin dijadikan sebagai tempat berbagi informasi seputar *K-Pop* yang tidak hanya berada di lingkup industri hiburannya, tetapi juga isu-isu lain yang jarang terdengar, padahal cukup penting untuk luput dari perhatian masyarakat.

2.1.2 Makna Talks

Makna Talks berfokus sebagai *podcast* yang mengangkat seseorang sebagai topik utamanya. Di setiap episodenya, terdapat satu narasumber khusus yang akan membicarakan suatu topik. Iyas Lawrence menjadi pembuat sekaligus *host* dari *podcast* ini. *Kekoreaan* akan merilis episode terbarunya sebanyak satu minggu sekali, tepatnya di setiap Jumat. Namun, terkadang terdapat episode-episode spesial yang dirilis di setiap adanya peringatan hari spesial yang dinamakan sebagai episode “Makna Talks Spesial” contohnya saat perayaan hari kemerdekaan bersama Rossa. Bahasa yang digunakan lebih kasual dan semi formal sehingga terdengar santai meskipun tidak sesantai pembawaan radio hiburan. Di setiap pengawal episode, terdapat *bump in* yang akan memperkenalkan *Makna Talks* kepada audiensi serta sedikit cuplikan-

cuplikan obrolan bersama narasumbernya. *Bump in* berjalan sekitar 50 detik sebelum adanya pembukaan konversasi oleh *host*.

Total durasi dalam satu kali episode berkisar antara 45 menit hingga 1 jam dan tidak ada struktur segmen khusus tertentu. Dalam satu episode, pembicaraan mengalir secara natural tanpa adanya struktur paten tertentu. Pembicaraan dilakukan dalam format yang lebih bercerita dan berbagi kisah. Namun, penyiar tetap membantu alur pembicaraan dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber. Topik yang dibahas setiap episodanya berbeda-beda. Lebih seringnya, permasalahan kehidupan sehari-hari yang terjadi di Indonesia dan topik motivasional, di antaranya adalah hambatan kebebasan berpendapat, pandemi, membuat musik bagi orang banyak, dan lain sebagainya.

Penulis menjadikan *Makna Talks* sebagai salah satu referensi dalam membuat *podcast*. *Bump in* yang *Makna Talks* miliki penulis jadikan referensi dalam membuat *bump in* untuk *D'TiK Podcast*. Pada *bump in*, *Makna Talks* memberikan informasi lengkap terkait *podcast* yang sangat bermanfaat bagi pendengar baru, seperti tema *podcast* yang dibahas, nama *host*, dan waktu penayangan. Pada *bump in* juga diselipkan cuplikan-cuplikan *podcast* dari beberapa episode yang terdengar seru sehingga dapat menarik pendengar untuk terus mendengarkan *podcast*. Selain itu, cara Iyas Lawrence mewawancarai narasumbernya untuk *podcast* juga penulis jadikan referensi dalam mewawancarai narasumber kelak. Pertanyaan yang diajukan narasumber cukup mewakili keseluruhan informasi yang dibutuhkan. Caranya menyampaikan pertanyaan terdengar santai sehingga narasumber dapat dengan nyaman menjawab pertanyaannya. Selain itu, *Makna Talks* merupakan *podcast* mingguan yang cukup konsisten dalam jadwal unggah episode di setiap minggunya. Kekonsistenan itu pula yang ingin *D'TiK* terapkan agar penonton tetap mengingat jadwal unggah *podcast* *D'TiK* dan menjaga *insight* di setiap episode yang terunggah.

2.1.3 *The Psychology Podcast*

The Psychology Podcast merupakan *podcast* internasional yang mengambil fokus psikologi sebagai bidang utama yang didiskusikannya. *Podcast* ini dipublikasikan melalui platform musik daring *Spotify* yang dipandu oleh Scott Bary Kaufman sebagai *host*-nya. *The Psychology Podcast* akan merilis episode terbarunya sebanyak satu minggu sekali secara rutin di Kamis. Namun, semenjak akhir Agustus 2020, unggahan konten tidak lagi sesuai dengan waktu tersebut. Bahasa yang digunakan dalam *podcast* tersebut lebih formal, tetapi tetap santai.

Bump in berdurasi 30 detik akan mengawali *podcast* di setiap episodenya yang memperkenalkan mengenai *The Psychology Podcast* secara keseluruhan. Di penghujung episode, terdapat pula *bump out* berdurasi 30 detik yang berisi ucapan terima kasih dan salam penutup kepada pendengar.

Total durasi dalam satu episode berkisar antara 40 menit hingga 1 jam 20 menit. Namun, tidak terlihat durasi tertentu yang dipatenkan pada kanal *podcast* ini. Diskusi dan wawancara terhadap narasumber yang berbeda di setiap episodenya menjadi format kontennya. Dengan narasumber yang berbeda-beda di setiap episodenya, *The Psychology Podcast* membicarakan topik yang berbeda pula sesuai dengan bidang khusus dari narasumbernya. Sebagian besar bintang tamu yang diundang untuk berbicara di *podcast* ini pun adalah seorang psikiater. Selama masa pandemi, proses diskusi dilakukan secara daring melalui telepon.

Meski memiliki pembahasan yang berbeda di setiap episodenya, *podcast* ini berfokus pada pemberian wawasan ke dalam diri manusia dengan tujuan agar pendengar dapat mengenal dirinya sendiri secara lebih dalam. Mayoritas bintang tamu dalam program ini adalah psikiater yang akan memberikan motivasi kepada para pendengar sesuai dengan topik yang dibicarakan, di antaranya adalah cara menghadapi realita, hubungan, dan lain sebagainya. Meski sebagian besar narasumber dari *podcast* ini adalah psikiater, terdapat pula bintang tamu dari bidang lain seperti Erika Lust dan Spencer Greenberg.

Pada setiap episodenya, *The Psychology Podcast* selalu memberi kesimpulan dari topik yang telah mereka bicarakan pada episode tersebut. Hal tersebut membantu pendengar untuk paham maksud dan garis besar yang ingin disampaikan dari tiap episode *The Psychology Podcast*. Hal itulah yang kemudian ingin *D'TiK Podcast* terapkan dalam pembuatan struktur konten *podcast* ke depannya. Kemudian, *bump out The Psychology Podcast* juga penulis jadikan referensi dengan menyisipkan salam penutupan dan ucapan terima kasih kepada para pendengar.

2.1.4 *K's Corner, Ruang Siar Juara*

Ruang Siar Juara (RSJ) merupakan kanal *podcast* yang memiliki banyak segmen dan bergerak di banyak genre untuk kontennya, mulai dari musik, film, misteri, *K-Pop*, dan lain-lain. *Podcast* ini dipublikasikan melaluikan platform musik daring *Spotify* yang dipandu oleh penyiar yang berbeda-beda di setiap segmennya. Terdapat enam segmen pada *podcast* ini, yakni “iii... SEREM”, “BU RT! (Butuh Rumpi Tau!)”, “NGANU (Ngomongin Anu)”, “Open BO (Buka Bahan Obrolan)”, “K's Corner”, dan “The Most Shocking Love Story”. Tiap-tiap segmen disiarkan pada hari yang berbeda di setiap minggunya. Namun, pada umumnya akan diunggah sebanyak satu minggu sekali di hari yang sama untuk setiap segmennya. Bahasa yang digunakan dalam *podcast* tersebut lebih informal dan santai santai sehingga terdengar lebih dekat dengan audiensi. Tiap segmen akan diawali dengan *bump in* singkat berdurasi lima detik serta diakhiri *bump out* yang sama dengan pembuka segmen.

Durasi dalam satu episode berkisar sekitar 20 hingga 30 menit. Di dalamnya, *host* akan berbicara mengenai suatu topik yang sesuai dengan tiap-tiap *genre* dari segmen yang mereka bawakan. Namun, *podcast* ini lebih berfokus pada pemberian informasi *feature news* yang tidak dikekang oleh waktu. Dengan kata lain, jarang membahas topik-topik hangat yang tengah dibicarakan oleh masyarakat.

“K's Corner” merupakan salah satu *podcast* bertema *K-Pop* yang menurut penulis informasinya terlalu umum dan sudah banyak diketahui masyarakat.

Tema yang dipilih di setiap episodenya terlalu umum untuk dibagikan ke masyarakat sehingga tidak terlalu informatif. Selain itu, terkadang durasi dalam satu episodenya terbilang sangat sebentar yang hanya mencapai 15 -18 menit. Informasi yang disampaikan pun sangat minim. Hal-hal demikianlah yang kemudian ingin penulis hindari dalam membuat *D'TiK Podcast* kelak.

2.1.5 #CloseTheDoor Corbuzier Podcast

#CloseTheDoor Corbuzier Podcast merupakan *podcast* yang disiarkan melalui dua platform media hiburan, yakni *Spotify* dan *YouTube*. Dengan tidak hanya dipublikasikan melalui *Spotify*, *podcast* ini memberi peluang bagi audiens untuk melihat gestur dan ekspresi pembicara melalui gambar yang ditampilkan pada *YouTube*. *Podcast* ini tidak hanya berpatok pada satu tema diskusi, tetapi juga membicarakan hal-hal yang tengah ramai dibicarakan masyarakat. Dengan mengundang narasumber di setiap episodenya, Deddy Corbuzier berperan sebagai *host* dalam program *podcast* ini. Tidak ada waktu hari tayang tertentu. Bahasa yang digunakan pun cenderung lebih informal dan santai. Bumper singkat berdurasi tiga detik akan mengawali *podcast* ini di setiap episodenya, serta akan menjadi bumper penutup yang sama pula di penghujung episode.

Total durasi dalam satu episode berkisar antara 30 hingga 50 menit. Selama waktu tersebut, pembicaraan antara *host* dan narasumber berlangsung secara santai dengan topik apapun yang hendak dibicarakan.

Penulis menjadikan #CloseTheDoor Corbuzier Podcast sebagai referensi *video* format *podcast* untuk *D'TiK Podcast* ke depannya. Dari angle peletakan kamera yang menyorot secara *close up* kepada penyiar dan narasumber, *thumbnail* pada *YouTube* yang memperlihatkan penyiar, narasumber, serta menuliskan topik yang *catchy*, pengeditan *podcast* yang tepat harus menyorot ke siapa saat berbicara, serta pengaturan cahaya di tempat yang membuat *video* tersebut enak dipandang mata (mengacu pada episode Corbuzier *podcast* bersama Chandra Liow). Selain itu, informasi yang dimiliki Deddy Corbuzier selaku penyiar *podcast* sangat membantu dalam proses wawancara bersama

narasumber. Hal itu juga yang kemudian ingin D'TiK jadikan referensi dan diterapkan saat eksekusi *podcast* kelak.

2.1.6 *On the Media*

On the Media merupakan *podcast* yang dibuat oleh WNYC Studio pada platform *Spotify*. *Podcast* ini berisi karya audio jurnalisme investigasi mendalam yang tiap episodenya membahas topik tertentu. *On the Media* meliputi hal-hal menarik serta memberi pendengarnya pandangan bagaimana media dapat membentuk pandangan seseorang melalui peliputannya. Berita tersebut kemudian dikemas menjadi suatu audio *storytelling* yang berisi paket berita beserta *voice over* dari penyiarinya. *Podcast* ini disiarkan oleh Brooke Gladstone yang merupakan seorang jurnalis Amerika, penulis, dan *media analyst*.

Total durasi dalam setiap episodenya variatif. Terdapat beberapa episode yang berdurasi singkat seperti 8 menit, ada pula beberapa episode yang berdurasi lebih dari 50 menit. *Podcast* ini diunggah setiap 2 kali sepekan yang mayoritas waktu pengunggahannya berada di setiap hari Rabu dan Kamis.

Penulis menjadikan *On the Media* sebagai referensi pengemasan paket berita untuk segmen “DISPATCH (Dengerin Seputar Ocehan)” *D'TiK Podcast*. Penulis menilai karya *audio storytelling* yang dibuat oleh *On the Media* cukup menarik untuk didengar meskipun topik yang diangkat mayoritas topik berat. Isi dari paket berita, *voice over*, dan *background music* dalam paket berita tersebutlah yang penulis pelajari untuk membuat paket berita dalam salah satu segmen *D'TiK Podcast* nanti.

Tabel 2.1 Tinjauan karya sejenis

No.	Nama Podcast	Deskripsi	Analisis
1.	Kekoreaan	<i>Kekoreaan</i> merupakan seri <i>podcast</i> yang disiarkan oleh <i>Kaskus Podcast</i> pada platform <i>Spotify</i> . <i>Podcast</i> ini berfokus pada topik mengenai K-Pop yang dipandu oleh penyiar Ron dan Dita. <i>Kekoreaan</i> akan merilis episode terbarunya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahasa yang digunakan cenderung lebih santai 2. Meski fokus pada satu tema, terdapat pembahasan

		sebanyak satu minggu sekali, tepatnya di setiap Jumat.	<p>khusus di setiap episodenya</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Terdapat <i>backsound, bump in, dan bump out</i> yang memperindah <i>podcast</i>
2.	Makna Talks	<i>Makna Talks</i> berfokus sebagai <i>podcast</i> yang mengangkat seseorang sebagai topik utamanya. Di setiap episodenya, terdapat satu narasumber khusus yang akan membicarakan suatu topik. Iyas Lawrence menjadi pembuat sekaligus penyiar dari <i>podcast</i> ini. <i>Makna Talks</i> akan merilis episode terbarunya sebanyak satu minggu sekali, tepatnya di setiap Jumat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengundang narasumber yang berbeda untuk setiap episode dengan topik yang berbeda 2. Mengambil topik yang mengandung motivasi dan dapat dijadikan pembelajaran bagi para pendengar 3. <i>Bump in</i> berisi pengenalan <i>podcast</i> secara singkat 4. <i>Bump out</i> berisi ucapan terima kasih kepada para pendengar
3.	The Psychology Podcast	<i>The Psychology Podcast</i> merupakan <i>podcast</i> internasional yang mengambil fokus psikologi sebagai bidang utama yang didiskusikannya. <i>Podcast</i> ini dipublikasikan melalui platform musik daring <i>Spotify</i> yang dipandu oleh Scott Bary Kaufman sebagai <i>host</i> -nya. <i>The Psychology Podcast</i> akan merilis episode terbarunya sebanyak satu minggu sekali secara rutin pada Kamis.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan materi psikologi yang bermanfaat untuk membuat pendengar lebih mengenal dirinya sendiri 2. Mengundang narasumber yang ahli di topik yang hendak dibahas 3. Membahas suatu permasalahan dari sisi psikologi
4.	Ruang Siar Juara	<i>Ruang Siar Juara (RSJ)</i> merupakan kanal <i>podcast</i> yang memiliki banyak segmen dan bergerak di banyak <i>genre</i> untuk kontennya, mulai dari musik, film, mister, <i>K-Pop</i> , dan lain-lain. <i>Podcast</i> ini dipublikasikan melalui platform musik daring <i>Spotify</i> yang dipandu oleh <i>host</i> yang berbeda-beda di setiap	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki banyak segmen dalam satu program <i>podcast</i> 2. Seluruh segmennya bergerak di <i>genre</i> yang berbeda. Namun, tetap <i>entertainment</i>

		<p>segmennya. Terdapat enam segmen pada podcast ini, yakni “iii... SEREM”, “BU RT! (Butuh Rumpi Tau!)”, “NGANU (Ngomongin Anu)”, “Open BO (Buka Bahan Obrolan)”, “K’s Corner”, dan “The Most Shocking Love Story”. Tiap-tiap segmen disiarkan pada hari yang berbeda di setiap minggunya. Namun, pada umumnya akan diunggah sebanyak satu minggu sekali di hari yang sama untuk setiap segmennya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Mencoba menarik banyak audiens melalui banyaknya segmen yang dibuat 4. Hampir mirip seperti program radio, tetapi dalam bentuk <i>podcast</i>
5.	#CloseTheDoor Corbuzier Podcast	<p>#CloseTheDoor Corbuzier Podcast merupakan <i>podcast</i> yang disiarkan melalui dua platform media hiburan, yakni <i>Spotify</i> dan <i>YouTube</i>. Dengan tidak hanya dipublikasikan melalui <i>Spotify</i>, <i>podcast</i> ini memberi peluang bagi audiens untuk melihat gestur dan ekspresi pembicara melalui gambar yang ditampilkan pada <i>YouTube</i>. <i>Podcast</i> ini tidak berpatok pada satu tema diskusi, melainkan lebih berfokus untuk membicarakan hal-hal yang tengah ramai dibicarakan masyarakat. Dengan mengundang narasumber di setiap episodenya, Deddy Corbuzier berperan sebagai host dalam program <i>podcast</i> ini.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ditayangkan melalui dua platform, yakni <i>Spotify</i> dan <i>Youtube</i> 2. Menampilkan dua bentuk <i>podcast</i> dengan fungsi yang berbeda 3. Cara wawancara narasumber yang <i>strict to the point</i> 4. Mencari topik yang memiliki <i>news value</i> tinggi dan banyak dibicarakan masyarakat
6.	<i>On the Media</i>	<p><i>On the Media</i> merupakan <i>podcast</i> yang dibuat oleh WNYC Studio pada platform <i>Spotify</i>. <i>Podcast</i> ini berisi karya audio jurnalisme investigasi mendalam yang tiap episodenya membahas topik tertentu. <i>On the Media</i> meliput hal-hal menarik serta memberi pendengarnya pandangan bagaimana media dapat membentuk pandangan seseorang melalui peliputannya.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berita investigasi yang dikemas dalam bentuk <i>audio storytelling</i>. 2. Menggunakan <i>voice over</i> untuk menyampaikan berita. 3. Bahasa yang digunakan untuk <i>voice over</i> cenderung semi-formal yang menjadikan pendengar tidak bosan walaupun mendengarkan topik berat.

			4. <i>Backsound</i> berperan penting untuk menciptakan ruang imajinasi virtual.
--	--	--	---

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Fandom dan Perilaku

Gooch (2008, p. 3) mendefinisikan *fandom*, dalam istilah yang paling dasar, adalah sekelompok *fans* yang membentuk jaringan sosial dengan satu sama lain berdasarkan kepetingan mereka bersama dalam membaca dan menonton teks tertentu. *Fandom* sendiri adalah singkatan *fan kingdom*. *Fandom* adalah sekumpulan orang dalam suatu komunitas yang memiliki kesamaan kesukaan terhadap sesuatu. *Fandom-fandom* di Indonesia yang berkembang antara lain ARMY (penggemar BTS), BLINK (penggemar Blackpink), NCTZEN (penggemar NCT), MIDZY (penggemar ITZY), dan masih banyak lainnya.

Aktivitas digital fandom kemudian ditilik menggunakan kajian perilaku. Weber memperkenalkan empat tipe dasar tindakan yang menjadi caranya untuk mengungkapkan metodologi tipe idealnya guna menjelaskan makna tindakan (as cited in Sociology Group, n.d.).

1) Rasionalitas alat-tujuan

Tindakan yang didasari oleh pengharapan mengenai perilaku objek di dalam lingkungan serta perilaku manusia lainnya. Pengharapan itu digunakan sebagai kondisi atau alat untuk mencapai tujuan-tujuan subjek sendiri yang dikejar dan diperhitungkan secara rasional.

2) Rasionalitas nilai

Tindakan yang didasari oleh kepercayaan yang sadar akan nilai tersendiri suatu bentuk perilaku yang etis, estetis, religius, atau bentuk lainnya, terlepas dari prospek-prospek keberhasilannya.

3) Tindakan afektual

Tindakan yang ditentukan oleh keadaan emosional sang aktor.

4) Tindakan tradisional

Tindakan yang ditentukan oleh cara-cara berperilaku sang aktor yang biasa dan lazim.

Tipe tindakan yang dijelaskan Weber kemudian dapat dianalisis menggunakan tahapan tindakan oleh Mead. Mead mengidentifikasi empat tahap dan yang saling berhubungan dalam sebuah tindakan (as cited in SAGE, 2017, p. 329-330). Keempat tahapan tersebut dijelaskan sebagai berikut.

1) Impuls

Tahap pertama adalah impuls yang merupakan tahapan terjadinya dorongan hati. Tahapan ini melibatkan rangsangan pancaindra, reaksi aktor, serta kebutuhan untuk merasa membutuhkan melakukan sesuatu.

2) Persepsi

Tahap kedua adalah persepsi. Di tahap ini, aktor akan mencari dan bereaksi terhadap stimuli yang berhubungan dengan impuls. Tidak hanya merespons stimuli eksternal, tetapi juga memikirkan dan menafsirkannya.

3) Manipulasi

Tahapan ketiga adalah manipulasi. Tahapan ini didefinisikan sebagai memanipulasi objek dengan mengambil tindakan yang berkenaan yang diambil setelah adanya dorongan hati dan persepsi terhadap suatu objek.

4) Penyelesaian

Penyelesaian di sini adalah mengambil tindakan yang memuaskan impuls.

2.2.2 Karakteristik *New Media*

Menurut Lister (2009, p. 13-37) dalam bukunya yang berjudul *New Media: A Critical Introduction*, *podcast* masuk ke dalam kategori *new media* berdasarkan karakteristik dari media baru sebagai berikut.

- 1) Digital: Digital mengartikan sebagai seluruh data seperti cahaya, ruang, atau suara dalam prosesnya akan dikonversikan ke dalam bentuk angka dan dikoding sehingga memberikan *output*, berupa teks, grafik atau diagram, serta foto melalui jaringan telekomunikasi.
- 2) Interaktivitas: Interaktif dimaknai sebagai kemampuan pengguna untuk turut berpartisipasi dalam proses komunikasi melalui media yang mereka akses. Tidak lagi seperti media konvensional yang hanya menawarkan proses komunikasi secara linear atau satu arah.
- 3) Hiperteksual: Membuat pembaca terhubung dengan berita yang lain sehingga memungkinkan untuk berpindah ke bahasan lain yang sesuai dengan informasi yang sedang mereka baca.
- 4) Jaringan: Adanya kemajuan jaringan nirkabel dan internet memungkinkan pengguna untuk memiliki jaringan yang lebih luas, serta dapat mengakses informasi tanpa batasan ruang dan waktu.
- 5) Virtual: Perkembangan teknologi pada media baru menciptakan virtualitas. Virtualitas sendiri menghadirkan simulasi melalui grafik komputer yang menunjukkan alternatif lebih nyata atau lebih baik dibandingkan dengan kenyataan aslinya.
- 6) Simulasi: Simulasi memungkinkan pengguna untuk merasa mereka seolah-olah di tempat tersebut dan memunculkan imajinasi dari para pengguna.

Media baru saat ini hadir dalam berbagai jenis, salah satunya yang paling marak saat ini adalah media daring. *Podcast* juga hadir sebagai media baru dalam konteks ini, karena memenuhi seluruh karakteristik *new media* yang dijabarkan Martin Lister dalam bukunya, dua di antaranya adalah memerlukan jaringan internet dalam mengakses serta menghadirkan ruang virtualitas kepada audiens saat mendengarnya.

Melalui teori ini, penulis ingin mempertahankan karakteristik-karakteristik *new media* yang terkandung di dalam *podcast*. Karakteristik yang penulis maksudkan yakni digital, interaktivitas, serta simulasi.

Pengunggahan *D'TiK Podcast* ke dua platform digital akan memenuhi kriteria *new media* yang dimaksudkan. Sementara itu, melalui pembagian segmen dalam satu episode *D'TiK Podcast* yang dalam salah satu segmennya terdapat menjawab pertanyaan audiens yang telah dikumpulkan melalui media sosial sebelumnya, diharapkan dapat menciptakan interaktivitas terhadap pendengar *D'TiK Podcast*. Penulis dan tim juga mengharapkan model pembahasan dan cara pengeditan audio untuk *D'TiK Podcast* dapat menghadirkan simulasi dan ruang virtual bagi pendengar *podcast*.

2.2.3 Karakteristik Medium Audio

Sebagai salah satu bentuk karya yang mengutamakan audio, penting bagi *podcaster* untuk mengetahui karakteristik medium audio yang perlu dipertahankan dalam produksinya. Ningrum (2007, p.6) berpendapat bahwa sebagai sebuah media massa, radio memiliki kemampuan untuk menciptakan imajinasi bagi pendengarnya melalui kekuatan kata dan suara. Dalam proses penyampaian pesannya, radio melalui proses yang sama seperti cara media massa berkomunikasi pada umumnya. Komunikator (dalam halnya media massa) akan membuat pesan dan mengonversikannya ke dalam bentuk kode (bahasa) untuk kemudian disampaikan kepada komunikan. Dalam radio, pesan tersebut dilisankan dalam bentuk suara atau audio sehingga audiens dapat mendengar pesan yang disampaikan.

Menurut Romli (2005, p.23-35), keunggulan radio meliputi sembilan hal:

- 1) Cepat dan langsung. Sarana tercepat, lebih cepat dari koran ataupun TV, dalam menyampaikan informasi tanpa melalui proses yang lama dan tidak perlu membutuhkan waktu yang banyak.
- 2) Akrab. Radio merupakan alat yang akrab dengan pemiliknya.
- 3) Dekat. Suara pernyiar hadir di rumah atau di dekat pendengar.

- 4) Hangat. Paduan kata-kata, musik, dan efek suara dalam siaran radio mampu mempengaruhi emosi pendengar.
- 5) Sederhana. Tidak rumit, tidak banyak pemiliki, baik bagi pengelola maupun pendengar.
- 6) Tanpa batas. Siaran radio menebus batas-batas geografi, demografis, SARA (suku, agama, ras, dan antargolongan), dan kelas sosial.
- 7) Murah. Dibandingkan dengan berlangganan media cetak atau harga pesawat televisi, pesawat radio relatif jauh lebih murah.
- 8) Bisa mengulang. Radio memiliki kesementaraan alami sehingga berkemampuan mengulang informasi yang sudah disampaikan secara tepat.
- 9) Fleksibel. Siaran radio bisa dinikmati sambil mengerjakan hal lain atau tanpa mengganggu aktivitas yang lain seperti memasak, mengemudi, belajar, dan membaca koran atau buku.

Melalui karakteristik ini, penulis ingin mempertahankan karakteristik-karakteristik medium audio seperti yang sudah dipaparkan. Seluruh poin yang dipaparkan Romli sebagai keunggulan audio ingin penulis pertahankan pada *podcast* D'TiK. Penulis ingin membuat D'TiK menjadi *podcast* yang cepat dan langsung, sederhana, tanpa batas, murah, bisa diulang berkali-kali, serta fleksibel. Sementara itu, poin akrab, dekat, dan hangat akan penulis dan tim implementasikan melalui pembicaraan yang akan dilakukan oleh *host podcast* nantinya. Dengan gaya bicara kasual dan pemilihan kata yang santai, penulis ingin membuat pendengar merasa akrab dan dekat dengan *host* selayaknya mendengarkan teman berbicara, serta dapat merasakan emosi yang ingin disampaikan D'TiK di tiap episodenya.

2.2.4 Produksi Program *Talkshow*

Tennant (2019) berpendapat bahwa dalam membuat sebuah program *talkshow online*, terdapat beberapa langkah yang harus ditempuh.

1) Menentukan angle program yang ingin dibuat

Penting untuk mengetahui topik atau *angle* tertentu yang ingin dibicarakan dalam suatu program. Menjadi spesifik akan membantu dalam membuat program *talkshow* untuk menentukan audiens, format program yang ingin diambil, narasumber yang hendak diundang ke dalam program, dan lain sebagainya. Pilihlah topik dari sudut pandang yang menarik dan konsisten terhadap topik tersebut.

2) Memahami target audiens

Mencari audiens yang tepat dapat dilakukan setelah menentukan *angle* program yang diinginkan. Mengetahui target audiens akan membantu dalam mengetahui berapa lama durasi *podcast*, bagaimana berbicara dengan audiens, serta siapa narasumber dan topik yang harus dipilih. Maka, perlu untuk mengetahui secara spesifik karakteristik audiens program dan bagaimana cara memikat mereka.

3) Memilih medium yang ingin digunakan

Di era ini, pembawa acara dan produser acara bincang-bincang menaruh minat lebih untuk merekam acara bincang-bincang mereka secara lebih ekonomis dengan kamera video definisi tinggi untuk kemudian menyiarkan acara tersebut di YouTube atau halaman web mereka sendiri. Di sana, potensi penonton jauh lebih besar karena mencakup seluruh pemirsa di dunia. Apabila kesulitan dalam membuat satu set, seorang pembuat acara bincang-bincang dapat mempertimbangkan untuk meluncurkan *podcast* yang dapat dengan mudah dibuat dalam bentuk audio.

4) Mencari dan mengundang narasumber

Salah satu bagian tersulit dalam membuat program *podcast* adalah menentukan narasumber yang tepat dengan topik program serta mengundangnya untuk hadir. Penting untuk mencari narasumber yang tepat dan sesuai dengan topik yang dibicarakan agar relevan dengan pembicaraan yang hendak disiarkan.

5) Promosi program

Setelah perekaman program episode pertama, pertimbangkan untuk mempromosikannya di media sosial untuk membantu orang mengetahui program yang ingin disiarkan. Mempromosikannya sebelum disiarkan akan membantu untuk mengumpulkan audiens sebelum disiarkan. Promosi seperti demikian juga masih perlu dilakukan setelah program disiarkan.

6) Merilis program

Apabila program yang ingin disiarkan ingin ke dalam ranah yang lebih serius, perlu untuk merencanakan jadwal siar secara reguler, baik tayang setiap minggu, dua minggu satu kali, bulanan, atau jadwal lainnya yang diinginkan. Akan tercipta curiositas pada audiens apabila adanya konten baru yang diunggah secara teratur. Jika tidak konsisten, bisa berdampak pada hilangnya audiens.

7) Apresiasi diri sendiri

Apabila telah dapat melalui langkah di atas untuk merilis sebuah program, penting untuk mengapresiasi kepada diri sendiri karena telah melakukan yang hanya dapat diimpikan oleh jutaan orang lainnya.

2.2.5 Podcast

2.2.5.1 Definisi Podcast

Fadilah et al. (2017, p.92) mengartikan *podcast* sebagai materi audio atau video yang tersedia di internet yang dapat secara otomatis dipindahkan ke komputer atau media pemutar *portable*, baik secara gratis maupun berlangganan. Mengacu pada pernyataan Thornburg (2011) mengatakan istilah *podcast* mengacu pada satu dari tiga hal berikut, yakni serangkaian file audio, episode tertentu dalam seri, atau file teks digital yang digunakan oleh pendengar untuk berlangganan pada seri tersebut.

Keberadaan istilah *podcast* sebenarnya sudah berlayar di Indonesia sejak 2005, tetapi belum tersebar luas di telinga masyarakat. Sejarah lahirnya *podcast* sendiri dimulai dari ditemukannya *iPod* sebagai produk *brand Apple* oleh Steve Jobs pada 2001. *Podcast* merupakan singkatan dari *iPod broadcasting* yang kala itu menjadi fitur pengguna *iPod* untuk mendengarkan siaran secara *on demand*. Berbeda dengan radio konvensional yang disiarkan secara linear, pengguna *podcast* dapat memilih serial *podcast* favoritnya serta mengulang seri tersebut kapan pun mereka inginkan. Meski pada awalnya identik dengan bentuk narasi atau karya yang hanya audio, sekarang ini banyak *podcaster* yang membuat format tampilan *podcast* menjadi dalam bentuk video juga sehingga *podcast* dapat berbentuk audio dan video (Christie, 2019, p.23).

2.2.5.2 Keunggulan Podcast

Dengan segala perkembangannya, *podcast* memiliki sejumlah keunggulan untuk dijadikan preferensi dalam mengonsumsi informasi. Dengan hanya mengandalkan indera pendengar, *podcast* dapat dinikmati khalayak serta memainkan perannya sebagai sumber informasi, edukasi, serta hiburan. *Podcast* juga dapat menambal kekurangan media radio dengan proses kerja secara *on demand* dan dapat diputar berulang kali.

Ada beberapa alasan penulis memilih *podcast* sebagai bentuk karya untuk memproduksi *D'TiK Podcast*. Sebagaimana Geoghegan *et al* (as cited in Fadilah *et al*, 2017, p.94) mengatakan bahwa potensi *podcast* terletak pada keunggulannya sebagai berikut.

1) Otomatis

Podcast dapat secara otomatis diunduh oleh pendengar ke perangkat mereka. Pendengar tidak perlu lagi berselancar di internet untuk mencari-cari program yang ingin mereka dengarkan karena dapat diunduh dan diputar berulang kali pada perangkat mereka.

2) Mudah dikontrol

Sifat *podcast* sebagai *audio on demand* memungkinkan pengguna untuk memilih program serta topik yang mereka inginkan dari *podcast* tersebut. Pendengar tidak perlu mendengarkan siaran secara satu arah karena dapat dengan mudah mengontrol kapan *podcast* ingin diputar dan berhenti diputar.

3) Dapat dibawa kemana-mana

Sebagian besar *podcast* dibuat dalam format audio *mp3*. Karena ukurannya yang kecil, *podcast* dapat diunduh pada ponsel maupun *CD*. Namun, dengan adanya *smartphone* atau gawai lain memungkinkan untuk mendengar *podcast* secara *online* maupun *offline*.

4) Selalu tersedia

Bentuknya *podcast* yang fleksibel dan dapat dengan mudah dibawa *kemana pun* membuat *podcast* selalu tersedia apabila pendengar ingin mendengarkan dimana pun dan kapan pun.

2.2.5.3 Proses Produksi *Podcast*

Geoghegan *et al* (as cited in Fadilah *et al*, 2017, p.96-97) juga menjelaskan bahwa produksi dan distribusi *podcast* terdiri dari 3 elemen wajib, yaitu (1) materi *podcast*, (2) penyedia RSS (Really

Simple Syndication), dan (3) penangkap *podcatcher*. Ukuran dokumen (file) berkisar antara 1mb sampai 200mb, tergantung dari frame rate, ukuran, dan lain sebagainya. Elemen selanjutnya adalah penyedia RSS atau penyimpanan di *server cloud* seperti www.soundcloud.com.

Proses produksi *podcast* pada umumnya sama dengan sebagian besar karya jurnalistik maupun bentuk media lainnya. Terdapat proses praproduksi, produksi, hingga pasca produksi. Morris *et al* menekankan pentingnya perencanaan dengan menentukan topik yang sesuai. Idealnya, pegiat *podcast* audio menggarap topik yang berada dalam bidang minat dan kemampuannya (as cited in Fadilah et al, 2017, p. 99). Di samping itu, perlu mempertimbangkan ketersediaan sumber daya untuk menggarap topik-topik yang dipilih. Dalam menentukan topik dan narasumber, perlu diperhitungkan potensi khalayak atau pendengar yang berminat serta membutuhkan topik yang hendak direncanakan tersebut. Semakin besar potensi pendengar, maka semakin layak rencana produksi dieksekusi.

Dalam jurnal yang sama, Fadilah et al. (2017, p.99) mengatakan bahwa selain melihat potensi khalayak, pertimbangan lainnya saat memilih topik adalah sejauh mana topik tersebut bisa digali lebih dalam atau lebih luas dikembangkan. Hal ini diperlukan untuk memproyeksikan topik-topik turunan untuk diproduksi lebih lanjut sehingga orientasi program *podcast* dapat berjangka panjang.

Dalam jurnalnya, Fadilah *et al.* (2017, p.101) juga mengungkapkan beberapa situs yang merekomendasikan *podcast-podcast* terbaik di berbagai negara yang banyak didengar oleh masyarakat. Bila dirangkum, program *podcast* yang direkomendasikan umumnya memiliki kriteria sebagai berikut.

- 1) Ragam topik relevan
- 2) Dikemas santai dengan nuansa humor
- 3) Menggunakan pendekatan bintang atau orang terkenal
- 4) Menghibur, menggelitik dan akrab

- 5) Unik/tidak biasa
- 6) Sederhana
- 7) Percakapan
- 8) Dll

Dalam merencanakan proses produksi *podcast*, penulis dan tim menggunakan teori-teori di atas sebagai referensi dalam menentukan topik dan tema *podcast*. *Podcast D'TiK* dibuat dengan melihat potensi keberlanjutan, selera masyarakat, ketersediaan sumber daya, serta nilai berita yang terkandung dari tema yang diambil.

2.2.6 Peran Tim Produksi

Spotify for Podcasters (2019) dalam laman resminya menuliskan beberapa peranan penting yang perlu diketahui dalam pembentukan tim produksi *podcast*. Peranan dalam tim tersebut adalah sebagai berikut:

1) Pembawa acara

Pembawa acara memiliki peranan penting sebagai 'wajah' dari *podcast*. Suaranya yang kemudian akan identik dengan *podcast* membuat pembawa acara bertanggung jawab penuh untuk dapat menjelaskan dan bercerita kepada para pendengar. Pembawa acara akan menjalankan episode *podcast* sesuai dengan arahan produser yang disesuaikan kembali dengan karakter yang dibentuk oleh *podcast* melalui suara mereka. Mereka akan menarasikan skrip dan informasi yang diberikan oleh produser.

Sebagai sosok yang paling sering berkomunikasi dengan para pendengar, pembawa acara perlu mempersiapkan wawancara dengan narasumber, serta menyunting kembali naskah siar yang diberikan produser kepadanya agar dapat disesuaikan dengan karakternya sebagai seorang pembawa acara, namun juga merepresentasikan *podcast* dan membawa informasi yang sesuai kepada audiensi dengan baik. Dalam beberapa kasus, biasanya terdapat lebih dari satu *host* yang kemudian disebut sebagai *co-host*.

Cara ini dapat menjadi sebuah opsi bagus apabila menginginkan alur siaran yang lebih dinamis dengan adanya interaksi antar-*host*.

2) Produser

Hampir sebagian besar pekerjaan dalam membuat sebuah episode *podcast* dilakukan oleh produser. Produser berperan sebagai *otak* dari episode lantaran perannya adalah memikirkan dan membuat ide untuk tema hingga alur berjalannya siaran *podcast* di tiap episodenya. Perannya dimulai dari riset topik, menyusun naskah untuk pembawa acara, hingga menyiapkan draf kasar yang akan dijadikan acuan siaran dan pengeditan bagi editor nantinya. Dalam beberapa *podcast*, produser juga membuat segmen feature yang menjadikan mereka sebagai salah satu karakter dalam topik atau cerita yang dibahas. Mengingat banyaknya pekerjaan yang dibebankan kepada produser, produser perlu memikirkan cara terbaik untuk mendapatkan rekaman audio terbaik yang berguna bagi episode mereka. Setelah rekaman terkumpul, produser perlu mendengarkan, mentranskripsikan, serta memotongnya sebelum mengambil langkah pertama dalam pembuatan draf episode.

3) Editor

Berbeda dari produser yang bertanggung jawab untuk mendapatkan audio berkualitas baik di bagian depan, editor bertanggung jawab atas audio berkualitas baik di bagian belakang. Editor adalah pemberhentian terakhir dalam proses produksi *podcast* lantaran seluruh rekaman dan audio penunjang yang dimasukkan ke dalam sebuah seri *podcast* berada pada proses pengeditan yang menjadi tanggung jawab editor. Editor bertanggung jawab untuk menciptakan karya audio yang dapat memberi gambaran kepada pendengar (*theater of mind*) serta sesuai dengan topik dan suasana yang telah diputuskan oleh pembawa acara dan produser. Editor perlu menggunakan naluri telinga dan keterampilannya dalam pengeditan audio untuk menyempurnakan

fades, memberikan jeda yang tepat di beberapa waktu, serta menciptakan pengalaman mendengarkan yang mulus bagi audiens tanpa adanya transisi, suara, serta gangguan yang kurang menyenangkan untuk didengar. Maka dari itu, seorang editor perlu menguasai jalannya perangkat lunak pengedit audio. Kadangkala, editor yang memiliki latar belakang pemusik juga dapat membantu dalam proses pembuatan *podcast* dalam peranan ini.

Ketiga peranan dari gagasan inilah yang kemudian penulis dan tim jadikan referensi sebagai pembagian *job desc* dalam produksi *D'TiK Podcast*.

2.2.7 Program Penyiaran

Dalam membuat perencanaan produksi *podcast*, penulis dan tim menjadikan gagasan Rachmawati (2013) yang menyebutkan tahapan produksi program di dalam program radio memiliki tiga tahapan (as cited in Wibowo, 2009, p. 39-44):

2.2.7.1 Praproduksi

Tahap ini merupakan tahap perencanaan. Persiapan yang dilakukan dalam tahap ini adalah membuat ide dan rincian program. Persiapannya meliputi penyusunan waktu untuk dilakukan selama produksi serta apa saja yang ingin dilakukan. Tahapan berikutnya merupakan mempersiapkan durasi yang dipersiapkan atau dibutuhkan sebelum program radio siaran, siapa saja sumber daya yang dibutuhkan untuk ambil bagian dalam proses dan perencanaan persiapan tersebut, serta kegiatan apa saja yang akan dilakukan.

2.2.7.1.1 Membangun Konsep *Podcast*

Dalam membangun konsep *podcast*, penulis dan tim mengikuti teori dari Buzzsprout (2020) yang menjelaskan adanya 5 hal yang perlu menjadi catatan:

- 1) Menentukan tujuan *podcast*

Penting bagi seorang pemula untuk menentukan tujuan *podcast*. Tujuan *podcast* dapat ditemukan dengan berbagai cara, salah satunya mempertanyakan kembali mengapa seseorang memulai *podcast*. Jawaban atas pertanyaan tersebutlah yang kemudian menjadi tujuan *podcast* ke depannya.

2) Menentukan tema dan topik *podcast*

Segala hal dapat menjadi topik yang bisa dipilih untuk suatu *podcast*. Satu-satunya persyaratan dalam memilih topik adalah pembuat *podcast* itu sendiri menyenangi topik yang ia pilih. Hal tersebut diperlukan lantaran pembuat *podcast* perlu meneliti dan mendiskusikan topik yang ia pilih secara teratur.

Setelah mendapatkan ide topik, hal yang selanjutnya harus dilakukan adalah riset. Pembuat *podcast* dapat mencari topik yang diinginkan di berbagai platform *podcast* lain untuk melihat apakah sudah ada *podcast* dengan topik tersebut. Apabila ada, dengarkan beberapa episode untuk melihat apa yang mereka lakukan dengan baik dan pikirkan cara untuk meningkatkannya.

3) Memberi nama *podcast*

Podcaster perlu memilih nama yang *catchy*, mudah diingat, dan dapat membuat *podcast*-nya terlihat saat pendengar mengetikkan *keyword* yang relevan dengan tema *podcast*-nya.

4) Menggunakan kata kunci dalam judul *podcast*

Apabila tidak ingin menyisipkan kata kunci pada nama *podcast* namun tetap ingin membuat *podcast* mudah dicari oleh pendengar, *Podcaster* bisa menambahkan sedikit sub-judul mengenai topik *podcast* pada episode tersebut untuk membantu memudahkan pencarian pendengar dalam *podcast*.

5) Jangan membuat *cover* untuk *podcast* terlebih dahulu

Meski sudah melalui beberapa pekerjaan praproduksi, *Podcaster* tidak disarankan untuk membuat *cover artwork* terlebih dahulu. Hal ini dikarenakan sering terjadi perubahan

konsep dan judul saat melalui proses perekaman *podcast*. Hal tersebut wajar; tidak masalah apabila terjadi pergeseran konsep, namun akan sangat disayangkan apabila *artwork* yang telah dibuat juga turut dirombak. Maka demikianlah, membuat *cover artwork* disarankan dibuat setelah beberapa kali perekamana *podcast* dilakukan.

2.2.7.1.2 Memilih Format *Podcast*

Buzzsprout (2020) mengatakan bahwa dalam memilih format *podcast*, hal terpenting yang perlu diingat adalah format tersebut adalah format yang paling membuat *podcaster* nyaman. Contohnya, apabila *podcaster* senang berimprovisasi dan senang bercanda, *podcaster* harus memiliki co-host. Apabila *podcaster* menyukai segala sesuatu direncanakan dan dituliskan, bisa mencoba *format* audio drama.

Teori dari Buzzsprout ini penulis dan tim jadikan referensi dalam memilih format *podcast*. *Host* dalam *podcast* D'TiK memiliki karakter sosok yang senang bercanda dan suara yang gembira. Dengan begitu, kami memutuskan untuk mengadakan satu *co-host* untuk mendampingi yang juga menyukai *K-Pop*, tapi dengan karakter yang berbeda dengan *host* utama.

2.2.7.1.3 Menentukan Durasi *Podcast*

Buzzsprout (2020) mengatakan bahwa tidak ada durasi optimal untuk satu episode *podcast*. *Podcast* yang dibuat hanya perlu sepanjang yang dibutuhkan, tanpa lebih lama dan tanpa adanya batas maksimal. Maka dari itulah, terdapat beberapa *podcast* yang hanya berdurasi 20-30 menit, namun ada pula yang berdurasi 2 jam. Untuk membuat durasi menjadi optimal, saat mengedit, editor perlu memotong segmen yang bertele-tele, pertanyaan

membosankan, dan bagian dari episode yang tidak menambah banyak nilai bagi pendengar.

Teori ini penulis dan tim jadikan referensi dan catatan dalam membuat *podcast* D'TiK. Penulis dan tim akan mengoptimalkan konten yang dibicarakan sehingga durasi *podcast* dapat lebih pas dan sesuai dengan banyaknya informasi penting yang ingin disampaikan.

2.2.7.1.4 Menentukan Jadwal Publikasi *Podcast*

Buzzsprout (2020) mengatakan bahwa jadwal publikasi *podcasting* bisa dipilih berdasarkan tujuan awal *podcaster* melakukan *podcasting*. *Podcasting* bisa menjadi pekerjaan penuh waktu atau sesuatu yang *podcaster* lakukan sampingan. Apabila sampingan, *podcaster* dapat memiliki jadwal penerbitan yang lebih santai.

Dalam tulisan yang sama, Buzzsprout (2020) juga menyatakan bahwa *podcaster* perlu memutuskan untuk menerbitkan *podcast*-nya secara harian atau serial. Kembangkan koneksi dengan pendengar. Jika *podcaster* mempublikasikan episodenya setiap hari, pada akhirnya, pendengar akan mulai menjadwalkan *podcast* tersebut ke hari mereka. Namun, jadwal mingguan memungkinkan *podcaster* membangun hubungan yang lebih mendalam dengan para pendengar.

Ciptakan kebiasaan untuk diri sendiri. Merilis episode yang konsisten dapat membuat *podcaster* tetap memproduksi *podcast* bahkan ketika dirinya kehilangan semangat untuk itu. Adanya kebiasaan dapat membuat *podcaster* bisa terus mengembangkan acara mereka dan menghindari *podfade*.

Teori ini penulis dan tim jadikan catatan dalam menentukan jadwal publikasi *podcast* sebagai *podcast* mingguan yang akan dirilis satu minggu sekali. Pemilihan jadwal tersebut berdasar dari tujuan awal *podcast* yang ingin dijadikan sebagai paruh waktu, juga kebutuhan pencarian informasi serta pengeditan yang memerlukan waktu cukup lama. Dari teori yang dipaparkan di atas pula, penulis dan tim mencatat bahwa perlu adanya konsistensi untuk mempublikasi di waktu yang sama di setiap minggunya.

2.2.7.1.5 Perekaman dan Peralatan *Podcast*

Kumoro (2020) mengatakan bahwa terdapat beberapa alat penting yang diperlukan seseorang dalam membuat *podcast*:

1) Mikrofon

Terdapat dua jenis mikrofon, yakni *dynamic microphone* dan *condenser microphone*. Perbedaan antara kedua jenis mikrofon ini adalah mikrofon dinamik biasanya memiliki struktur yang lebih kuat dan dapat menangkap audio yang lebih kencang, seperti untuk menangkap audio dari *kick drum*. Sedangkan untuk mikrofon kondenser lebih baik untuk menangkap frekuensi suara yang lebih tinggi dan lebih halus sehingga untuk vokal dapat bekerja lebih baik.

2) Recorder

Recorder berfungsi sebagai alat perekam yang merekam suara dari mikrofon untuk kemudian disalurkan ke laptop dua jenis recorder, yakni *mobile recorder* dan *nonmobile recorder*. Untuk *nonmobile recorder*, dapat menggunakan *audio interface* yang

power source-nya langsung dari laptop sehingga audio dapat langsung terekam dan tersimpan di laptop. Sedangkan *mobile recorder* adalah tipe *recorder* yang dapat langsung merekam tanpa perlu ada *power source* dan peralatan tambahan, sehingga dapat lebih mudah dibawa kemana-mana. Meski demikian, harga *mobile recorder* cenderung dijual lebih mahal.

3) *Software*

Software merupakan program pengolahan komputer yang digunakan untuk merekam dan mengolah audio *podcast*. Terdapat beberapa aplikasi pengolahan audio, salah satunya *Adobe Audition*. Pengolahan audio dapat dipilih oleh masing-masing *podcaster* tergantung kebutuhan dan preferensi masing-masing.

2.2.7.1.6 Naskah *Podcast*

1) Definisi naskah *podcast*

Buzzsprout (2020) mengatakan bahwa naskah *podcast* merupakan kerangka episode yang digunakan untuk membantu tatanan dan menciptakan nuansa keseluruhan program untuk menjaganya agar saat penayangannya tetap mengalir, terdengar alami, dan tidak bertele-tele atau banyak jeda yang berlebihan.

Buzzsprout (2020) juga mengatakan bahwa naskah *podcast* tidaklah harus dalam struktur dan tatanan kata yang baku. Struktur dan gaya naskah dapat disesuaikan pembuat *podcast* sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Penulisan naskah sebelum produksi *podcast* dapat membuat penyampaian pesan pembawa acara menjadi lebih efektif dengan kreativitas yang tidak

dibatasi. Pembawa acara masih dapat berbicara dengan leluasa meski telah diatur secara terstruktur oleh naskah.

2) Elemen naskah *podcast*

Dalam menyusun naskah *podcast* D'TiK, penulis dan tim menggunakan gagasan dari *Buzzsprout* (2020) untuk mengetahui elemen-elemen naskah dalam membantu penyusunan pembuatannya:

a) Intro

Intro adalah kalimat yang muncul setelah music pengantar *podcast* dan sebelum inti dari topik *podcast* yang ingin dibicarakan. Kontennya dapat diubah di setiap minggunya dengan menyesuaikan topik episode *podcast*. Namun, strukturnya tidak boleh banyak berbeda.

Intro pada *podcast* berfungsi untuk membantu menarik perhatian audiens agar pendengar bersedia untuk mendengarkan topik *podcast* yang sedang dibicarakan.

b) Perkenalan narasumber

Pembawa acara perlu memperkenalkan narasumber kepada para audiens sebelum mulai mewawancarainya. Perkenalan tersebut dapat dilakukan dengan menjabarkan beberapa fakta dasar mengenai narasumber yang diundang ke dalam episode *podcast* tersebut.

c) Pesan sponsor

Terkadang, beberapa sponsor memberikan naskah tersendiri untuk diiklankan ke dalam *podcast* sehingga dapat dibaca secara kata per kata oleh pembawa acara *podcast* tersebut. Namun, terkadang pula sponsor

memberi kebebasan bagi pembawa acara untuk membuat pesan sponsor mereka sendiri.

Karena iklan ini sering muncul di awal episode *podcast*, penting untuk menyusun pesan sponsor yang berkualitas untuk membuat *podcast* berjalan dengan baik, secara akurat mencerminkan merk sponsor yang bekerja sama dengan *podcast*, serta terdengar alami untuk diucapkan.

d) Segue

Segue yang ditempatkan dengan baik dapat membuat *podcast* terdengar lebih mengalir di antara perubahan topik serta membuat episode yang kohesif. Segue dapat berupa frasa, efek suara, atau jingle musik yang dapat membantu untuk perpindahan antara segmen satu dan segmen lainnya.

e) Outro

Kebanyakan *podcast* mencakup banyak informasi dalam satu episode berdurasi 45 menit. Outro merupakan tempat pembawa acara untuk merangkum poin-poin utama dari episode yang dibawakannya kepada audiens. Bagian ini dapat diisi dengan pengumuman, memberikan *teaser* untuk episode berikutnya, atau membagikan sumber dari beberapa informasi yang disampaikan pada topik *podcast* tersebut sehingga dapat diakses secara lebih rinci oleh pendengar.

f) Call to Action (CTA)

Call to Action (CTA) adalah suatu ajakan untuk bertindak yang pembuat *podcast* minta kepada pendengarnya. Konten CTA dapat berubah seiring berjalannya waktu berdasarkan sponsor, konten acara, serta hal pendukung lainnya. Meski demikian, akan lebih

baik apabila membatasi CTA dengan satu hal jelas yang paling diinginkan pembuat *podcast* untuk dilaku oleh para pendengarnya. Lebih dari satu ajakan bertindak dapat membuat pendengar kewalahan dan berakibat membuat mereka tidak bertindak sama sekali.

3) Jenis naskah *podcast*

Dalam memilih bentuk naskah *podcast* D'TiK, penulis dan tim menggunakan gagasan lima jenis naskah *podcast* yang dapat membantu tim dan pembawa acara dalam menjalankan seri *podcast* (Buzzsprout, 2020):

a) *Bullet point script*

Bullet point script adalah naskah *podcast* yang hanya menuliskan poin-poin yang ingin dibahas selama siaran *podcast*. Naskah jenis ini lebih disarankan pada *podcast* bergaya santai dan bebas karena pembawa acara dapat dengan leluasa membicarakan apapun sesuai dengan poin-poin yang dituliskan dalam naskah. Biasanya pembawa acara atau *podcaster* yang cukup berpengalaman akan lebih senang dengan naskah siaran jenis ini.

Karena hanya menuliskan poin-poin penting yang ingin dibahas, naskah ini tidak memakan waktu lama dalam pembuatannya. Kelebihan lainnya adalah naskah jenis ini memudahkan dalam tahap pengeditan karena beberapa kesalahan alami saat perekaman audio dapat dimaklumi dan disesuaikan kembali sesuai dengan gaya *podcast*.

b) Naskah dengan garis besar yang mendetail

Naskah jenis ini berisi dengan struktur yang lebih terperinci dari jenis *bullet point*. Naskah ini menuliskan garis besar dari isi *podcast* dan memperincinya satu per

satu, namun tidak sedetail naskah kata per kata. Biasanya, garis besar tersebut mencakup intro *podcast*, iklan sponsor, jingle musik, *outro* dengan kata penutup, serta segues apabila diperlukan.

Naskah berjenis ini sesuai dengan pembawa acara dan produser yang ingin membahas suatu topik utama secara menyeluruh dengan tidak melewatkan poin pendukung apapun. Meski membutuhkan waktu lebih dalam pembuatannya, jenis naskah ini dapat menjadi acuan untuk memastikan pembawa acara tidak melupakan poin penting saat rekaman, bingung untuk membicarakan hal apa selanjutnya, serta transisi tiba-tiba yang dapat membingungkan pendengar.

c) *Word-for-word script*

Lebih terstruktur dan terperinci lagi, naskah jenis *word-to-word* berisikan draf kata demi kata yang perlu diucapkan pembawa acara selama proses perekaman *podcast*. Jenis naskah ini cocok untuk *podcast* berjenis drama audio, solo *podcast*, serta *podcast* dengan pembawa acara yang lebih menyukai melakukan perekaman audio dengan membaca naskah. Jenis naskah ini juga dapat berfungsi untuk membuat pembawa acara yakin bahwa mereka telah mengomunikasikan seluruh pembicaraan dan konten yang dipersiapkan kepada audiens sehingga dapat memberikan kesan professional pada episode tersebut.

Selain membutuhkan waktu yang cukup lama dalam pembuatannya, pembawa acara perlu berhati-hati selama proses perekaman audio karena perlu menimbang ada atau tidaknya perbedaan hal yang mereka komunikasikan dengan naskah yang disediakan. Gaya naskah ini juga

membuat editor menjadi lebih lama dalam pengeditan karena perlu memastikan karya yang dihasilkan kelak sudah sesuai dengan naskah serta tidak memungkinkan adanya kesalahan.

Pembawa acara membutuhkan latihan untuk mempelajari kemampuan membaca skrip secara alami dan menghindari penyampaian yang monoton. Apabila khawatir akan terdengar kaku saat pembacaan naskah jenis ini, maka pembawa acara perlu mempelajari untuk memberi tanda jeda, tawa, komentar di luar naskah, serta penekanan di beberapa tempat. Naskah jenis ini cocok bagi *podcaster* pemula.

d) *Solo format script*

Skrip untuk sebuah *podcast solo* dapat membantu untuk menghemat waktu dan energi karena kerangka seri *podcast* sesuai dengan kemampuan pembawaan acara. Naskah ini diperlengkap dengan beberapa poin penting yang relevan yang dituliskan di bawah judul, berikut dengan data pendukung dan sedikit candaan jika memang diinginkan. Garis besar yang mendetail dapat menjadi jalan tengah dari pembuatan naskah *podcast* jenis ini. Yang perlu diperhatikan dalam proses penarasiannya adalah untuk tetap komunikatif dan tidak menarasikan naskah secara monoton.

e) *Interview-style show*

Dalam sebuah seri *podcast* yang menghadirkan bintang tamu atau narasumber ke dalamnya, naskah jenis ini sangat diperlukan. Naskah ini berisi garis besar pertanyaan dan alur wawancara yang hendak disampaikan kepada narasumber sehingga perbincangan dapat tetap berjalan sesuai dengan alur *podcast* yang diinginkan.

Garis besar yang dituliskan dalam naskah ini tidak hanya berguna bagi pembawa acara, tetapi juga untuk membantu narasumber memahami apa yang diharapkan serta informasi yang dibutuhkan dalam seri *podcast* tersebut. Untuk mengantisipasinya, mengirimkan naskah *podcast* kepada narasumber di satu minggu sebelum proses perekaman audio dapat menjadi solusinya sehingga pembawa acara dan narasumber dapat menyiapkan diri dengan baik.

Naskah D'TiK sendiri diproduksi dengan menggunakan format kombinasi antara naskah garis besar yang cukup mendetail dengan gaya naskah *interview-style show*. Format tersebut dipilih agar *host* masih dapat berbicara dengan santai, namun tidak melewatkan poin-poin penting yang harus disampaikan selama proses perekaman *podcast* berlangsung. Kemudian, naskah bentuk *interview-style show* dipilih khusus dalam segmen wawancara dengan narasumber yang berisi daftar pertanyaan untuk narasumber dan alur wawancara dalam segmen tersebut. Naskah jenis ini dipilih untuk segmen wawancara bersama narasumber untuk membantu *host* dan narasumber dalam memahami alur wawancara sehingga proses wawancara dapat tersampaikan dengan baik kepada para pendengar.

2.2.7.2 Produksi

Tahapan kedua adalah tahap produksi. Tahap ini adalah tahap ketika program radio disiarkan. Kegiatan yang dilakukan dalam tahap ini adalah pemeriksaan kembali materi yang telah dipersiapkan di tahap sebelumnya, memeriksa persiapan dari segi teknis, serta menjaga proses siaran berlangsung untuk dapat berjalan lancar.

2.2.7.2.1 Teknik Mikrofon

Menguasai teknik penggunaan mikrofon dalam membuat suatu *podcast* penulis dan tim perlukan sebagai referensi untuk menciptakan karya audio yang baik. Teknik penggunaan mikrofon untuk menghindari plosif atau *P-Pops* yang mengganggu pendengaran audiens karena terdengar bunyi yang *hyper-sibilant*. Semburan udara yang berlebihan dan mengenai mikrofon membuat hasil *podcast* terdengar kurang baik. Solusi paling sederhana adalah dengan memindahkan sumbu dari mikrofon. Mengatur mikrofon ke samping, sedikit miring atau ke arah mulut pembawa acara, akan mencegah semburan udara mengenai mikrofon secara langsung dan dapat menghasilkan audio *podcast* yang lebih halus dan alami.

Terdapat beberapa teknik mikrofon yang dapat membantu pembawa acara untuk terhindar dari suara-suara tidak mengenakan terekam (Buzzsprout, n.d.):

- 4) Posisikan mikrofon 2-4 inchi dari mulut pembawa acara untuk mendapatkan suara yang jernih. Namun, jarak optimal dapat bervariasi sesuai dengan mikrofon yang digunakan oleh pembawa acara.
- 5) Berbicara *off-axis* apabila ingin menaikkan frekuensi yang lebih rendah.
- 6) Jauhkan mulut dari mikrofon apabila sedang tidak berbicara.
- 7) Coba rekam diri sendiri dengan mikrofon pada volume yang sama dari berbagai angle dan jarak untuk dapat mengetahui posisi tepat untuk berbicara yang dapat menghasilkan suara terbaik.

Teori ini penulis dan tim gunakan sebagai referensi untuk penyiar serta tim dalam berbicara dan menggunakan mikrofon dengan baik sehingga hasil audio yang dihasilkan dapat maksimal.

2.2.7.2.2 Teknik Merekam *Video Podcast*

Eltakrori (2021) menjelaskan bahwa dalam proses perekaman *podcast* untuk 2 orang atau lebih, setidaknya diperlukan tiga kamera untuk merekam secara visual. Fungsi dari masing-masing kamera itu sendiri adalah satu kamera di tengah akan berfungsi sebagai kamera master yang merekam secara *wide medium close up shot* kepada dua *host*, kemudian dua kamera lainnya berfungsi untuk merekam secara *close up* kepada masing-masing *host* yang berbicara (Eltakrori, 2021).

Eltakrori (2021) berpendapat bahwa dalam pemilihan multikamera untuk merekam video *podcast*, tidak diperlukan kamera dengan resolusi tinggi hingga 4K. Kamera apapun dapat dilakukan untuk merekam video *podcast*, dengan catatan akan lebih baik apabila kedua atau tiga kamera yang digunakan menggunakan merk, jenis, dan tipe lensa yang sama untuk mendapatkan hasil serta warna yang sama dari tiap-tiap anglenya (Eltakrori, 2021).

Alat-alat pendukung lainnya yang diperlukan dalam proses perekaman video *podcast* adalah *wireless transmitter* dan *contionuous power adapter*. *Wireless transmitter* sendiri adalah alat yang digunakan untuk menggunakan sistem audio *wireless* (tanpa kabel) untuk perekaman suara lebih dari satu sumber. (Estech Media, 2020).

Kedua suara dari dua mikrofon yang berbeda akan dialirkan oleh *transmitter* dan diterima dalam satu kamera yang sama menggunakan *receiver*. Pada *transmitter*, terbagi menjadi dua *channel* dengan sistem rekaman stereo,

sehingga masing-masing mikrofon akan masing ke dalam *channel* yang berbeda. Hal ini akan membantu dalam proses perekaman dan pengeditan untuk mengatur suara suatu mikrofon tanpa mengganggu suara mikrofon lainnya (Estech Media, 2020).

Sedangkan untuk *continuous power adaptor* itu sendiri, berfungsi sebagai alat pendukung bagi kamera yang dapat membuat kamera memiliki daya tanpa batas sehingga kamera tidak akan kehabisan daya selama perekaman *podcast* yang dalam satu serinya dapat menghabiskan waktu lebih dari satu jam (Eltakrori, 2021).

Teknik perekaman video *podcast* ini penulis dan tim gunakan sebagai referensi dalam memproduksi bentuk video *podcast* yang akan dipublikasikan melalui Youtube.

2.2.7.2.3 Teknik Pencahayaan untuk *Video Podcast*

Eltakrori (2021) mengatakan bahwa dalam sebuah perekaman video *podcast* dibutuhkan dua *lighting* utama untuk menjadi sumber pencahayaan kepada spot dan wajah para *host*. *Lighting* yang baik adalah *lighting* yang memberikan pencahayaan dengan terang, namun masih memberikan gambar yang natural (tidak seperti terlihat bahwa diberi pencahayaan khusus) (Eltakrori, 2021).

Selain dua pencahayaan dasar yang diletakkan di balik kamera, terdapat tipe *lighting* lainnya yang kemudian disebut sebagai *accent lighting*. *Accent lighting* adalah pencahayaan atau lampu yang diletakkan di dalam set perekaman (*in frame* di dalam kamera) yang berfungsi untuk memberikan kesan, *vibes*, serta warna yang diinginkan secara visual kepada video (Eltakrori, 2021).

Di samping itu, terdapat *supporting lighting* lainnya yang disebut sebagai *panel lighting*. *Panel lighting* adalah pencahayaan tambahan yang digunakan untuk memberi aksesoris cahaya yang terproyeksikan seolah-olah menjadi cahaya di balik tubuh objek yang berasal dari *accent lighting* (Eltakrori, 2021). Adanya *panel lighting* ini akan menjadi cahaya pendukung yang melengkapi kenyamanan mata secara visual di dalam video *podcast* bersama dengan dua *lighting* dasar dan juga *accent lighting*.

Teori ini penulis dan tim jadikan referensi sebagai penggunaan *lighting* untuk mendukung perekaman video *podcast* yang akan diunggah ke Youtube. Penulis dan tim ingin menciptakan set *podcast* yang secara visual dapat menciptakan ketenangan pada mata, namun tetap indah dan *aesthetic*. Maka, penulis dan tim akan menggunakan *lighting* untuk mewujudkan situasi yang diinginkan dalam set.

2.2.7.2.4 Merekam Audio Jarak Jauh

Proses perekaman jarak jauh dengan narasumber menjadi salah satu hal yang perlu dipertimbangkan dalam kondisi pandemi. *Zencastr* merupakan salah satu platform yang menyediakan jasa perekaman audio jarak jauh dengan kualitas baik. Terdapat sejumlah langkah yang perlu ditempuh apabila hendak melakukan perekaman audio pada *Zoom* melalui *Zencastr* (Gault, 2020):

5) Mengatur *settingan* *Zencastr*

Hal pertama yang perlu dilakukan adalah mengatur *Zencastr* untuk memastikan audio terekam dengan baik. Pengaturannya dimulai dengan membuat proyek baru di *Zencastr* dan mengirim tautannya kepada narasumber *podcast*.

Narasumber *podcast* perlu bertemu dengan host di halaman rekaman serta pastikan dan periksa kembali pengaturan audio untuk memastikan suaranya terekam persis seperti yang diinginkan.

Selanjutnya, buka bagian pengaturan di halaman rekaman lalu cari ikon roda gigi di sudut kanan atas layer dan nonaktifkan *VOIP built-in Zencastr (voice-over IP)* untuk rekaman ini. Perlu untuk mematikan *VOIP Zencastr* lantaran untuk menghindari adanya dua system VOIP yang berjalan pada saat yang sama. Lakukan penyimpanan pengaturan setelah proses pengaturan telah selesai dilakukan.

Menonaktifkan *VOIP* internal melalui *Zencastr*, membuat pembawa acara tidak lagi dapat mendengar narasumber penting untuk mengatur mikrofon dengan benar sebelum menonaktifkan *VOIP*.

6) Mengatur *settingan* Zoom, Skype, Google

Setelah mengatur *Zencastr*, aplikasi *third-party* yang digunakan untuk bertemu secara virtual dengan narasumber juga perlu diatur terlebih dahulu. Narasumber perlu membuka halaman rekaman *Zencastr* saat masuk ke program *third-party* (Zoom, Google, Skype, dsb) yang digunakan untuk merekam video. Suara narasumber dapat terdengar melalui aplikasi *third-party* lantaran VOIP bawaan platform tersebut yang digunakan.

7) Memulai rekaman

Ketika seluruh aplikasi pendukung, pembawa acara, dan narasumber siap, proses perekaman dapat dimulai. Proses perekaman audio dan video akan berada pada program *third-party* yang digunakan, seperti Zoom, Skype,

dan Google. Sementara itu, Zencastr akan membantu untuk proses perekaman audio.

Pastikan kembali bahwa narasumber masih terdaftar di layar perekaman. Setelahnya, barulah mulai menekan ikon rekam pada halaman rekam Zencastr sehingga proses perekaman terjadi di dua tempat tersebut.

Panjang gelombang di halaman perekaman Zencastr akan menjadi lebih Panjang lantaran VOIP di Zencastr yang telah dinonaktifkan. Pembawa *podcast* masih akan melihat Panjang gelombangnya sendiri. Namun, Panjang gelombang narasumber tidak akan muncul di layer. Meski begitu, Zencastr masih merekam audio seluruh narasumber yang tergabung dalam halaman tersebut.

Setelah selesai, hentikan perekaman pada kedua platform tersebut. Narasumber perlu bertahan di dalam halaman Zencastr sampai audio mereka berhasil diunggah ke server Zencastr. Audio yang telah diunggah dapat diunduh untuk dimasukkan ke dalam proses editing sesuai dengan kebutuhan.

2.2.7.3 Pascaproduksi

Tahapan terakhir dalam proses pembuatan program radio adalah pascaproduksi. Setelah siaran selesai, tahap ini berisi kegiatan evaluasi dan perbaikan untuk mengetahui sekiranya hal-hal mana saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan. Evaluasi dapat dilakukan melalui rapat untuk melakukan evaluasi hasil siaran.

2.2.7.3.1 Penyuntingan Audio

Dengan pertimbangan sumber daya dan keahlian yang tersedia, penulis dan tim memilih *Audacity* sebagai *software*

untuk melakukan pengeditan audio. Terdapat beberapa langkah yang perlu dilakukan untuk melakukan pengeditan audio *podcast* pada *Audacity* (Central European University, n.d.):

1) Impor audio yang telah di rekam sebelumnya

Gunakan *track one* untuk trek audio utama, seperti narasi, wawancara, diskusi, dan lain sebagainya. Tempatkan materi audio secara berurutan sesuai dengan alur audionya, seperti narasi pengantar, wawancara, lalu outro. Saat mengimpor beberapa trek, audio akan muncul di trek yang berbeda. Pindahkan sehingga semua audio berada di satu trek. Biarkan trek kosong di bawahnya untuk diedit yang dapat digunakan untuk menambahkan musik, efek suara, atau audio sekunder dalam proses pengeditan kelak.

2) Dengarkan kembali materinya

Dengarkan kembali materi *podcast* yang telah direkam lalu putuskan bagian mana yang ingin disimpan atau hapus serta pikirkan jika ingin mengubah urutan. Hilangkan latar belakang mendesis, derau komputer atau derau lain yang diinginkan. Suara-suara yang tak diinginkan tersebut dapat dihilangkan dengan menggunakan alat pengurangan kebisingan.

3) Hapus materi yang tidak diinginkan

Hapus materi apa pun yang tidak akan digunakan. Cukup berkonsentrasi pada bagian besar yang tidak diperlukan serta tidak perlu khawatir dengan suara kecil lainnya yang ingin diperbaiki.

4) Pindahkan semuanya ke urutan yang benar

Gunakan track kosong sebagai tempat sementara saat Anda memindahkan barang.

5) Periksa audio dan perbaiki semua suara yang tidak diinginkan

Terkadang *podcaster* ingin menghapus dan menutup celah, misalnya jika ada batuk. Namun terkadang mereka juga tidak ingin menutup celah namun tetap menghilangkan suara, misalnya jika seseorang bernapas dengan keras. Untuk kasus seperti itu, salin bagian audio yang tidak ada yang berbicara (misalnya di awal rekaman) dan tempelkan di atas suara yang tidak diinginkan. Ini akan menjaga kecepatan bicara yang alami.

6) Buat volume konsisten di seluruh *podcast*

Normalisasikan level, pilih -2.0 untuk amplitudo puncak Anda. Perkuat area mana pun yang masih terlalu sepi.

7) Meningkatkan kualitas audio

Gunakan alat kompresor untuk membuat bagian terdengar lebih keras, lebih nyata, lebih lembut atau sebagainya. Gunakan alat pemerataan untuk memanipulasi frekuensi, misalnya jika ingin membuat suara kurang nasal atau lebih dalam.

8) Tambahkan musik atau efek suara

Hapus trek kosong dengan mengklik X lalu impor musik atau efek suara yang diinginkan. Hapus bagian yang tidak akan digunakan, misalnya 30 detik pertama dari sebuah lagu. Pindahkan musik atau efek suara ke area yang diinginkan. Ubah volume musik sesuai keinginan menggunakan *envelope tool*, contohnya untuk membuat musiknya mulai nyaring, lalu menjadi lebih pelan saat pembawa acara berbicara, sebelum menjadi lebih keras lagi.

Apabila ingin menggunakan musik atau suara di seluruh *podcast*, ingatlah bahwa ada dua cara untuk menempelkan, satu yang menggeser semua yang lain di trek dan yang tidak. Setelah memiliki materi di dua trek, pindahkan semuanya dan perhatikan apakah Anda ingin materinya dipindahkan sebagai satu kesatuan tau secara terpisah.

9) Ekspor *podcast*

Ekspor *podcast* sebagai mp3 dan pikirkan tentang meta datanya.

Teori ini penulis dan tim gunakan sebagai bentuk persiapan apabila nantinya dalam salah satu episode perlu untuk merekam *podcast* jarak jauh di situasi pandemi dengan narasumber yang hendak diundang.

2.2.7.3.2 Publikasi *Podcast*

1) Definisi Spotify

Spotify (2020) mengatakan dalam laman resminya bahwa Spotify merupakan layanan streaming musik digital, *podcast*, dan video yang memberikan akses beragam lagu dan konten lain dari artis di seluruh dunia. Spotify tersedia di berbagai perangkat seperti ponsel, tablet, speaker, mobil, komputer, yang dapat dengan mudah berpindah dari satu perangkat ke perangkat lain menggunakan *Spotify Connect*.

2) Definisi Anchor

Anchor merupakan platform yang ditujukan untuk para *podcast creator*. Anchor menyediakan beragam fitur yang memungkinkan penggunanya untuk merekam dan mengedit audio, mengaturnya hingga menjadi rangkaian episode *podcast*, mempublikasikan konten *podcast* ke platform audio, serta memonetisasi konten *podcast* yang dipublikasikan.

3) Langkah-langkah mengunggah *podcast* ke Spotify melalui Anchor

Terdapat beberapa langkah yang dapat ditempuh untuk mengunggah *podcast* ke Spotify melalui Anchor (Anchor, 2019):

- a) Klik pengaturan pada website Anchor dan pilih Distribution
 - b) Nyalakan '*Display personal email address publicly in RSS feed*' dan simpan setelahnya
 - c) Buka halaman website Spotify for Podcaster lalu klik *Get Started* dan buat akun Spotify apabila belum memilikinya. Apabila sudah memiliki, maka log in akun Spotify
 - d) Setelah log in, klik ikon yang berada di bawah kanan dengan tulisan '*add your podcast*'
 - e) Salin dan tempel Anchor RSS feed ke dalam bagian teks
 - f) Isi beberapa keterangan dan detail *podcast* pada kolom yang tersedia dan klik submit untuk mengunggah *podcast*
- i. Teori ini penulis dan tim gunakan sebagai referensi dalam publikasi kedua format *podcast* di dua platform yang berbeda. Penulis dan tim perlu mengetahui cara publikasi yang tepat dan efisien di kedua platform yang diinginkan, yakni Spotify dan Youtube.

4) Memasarkan podcast

Buzzsprout (2020) mengatakan dalam memasarkan *podcast* yang baru pertama kali dipublikasikan, perlu memanfaatkan bagian komunitas yang mungkin menyukai genre *podcast* tersebut. Teori ini penulis gunakan sebagai strategi dalam memasarkan *podcast* yang telah dipublikasi kelak. Buzzsprout (2020) menyebutkan adanya 6 taktik pemasaran yang dapat meningkatkan jumlah pendengar *podcast*:

a) Bagikan *podcast* ke teman dan keluarga

Membagikan *podcast* ke kerabat dan keluarga dapat membantu *podcaster* untuk meningkatkan pemasaran *podcast*. Kemudian, meminta umpan balik dalam bentuk ulasan di platform terkait dan minta mereka untuk membagikan *podcast* akan membantu *podcaster* untuk mendapatkan setidaknya 5-10 pendengar pertama.

b) Unggah *podcast* ke media sosial

Membagikan episode *podcast* di media sosial tidak berarti hanya memposting episode ke halaman media sosial. Hal yang dimaksudkan di sini adalah berbagi konten yang bermanfaat di media sosial adalah tentang kualitas, konsistensi, dan interaksi dengan pendengar di beberapa platform. Membuat beberapa visual *soundbytes* untuk akun Facebook dan Instagram, serta meningkatkan tweet di Twitter, dan membagikannya di LinkedIn dapat membantu *podcaster* memasarkan *podcast*-nya. Apabila *podcaster* melakukannya dengan benar (membagikan cuplikan audio yang relevan dan tidak *spamming*), *podcaster* dapat meningkatkan pendengar pada episode perdana *podcast*-nya sebanyak 10 pendengar.

c) Mengontak admin grup Facebook yang relevan

Terdapat banyak grup besar di Facebook, dan, kemungkinan, sudah ada beberapa grup yang membahas pokok bahasan yang sama seperti *podcast* terkait. Temukan grup yang sesuai dengan tema *podcast* kemudian bergabunglah dengan grup tersebut dan meminta izin admin untuk membagikan *podcast*.

d) Mengunggah di Reddit/Quora sebagai jawaban

Telusuri Quora atau Reddit untuk orang-orang yang mengajukan pertanyaan tentang materi pokok

podcast terkait. Temukan pertanyaan terbaru yang relevan yang dapat *podcaster* jawab dengan percaya diri. Unggah jawaban *podcaster* atas pertanyaan secara lengkap dan jangan membuat pembaca harus meninggalkan halaman untuk mendapatkan jawaban lengkapnya. Dalam jawaban, sebutkan bahwa *podcaster* mendiskusikan topik lebih lengkap di *podcast* terkait, dan tautkan ke episode yang relevan.

Dengan melibatkan pertanyaan di Quora, *podcaster* membangun kehadiran, betapapun kecilnya, yang dapat membuat orang mendengarkan *podcast* terkait selama bertahun-tahun. Usahakan untuk mengunggah satu atau dua jawaban seperti ini untuk setiap episode yang diunggah. *Podcaster* dapat mengambil pendekatan yang sama di Reddit. Namun, *podcaster* harus lebih fokus untuk memberikan nilai pada platform ini dan jangan melakukan *spamming*.

e) Mengontak blog yang relevan

Temukan blog besar yang sudah memiliki pengikut dalam genre *podcast* terkait dan hubungi pemilik blog untuk mengetahui apakah mereka tertarik untuk bermitra. *Podcaster* dapat mempromosikan blog mereka di *podcast* mereka, dan mereka dapat membagikan *podcast* terkait di blog mereka. Pendekatan ini bekerja dengan baik untuk *podcast* Senin Pertama-salah satu *podcast* paling populer yang meliput Mahkamah Agung. Mereka bermitra dengan blog populer yang mencakup Mahkamah Agung (SCOTUSblog), dan sekarang SCOTUSblog membuat unggahan untuk setiap episode Senin Pertama, dan Senin Pertama mempromosikan SCOTUSblog sebagai balasannya. Sebelumnya,

podcaster perlu melakukan riset untuk melihat apakah ada blog atau saluran Youtube yang dapat dijadikan mitra untuk berpromosi silang.

f) Iklan Overcast

Overcast adalah salah satu aplikasi *podcasting* yang alih-alih memposting banyak iklan yang mengganggu, aplikasi ini menjalankan iklan untuk podcast. Dengan biaya tertentu, *podcaster* dapat menambahkan *podcast*-nya selama sebulan penuh.

Teori ini penulis dan tim gunakan sebagai referensi dalam memasarkan *podcast* agar dapat mencapai target audiens yang diinginkan kelak. Strategi pemasaran yang dijabarkan di atas menjadi referensi penulis dalam mempromosikan program D'TiK ke khalayak kelak.