

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

Pembuatan skripsi berbasis karya ini, penulis menambahkan karya sejenis yang sudah dibuat sebagai bentuk referensi karya *podcast* penulis. Tujuannya memperkuat dan menjadi acuan penulis dalam membuat karya tugas akhir. Adapun diantaranya:

2.1.1 MAKNA TALKS



Sumber: Google

Gambar 2.1 Logo Podcast Makna Talks

Makna Talks, program *podcast* yang dipandu oleh host bernama Iyas, *podcast* ini mengundang berbagai bintang tamu dan didistribusikan ke kanal Spotify. Makna Talks hadir dengan format episode dengan konsep *talkshow*, Format susunan pertanyaan yang menarik menjadi daya tarik untuk program *podcast* Makna Talks. Konsep pertanyaan yang disajikan beragam, dimulai dari pertanyaan yang menyentuh ranah personal hingga pertanyaan-pertanyaan yang cenderung tidak penting.

Makna Talks banyak mengundang musisi - musisi untuk bahasan topik-topik yang dapat dibilang menarik. *Podcast* ini menjadi salah satu

referensi penulis untuk pembuatan karya tugas akhir, konsep *talks show podcast* Makna Talks juga digabungkan dengan unsur penceritaan atau *storytelling*. Penulis menjadikan referensi *podcast* Makna Talks ke salah satu tinjauan karya sejenis, karena pembawaan Iyas Lawrance sebagai *host* di *podcast* tersebut sangat santai. Saat mengharuskan menarik informasi yang mendalam, Iyas Lawrance mampu mereposisi dirinya sehingga bisa membuat perbincangan dengan narasumber terasa kasual dan akrab.

Poin yang membuat penulis tertarik untuk membuat Makna Talks masuk sebagai salah satu tinjauan karya sejenis yaitu karena Makna Talks mengandung konsep siniar/ *podcast* yang berisi *talk show* yang mengandung juga *storytelling* dan mengedepankan pendekatan kepada narasumber dan tidak hanya bergantung kepada pertanyaan inti saja. Jika ada topik yang di luar pertanyaan inti tetap dirasa perlu diangkat, Iyas Lawrance sebagai seorang *podcaster* dan *host*, akan membahas topik bahasan tersebut lebih mendalam agar narasumber bisa menjawab pertanyaan kepada *podcaster* dan *host* dengan nyaman.

2.1.2 AMWAVE



Sumber: Google

Gambar 2.2 Logo Podcast AMWave

AMwave merupakan kanal siniar/ *podcast* milik AMvibe. Program ini dipandu oleh Bobby Mandela dan Raja Humuntar Panggabean. *Podcast* ini punya cakupan fokus seputar tema musik dan sudut pandang manusia atau humanis. Selain itu, *AMWave* membahas pergerakan musik mulai dari

sejarah suatu genre musik hingga relevansinya suatu genre musik di era sekarang. *AMvibe* didistribusikan ke kanal *Spotify*, *iTunes*, *Soundcloud* dan *Youtube* dengan durasi paling lama 2 jam untuk satu episodenya.

AMwave menjadi referensi selanjutnya setelah Makna Talks untuk karya tugas akhir yang akan penulis garap, bila Makna Talks memiliki pendekatan yang terasa kasual dan akrab dengan narasumber, AMwave menyajikan format *podcast* yang lebih *niche* dalam pembahasan atau penggarapan topiknya. AMwave banyak menyajikan informasi terkait musik, musisi dan pergerakan musik yang mendalam. Sehingga, program *podcast* AMWave dapat menjadi acuan penulis untuk menggarap tema yang mendalam tentang topik bahasan Industri Rekaman Label Musik Pasca-pandemi.

2.1.3 Rocks Nation



Sumber: Google

Gambar 2.3 Logo Podcast Rock Nation

Program *podcast Rock Nation* dipandu oleh Rio Tantomo seorang jurnalis musik dan musisi. *Podcast Rock Nation* banyak mengulas seputar musik, musisi dan kehidupan personal musisinya lewat sudut pandang yang humanis. pendekatan *podcaster* kepada narasumber juga dapat dikatakan melalui keakraban dan tidak kaku, sehingga program *podcast Rock Nation* penulis jadikan sebagai salah satu tinjauan karya sejenis untuk dapat juga

diterapkan sebagai referensi *podcast Di Balik Notasi*. Program Rock Nation memiliki durasi rata-rata lebih dari 60 menit dan dapat diakses lewat *Spotify* dan *Youtube* di kanal milik Rock Nation.

2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan

2.2.1 *Audio-based journalism*

Medium visual memiliki kecenderungan lebih mudah untuk digunakan dalam menyampaikan informasi karena tersedia gambar atau ilustrasi, hal itu berbeda dengan audio yang menggunakan panca indera pendengaran untuk memproses informasi. Suara diterjemahkan berasal dari sinyal getaran dari gelombang udara kemudian diproses melalui jaringan syaraf lalu dengan demikian terdapat minimalisasi bias dan membebaskan para pendengarnya untuk berimajinasi (Siahaan, 2015, p.24).

Kepopuleran audio di era digital menjadikan setiap orang punya kesempatan untuk mengonsumsi dan memproduksi konten audionya sendiri. Webster (Hutabarat, 2020, p. 107) menjelaskan tentang jalan menuju pikiran melalui pendengaran atau suara akan lebih cepat jika dibandingkan jalan melalui panca indera penglihatan. Adapun juga Briggs (2015, pp. 164-190) menjelaskan peluang dari media *audio-based journalism*:

1. *Breaking News*, para jurnalis bisa membuat konten audio dengan mudah dan cepat melalui gawai dan diunggah ke situs web.
2. *Audio slide show*, para jurnalis foto dapat menambahkan audio sebagai unsur kekuatan makan yang lebih jauh terhadap foto-foto yang dihasilkan dan bisa menciptakan cerita yang menarik.
3. *Siniar* atau *podcast*, membahas suatu topik yang terdiri dari rangkaian episode dan punya durasi cukup panjang.
4. *Reporter overview*, unggahan laporan peristiwa yang diunggah jurnalis untuk melengkapi artikel liputan.

Penggunaan prinsip *audio-based journalism* pada karya *podcast Di Balik Notasi* akan memungkinkan khalayak menyerap informasi yang menarik dan penting kemudian punya kebebasan dalam mengakses dan mendengarkannya kapan pun dimana pun dan punya peluang bagi pendengarnya secara imajinatif menyerap informasi dari *podcast* yang berbasis *audio-reporting journalism* tersebut.

2.2.2. Podcast

Podcast merupakan konten audio maupun video yang pada awal kemunculannya istilah *podcast* itu sendiri muncul oleh Hammersley yang menyebut kata “*podcasting*” di dalam artikelnya di www.the-guardian.com yang membahas audioblogs dan radio daring.

Jika dilihat dari sejarah *podcast* sendiri tidak terlepas dari lahirnya iPod buatan perusahaan Apple yang awal mula diperkenalkan oleh Steve Jobs pada tahun 2001. *Podcast* dapat disebut juga “iPod broadcasting”, mulanya karena *podcast* tidak menyiarkan siaran secara linear tidak seperti siaran dengan radio FM ataupun AM konvensional. *Podcast* lebih identik seperti siaran platform *on demand* seperti Youtube (Zaenudin, 2017).

Keunggulan sebuah format *podcast* yaitu fleksibilitas tinggi dan kebebasan pengguna atau audiens dalam mengakses, tidak seperti tayangan yang terjadwal seperti format konvensional seperti program di radio, *podcast* bisa diakses dengan mengakses kanal dan mengunggah atau langsung mendengarkannya kapan saja dan dimana saja secara gratis.

Hal yang menjadi karakteristik utama dari medium *podcast*, yakni; episodik, download dan program dengan tema tertentu. Ada tiga jenis *podcast* (1) *Podcast* Audio, *podcast* yang paling umum dan biasanya fail MP3, (2) Peningkatan *podcast*, *podcast* yang divariasikan dengan bentuk gambar dengan audio dan (3) Video *podcast*, adalah format video yang dilengkapi dengan suara dan terformat MP4 (Toyib, Syafaq & Muzakki, 2012, p.52).

Seiring dengan perkembangannya, *podcast* kian beragam dengan berbagai kemasannya. Format sandiwara, dialog (*talk show*), monolog dan *feature*. Topik penggarapannya pada *podcast* juga sangat luas. Popularitas *podcast* kian menyaingi dan semakin populer seperti serial drama pada televisi.

Dalam pembuatan karya tugas akhir berupa format *podcast*, penulis memilih topik *Industri Rekaman Label Musik Pasca-pandemi*. Menjadikan karya ini sebagai informasi baru untuk pendengar yang memiliki ketertarikan terhadap dunia musik, seputar industri rekaman yang mencakup di dalamnya juga ada *event* dan jurnalisme hiburan.

2.2.3 Talk Show

Skripsi berbasis karya tugas akhir ini mengacu kepada konsep *talkshow* yang sebelumnya sudah ada id format media radio. Kesuksesan dalam pembuatan format *talkshow* atau dialog ditentukan oleh kualitas hasil suara dan pemahaman mendalam tentang topik yang akan dibawakan di dalam program acara. *Talkshow* secara mendasar, proses diskusi tanya-jawab yang melibatkan dua orang atau lebih secara langsung ataupun tidak langsung. Pihak pertama, umumnya disebut *host*, *interviewer*, atau pewawancara. Lalu, untuk pihak kedua, biasanya disebut narasumber atau orang-orang yang akan diwawancarai oleh pihak pertama. Sejatinya, *talk show* bukan hanya tanya jawab, *talk show* harus berlandaskan garis tujuan ataupun salah satu topik yang spesifik atau memiliki *angle*. Orang yang berperan di dalam *talkshow* tidak hanya berperan untuk mengulur durasi dan mengisi waktu kosong, *talkshow* ditujukan untuk upaya yang terstruktur guna mendapatkan kejelasan informasi (Astuti, 2017, pp. 121-122).

Karakteristik di dalam sebuah *talkshow* yakni memiliki pembawaan yang fleksibel, topik yang dibahas tidak selalu harus topik yang aktual dan memiliki jam publikasi yang bersifat fleksibel (Masduki, 2001, p. 45).

Adapun hal-hal yang perlu dipersiapkan dalam pembuatan program sebuah *talkshow* yaitu:

1. Menentukan topik bahasan.
2. Menentukan narasumber yang sesuai dengan topik yang akan dibahas
3. Menentukan lokasi produksi, kemasan acara dan durasi.

Di dalam program *talkshow* juga mempunyai urutan dalam proses penyajiannya. Berikut merupakan urutan penyajian *talkshow* menurut (Masduki, 2001, pp.45-46):

1. Pembukaan, memiliki tujuan untuk pengenalan narasumber yang akan hadir di dalam *talkshow*, selain itu pembukaan ditujukan juga untuk pengenalan topik dan *host* acara.
2. Diskusi utama, berisi tentang pertanyaan di awal acara, tanggapan narasumber terhadap topik dan pertanyaan-pertanyaan pengembangan dari tanggapan atau jawaban narasumber.
3. Penutup, berisi tentang kesimpulan dari topik bahasan, ucapan terima kasih dan penutup acara. Kesimpulan tidak harus memiliki kesimpulan dari pembicaraan tetapi dapat membuat analisis singkat dan pernyataan.

2.2.4 Wawancara

Kegiatan tanya-jawab atau yang dikenal dengan istilah wawancara dilakukan oleh reporter ataupun wartawan dengan narasumber dengan tujuan untuk memperoleh informasi. Informasi penting ataupun informasi yang menarik sesuai dengan tujuan yang diinginkan penanya. Wawancara menjadi alat bagi jurnalis untuk menggali informasi sebanyak dan sedalam mungkin dari perspektif narasumber atau pandangan ahli dari narasumber dengan topik tertentu yang dibahas (Sumadiria, 2006, h. 103-104).

Ada 6 jenis wawancara berita jika mengacu pada Sumadiria (2006, h 107-108) sebagai berikut.

- 1) Wawancara personal (*personal interview*)

Wawancara yang dilakukan oleh dua pihak atau mewakili dua golongan sosok pribadi. Pihak atau golongan pertama adalah orang yang baru pertama kali tampil untuk suatu profesi seperti profesi politik, niaga, perbankan, ilmu pengetahuan, hiburan, kegiatan sosial, dan olahraga. Pihak atau golongan kedua adalah orang yang punya latar belakang di luar dari orbit berita, seperti orang-orang biasa yang sebenarnya tidak melakukan kegiatan yang punya nilai berita, tetapi orang tersebut menarik karena punya perilaku yang aneh atau tidak biasa.

2) Wawancara berita (*news interview*)

Wawancara yang dilakukan dan memiliki tujuan menggali nilai-nilai berita atau peristiwa besar dengan maksud memperoleh pendapat atau tanggapan dari perspektif orang yang berwenang. Wawancara berita dilakukan untuk memperoleh keterangan para ahli untuk suatu pertimbangan atas kebijakan, kewenangan, prestasi serta keahlian untuk diterbitkan sebagai bentuk *straight news*. Sumber berita bisa dari orang-orang yang mempunyai otoritas dan representatif tertentu, seperti presiden, menteri, petinggi atau pejabat negara lainnya, olahragawan, ilmuwan, pebisnis, politisi, tokoh masyarakat.

3) Wawancara jalanan (*man in the street interview*)

Wawancara yang dilakukan di jalanan umum dengan menyetop narasumber yang bersangkutan untuk menggali pendapat atau informasi mengenai sebuah kasus atau pemberitaan tertentu. Wawancara ini memiliki tujuan guna memperoleh pandangan masyarakat umum mengenai suatu kasus.

4) Wawancara santai/kasual (*casual interview*)

Wawancara ini bukan sebuah wawancara yang memiliki perencanaan atau menjadi sesi wawancara yang dikhususkan untuk ada atau dilakukan. Melainkan, wawancara yang terjadi secara kebetulan.

Casual interview menjadi sarana untuk mendapatkan keterangan dari orang tertentu di kesempatan yang bukan diadakan untuk tujuan wawancara, tetapi tetap ada kegiatan memperoleh informasi atau keterangan di dalamnya.

5) Wawancara via telepon

Wawancara yang dilakukan via telepon adalah metode wawancara yang memungkinkan untuk dilakukan kapan pun dan dimana pun tanpa pertemuan fisik. Pewawancara dan narasumber akan lebih mudah untuk menanyakan sebuah keterangan dan narasumber dimudahkan juga untuk menjawab keterangan tersebut,

6) Wawancara tertulis

Wawancara tertulis memiliki peluang kekurangan. Penanya atau pewawancara tidak dapat memperoleh informasi secara cepat. Namun, keterangan atau informasi tertulis yang dimiliki dapat dipertanggung jawabkan karena diperlukan alat bukti untuk menguatkan atau validitas informasi.

7) Wawancara kelompok

Wawancara yang dilakukan secara bersama oleh kelompok atau orang-orang tertentu seperti di dalam sebuah kegiatan seminar atau *workshop*. Hasil dari wawancara adalah rangkuman atau notulensi dari pendapat yang diungkapkan dalam sebuah sesi tanya-jawab seminar atau *workshop*.

Di dalam melakukan produksi sinar/*podcast* ini. Penulis tentunya menggali keterangan para ahli atau representatif dari orang-orang label musik seperti musisi dan promotor *event*. Hal tersebut ditujukan guna relevansi dari topik yang dibahas serta dapat memperoleh keterangan yang akurat dan valid dari sudut pandang para ahli atau praktisinya. Adapun juga pendekatan wawancara yang dilakukan penulis dalam *podcast* ini adalah wawancara secara personal.

2.2.5 *Voxpop*

Kegiatan mewawancarai satu pertanyaan untuk beberapa orang sekaligus menjadi definisi untuk menjelaskan *voxpath* secara sederhana. Secara frasa, *voxpath/ vox populi* sendiri berasal dari bahasa latin yang memiliki arti “suara rakyat”, sehingga dalam dunia penyiaran *voxpath* sendiri populer untuk digunakan dalam menggali suatu informasi yang mewakili suara publik untuk suatu tema dan sudut pandang yang berbeda-beda (Hestin P, 2016.). *Voxpop* sendiri biasanya, di penayangan berita televisi narasumbernya dibatasi 3 sampai 5 orang narasumber.

Voxpop di dalam tayangan *podcast* tugas akhir penulis ditempatkan di awal segmen sebelum masuk ke narasumber pertama dan ditempatkan kedua sebelum masuk ke narasumber ketiga. Tujuannya sendiri segmen *voxpath* dalam *podcast* ini untuk menggali informasi dari sudut pandang publik dan tidak terpaku hanya dari pandangan ahli saja, sehingga kekayaan informasi atas *podcast* ini bisa didapatkan. Pertanyaan di *voxpath* segmen pertama adalah menanyakan konteks pandemi dan sebelum pandemi apakah para narasumber publik tadi adalah seorang konsumen konser dan bagaimana mereka punya pendapat menyoal konser virtual atau konser sebelum pandemi. Segmen kedua *podcast* ditujukan untuk menggali informasi seberapa jauh para narasumber publik yang terdiri dari 5 orang secara acak tadi menjawab menyoal tentang perbedaan dari label musik, artis manajemen dan *music publishing* untuk melihat seberapa jauh mereka mengetahui perbedaan ketiga hal tersebut, sebelum saat masuk ke narasumber pertanyaan-pertanyaan tadi akan dijawab oleh narasumber ahli dari representatif narasumber label musik.

2.2.6 Jurnalisme Hiburan

Jurnalistik hiburan adalah ranah jurnalistik yang memiliki tuntutan untuk bergerak cepat dan mandiri dalam menghasilkan berita jurnalistik *soft-news* atau *feature*. Menentukan sebuah topik berita mampu membuat

pembacanya menarik dan terhibur. Namun, menentukan topik yang menarik tidak cukup untuk membuat berita yang dihasilkan menjadi penting, seorang Jurnalis harus mampu mengolah potensi topik dan pembahasan yang digarap dimengerti dengan baik oleh seorang Jurnalisnya (Falk, Ben, 2018, h.4-5).

Jurnalisme hiburan bukan sesuatu yang baru, keberadaannya sudah eksis sejak tahun 1880-an. Kala itu jurnalistik hiburan lebih dikenal dengan istilah *infotainment* atau gosip. Gosip adalah berita yang menyebarkan kabar perselingkuhan, romansa, kehamilan dan penyimpangan dengan informasi yang tidak pasti atau rumor (Falk, Ben, 2018, h.17).

Pembahasan gosip selalu identik dan diasosiasikan dengan kehidupan selebriti atau artis baik itu hobi sampai berita kehamilan. Para pakar pewarta gosip masih menjadi pedoman bagi perkembangan internet-buzz atau pewartaan sebuah informasi dari mulut ke mulut melalui internet (Falk, Ben, 2018, h.17-18). Hiburan dalam jurnalistik bukan hanya informasi seputar dunia hiburan dan liputan selebritas. Hiburan yang dimaksud, merupakan bentuk liputan *feature*. Secara konsep, jurnalisme hiburan dalam karya jurnalistik sangat erat dengan konsep *feature* atau *soft news*, dengan nilai-nilai humanis, *feature* atau *soft news* disebut juga sebagai pusat dari pasar jurnalisme, genre jurnalistik yang memiliki batasan tipis di antara informasi dan hiburan. Sehingga anggapan bahwa jurnalisme hiburan dalam dunia jurnalistik tidak sekedar menjadi gosip atau rumor yang tidak memiliki relevansi dengan kepentingan publik. Namun, ranah ini juga mencakup bidang politik, film dan musik di dalamnya. Pembahasan tentang musik seorang Jurnalis harus mampu memiliki sudut pandang yang kritis dan mampu memilah informasi yang menarik dan penting atas suatu fenomena (Falk, Ben, 2018, h.31-32). Hal tersebut menjadi sangat jelas bahwa jurnalisme hiburan berbeda dengan kerja gosip, *infotainment*, atau *yellow journalism*.

Dalam perspektif praktik seorang jurnalis di dalam kerja jurnalisme, wartawan atau jurnalis sebagai orang yang melakukan kegiatan jurnalistik tidak menerima kesepakatan tentang bagaimana profil yang pasti dan ideal

untuk seorang jurnalis (Mulyadi N, Musman A., h.7, 2017). Fakta lain yang terjadi, dampak negatif timbul dari kebebasan itu sendiri. Makna kebebasan pers diartikan menjadi perwujudan atas tindakan yang serba bebas tanpa batas yang menekankan nilai-nilai etis maupun tanggung jawab sosial seperti yang terjadi dengan praktik kerja *yellow journalism* atau jurnalisme kuning (Malik A. 2017.). Di dalam kerja jurnalisme hiburan harus patuh pada prinsip dasar jurnalisme yang punya; 1. Kewajiban pertama jurnalisme pada kebenaran, 2. Loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada masyarakat, 3. Inti jurnalisme adalah disiplin untuk melakukan verifikasi, 4. Wartawan harus memiliki kebebasan dari sumber yang mereka liput, 5. Wartawan harus mengemban tugas sebagai pemantau yang bebas terhadap kekuasaan, 6. Jurnalisme harus menyediakan forum untuk kritik dan komentar publik, 7. Jurnalisme harus berusaha membuat yang penting menjadi menarik dan relevan, 8. Wartawan harus menjaga berita itu proporsional dan komperhensif, 9. Wartawan memiliki kewajiban utama terhadap suara hatinya (Mulyadi N., Musman. A., h.3-6, 2017). Sedangkan, dalam perspektif komunikasi, pemberitaan dari produk jurnalisme kuning adalah bentuk komunikasi yang tidak tulus, keluar dari koridor etis dan memiliki tendensi negatif.

Praktik jurnalisme kuning juga erat dengan mencari sensasi dan vulgar, seperti mengemas fakta tentang tragedi pemerkosaan, namun malah menampilkan produk yang sensasional, sadis, vulgar dan tidak memperhitungkan dampaknya bagi audiens atau pembacanya. Dalam penelitian lebih lanjut, berbagai perilaku buruk yang terjadi di masyarakat banyak disebabkan dari imitasi dan pengaruh dari apa yang mereka baca di media massa (Malik A., 2017). Dengan pemaparan kajian dan data di atas, maka jurnalisme hiburan tidak dapat dikatakan sama dengan praktik *yellow journalism*, hal tersebut karena ada koridor kepatuhan pada nilai-nilai praktik jurnalistik dasar, baik itu proses kerja maupun secara substansi dari produk liputan. *Podcast Di Balik Notasi* dibuat sebagai karya tugas akhir atau skripsi berbasis karya yang memiliki unsur jurnalisme hiburan.

Selain itu, secara produk jurnalistik, *podcast* Di Balik Notasi meawarkan aspek-aspek jurnalisme hiburan dari sisi pengemasan, baik itu pengemasan lewat unsur-unsur musik-musik latar yang membuat *podcast* ini terdengar selain menarik, namun juga menguatkan dari sisi pesan yang sedang disampaikan. Seperti di bagian wawancara dengan narasumber pertama, ketika penjelasan mengenai dampak pandemi membawa banyak hal-hal sulit bagi praktisi di bidang tersebut, latar musik terdengar melambat dan suasananya seperti sedih atau murung. Hal tersebut ditujukan untuk memperkuat suasana dan pesan yang disampaikan. Begitu juga dengan penempatan suara latar musik, dan *jingle* di dalam *podcast* ini hadir untuk menambah kekuatan dari aspek jurnalisme hiburannya, sehingga pendengar tidak hanya fokus dengan informasi-informasi yang penting untuk disimak, tetapi mereka juga dapat menyimak dan menikmati tayangan siniar ini dengan unsur-unsur jurnalisme hiburan di dalamnya.

