

BAB II

KERANGKA KONSEP

2.1 Tinjauan Karya Sejenis

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

2.1.1 Futsal Zone



Sumber: Spotify

Gambar 2.1 Logo Podcast Futsal Zone

Futsal zone adalah program *podcast* yang membahas seputar futsal liga profesional di Indonesia yang dapat didengarkan melalui *platform Spotify*. Episode yang dibuat oleh futsal zone memang masih tergolong sedikit, futsal zone hanya memiliki 3 episode yang sudah ada di *Spotify*, semua episodenya membahas futsal di liga profesional Indonesia, mulai dari pelatih, cara menjadi pemain liga profesional dan mantan pemain liga profesional yang bermain untuk negara Malaysia.

Isi dari *podcast* futsal zone ini sangat menarik karena menghadirkan para pemain liga profesional dan juga pelatih yang sudah sangat berpengalaman dalam

melatih futsal liga profesional. Episode terbaru yang futsal zone hadirkan adalah bagaimana bisa pemain futsal liga profesional Indonesia bermain untuk negara seberang yaitu Malaysia. Tentunya topik ini sangat menarik untuk didengar bagi kalangan pecinta futsal Indonesia. Bukan hanya dalam bentuk *podcast* saja, Futsal Zone juga sangat aktif dalam media sosialnya yaitu instagram dan twitter. Melalui akun Instagram dan Twitter futsal zone mempromosikan *podcast*-nya sehingga mendapatkan pendengar yang cukup banyak.

Podcast ini sangat baik menjadi referensi penulis untuk membuat karya tugas akhir, Futsal Zone menyajikan konsep *podcast* dalam bentuk *talkshow* yang dibuat dengan konsep hiburan. Tentu berbeda dengan konsep *podcast* yang akan penulis buat yaitu dengan konsep *talkshow* saja. Karya *podcast* penulis akan berisi percakapan tanya jawab bersama narasumber, dengan cara pembawaan yang santai, tetapi tidak akan lepas untuk memberikan informasi kepada pendengar. Cara penulis agar pendengar tidak bosan untuk mendengarkan karya *podcast* yang penulis buat adalah dengan humor untuk mencairkan suasana agar pendengar juga terhibur. Penulis juga akan, mempromosikan hasil karya penulis ke akun Instagram penulis, dengan harapan mendapatkan pendengar yang banyak.

2.1.2 Donzol Futsal



Sumber: *Spotify*

Gambar 2.2 Logo Podcast Donzol Futsal

Donzol Futsal adalah sebuah karya *podcast* yang dibuat oleh mantan pelatih sepak bola dan juga pelatih futsal liga profesional yang bernama Doni Zola. Nama Doni Zola tentunya sudah tidak asing lagi untuk para pecinta futsal tanah air. Selain mantan pelatih futsal liga profesional, ia juga memiliki SSB (Sekolah Sepakbola) karena ia memiliki lisensi level 2 AFC futsal dan lisensi D PSSI. Selain itu kesibukan lainnya, ia membuat *podcast* yang membahas tentang dunia futsal di Indonesia dengan fokus bahasan seperti teknik, sejarah, strategi timnas futsal Indonesia, baik futsal putra maupun futsal putri, dan lain-lain.

Topik yang disajikan oleh Doni Zola berfokus pada dunia futsal di Indonesia dengan bahasan seperti teknik bermain futsal yang baik, sejarah futsal di Indonesia, strategi timnas futsal Indonesia, baik putra maupun putri, dan lain-lain. Episode yang sangat menarik yang dibuat oleh coach Doni Zola ini atau yang lebih akrab disebut coach Donzol adalah AFF Futsal Championship 2019. Episode tersebut membahas tentang kualifikasi AFC Futsal 2020 dan prediksi coach Donzol tentang siapa sajakah yang menurut ia dapat lolos untuk melaju ke babak selanjutnya.

Penulis sangat banyak mendapatkan pembelajaran tentang topik-topik juga pembahasan yang menarik pada setiap episode yang disajikan oleh Pod Fut, untuk menjadikan referensi penulis membuat tugas akhir dengan pembahasan lebih mendalam. Konsep penyajian yang disajikan oleh Pod Fut ini sangat membantu penulis untuk melakukan riset yang sangat mendalam selain itu, penulis juga menjadi dapat ilmu tambahan pada cara menyampaikan informasi yang sangat penting bagi pendengar. Konsep penyajian *podcast* Pod Fut ini tidak menghadirkan narasumber, tetapi hanya menyampaikan pendapat ia sendiri saja, sedangkan *podcast* yang akan penulis buat adalah dengan konsep *talk show* dengan menyajikan unsur hiburan dan informasi.

2.1.3 Podcast Jaga Gawang



Sumber: *Spotify*

Gambar 2.3 Logo Podcast Jaga Gawang

Podcast jaga gawang ini berisikan tentang dunia sepak bola dan futsal dari sudut pandang yang berbeda bukan seperti judulnya tentang penjaga gawang, melainkan *podcast* ini membahas bagaimana perkembangan sepakbola dan futsal yang ada di Indonesia saat ini. *Podcast* ini dibuat oleh seseorang yang mencintai dunia sepak bola dan futsal tanah air Indonesia, panggilan pembuat *podcast* ini adalah bang item, dan ia tidak menyebutkan namanya, hanya menyebutkan dirinya sebagai bang item.

Dalam *podcast* ini terkesan sangat *flat* dari pembawa acaranya atau *podcasternya* yaitu bang item. Dalam hal ini, cenderung memang membosankan untuk mendengarkan *podcast* ini, dengan nada bicara satu irama saja dan hanya melakukan *podcast* sendiri saja, tidak menghadirkan narasumber atau teman berbicara lainnya. Namun, ada hal yang menarik dari *podcast* ini, yaitu cara menyampaikan informasi kepada para pendengar yang begitu perinci dan mendalam oleh sang *podcaster*. Hal inilah yang membuat penulis menjadikan *podcast* ini sebagai contoh untuk penulis dalam membuat hasil karya nantinya.

Cara penyampaian yang sangat terperinci dan mendalam inilah yang bisa penulis ambil dari hasil karya ini walaupun tidak ada *background* atau pun narasumber yang dihadirkan dalam *podcast* jaga gawang ini. Tentunya ini akan menjadi pembelajaran untuk penulis agar dapat membuat karya *podcast* yang lebih menarik lagi dan menyajikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

2.1.4 *The Footballcaious*



Sumber: *Spotify*

Gambar 2.4 Logo Podcast TheFootballlicious

The Footballlicious adalah sebuah *podcast* yang menyajikan obrolan seru bersama para pemain sepak bola dan atlet lainnya, membahas para pemain sepak bola di Indonesia tentang keseruan para pemain di dalam maupun di luar lapangan. Stevi berperan sebagai *podcaster* dalam karya *podcast* ini. Pembawaan Stevi sangat menarik dalam *podcast* The Footballlicious ini, vokal suaranya yang sangat lembut membuat pendengar menjadi tidak bosan untuk mendengarkan ia. Selain itu, cara pembawaan dari *podcaster* ini pun sangat menarik dan terlebih ia sudah memperdalam informasi dari si narasumber yang akan dihadirkan dalam *podcast* tersebut.

Isi dari *podcast* ini tentunya membahas bagaimana kehidupan atlet sepak bola di luar lapangan, dan membahas tentang karier dari pemain sepak bola tersebut. Selain itu, The Footballlicious dalam *podcast*nya di episode ke 4 nya membahas seorang atlit sepak bola bernama Rachmat Irianto. Ia pernah mengalami cedera sebelum membela Indonesia di piala AFF U22, tentunya ini hamper sama dengan tema yang akan penulis buat dalam hasil karya *podcast* ini. Namun, Stevi hanya menyinggung sedikit saja masalah cedera yang dialami oleh si narasumber tersebut, tidak membahas lebih dalam tentang cedera tersebut. Tentunya *podcast* The Footballlicious ini menjadi contoh yang baik untuk penulis.

Pembawaan dari *podcaster* ini juga sangat amat menarik, dengan sedikit candaan untuk menghibur para pendengarnya. Namun, bukan hanya candaan saja yang dibawakan oleh si *podcaster* tersebut, melainkan keseriusan dalam

berbincang dengan narasumber pun tidak meleset. Hal ini tentunya menjadi pembelajaran bagi penulis bagaimana membawakan sebuah karya *podcast* yang santai namun tetap pada inti dari permasalahan yang dibahas, dan harus memberikan informasi sejelas-jelasnya dan selengkap-lengkapannya kepada pendengar agar informasinya disampaikan dengan baik kepada pendengar hasil karya *podcast* yang penulis buat.

2.1.5 Coach2coach



Sumber: *Spotify*

Gambar 2.5 Logo Podcast Coach2Coach

Coach2coach adalah hasil karya *podcast* yang dibuat oleh salah satu pelatih futsal yang bernama David Daniel, atau sering disapa coach David. Pelatih futsal ini memang cukup asing di telinga yang tidak mendalami olahraga futsal. Namun, bagi beberapa orang khususnya para pemain futsal Nusantara, namanya sudah tidak asing lagi. Ia memiliki karya *podcast* yang di-*publish* di *platform Spotify* sejak 2019 lalu. Coach2coach membahas teknik, taktik bermain, bentuk-bentuk latihan dan berita-berita yang ada di Indonesia dan internasional.

Dalam karya *podcast* ini, *coach* David yang berperan sebagai *podcaster* menyajikan informasi yang mendalam, terlebih teknik bermain futsal, taktik bermain yang digunakan oleh sebuah club futsal dan berita-berita yang terjadi sekitar dunia futsal. Melihat latar belakang ia adalah seorang pelatih olahraga futsal yang cukup berpengalaman, hasil karya ia ini akan menjadi contoh bagi penulis untuk menghasilkan karya *podcast* yang baik. Cara penyampaiannya yang santai oleh *podcaster* serta narasumber yang dihadirkan pun sangat menarik untuk

didengarkan. Selain itu, setiap episodenya ia memberikan *jingle* untuk pembukaan *podcast* tersebut, dan memberikan *backsound* instrumen musik di setiap episodenya agar pendengar tidak bosan untuk mendengarkan *Podcast Coach2Coach* ini.

Dalam hal ini, penulis belajar bagaimana memperdalam informasi yang nantinya akan diberikan kepada pendengar, agar informasi yang diberikan sudah cukup jelas dan tentunya mudah untuk dipahami oleh para pendengar. Pembawaan yang santai tentu juga menjadikan referensi bagi penulis dalam membuat hasil karya *podcast* ini.

2.2 Teori dan Konsep yang Digunakan

2.2.1 Talkshow

Morissan (2008, p.28) mengatakan program *talkshow* atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

Masduki (2004, p.80) *talkshow* memiliki konsep sebagai berikut.

- 1) Topik yang dipilih aktual atau sedang menjadi sorotan
- 2) Bersifat analisis dan tidak sekedar deskripsi kasus
- 3) Terjadi interaksi seimbang di antara narasumber dan tidak dimonopoli oleh satu orang atau satu sudut pandang
- 4) Terjadi kontroversi atau perdebatan pro-kontra
- 5) Ada solusi terbuka pada akhir perbincangan.

Perencanaan produksi *talkshow* sebagai berikut (Masduki, 2004, p. 81):

- 1) Menentukan target pendengar yang dituju agar mengetahui apa yang mereka butuhkan
- 2) Menentukan topik dan juga narasumber yang relevan

- 3) Menentukan pemandu, dengan kriteria berfigur toleran, terbuka, bersuara taham, dan intelek
- 4) Menyiapkan lokasi dan peralatan *on air* terutama jika berupa siaran langsung di lapangan

Acara *talkshow* bisa disiarkan secara *live* (langsung dan ada interaktifnya) ataupun secara tertunda (direkam terlebih dahulu kemudian disiarkan). Komponen yang diwajibkan ada dalam program *talkshow* adalah topik (dirumuskan dalam bentuk pertanyaan), narasumber (sebaiknya lebih dari satu orang), musik dan lagu (sebagai selingan dan *backsound*), suara suasana lokasi *talkshow* (jika diadakan di luar studio sertakan atmosfer pada saat sebelum dan sesudah *talkshow*) (Masduki, 2004, p. 81).

2.2.1.1 Penyiari dan Narasumber *Talkshow*

Hapsari (2009) mengatakan pribadi seseorang memiliki kelebihan, keunikan, pengetahuan dan hal-hal menarik yang membuat mereka istimewa sehingga layak ditampilkan di hadapan khalayak. Penyiari sebaiknya bersikap ramah, terbuka kepada narasumber. Penyiari perlu memperhatikan ABC (*Accuracy/* akurasi, *Balance/* berimbang dan *Clarity/* kejelasan) sehingga tercipta *Credibility/* kredibilitas. Kredibilitas ini menyangkut banyak pihak, yaitu penyiari, narasumber dan terutama stasiun radio sebagai penyelenggara penyiaran (2009, para 11).

Sebagai penyiari sebaiknya memiliki *sense of humor* yang baik. Hal ini penting untuk mencairkan suasana “beku” dengan narasumber dan *audience*. *Ice breaking strategy* dapat digunakan untuk menciptakan keakraban dengan narasumber. Terutama jika penyiari belum kenal dengan narasumber, ditambah lagi narasumber adalah orang yang *introvert* (tertutup), tidak banyak bicara dan gugup menghadapi siaran. Ajaklah narasumber untuk berbincang santai, yang bahkan tak ada hubungannya dengan topik *talkshow*, di saat persiapan (sebelum siaran). Setelah narasumber merasa nyaman dengan penyiari, narasumber biasanya

akan lebih terbuka. Harapannya, saat siaran nanti narasumber lebih terbuka, tidak gugup dan mampu menjawab berbagai pertanyaan dengan baik (2009, para 12).

Penyiar pun harus mengetahui data mengenai narasumber dengan lengkap. Terutama yang berkaitan dengan nama lengkap, title, jabatan dan lain-lain. Penyiar harus mengetahui pula kompetensi narasumber sehubungan dengan topik *talkshow* yang akan dibicarakan. Ada baiknya penyiar memberikan *clues*/ gambaran pertanyaan sekilas saja (tetapi tidak semua rencana pertanyaan), agar narasumber dapat memperoleh gambaran apa yang harus disampaikan saat berlangsungnya *talkshow* (2009, para 13).

2.2.1.2 Jenis-jenis *Talkshow*

Berikut adalah jenis-jenis program *talkshow* menurut Fred Wibowo (2007).

1) Program Uraian Pendek atau Pertanyaan (*The Talk Program*)

Program ini ketika penonton menyaksikan acara televisi, pada saat itu muncul seorang presenter (penyaji) menceritakan sesuatu yang menarik. Presenter ini muncul di tengah suatu program *feature*, di antara sajian acara musik dan di awal suatu acara sebagai pembukaan atau dalam satu acara cerita menarik yang disajikan secara khusus. Dalam tahap perencanaan yang harus diperhatikan adalah permasalahan yang diuraikan sedang hangat menjadi bahan pembicaraan umum, sangat penting dan penonton membutuhkan penjelasan mengenai hal itu, uraian juga harus dapat membuat gembira penonton. Saat produksi presenter harus memulai uraian dengan sesuatu yang membangkitkan rasa ingin tahu dari penonton.

2) Program Vox-pop Masyarakat.

Program ini mengutamakan pendapat umum tentang suatu masalah. Tahap perencanaan dimulai dari menetapkan tema yang akan dipertanyakan, menetapkan pertanyaan, mencoba pertanyaan ke beberapa teman, memilih reporter yang cukup terlatih, menentukan siapa yang akan diberi pertanyaan.

Teknik pelaksanaan, reporter harus menunjukkan sikap ramah, sopan dan simpatik, perkenalkan identitas dan kemukakan keperluan secara jelas. Apabila pribadi itu menyatakan kesediaannya, reporter secara langsung dapat mengajukan pertanyaan sambil memberi tanda kepada kameramen menyiapkan tombol kamera video.

3) Program Wawancara (*Interview*)

Dalam tahap ini produser atau pewawancara harus menentukan siapa yang akan menjadi tamu. Dipilih seorang tokoh yang populer di masyarakat dalam bidangnya, atau bisa jadi seorang tokoh kontroversi. Masyarakat biasanya ingin tahu pandangan-pandangannya mengenai suatu peristiwa aktual. Kemudian, membuat pertanyaan-pertanyaan untuk program *talkshow* wawancara. Tahap produksi, untuk program *talkshow* interaktif, biasanya sudah hadir penonton yang akan terlibat dalam program tersebut, atau mungkin program tersebut ditayangkan tanpa penonton di studio televisi, tetapi interaktif dilaksanakan melalui telepon. Dalam program *talkshow* interaktif, pewawancara harus memberi kesempatan, baik kepada penonton di studio televisi, maupun penonton di rumah untuk mengajukan pertanyaan.

4) Program Panel Diskusi

Program *talkshow* diskusi adalah program pembicaraan tiga orang atau lebih mengenai suatu permasalahan. Dalam program ini tiap-tiap tokoh yang diundang dapat saling berbicara mengemukakan pendapat dan presenter bertindak sebagai moderator yang terkadang juga melontarkan pendapat atau membagi pembicaraan.

2.2.1.3 Metode dan Strategi *Talkshow*

Masduki (2001) mengatakan seorang instruktur radio dari Munchen Jerman, Klau Kastan menjelaskan metode HARLEY, yaitu *Harmony, Actual, Responsible, Leading, Entertainment* dan *Yield*. Istilah tersebut dikenal dengan *Talkshow Skill*,

berupa kemampuan pemandu dalam melakukan beberapa tindakan yang meliputi (Masduki, 2001. P.44):

- 1) Mengambil keputusan.
- 2) Menyusun topik dan pertanyaan dengan cepat.
- 3) Memotong pembicaraan narasumber yang melenceng.
- 4) Kemampuan melakukan kompromi dan meyakinkan narasumber.
- 5) Memandu kemas program secara interaktif.

Keterampilan *talkshow* meliputi kemampuan penyiar untuk menyusun topik pembicaraan yang menarik, membuat pertanyaan, mengambil keputusan, mengarahkan narasumber yang keluar dari tema, berinteraksi dengan *audience* dan kompromis.

Program *talkshow* ini dapat menjadi program yang membosankan apabila tidak dilakukan upaya yang membuat program ini menarik. Daya tarik program *talkshow* ini terletak pada topik pembicaraan atau permasalahan yang dibicarakan. Dalam hal ini, ada tiga kategori untuk mengetahui sampai seberapa jauh permasalahan itu menarik:

- 1) Permasalahan itu merupakan masalah yang sedang menjadi pergunjungan di masyarakat atau masalah yang sedang hangat di masyarakat.
- 2) Masalah itu mengandung kontroversial dan konflik diantara masyarakat.
- 3) Masalah itu menyangkut atau bersangkutan-paut dengan kepentingan masyarakat banyak dan masyarakat membutuhkan informasi serta jawaban yang jelas mengenai permasalahan tersebut.

Selain permasalahan yang menarik, program *talkshow* juga harus menghadirkan tokoh yang menarik. Tiga kategori tokoh yang menarik, pertama adalah ia adalah *public figure* atau idola (panutan) masyarakat. Kedua, salah satu tokoh yang paling ahli atau dianggap paling menguasai bidang atau permasalahan. Ketiga, tokoh yang kontroversi, kritis dan vokal. Pembicaraan akan menjadi hangat, menarik dan penuh tantangan lewat tokoh-tokoh semacam itu. Daya tarik

dalam program *talkshow* ini disamping topik dan tamu tokoh yang menarik, adalah pertanyaan-pertanyaan cerdas dan humor dari presenter.

Ketika menjadi penyiar radio, tugas yang dilakukan tidak hanya sebatas memutar lagu atau menyiarkan berita, terkadang kita juga diminta untuk melakukan siaran *talkshow* di radio. Berikut ini adalah cara yang dilakukan agar sukses saat siaran *talkshow* di radio:

- 1) Pelajari terlebih dahulu topik yang akan dibicarakan.

Hal ini sangat penting dilakukan, agar bisa melakukan pembicaraan yang lancar bila tidak mengetahui apa yang akan dibicarakan. Lalu ketika sudah mengetahui topiknya, cobalah menggali informasi yang lebih dalam tentang topik tersebut agar bisa memberikan informasi yang jelas untuk pendengar.

- 2) Persiapkan daftar pertanyaan.

Cara ini dapat meminimalisasi kesalahan di dalam *talkshow*, misalnya lupa dengan pertanyaan yang penting yang harus ditanyakan, pembicaraan yang keluar dari topik, atau pembicaraan yang tidak fokus karena pertanyaan yang selalu berputar-putar.

- 3) Buat narasumber merasa nyaman.

Agar siaran *talkshow* bisa berjalan lancar, penyiar radio harus bisa membuat narasumber merasa sangat nyaman dan tidak malu saat siaran di studio. Ini penting agar terbangun komunikasi yang tidak kaku sehingga narasumber bisa memberikan informasi lebih terbuka.

Penulis mengambil contoh dari penyiar radio karena dengan ini penulis dapat meminimalisasi kesalahan dalam pembuatan karya yang akan penulis buat dan menjadikan acuan penulis untuk membuat karya yang baik dan benar agar pendengar tidak bosan untuk mendengarkan karya yang penulis buat.

2.2.1.4 Manfaat *Talkshow*

Menurut Uchjana (2003, p. 93) setiap program radio memiliki manfaatnya masing-masing, begitu pula dengan *talkshow* yang memiliki manfaatnya, yaitu sbb.

1) Informasi

Talkshow, menyiarkan dan memberikan informasi kepada khalayak yang sedang terjadi terhadap suatu peristiwa yang sedang *update* atau sedang hangat-hangatnya dibicarakan, bisa juga masalah kesehatan pendidikan, politik dan lain sebagainya.

2) Mendidik

Mendidik, penyiar juga memberikan informasi masalah pengetahuan kepada pendengar, baik itu ilmu kesehatan, politik, pengetahuan umum, dan lain sebagainya, sehingga pendengar mampu tanpa harus membaca cukup dengan mendengarkan informasi yang disampaikan oleh penyiar dengan menghadirkan narasumber yang ahli di bidangnya masing-masing.

3) Menghibur

Dalam menyiarkan suatu informasi pada program *talkshow*, hendaknya seorang penyiar harus adanya hiburan, dalam artian adanya candaan atau tawa atau pertanyaan yang membuat lucu, tetapi juga berbobot yang membuat narasumber tidak menjadi canggung dalam memberikan informasi, sehingga para pendengar tidak menjadi bosan untuk mendengarkan program *talkshow* tersebut.

4) Memengaruhi

Peran penyiar sangat penting dalam memengaruhi pendengar dengan daya tarik suaranya supaya pendengar tidak memindahkan saluran siaran radio

yang lain dengan informasi yang disampaikan oleh penyiar sehingga pendengar mendengarkannya.

Dengan hasil riset yang telah penulis temukan tentang teori dan konsep *talkshow* dalam radio ini penulis berharap dapat meminimalisasi kesalahan dalam pembuatan karya yang akan penulis buat dan menjadikan acuan penulis untuk membuat karya yang baik dan benar agar pendengar tidak bosan untuk mendengarkan karya yang penulis buat.

2.2.2 New Media

McQuail (2011, p. 43) mengatakan new media adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer ataupun telepon genggam. Terdapat dua kekuatan perubahan awalnya yaitu komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kekuatan komputer sebagai sebuah mesin komunikasi kuncinya terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur.

Ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, sifatnya yang ada di mana-mana, media komunikasi massa dan pribadi, serta dapat diakses individu sebagai komunikator (McQuail, 2011, p. 43). Istilah media baru digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam.

Perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru (McQuail, 2011, p.153).

- 1) Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media.
- 2) Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat.
- 3) Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima.
- 4) Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak.

- 5) Munculnya beragam bentuk baru “pintu” (*gateway*) media.
- 6) Pemisahan dan pengaburan dari lembaga media.

2.2.2.1 Komponen New Media

Shaktider menuliskan dalam wordpress.com (2014) *new media* memiliki beberapa komponen yaitu pembuat, penyalur, dan pemakai agar dapat terhubung dengan *new media*, yaitu sebagai berikut:

- 1) Produsen/pembuat

Merupakan orang yang menciptakan wadah atau sarana *new media* itu sendiri, komponen ini berperan sebagai pencipta atau pembentuk *new media*.

- 2) Distributor/penyalur

Sebuah perantara yang menghantarkan sarana media atau bisa disebut media yang berfungsi menghantarkan pemakai untuk memakai sarana itu sendiri.

- 3) Konsumen/pemakai

Orang yang berperan sebagai konsumen sebuah sarana media atau *new media* yang berfungsi untuk memakai *new media*.

2.2.2.2 Karakteristik New Media

Menurut Lister (2009) terdapat enam karakteristik *new media*, yaitu sbg

- 1) Digital

Dimaknai sebagai proses penginputan data yang dikonversi ke dalam bilangan sehingga bentuk data digital ini dapat menjadi lebih baik penggunaannya dari data analog dalam segi kecepatan dan kerelaannya. Sudah jelas bahwa *new media* yang berbasis digital hanya dapat dilakukan dengan media komputer meski saat ini *new media* juga sudah dapat diakses dengan teknologi *mobile* seperti *smartphone*.

2) Interaktivitas

Dapat menghemat waktu, secara langsung dapat kita kendalikan dan komunikasi dua arah dapat terjadi hanya dengan media komputer saja. Pengguna dapat turut campur tangan dalam mengunggah, *replay* ataupun mengubah gambar atau tulisan yang mereka akses. Pengaturan informasi yang kreatif dari karakter inilah yang juga menjadi pilihan pengguna dalam teknologi *new media* meski sebenarnya interaksi tersebut terjadi antara manusia dan komputer.

3) Hypertextual

Teks yang dapat mengizinkan kita mengakses teks-teks lain seperti halaman web yang dapat menampung berbagai objek seperti teks, gambar, dan suara. Dengan hanya mengklik satu teks saja yang sudah terdapat link di dalamnya, kita dapat terhubung dengan halaman lain dengan isi teks yang berbeda.

4) Dispersal

Dispersal adalah menyebar tempat produksi, distribusi dan konsumsi tidak terpusat. Setiap pengguna internet dapat sesuka hati menjadi produsen, distributor atau hanya sekadar konsumen (*personal freedom*). Inilah yang dinilai *new media* merupakan media yang lebih bersifat pribadi (*individually*) sehingga dapat menjadi hal biasa dalam kehidupan sehari-hari penggunanya.

5) Virtuality

Karakter unik dimiliki *new media*. Suatu benda dapat disimulasikan dan direpresentasikan dalam bentuk yang terlihat nyata. Ini adalah persepsi kita terhadap objek-objek *immaterial* karena *new media* juga memiliki unsur presensi atau kehadiran meski tidak secara fisik, sering kita menyebutnya dunia maya. Karakter ini juga yang mendorong terbentuknya salah satu budaya baru yakni budaya virtual.

6) Jaringan (*networked*)

Diartikan sebagai arus perpindahan data melalui jaringan internet yang memungkinkan penggunanya mengirimkan dan menerima data.

7) *Simulation*

Yaitu metode pelatihan yang memperagakan sesuatu dalam bentuk tiruan yang mirip dengan keadaan yang sesungguhnya.

2.2.3 Podcast

Zaenudin dalam *tirto.id* (2017) mengatakan dari sejarah *podcast* tidak terlepas dari lahirnya *iPod* buatan perusahaan Apple yang diperkenalkan oleh Steve Jobs pada 2001. *Podcast* bisa disebut sebagai “*iPod Broadcasting*” karena siarannya berbeda dengan radio FM ataupun AM konvensional, *podcast* tidak menyiarkan siarannya secara linear tetapi serupa dengan youtube yang merupakan *platform* siaran suara *on demand*.

Podcast dapat menembus ruang dan waktu karena kita dapat mendengarkan siaran *podcast* dari belahan dunia manapun melalui internet. Contohnya, kita sebagai pelajar yang sedang menyelesaikan studi di negeri orang, tetapi tetap ingin mengetahui berita terbaru yang terjadi di Indonesia dapat tersalurkan melalui *podcast*. Maka konsep *podcast* itu sendiri adalah sederhana yaitu membolehkan pendengar untuk mendengarkan apa yang mereka inginkan, kapan mereka mau dan dimanapun mereka mau.

Banyak juga ditemukan *podcast* yang merupakan hasil rekaman dari sebuah siaran di sebuah stasiun radio, pada contoh ini yang melakukannya adalah radio Prambors Jakarta. Radio Prambors merekam beberapa cara andalannya yang mempunyai jumlah pendengar yang banyak ke dalam format *podcast* dan di *upload* di website agar para pendengar yang terlewat bisa mendengarkannya atau yang ingin mengoleksi episode kesukaan, bahkan muncul alasan bagi pendengar

yang berada di luar jangkauan jarak pancar Radio Prambors dapat tetap mendengarkannya.

Proses pembuatan *podcast* adalah pertama kita mengunduh perangkat lunak seperti *Audacity* (*software freeware* yang sudah dilengkapi fitur-fitur canggih). Lalu mulai merekam suara kita, bisa dengan menggunakan *microphone* sebagai alat penangkap suara. Semua laptop zaman sekarang sudah dibekali dengan *built in microphone* atau kita juga bisa memakai *microphone* sederhana yang terdapat pada *headphone* multimedia yang biasa kita gunakan *chatting voice conversation* pada *Yahoo Messenger* atau *skype*. Kemudian, setelah proses merekam selesai hasilnya dapat kita lakukan *editing* terlebih dahulu jika ada kesalahan, memotong durasi hingga memasukkan musik biar lebih menarik.

Karakteristik *podcast*, *forbes.com* mengatakan bahwa ada beberapa karakteristik *podcast* yang dapat membuat *podcast* tersebut menjadi menarik dan lebih diminati oleh banyak orang. *Forbes.com* mengutip dari Doree Shafrir adalah seorang startup, *host podcast*, dan juga seorang reporter teknologi. Doree mengatakan memang tidak ada formula ajaib untuk membuat *podcast* yang sukses, tetapi beberapa karakteristik yang paling banyak dibagikan *podcast* adalah sbb.

- 1) Konsistensi. Jika *podcast* yang telah dibuat mingguan, tetaplah membuat menjadi mingguan, jangan mengubah konsistensi yang telah ada.
- 2) Sebuah topik yang cocok dengan dongeng audia, dan topik yang memiliki komunitas alami. Apakah *podcast* Anda adalah narasi (seperti serial) atau lebih dari format *talkshow*, tanyakan pada diri sendiri: apakah ini sesuatu yang orang ingin dengar dalam audio, atau apakah lebih dikomunikasikan secara tertulis dalam video? Tidak ada topik yang terlalu menarik untuk *podcast*, tetapi pastikan itu adalah topik yang memiliki fendom atau komunitas yang jelas dan kuat.

- 3) Peralatan bagus dan audio jernih. Tidak ada yang mau mendengarkan *podcast* yang terdengar seperti omong kosong. Jika Anda tidak tahu cara menghasilkan, mintalah seseorang untuk melakukannya untuk Anda.
- 4) Bangun audiens Anda. Kami mendapatkan sebagian besar pendengar baru dari penyebutan atau penampilan tamu di *podcast* lain. Jangkau orang-orang yang Anda kenal yang memiliki *podcast* dengan tema serupa, tetapi jangan takut untuk bertanya kepada orang-orang yang memiliki *podcast* yang sama sekali tidak terkait jika Anda bisa menjadi tamu atau jika mereka akan menyebutkan *podcast* Anda. (Saya pikir kami mendapat pendengar paling baru sejak suami saya menjadi tamu di Gilmore Guys, yang sepertinya tidak perlu menjadi rujukan logis untuk *podcast* tentang IVF!).
- 5) Saya pribadi lebih suka *podcast* dengan dua host, saya pikir itu membuat diskusi yang lebih menarik, tetapi jelas ada banyak *podcast* yang sukses dengan satu *host*. Saya pikir itu juga membuatnya lebih mudah untuk membangun audiens Anda dengan dua *host*, dan tentu saja membantu untuk membagi pekerjaan.
- 6) Libatkan dengan pendengar Anda, dan beri mereka ruang untuk terlibat satu sama lain. Kami memiliki pendengar yang mengirim email kepada kamu, meninggalkan pesan suara, dan menciak kami. Kami juga memiliki grup *Facebook* yang kuat dan aktif untuk pendengar. Yang paling penting adalah nikmati saja. Jika Anda tidak bersenang-senang, pendengar Anda mungkin juga tidak.

Membuat *podcast* tentunya memiliki motivasi yang tinggi, jika tidak memiliki motivasi yang tinggi, hasil karya *podcast* tentunya tidak akan menjadi maksimal. Komitmen merupakan salah satu hal penting dalam membuat *podcast* bukan hanya tentang bagaimana cara membuatnya, melainkan dengan memiliki komitmen yang kuat maka hasil karya *podcast* yang akan dibuat akan jauh lebih baik. Antusiasme yang dimiliki oleh orang yang ingin membuat *podcast* juga menjadi hal yang sangat penting dalam pembuatan *podcast*. Jika memiliki antusiasme yang baik, maka pembuatan *podcast* tersebut akan jauh lebih baik. Namun, apabila tidak memiliki antusiasme tersebut, lebih baik tidak untuk

membuat *podcast* karena itu akan memakan waktu yang banyak dan tentunya tenaga yang banyak (Geoghegan & Klass, 2007).

Podcast memberikan manfaat dan keuntungan yang menarik, dibandingkan perangkat teknologi lainnya. *Podcast* dapat didengarkan ketika melakukan aktivitas lainnya atau memungkinkan pendengar melakukan aktivitas secara bersamaan (*multitasking*), misalnya dalam perjalanan, saat bekerja, saat menulis dan sebagainya. Hal ini yang menjadikan keuntungan terpenting dari teknologi *podcast* yaitu dapat digunakan kapanpun dan di mana pun.

Edirisingha, Rizzi, Ming & Rothwell (2007) mengatakan terdapat tiga tren yang mendorong adanya peningkatan popularitas *podcast* yaitu sebagai berikut.

- (1) Semakin banyak digunakan sebagai alternatif membagikan konten oleh industri media, hiburan dan jurnalisme. Pada saat ini banyak penyiar (*broadcaster*) dan penerbit berita (*news publisher*) memanfaatkan *podcast*.
- (2) Peningkatan kepemilikan dan penggunaan *portable music player* (MP3) untuk mendengarkan audio secara digital.
- (3) Meningkatnya ketersediaan perangkat lunak gratis dan alat untuk membuat *podcast* serta mendistribusikannya di internet, termasuk kemudahan untuk mengunduh dan memutarannya.

Podcast mempunyai empat karakter utama yang merupakan ciri khusus jika dibandingkan dengan media audio lainnya, yaitu *episodic*, *download*, *streaming* dan *segmented*. *Podcast* juga memiliki berbagai macam topik yang berbeda, sehingga memungkinkan pendengarnya memiliki banyak pilihan topik untuk didengar. Topik-topik tersebut antara lain mengenai bisnis, desain, film, teknologi, *gaming*, komedi dan lain-lain, hal ini diutarakan oleh Toyib, Humaisyi & Muzaki (2012). *Podcast* menempatkan individu sebagai kekuatan dalam berkomunikasi. Hal ini juga diungkapkan oleh Geoghegan & Klass (2007).

Aufderheide (2019) melihat *podcast* sebagai fungsi yang lain, yaitu sebagai media public, dengan mencontohkan *The New York Times* dan *Gimlet Media*. Kedua media tersebut memberikan konten *podcast* dengan berorientasi pada berita dan informasi. Penyampaian *podcast* pun dilakukan dengan standar yang ketat dan factual. Selain itu, mereka memberikan pengaruh ke masyarakat yang cukup kuat

dengan membentuk ruang sosial yang berbeda. Para pendengarnya menganggap bahwa dirinya adalah kelompok jaringan yang saling terhubung melalui *podcast*.

Terdapat tiga elemen penting atau wajib dalam produksi dan distribusi *podcast*, antara lain, (1) Materi *podcast*, (2) penyedia RSS (*Really Simple Syndication*) dan (3) penangkap (*podcatcher*).

Morris, Terra dan Williams (2008) dalam bukunya “*Expert Podcasting for Dummies*” mengatakan pentingnya perencanaan dengan menentukan topik yang sesuai. Idealnya, pegiat *podcast* menggarap topik yang berada dalam bidang minat dan kemampuannya. Di samping itu, perlu mempertimbangkan ketersediaan sumber daya untuk menggarap topik-topik yang dipilih. Misalnya, beberapa situs *online* perguruan tinggi menyediakan materi *podcast* berisi topik ilmiah dari para ahli atau pakar yang ada di perguruan tinggi tersebut. Setelah menentukan topik, perhitungkan juga potensi khalayak untuk pendengar yang membutuhkan atau berminat dengan topik yang direncanakan. Semakin besar potensi pendengar semakin layak rencana produksi dilanjutkan.

Pertimbangan lain adalah sejauh mana topik tersebut bisa digali lebih dalam atau lebih luas untuk dikembangkan. Agar program *podcast* yang akan dibuat dapat berumur panjang. Dengan semakin maraknya keberadaan materi *podcast* di jagat maya, sebaiknya dilakukan pemetaan sebagai dasar menentukan ‘*unique selling point*’ atau ‘*value*’ yang hendak ditawarkan.

Langkah selanjutnya adalah menggambarkan kebutuhan dan ketersediaan sumber daya manusia. Faktor sarana dan prasarana menjadi sebuah keharusan karena proses produksi materi audio sangat bergantung dari ketersediaan alat seperti *microphone* atau alat perekam. Secara teknis, kualitas materi audio sangat bergantung pada alat-alat dasar tersebut dan karenanya sangat penting untuk memastikan keandalan dan kualitasnya (Fadilah, Yudhapramesti, & Aristi, 2017).