



CONNECTED

Jurnal Ilmu Komunikasi

Volume 2 Issue 2, December 2021
E-ISSN: 2775-6742

Pemanfaatan Anchor Sebagai Platform Distribusi Podcast (Studi Kualitatif Podcast *Notesa Nte Notutura*)

Utilization Of Anchor As Podcast Distribution Platform (Qualitative Study Of Notesa Nte Notutura Podcast)

Fitra Yani M

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Indonesia. E-mail: fitrayanimansur@gmail.com

ABSTRAK

How to cite:
M, Fitra Yani.
(2021). Utilization
Of Anchor As
Podcast
Distribution
Platform
(Qualitative Study
Of Notesa Nte
Notutura Podcast):
*Jurnal Ilmu
Komunikasi*, 2(2),
130-145

Penelitian ini bertujuan mengetahui *podcast Notesa Nte Notutura* dalam memanfaatkan *Anchor* sebagai media distribusi konten *podcast* serta proses produksi *podcast Notesa Nte Notutura*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik penentuan jumlah informan dipilih dengan metode *purposive sampling*. Informan berjumlah tiga (3) orang. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *Anchor* oleh *Notesa Nte Notutura* sebagai platform distribusi *podcast* yaitu bertujuan melakukan penyebaran informasi berupa konten *podcast* ke berbagai platform sehingga meningkatkan jaangkauan audiens dengan serta memperoleh pendapatan melalui *monetization*. Sedangkan proses produksi *podcast Notesa Nte Notutura* melalui tiga (3) tahap yaitu, tahap pra produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi. Pada tahap pra produksi, kegiatan awal adalah menentukan tema / topik dan menentukan narasumber melalui pertemuan dengan anggota tim. Kemudian pada tahap produksi yaitu proses perekaman vokal dengan menggunakan mikrofon. Tahap terakhir adalah pasca produksi, yaitu proses pengeditan audio dan distribusi *podcast* melalui *Anchor*.

Kata Kunci: *Anchor, New Media Podcast, Proses Produksi*

1. PENDAHULUAN

Radio merupakan media massa yang menyebarkan pesan atau informasi secara luas kepada audiens tanpa terbatas ruang dan waktu. Sejarah radio konvensional yang cukup lama, kini mengalami perubahan diiringi perkembangan teknologi yang memberikan banyak pilihan untuk memilih media informasi (Fachri, 2015). Adapun bentuk distribusi konten audio yang memiliki popularitas berbasis digital yang diminati saat ini adalah *podcast*. Istilah *podcast* berasal dari gabungan sebuah produk keluaran Apple yaitu *Ipod* dan *Broadcast* yang berarti siaran. Kemunculan *podcast* ini pun dianggap sebagai bagian dari media baru (*New Media*) dalam dunia penyiaran. *New media* sendiri adalah media komunikasi digital yang terbentuk dengan adanya teknologi serta terhubung ke dalam jaringan internet sehingga membuat akses penerimaan informasi menjadi lebih mudah. Sebagaimana dikatakan Paul James and Freya Carkeek (1997) yaitu "*Levels of integration in a way in which new media can be more readily contextualized*" bahwa tingkat integrasi pada media baru dapat lebih mudah dikontekstualisasikan (Holmes, 2005).

Definisi *podcast* dalam kamus Oxford yaitu merupakan: "*A digital audio file made available on the Internet for downloading to a computer or portable media player, typically available as series, new instalments of which can be received by subscribers automatically*" (*Podcast* merupakan audio berbasis digital yang terhubung dengan jaringan internet sehingga dapat diunduh oleh pelanggan atau didengarkan melalui perangkat portabel sesuai dengan seri atau tema yang diinginkan) (Fadilah et al., 2017).

Perkembangan *podcast* di Indonesia berdasarkan hasil survei yang dilakukan *Suarane.org* bulan Desember Tahun 2019 dengan 359 responden laki-laki dari berbagai kelompok usia yang berbeda, kelompok usia 21-25 tahun (39,3%) dan 26-30 tahun (18,5%). Hasil survei dari responden tersebut yang berdomisili di 5 Provinsi di Pulau Jawa dan mayoritas berdomisili di Jakarta menunjukkan hampir 50% mendengarkan *podcast* dengan menggunakan *platform Spotify* lalu diikuti oleh aplikasi *Anchor* dan *Soundcloud*. Adapun 5

platform, lokal yang disebut yakni *Inspigo, Dengar Radio, Noice, Penyu FM dan Kaskus Podcast* (Rane, 2020).

Keberadaan *podcast* yang dapat menjadi pilihan dari media audio membuat siapapun bisa menjadi seorang *podcaster* (pembawa acara dalam *podcast*) baik secara individu maupun berkelompok. Sifat *podcast* menawarkan kebebasan tanpa aturan yang mengikat layaknya radio, membuat profesi ini pun cukup diminati dari berbagai kalangan. Sebagaimana dikatakan Brian Read sebagai pencipta hit *S-Town* Tahun 2016 dalam (Llinares et al., 2018) bahwa "*Podcasting is still so new, there aren't a lot of rules for how things should be done*" (*Podcasting* masih sangat baru, tidak ada banyak aturan tentang bagaimana hal-hal harus dilakukan).

Berbagai kemudahan yang terdapat pada *podcast* dapat terlihat dari proses produksi yang dianggap cukup mudah, dengan biaya produksi yang minim dan tanpa peralatan yang lengkap layaknya radio konvensional. Pada proses pembuatannya, *podcast* didukung oleh *platform* yang menyediakan layanan untuk mempermudah seseorang dalam membuat *podcast*, yaitu aplikasi *Anchor*. Umumnya *Anchor* diartikan sebagai orang yang bertugas membacakan berita dalam sebuah tayangan televisi atau berita. Lain halnya dengan aplikasi *Anchor* yang merupakan *platform* membuat dan berbagi *podcast* dengan mudah menggunakan *Smartphone*. Sehingga keberadaan *Anchor* membawa inovasi baru sehingga memungkinkan perubahan format pada produksi siaran dari yang semula analog menjadi digital (Anchor, 2021).

Adanya kehadiran berbagai *podcast* yang ada di Indonesia, dalam hal ini *podcast Notesa Nte Notutura* juga merupakan salah satu *podcast* yang aktif dalam memproduksi episode dengan berbagai topik kepada pendengarnya. *Podcast Notesa Nte Notutura* merupakan *podcast* yang berasal dari Kota Palu, Sulawesi Tengah. Konten yang disuguhkan oleh mereka biasanya menghadirkan anak muda serta tokoh yang menginspirasi dan berbagi informasi menarik lainnya.

Podcast Notesa Nte Notutura dapat didengarkan melalui aplikasi *Anchor* dengan kata kunci “*Notesa Nte Notutura*” pada kolom pencarian atau dengan mengakses link <https://anchor.fm/notesa-nte-notutura>. Adanya *platform* media , *podcast Notesa Nte Notutura* kemudian memanfaatkan sebagai *platform* distribusi dengan memfasilitasi berbagai fitur agar konten *podcast* dapat tayang di *Spotify, Apple Podcast, Breaker, Google Podcast, Overcast*. Pemanfaatan bertujuan sebagai salah satu cara untuk memperkuat fungsi media agar dapat memperluas jaringan audiens yang lebih beragam sehingga dapat menyebarkan pesan sehingga informasi dengan mudah dan efektif kepada audiens dengan tersedianya berbagai *platform* audio yang mendukung.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *action research* dengan tujuan memperoleh pemahaman, mengembangkan refleksi praktik, serta informasi yang berguna bagi peneliti dan sekelompok orang yang menjadi kelompok sasaran penelitian (A. Muri, 2016). Adapun penentuan jumlah informan dipilih dengan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Pujileksono, 2016). Informan berjumlah tiga (3) orang yang merupakan anggota *podcast Notesa Nte Notutura*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi selain itu penulis juga menggunakan data sekunder berupa artikel online dan data riset yang dapat menunjang penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebarluasan Konten *Podcast*

Asumsi yang dikemukakan oleh LittleJohn dan Foss (2009:978) mengungkapkan bahwa di era masyarakat informasi, audiens sudah semakin aktif dan bebas memilih media dan konten yang sesuai dengan kehendaknya dan tidak bisa lagi didikte oleh satu media saja dalam satu waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat dituntut untuk *multitasking* untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi yang sesuai dengan minat masing masing (Wijaya, 2018).

Diseminasi informasi yang dilakukan oleh *Notesa Nte Notutura* dengan cara menginternalisasi informasi melalui konten *podcast* sehingga informasi yang diberikan menjadi lebih mudah untuk dipahami dan diakses oleh masyarakat dengan adanya keunikan dan daya tarik dari *podcast*. Pemanfaatan *Anchor* sebagai aplikasi yang digunakan dalam menyebarluaskan pesan sehingga informasi yang disebarluaskan akan tersampaikan dengan mudah secara efektif kepada audiens dengan tersedianya berbagai *platform* audio yang mendukung. Walaupun radio dan *podcast* memiliki bentuk yang sama yaitu menyampaikan informasi, biasanya informasi yang disampaikan melalui radio cenderung memiliki durasi yang singkat dan tidak dapat diulang sehingga kehadiran *podcast* membuka ruang baru untuk berkarya dalam bidang audio. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Andi Rifky :

“Kalau menurut saya, podcast salah satu platform yang kalau mungkin sekarang bisa dibilang radio digital. Kalau dari saya, podcast itu radio digital. Seperti tidak bisa dipungkiri memang sudah perkembangan zaman jadi kita sering dengar podcast dari luar negeri, nah podcast ini sangat memiliki daya tarik yang tinggi. Terus kalau untuk kembali kenapa kita bikin di Kota Palu itu seperti keresahan, lahir dari keresahannya kita, dan dari setiap podcast memiliki ceritanya cuman tidak tersampaikan. Jadi dengan adanya podcast ini bisa mewedahi itu” (Wawancara tanggal 21 Oktober 2020 pukul 13.47 WITA).

Kehadiran *podcast* dengan peningkatan popularitas yang tinggi membuat, sebuah organisasi bernama *Notesa Nte Notutura* yang memiliki fokus untuk mewedahi masyarakat agar bisa bercerita mengenai berbagai topik aktual yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari bersama audiens dalam bentuk penyampaian konten *podcast*. *Podcast* ini menghadirkan suasana diskusi santai tapi serius antara host, dan narasumber seolah-olah mereka sedang bercerita dalam kehidupan sehari hari. Oleh karena itu pula *podcast* ini dinamakan *Notesa nte Notutura* yang mengambil dari kata “*Notesa*” yang berarti “bercerita” dalam Bahasa Kaili (Spotify, 2020).

Notesa Nte Notutura sebagai penyedia sumber informasi (*encoder*) dalam hal ini kemudian mengemas sebuah informasi yang didapatkan bersama narasumber dalam bentuk *podcast*. Menyusun pesan yang mendukung dalam menyebarkan informasi yang tepat

terhadap khalayak pendengar, dalam penyusunannya haruslah bersifat umum dan di mengerti banyak pendengar agar tidak terjadi kesalahpahaman bagi pendengar.

Berkaitan dengan pesan, Wilbur Schramm dalam (Effendy, 2003) memberikan beberapa kriteria yang dapat mendukung suksesnya sebuah pesan dalam berkomunikasi, antara lain:

1. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga pesan itu dapat mempengaruhi dan menarik perhatian sasaran yang di maksud.
2. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan sehingga sama-sama dapat dimengerti.

Kehadiran *podcast* yang memiliki *spreadability* yang cukup tinggi membuat media ini dapat memenuhi kebutuhan informasi dalam era digital. Jenkins Ford (2013) mengartikan, *spreadability* sebagai proses penyebarluasan atau sirkulasi informasi pada sebuah *platform* media. Pada proses *spreadability*, *podcast* mengalami peningkatan jumlah pendengar yang cukup tinggi dengan adanya *platform* penyedia *podcast*, seperti aplikasi *Anchor* yang menjadi salah satu faktor pendukung hal tersebut (Dalila & Ernungtyas, 2020). Sehingga pada tahap pengelolaan informasi hingga informasi dapat langsung disebar melewati lima elemen yang ada dalam teori informasi.

Sinyal

Pada radio dan televisi, sinyalnya adalah gelombang elektromagnetik, sinyal frekuensi radio yang ditransmisikan melalui serat optik yang tetap atau kabel coaxial. Sama halnya dengan radio, *podcast* juga memiliki sinyal terhadap tekanan udara melalui gelombang suara, walaupun dalam beberapa hal *podcast* mirip dengan medium konvensional yang mengirim pesan dari titik transmisi sentral, tetapi *podcast* dibangun dengan RSS, dan gagasan untuk memanfaatkan kemudahan sistem untuk membantu distribusi konten online (Llinares et al., 2018).

Podcast didukung RSS (*Really Simple Syndication*) sebagai mekanisme untuk mendistribusikan pesan sehingga memungkinkan pengguna berlangganan sebagian atau

semua konten sebuah situs web dengan menggunakan RSS, konten tersebut dapat disimpan di komputer atau perangkat lainnya (Help.anchor.fm, 2021).

Adapun beberapa persyaratan RSS *feed* yang harus dilengkapi untuk membantu kelancaran proses pendistribusian ke *platform* eksternal untuk menghindari penolakan distribusi, yaitu sebagai berikut :

a. Judul *Podcast* dan *Caption*

Pada setiap *podcastnya* *Notesa Nte Notutura* selalu menyertakan *caption* sebagai keterangan dari tiap episode. Penggunaan fitur ini memudahkan audiens untuk mengetahui informasi awal dari *podcast* yang telah di publish. Hal tersebut disampaikan oleh Rahmat Eko,

“Iya jadi kita tulis caption, dan informasi lain tentang siapa narasumbernya. Topik yang dibahas, supaya menarik audiens jadi mereka dapat gambaran seperti episode ini tentang pandemi contohnya.” (Wawancara tanggal 21 Oktober 2020 pukul 18.42 WITA).

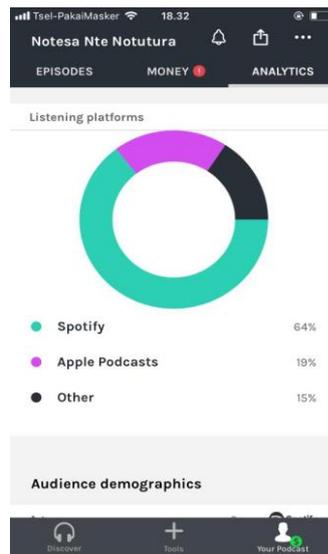
b. Sampul *Podcast*

Penggunaan judul dan *caption* merupakan hal yang wajib sebelum *podcast* dipublikasikan, adapun sampul atau *cover* juga tak kalah penting dalam kelengkapan episode *podcast* yang akan di publish. Fungsi cover yang unik dan kreatif dapat menarik minat audiens untuk mendengarkan *podcast*.

Saluran

Pemanfaatan *Anchor* sebagai saluran informasi dimanfaatkan dengan cara yang mudah sehingga tidak perlu melakukan pendistribusian secara manual dengan masing-masing *platform*. Selain itu pemanfaatan *Anchor* oleh *Notesa Nte Notutura* juga bertujuan untuk menunjukkan eksistensi di bidang *platform* audio yang populer dikarenakan *Anchor* juga membuka jalur distribusi *podcast* dari berbagai *platform* streaming musik, seperti *Spotify*. Mengacu pada data audiens melalui aplikasi *Anchor* yang berkoordinasi dengan *platform*

Spotify disebutkan sekitar 64% audiens *Notesa Nte Notutura* mendengarkan *podcast* melalui *Spotify*.



Gambar 1 Data Pendengar Berdasarkan Platform

Merujuk pada hasil survei yang dilakukan *DailySocial* yang bekerjasama dengan *JakPat Mobile Survey Platform* dengan melakukan survei terhadap 2023 pengguna ponsel pintar, hasil survei mengatakan bahwa, *Spotify* (52,02 persen) adalah layanan paling populer yang digunakan untuk mendengarkan konten *podcast* oleh responden.

Kapasitas Saluran

Kapasitas saluran dalam istilah teori komunikasi yaitu informasi yang bisa dikirimkan oleh sebuah saluran atau kemampuan sebuah saluran untuk mengirimkan apa yang dikeluarkan oleh sumber informasi (Severin, Werner J, James W. Tankard, 2007).

Keberhasilan penyebaran informasi ditentukan oleh media yang dimanfaatkan sebagai salurannya, baik yang sifatnya langsung ataupun yang termediasi teknologi. Kemampuan aplikasi *Anchor* untuk mendistribusikan *podcast* ke berbagai *platform* digital lainnya membuat *podcast* yang telah dibuat dapat didengarkan tidak hanya pada satu aplikasi, sehingga dapat dikatakan *Anchor* memiliki kapasitas saluran yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu untuk berbagi informasi.

Keberhasilan penyebaran informasi ditentukan oleh media yang dimanfaatkan sebagai salurannya, baik yang sifatnya langsung ataupun yang termediasi teknologi. Kemampuan

aplikasi *Anchor* untuk mendistribusikan *podcast* ke berbagai *platform* digital lainnya membuat *podcast* yang telah dibuat dapat didengarkan tidak hanya pada satu aplikasi, sehingga dapat dikatakan *Anchor* memiliki kapasitas saluran yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu untuk berbagi informasi. *Anchor* dalam hal ini dapat mendistribusikan *podcast* secara luas sehingga dapat terbit ke sembilan *platform* audio. Adapun sembilan platform tersebut yaitu : *Apple Podcast* (khusus untuk pengguna ios), *Sound Cloud*, *Spotify*, *Breaker*, *Google Podcast*, *PocketCasts*, *RadioPublic*, *Cast Box*, dan *platform Anchor* itu sendiri (Anchor.Fm, 2021).

Merujuk pendapat yang dikemukakan oleh Ketterer (2004) bahwa secara ideal, konvergensi media dapat membuat hasil konten *podcast* menjadi lebih baik karena adanya penggunaan sumber daya bersama antara media tradisional dan media baru untuk menyediakan informasi yang lebih menyeluruh dan luas jangkauannya sehingga memberikan keuntungan melalui variasi cara penyajian sehingga dapat mendorong penyajian yang lebih berkualitas (Asteria, 2017).

Adapun saluran media yang digunakan untuk mendukung pendistribusian dari segi promosi melalui media sosial yaitu *Instagram*. Penggunaan *Instagram* didasari oleh kemampuan dari saluran media itu sendiri yang berbentuk grafis juga menjadi salah satu penyebab penyebarannya lebih mudah. Promosi *podcast* dilakukan untuk meningkatkan jumlah pendengar dan menambah eksistensi *podcast* tersebut. Promosi tanpa media sosial juga dapat dilakukan dengan cara komunikasi interpersonal ataupun melakukan kolaborasi dengan *podcaster* lainnya.

Hal ini yang kemudian melatarbelakangi tujuan penggunaan *Anchor* oleh *Notesa Nte Notutura* agar penyebaran konten *podcast* membuat audiens dapat mendengarkan *podcast* dimana saja dan menggunakan *platform* apa saja. Sehingga proses promosi dan penyebarluasan konten dapat dikatakan seimbang.

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan, 2017) bahwa *Instagram* menyediakan fungsi informasi dengan kolom untuk mengisi berbagai informasi, seperti umur, lokasi, hobi, kegiatan dan informasi lain yang sangat dibutuhkan untuk

menentukan segmentasi pasar dalam aktivitas marketing. Dengan demikian, menggunakan gambar dalam penyebaran informasi akan memungkinkan sasaran menerima informasi lebih kuat.

Tujuan atau Sasaran

Dalam media massa, sasarannya tentu saja adalah audiens, pembaca, pendengar atau pemirsa. *Notesa Nte Notutura* dalam menyebarkan informasi telah mempertimbangkan segmentasi dari pendengar dengan bantuan aplikasi *Anchor* yang dapat memberikan data analitik terkait pendengar dengan cara mengetahui jenis kelamin, usia, dan lokasi masing-masing pendengar sehingga mempermudah *podcaster* untuk mengetahui konten apa yang sesuai dan siapa target pendengarnya.

Merujuk pada artikel yang ditulis oleh (Namira, 2020) di IDN Times diketahui bahwa pendengar *podcast* di Indonesia didominasi oleh usia 20-25 tahun, yaitu sebesar 42,12 persen. Kemudian diikuti oleh kelompok usia 26-29 dan 30-35 tahun. Hasil ini berhasil mematahkan stereotipe yang mengatakan bahwa milenial lebih menyukai hal-hal yang bersifat visual.

Berdasarkan data pendengar *podcast Notesa Nte Notutura* berdasarkan geografik wilayah yaitu 73% pendengar berasal dari negara Indonesia dan 24% berasal dari negara Amerika Serikat diikuti oleh negara lainnya yang masih berada dibawah 1%. Hal ini kemudian membuktikan penyebarluasan *podcast* melalui *Anchor* dapat memungkinkan pendengar di berbagai dunia dapat mendengarkan *podcast* dimana saja.

Penelitian yang dilakukan Edison & Triton yang ditulis oleh (Zaenudin, 2017) dalam artikel Tirto.id menunjukkan bahwa terdapat 39 juta pendengar *podcast* di Amerika Serikat pada bulan. Sementara merujuk data dari Statista (2018), 24 % orang dewasa di Amerika Serikat, mengonsumsi siaran *podcast*. Data lainnya, merujuk pemberitaan Business Insider, diestimasikan bahwa 20 persen penduduk Amerika Serikat yang berumur antara 18 hingga 49 tahun, setidaknya mendengarkan satu kali siaran *podcast* tiap bulannya.

Umpan Balik

Umpan balik atau biasa disebut *feedback* yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator. Dalam media massa, kita mempunyai banyak bentuk umpan balik dan sasaran ke sumber untuk membantu komunikator membetulkan output yang dihasilkan (Severin, Werner J, James W. Tankard, 2007). Dengan umpan balik, *Notesa Nte Notutura* dapat mengevaluasi terkait penyebaran informasi yang dilakukan. Pemberian umpan balik dapat berupa dukungan atau interaksi dari para audiens menggunakan alat bantu seperti media komunikasi. Pada penggunaan *Anchor* bentuk umpan balik yang dilakukan hanya berupa pemberian tepuk tangan (*applause*) pada ikon berbentuk tangan saat *podcast* sedang diputar (Digital, 2017).

Monezation

Pemanfaatan *Anchor* juga dapat memberikan keuntungan dari segi materi. Hal tersebut dikarenakan penggunaan aplikasi *Anchor* yang membutuhkan biaya hampir nol rupiah untuk mendistribusikan *podcast* ke berbagai *platform*. Pemanfaatan *Anchor* dalam proses pendistribusian dapat menekan biaya produksi *podcast* dikarenakan proses pendistribusian yang gratis dan tanpa harus memiliki banyak akun di berbagai *platform*. Juga tak kalah penting yaitu adalah pemberian fasilitas dengan penggunaan *Anchor* yaitu fitur monetisasi yang memungkinkan tiap *podcaster* memperoleh pendapatan dari acara mereka dengan cara Dukungan Pendengar dan *Anchor Sponsorships* (Ichi.Pro, 2019).

Merujuk pada penelitian Penelitian yang dilakukan oleh Ritter & Cho (2009) dalam (Zellatifanny, 2020) bahwa peluncuran model bisnis *podcast* sendiri pertama kali dilakukan di Amerika Serikat pada tahun 2012 dengan tujuan untuk mendukung produksi dan konsumsi konten audio secara independen. Pada tahun 2014 disebutkan bahwa angka CPM sejumlah *podcaster* ternama di AS antara \$20 dan \$45, lebih tinggi dibandingkan CPM radio atau televisi. Sementara itu, di Indonesia sendiri belum ada penghitungan CPM alias Cost Per Mille atau biaya iklan per 1000 impresi yang digunakan untuk penghitungan pembayaran iklan di *podcast*, sedangkan bagi pendengar, iklan di tengah *podcast* lebih mengganggu dan lebih

menjengkelkan daripada iklan di awal atau dari sponsor Indonesia juga belum memiliki *podcast* agensi yang menghubungkan berbagai brand dengan *podcaster*.

Proses Produksi *Podcast* *Notesa Nte Notutura*

Kemunculan *podcast* sebagai bagian dari *New media* tentu menjadi alternatif dari konten audio yang ada. Saat ini *podcast* yang tersedia di Internet dengan berbagai topik dan kategori dan dapat didengarkan sesuai dengan minat audiens membuat *podcast* makin diminati. Sifat *podcast* yang santai dan tanpa aturan mengikat layaknya media audio lainnya seperti radio yang memiliki standar operasional prosedur (SOP) produksi siaran yang harus dipatuhi setiap *broadcaster*, lain halnya dalam proses produksi *podcast* yang cenderung lebih mudah dan praktis.

Umumnya tahapan pelaksanaan proses produksi melalui tiga tahapan. Pertama, *Pra Production* atau perencanaan meliputi : penguangan ide, penentuan narasumber, dan segala perencanaan yang mendukung proses produksi dan *pasca produksi*. Kedua, *Production* adalah dimana gagasan yang terdapat pada *pra produksi* direalisasikan secara nyata untuk disajikan kepada khalayak. Ketiga, *Pasca Produksi* adalah semua kegiatan setelah produksi sampai materi siaran dinyatakan selesai dan siap disiarkan atau diputar kembali (Yusuf, 2016).

Pra Produksi

Pada tahap ini kegiatan awal yang dilakukan adalah penentuan tema/topik yang ingin dibahas melalui rapat bersama anggota tim produksi lainnya. Setelah itu dilanjutkan dengan penentuan Narasumber. Narasumber dihadirkan untuk berbagai cerita yang bisa tersampaikan dengan baik kepada pendengar dan dapat menarik minat pendengar. Narasumber memiliki peranan yang sangatlah penting sehingga pemilihan narasumber yang tepat dan berkompeten dan ahli di bidangnya sehingga relevan dengan topik yang dibahas dalam *podcast*. Contohnya pada saat Dirgahayu Republik Indonesia ke 74, *Notesa Nte Notutura* mengangkat tema spesial kemerdekaan. Pada saat itu narasumber yang dihadirkan yaitu Presidium Komunitas Bela Indonesia (KBI) Sulawesi Tengah dan Satuan Pelajar

Pemuda dan Mahasiswa Pancasila (SAPMA) Nur Korimah. *Notesa Nte Notutura* menghadirkan komunitas tersebut bukan tanpa alasan, hal ini dikarenakan Komunitas Bela Indonesia (KBI) dianggap tepat berkompeten saat mengangkat tema mengenai Kemerdekaan.

Tahap Produksi

Proses produksi *podcast Notesa Nte Notutura* terbagi atas dua proses. Proses perekaman audio dilakukan hanya dengan penggunaan Microphone. Namun apabila *podcast* ingin menampilkan visual sesuai dengan perencanaan yang dilakukan pada tahap pra produksi, maka proses produksi akan menggunakan kamera sehingga audiens dapat menyaksikan melalui *Youtube*.

Pada tahap ini proses produksi yang dilengkapi visual menggunakan kamera, umumnya dilakukan di luar ruangan (outdoor) ataupun cafe sesuai dengan kesepakatan narasumber dan host. Pada proses produksi *podcast* berbeda dengan proses produksi radio ataupun televisi yang memiliki jadwal siaran seperti live (siaran langsung) atau tapping (rekaman).

Pada proses produksi *podcast, Notesa Nte Notutura* tidak menggunakan naskah layaknya siaran radio ataupun televisi yang memiliki naskah yang dilengkapi teknik penulisan dan tanda baca yang memudahkan host. Saat proses produksi berlangsung percakapan dilakukan secara spontan layaknya obrolan santai namun tetap pada tema dan pertanyaan yang telah dikonsep sebelumnya. Gaya pembicaraan yang dipilih pun merupakan kata-kata yang biasa diucapkan sehari-hari sebagaimana kita saat berbicara dengan seorang teman.

Tahap Pasca Produksi

Tahap terakhir pada proses produksi *podcast* adalah tahapan pasca produksi. Pada tahapan ini *Notesa Nte Notutura* melakukan evaluasi terhadap hasil rekaman pada proses produksi. Sehingga kekurangan yang ditemukan dapat diperbaiki melalui proses editing. Video dan audio yang telah didapatkan merupakan bahan mentah yang masih memerlukan editing sebelum dipublikasikan. Tahapan editing kemudian hal yang penting dalam proses

Pasca Produksi, karena proses inilah tahap terakhir sebelum akhirnya *podcast* di distribusikan. setelah proses editing, tahapan selanjutnya adalah proses pendistribusian.

Pada tahap ini Notesa Nte Notutura memaksimalkan penggunaan Aplikasi *Anchor* untuk mempublikasikan *podcast* ke berbagai *platform*. Adapun proses pendistribusian menggunakan *Anchor* yaitu Setelah audio siap untuk didistribusikan. File tersebut kemudian di input kedalam aplikasi *Anchor*. Sehingga file audio masih berstatus Draft. Kemudian untuk menyiarkan. tap pada *tools publish*. Pada tahap publish *podcast* yang disiarkan diberi Isi keterangan untuk judul episode *podcast* beserta deskripsi singkatnya beserta urutan episode untuk mempermudah *Anchor* mengurutkannya dan membantu pendengar mengidentifikasi setiap episode. Selanjutnya dapat menekan *Publish Now* atau *Change publish date* jika *podcast* kalian ingin disiarkan pada hari dan jam tertentu (Winarso, 2019).

4. KESIMPULAN

Pemanfaatan *Anchor* oleh Notesa Nte Notutura sebagai *platform* distribusi *podcast* yaitu bertujuan untuk penyebarluasan informasi dalam bentuk konten *podcast* dan memperoleh pendapatan melalui *monetization*. Dalam hal ini pemanfaatan *Anchor* dianggap efektif dikarenakan dapat meningkatkan akses informasi, dengan mudah, dan terjangkau yang dapat dilakukan secara online. Adapun pada tahap pengelolaan informasi hingga informasi dapat langsung disebar melewati lima elemen yang ada dalam teori informasi yaitu, sinyal *Podcast* berupa RSS dengan kapasitas saluran pendistribusian sehingga *Anchor* mampu mendistribusikan *podcast* ke sembilan *platform* dengan media promosi menggunakan *Instagram* serta mempertimbangkan segmentasi audiens dan memberikan umpan balik berupa interaksi melalui kolom komentar sosial media.

Pada proses produksi, umumnya telah berjalan dengan baik, proses ini sangat mudah dan tidak memerlukan banyak biaya dan melewati tiga tahap yaitu *pra produksi*, *produksi* dan *pasca produksi*. Pada tahapan *pra produksi*. Pada tahap ini kegiatan awal yang dilakukan pada proses *pra produksi podcast* adalah penentuan tema/topik dan penentuan narasumber. *Produksi* (perekaman audio) *podcast Notesa Nte Notutura* diawali dengan proses *vocal*

recording menggunakan microphone yang dilengkapi earphone. *Pasca produksi* (editing, distribusi) pada proses ini audio yang dihasilkan pada proses produksi akan diolah dengan menambahkan musik dan memperbaiki kualitas audio. Selanjutnya setelah proses editing yaitu proses pendistribusian. Pada tahap ini *Notesa Nte Notutura* memaksimalkan penggunaan aplikasi *Anchor* untuk mempublikasikan *podcast* ke berbagai *platform*.

5. DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri, Y. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenada Media.
- Anchor.Fm. (2021). Say it All With Anchor. *Anchor.Fm*. <https://anchor.fm/>
- Anchor. (2021). *Memperkenalkan Anchor baru: tampilan yang lebih baik untuk berbagi cerita*. Anchor by Spotify Blog. <https://id.blog.anchor.fm/updates/rebrand>
- Asteria, D. (2017). Peningkatan Gaya Hidup Sehat dalam Pemanfaatan Konvergensi Media. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 51(64).
- Dalila, N., & Ernungtyas, N. F. (2020). Strategi Storytelling, Spreadability dan Monetization Podcast Sebagai Media Baru Komedi. *JURKOM: Jurnal Riset Komunikasi*, 3(2), 140–160.
- Digital, U. (2017). Jadi Penyiar Radio Streaming dengan Aplikasi Anchor. *Urbandigital.Id*. <https://urbandigital.id/anchor-siaran-radio-streaming-mobile/>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Fachri, M. (2015). Media Radio Redup Secara Bisnis, Tak Tergantikan Secara Sosial. *Prismajurnal.Com*. <https://prismajurnal.com/issues.php?id=%7B047BEF9E-3D76-C9C2-AED4-131CB273BE92%7D&bid=%7B73440ADF-F9D9-4C28-003C-11AAADF11BA6%7D>
- Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Jurnal Kajian Jurnalisme*, 1(1), 90–104. <https://doi.org/10.24198/kj.v1i1.10562>
- Help.anchor.fm. (2021). Mengirimkan podcast ke Google Podcasts untuk didistribusikan. *Help.Anchor.Fm*. <https://help.anchor.fm/hc/id/articles/4403264797723-Mengirimkan-podcast-ke-Google-Podcasts-untuk-didistribusikan>
- Holmes, D. (2005). *COMMUNICATION THEORY MEDIA, TECHNOLOGY AND SOCIETY*. Sage Publication.
- Ichi.Pro. (2019). Memperkenalkan Anchor Sponsorships, platform periklanan podcast untuk semua orang. *Ichi.Pro.Id*. <https://ichi.pro/id/memperkenalkan-anchor-sponsorships-platform-periklanan-podcast-untuk-semua-orang-89234131821355>
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran

Modern Pada Batik Burneh. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).

Llinares, D., Fox, N., & Berry, R. (2018). *podcasting* (1st ed.). Springer International Publishing;Palgrave Macmillan.

Namira, I. (2020). 7 Fakta Perkembangan Podcast di Indonesia, Makin Banyak Penggemarnya!. *Idntimes.Com*. <https://www.idntimes.com/tech/trend/izza-namira-1/perkembangan-podcast-di-indonesia>

Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Cetakan Ke). Intrans Publishing.

Rane. (2020). Survei Podcast Indonesia 2019. *Suarane.Org*. <https://suarane.org/surveipodcast2019/>

Severin, Werner J, James W. Tankard, J. (2007). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa. Edisi kelima. Cet ke-2*. Kencana.

Spotify. (2020). *Podcast Notesa Nte Notutura*. *Spotify.Com.Id*. <https://open.spotify.com/show/6IRJ9voz392J5yKJ8HvWnc>

Wijaya, V. H. (2018). Pengembangan media podcast topik misteri. *Fti Umn*, 53(9), 1–15.

Winarso, B. (2019). Panduan Membuat Podcast dengan Mudah Menggunakan Aplikasi Anchor. *Triknet.Com*. <https://help.anchor.fm/hc/id/articles/4403264797723-Mengirimkan-podcast-ke-Google-Podcasts-untuk-didistribusikan>

Yusuf, F. (2016). *ANALISIS PROSES PRODUKSI PROGRAM BERITA RADIO METRO MULAWARMAN SAMARINDA*. 4(3), 98–111.

Zaenudin, A. (2017). Hikayat Podcast. *Tirto.Id*. <https://tirto.id/hikayat-podcast-cufm>

Zellatifanny. (2020). Tren Diseminasi Konten Audio on Demand melalui Podcast: Sebuah Peluang dan Tantangan di Indonesia Trends in Disseminating Audio on Demand Content through Podcast: An Opportunity and Challenge in Indonesia. *Jurnal Pekommas*, 5(2), 117–132.