

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

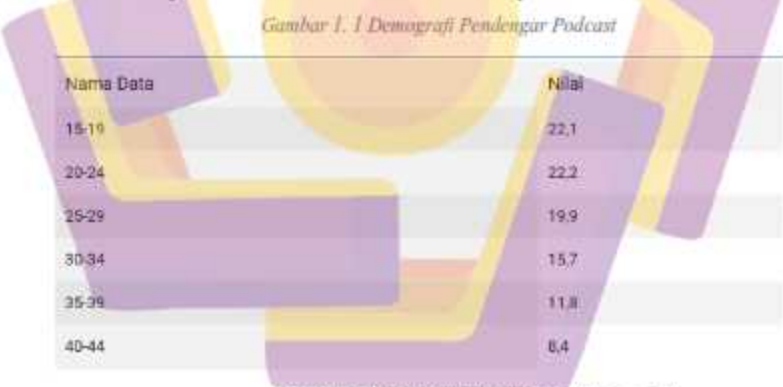
Di era teknologi yang serba cepat dan canggih ini, industri kreatif dan bisnis mendapat manfaat secara tidak langsung. Salah satu dampak positif dari industri kreatif adalah kemampuan untuk mendapatkan pengetahuan dengan tujuan inovasi pembuatan produk serta membantu pengambilan keputusan yang bijak dan terarah. Melansir dari data Kementerian Komunikasi dan Informatika melalui Siaran Pers No. 80/HM/KOMINFO/01/2024 sebanyak 221,563,479 jiwa penduduk dari total populasi 278,6 juta jiwa terkoneksi dengan internet. Angka tersebut menunjukkan bahwa tingginya penggunaan internet dikalangan masyarakat dalam aktifitas harian mereka. Hal ini merupakan sebuah peluang besar yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha atau perusahaan untuk menjangkau konsumen dengan cara pemasaran digital.

Namun diperlukan sebuah strategi yang berkaitan dengan manajemen produksi agar memperlancar proses pembuatan program sebagai penunjang pemasaran digital pada organisasi atau perusahaan. Menurut Onong Uchjana (2007), mendefinisikan strategi merupakan sebuah perencanaan khusus dalam sebuah kegiatan untuk mencapai tujuan khusus. Sedangkan menurut Irfan Fahmi (2012), menyatakan bahwa manajemen produksi adalah sebuah tindakan yang dilakukan perusahaan dalam mempergunakan ilmu dan seni untuk mengatur orang-orang agar mencapai hasil produksi yang diinginkan. Manajemen produksi yang baik akan menghasilkan konten yang berkualitas, sesuai dengan tema, dan efisien. Menurut Morris (2008) proses manajemen produksi dalam perspektif media penyiaran dimulai dari proses perencanaan, pengarahan, sampai dengan pengawasan. Proses tersebut didalamnya meliputi berbagai hal seperti penentuan ide konten, penentuan tema, latar tempat, riset topik penyusunan jadwal rilis. Apabila strategi manajemen produksi dapat dijalankan dengan baik maka program yang diproduksi akan sukses, berkualitas tinggi,

dapat mengatasi segala permasalahan saat produksi, bersifat informatif, dan menarik bagi penonton.

Podcast merupakan salah satu konten populer yang saat ini mendapat banyak atensi kalangan masyarakat yang tersebar pada platform digital seperti *YouTube*, *Spotify*, *PodMe*, *Noice*, *Google Podcast*, *Apple Podcast*, dan *Anchor* (Cin & Utami, 2020). Podcast merupakan representasi dari perkembangan teknologi dalam hal saluran komunikasi dengan melahirkan inovasi media baru yang berasal dari kata *ipod* dan *broadcasting*. Konsepnya adalah sebuah aktifitas komunikasi yang direkam dengan *output* berupa audio maupun audio visual yang melibatkan dua orang atau lebih dengan mengangkat topik pembicaraan atau tema tertentu. Di Indonesia demografi pendengarnya sebagian merupakan kalangan muda yaitu *Millennial* dan *Gen Z*. Melansir data dari Databoks Katadata pada tahun 2021 sebanyak 22,1% untuk pendengar podcast berusia 15-19 tahun, 22,2% berusia 20-24 tahun, 19,9% berusia 25-29 tahun, 15,7% berusia 30-34 tahun, 11,8 persen berusia 35-39 tahun, dan 8,4 persen berusia 40-44 tahun.

Gambar 1.1 Demografi Pendengar Podcast



Nama Data	Nilai
15-19	22,1
20-24	22,2
25-29	19,9
30-34	15,7
35-39	11,8
40-44	8,4

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Dalam kesempatan ini, penulis menjadi produser dalam pembuatan program podcast audio visual yang berjudul *Selingan Banyak Manfaat* (SEBAT). Program tersebut merupakan program edukasi tentang wawasan bertema religi dan pengetahuan mengenai sejarah nabi yang berkolaborasi dengan PT Elex Media Komputindo. Alasan pemilihan tema program adalah dalam rangka mempromosikan dari produk buku dari Elex Media Komputindo.

Program ini juga merupakan salah satu langkah yang diambil oleh perusahaan penerbitan buku Elex Media Komputindo dalam merespon perkembangan teknologi dalam hal pemasaran digital berupa promosi produk buku melalui program podcast. Selain itu, pemilihan tema juga disesuaikan dengan momentum karena bertepatan dengan bulan suci Ramadhan. Topik pembahasan yang diambil adalah mengenai cerita nabi karena mengadopsi dari produk buku penerbit Quanta Books yang merupakan divisi penerbitan buku Islami dibawah naungan penerbit Elex Media Komputindo. Program tersebut mirip dengan sebuah *talkshow*, namun yang membedakan adalah video podcast dapat dibawakan dengan santai, fleksibel dalam format durasi, terdapat ajakan berinteraksi dengan penonton (satu arah), dan tersedia *on-demand* di Internet. Adapun tujuannya adalah sebagai wadah bagi mahasiswa untuk bereksperimen dan menerapkan materi yang telah dipelajari terkait *broadcasting*. Dalam konteks Ilmu Komunikasi, podcast merupakan sebuah saluran dalam rangka penyampaian pesan untuk menjangkau audiens secara luas. Podcast dapat dikatakan sebagai *digital storytelling* karena memiliki ciri dalam pengemasan program yaitu menyampaikan pesan dengan gaya bercerita dan berdialog. *Storytelling* adalah sebuah teknik bercerita pada sebuah kisah dalam bentuk dialog dengan pengaturan adegan (Thaba dalam Dalila, 2020). Penulis memilih Teknik *storytelling* dalam pembuatan podcast SEBAT karena memiliki gaya penyajian dengan cara kreatif dan menarik. Penerapan teknik *storytelling* dalam sebuah podcast akan sangat mempermudah untuk menjangkau audiens karena memperluas pembahasan pesan dan memungkinkan untuk memasukan sebuah pesan promosi yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Platform digital menurut Wahidin dan Nurdiansyah (2022) merupakan sebuah perangkat lunak dengan sistem otomatis yang menggantikan proses manual dan merubah cara interaksi masyarakat secara signifikan. Dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan platform YouTube sebagai media distribusi karya karena merupakan platform digital yang banyak diakses oleh masyarakat. YouTube memberikan berbagai sajian tontonan kepada penggunanya berupa konten audio visual baik itu konten hiburan ataupun konten

edukasi wawasan sosial. Berbagai tontonan seperti konten video podcast, konten video edukasi pendidikan, kajian dakwah, dokumentasi sejarah Islami, film pendidikan karakter anak, pengetahuan umum dan masih banyak lagi (Lingga et al., 2019). Menurut Hariyanto dan Putra (2022), alur kerja YouTube sebagai media adalah memfasilitasi pengguna untuk membagikan *output* karya mulai dari gambar, audio, dan pesan *text* berupa *caption*. Terdapat peluang bisnis pada YouTube yang berhubungan dengan promosi penjualan produk bagi perusahaan-perusahaan yang mau untuk beradaptasi dan mempelajari bagaimana cara untuk membuat konten promosi yang relevan. Platform ini cocok sebagai media distribusi konten karena memiliki jangkauan yang sangat luas dan memungkinkan untuk meningkatkan kesadaran merk dari produk perusahaan. Dengan jumlah pengguna yang begitu banyak, YouTube saat ini bukan hanya menjadi media penyebaran informasi tetapi juga dapat menjadi media yang efektif untuk mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen. Mengutip data dari We Are Social dan Hootsuite dalam artikel yang dimuat oleh media bernama Databoks menyatakan bahwa ada 2,51 miliar pengguna YouTube di seluruh dunia pada bulan Januari 2023.

Gambar 1. 2 Jumlah pengguna YouTube

Rtg.	Nama Data	Nilai
1	India	487.000.000
2	Amerika Serikat	346.000.000
3	Brazil	181.000.000
4	Indonesia	179.000.000
5	Meksiko	91.800.000
6	Jepang	106.400.000
7	Rusia	71.700.000
8	Jerman	70.900.000
9	Italia	63.000.000
10	Turki	57.800.000

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

PT. Elex Media Komputindo yang merupakan penerbit buku dibawah naungan dari Kompas Gramedia Group yang merupakan kelompok media terbesar di Indonesia. Sebagai bagian dari kelompok media dan penerbitan buku terbesar di Indonesia dibawah naungan Kompas Gramedia Group, Elex Media

Komputindo didirikan dengan tujuan untuk menjadi agen pembaharu bangsa dengan membangun dan menjaga masyarakat yang profesional, bermoral, menjunjung tinggi demokrasi, toleran terhadap perbedaan ras, suku, atau agama, dan setia pada Negara Kesatuan Republik Indonesia. Misinya adalah terus berupaya memberikan informasi yang mencerdaskan, mencerahkan, dan berkualitas kepada masyarakat dan negara Indonesia. Elex Media Komputindo berdiri pada 15 Januari 1985 yang sudah menerbitkan lebih dari 20 ribu judul buku. Produk buku yang dihasilkan memiliki banyak macam, seperti komik (manga), majalah komik, majalah IT, buku pendidikan, novel, komputer, sains populer, bisnis, dan buku-buku yang lain. Elex Media Komputindo memanfaatkan YouTube dengan mengisi berbagai konten seperti bedah buku dengan penulis, trik menulis buku, dokumentasi acara rilis buku, dan lain-lain. Segala konten yang dibuat pada media sosial khususnya YouTube merupakan bentuk strategi pemasaran digital yang bertujuan untuk menjangkau target konsumen dan mempertahankan eksistensinya sebagai penerbit buku dimasyarakat.

Dari penjelasan latar belakang tersebut, penulis mengambil fokus penelitian mengenai *Strategi Manajemen Produksi Konten Video Podcast Selingan Banyak Manfaat yang Diproduksi Elex Media Komputindo*. Mengingat pada setiap proses memproduksi sebuah program memerlukan *step by step* yang memakan waktu tidak sebentar. Dengan adanya manajemen produksi dalam proses pembuatan video podcast SEBAT akan memudahkan setiap prosesnya untuk mencapai tujuan bersama. Melalui karya ini, penulis yang merupakan produser berusaha menjabarkan mengenai rangkaian pembuatan sebuah program mulai dari tahap penentuan ide sampai dengan tahap eksekusi dengan harapan dapat memberikan pandangan baru kepada pembaca.

1.1. Manfaat Penciptaan Karya

a. Manfaat Akademis

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan wawasan dan pemikiran baru mengenai sebuah proses menciptakan inovasi

untuk menemukan ide program baru yang berjudul “Selingan Banyak Manfaat (SEBAT)” pada platform YouTube Redaksi Elex Media Komputindo. Berikut hal hal yang didapat pada saat menciptakan program ini secara akademis :

- Pengembangan ilmu mengenai broadcasting yang telah dipelajari untuk diterapkan langsung pada proses produksi video podcast
- Pemahaman mendalam mengenai Digital Marketing yang digabungkan dengan *Broadcasting* dalam menciptakan sebuah inovasi baru
- Proses mendapatkan portofolio baru mengenai keterlibatan dalam menciptakan konten video podcast pada sebuah perusahaan penerbitan buku.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diperoleh dari penelitian ini adalah memberikan gambaran secara langsung pada proses pembuatan program sebagai upaya untuk memberikan kontribusi positif terhadap perusahaan untuk memaksimalkan proses penjualan produk serta menjalankan strategi digital marketing perusahaan penerbit buku Elex Media Komputindo.

Hal-hal tersebut meliputi :

- Pemahaman mengenai proses berpikir dan merespon apa yang sedang terjadi disekitar untuk dimanfaatkan sebagai ide konten untuk memberikan aspek visual yang menarik.
- Pemahaman mengenai video podcast yang dapat menjadi sarana komunikasi yang diimplementasikan sebagai digital marketing
- Meningkatkan keterampilan teknis, karena penulis pada program ini memegang seluruh teknis mulai dari produserial, merekam video, audio, membuat *motion graphic*, logo, *bumper*, dan *meme video*