

## Manajemen Produksi Program Podcast “Action Nihil”

Ardita Febrianti<sup>1</sup>, Widiya Yutanti<sup>2\*</sup>

\*Corresponding Author: arditafeb725@gmail.com, widiya\_yutanti@umm.ac.id

<sup>1,2</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang

DOI: 10.22219/jurnalsospol.v9i2.29736

### Abstract

Podcast Action Nihil is a program managed by the Lembaga Sensor Film that airs on the Official YouTube of the Lembaga Sensor Film. Podcast Action Nihil was established in 2022 which had the initial goal of introducing members of the Lembaga Sensor to the public. The purpose of this study is to determine the activities of the production management of program Podcast Action Nihil Lembaga Sensor Film. This research uses a qualitative approach with a descriptive type aimed at explaining things in general clearly and coherently. Data collection is done through documentation, observation, and interview techniques. The object of this study is Podcast Action Nihil Management at the Lembaga Sensor Film, and the subject of this study is the Podcast Action Nihil team and uses George's theory. R. Terry. The result of this research is that there is a long production process for each show through the POAC technique to be structured, and Podcast Action Nihil has implemented it well.

### Abstrak

*Podcast Action Nihil* merupakan sebuah program yang dikelola oleh Lembaga Sensor Film yang tayang pada YouTube Resmi Lembaga Sensor Film. *Podcast Action Nihil* berdiri pada tahun 2022 yang memiliki tujuan awal untuk mengenalkan anggota Lembaga Sensor kepada publik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kegiatan dari manajemen produksi program *podcast Action Nihil* Lembaga Sensor Film. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif bertujuan untuk menjelaskan secara umum, jelas dan runtut. Pengumpulan data melalui teknik dokumentasi, observasi serta wawancara. Objek Penelitian ini adalah Manajemen *Podcast Action Nihil* Lembaga Sensor Film serta Subjek penelitian ini tim *podcast Action Nihil* dan menggunakan POAC teori George. R, Terry penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengeksplorasi sistem kecerdasan buatan (*artificial intelligence systems*) dengan studi manajemen secara efektif dapat meningkatkan kompetensi sumber daya manusia. Hasil dari penelitian ini yaitu adanya proses produksi yang panjang untuk setiap tayangannya melalui teknik POAC agar terstruktur dan *Podcast Action Nihil* sudah menerapkan dan melaksanakannya dengan baik.

### Keywords

*Action Nihil, Lembaga Sensor Film, Manajemen Produksi, Podcast, Youtube.*

### Article History

Received October, 19  
Revised December, 25  
Accepted December, 28  
Published December, 31

### Corresponding Author

Ardita Febrianti.  
Jl.Raya Tlogomas No. 46,  
Lowokwaru, Kota Malang, Jawa  
Timur 65161

## Pendahuluan

Pesatnya pertumbuhan industri kreatif membawa dampak positif untuk kemajuan teknologi yang telah diaplikasikan dengan benar dan tepat. Perkembangan teknologi komunikasi sangat berkembang dengan pesat, di Indonesia media baru atau media digital terus bermunculan dengan inovasi yang sangat lengkap, canggih, dengan berbagai macam fitur-fitur yang sangat bermanfaat serta mempermudah di kehidupan sehari-hari. Menurut sumber Meltwear data tahun 2022 memaparkan bahwa *platform* Youtube memiliki jangkauan potensi sebesar 139 juta penonton serta memiliki persentase sebesar 65,3% terhadap Youtube *ad vs* total pengguna internet dan memiliki peluang jangkauan sebesar 106.5 juta terhadap persentase Youtube *advertising* pengguna Youtube umur 18 tahun ke atas.

Hal ini juga dijadikan sebagai momentum Lembaga Sensor Film Republik Indonesia (LSF RI) untuk mengembangkan inovasi dan kreativitasnya dengan cara memanfaatkan *platform* media Youtube sebagai sarana komunikasi dan informasi melalui program *podcast* “Action Nihil”. *Podcast* merupakan inovasi baru oleh media audio atau rekaman audio, terdiri dari percakapan, monolog ataupun obrolan panjang dengan topik tertentu yang dibahas dalam satu tayangan atau episode. Melalui *podcast* ini, khalayak dapat memperoleh informasi dengan sendirinya dengan berbagai macam sumber pilihan dan tentu saja menyebarkan melalui *new media*. (Fadilah et al., 2017). *Podcast* di Indonesia juga sangat digemari dan sering dinikmati oleh pendengar di Indonesia, data yang dipublikasikan GlobalWebIndex (GWI) persentase *podcast* Indonesia merupakan terbesar kedua pada kuartal II 2021 sebesar 33,2%.

*Podcast* di Indonesia semakin berkembang, kemudahan untuk membuat sebuah *podcast* juga lebih mudah, pendistribusian *podcast* juga sangat *simple* dan fleksibel. Saat ini masyarakat dapat membuat *podcast* tanpa biaya yang mahal, saat ini sudah banyak bermunculan inovasi aplikasi *streaming* yang memudahkan *podcasters* untuk merambah dunia *podcast* seperti *Noice*, *Spotify*, *PodMe*, *Anchor*, *Google Podcast* dan *Apple Podcast*. (Cin & Utami, 2020). Sesuai dengan karakteristiknya *podcast* menyesuaikan dengan kemauan dan keinginan pendengar dan juga *podcast* tidak ada ketentuan khusus mengenai tema, jadi banyak *podcasters* bebas memilih tema karena itu *podcast* semakin diminati. Kemungkinan *podcast* akan terus berkembang semakin pesat dan dimintai, yang di mana *podcast* ini salah satu media alternatif, yang di mana juga kreativitas penggunaanya juga ditentukan karena tidak hanya dipengaruhi oleh isi juga dipengaruhi oleh perkembangan media.

Selain itu juga media Youtube digunakan karena LSF berada di bidang *audio visual*, maka dari itu media yang dipilih adalah Youtube yang tujuannya untuk mengenalkan Lembaga Sensor Film, dinamika serta seluk beluk perfilman kepada publik. Dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, meliputi hukum, perkembangan industri film, undang-undang perfilman, keaktoran, ataupun pengalaman bermain dengan tujuan LSF ingin memberikan pengetahuan mengenai film dan juga pengetahuan tentang Lembaga Sensor Film ini sendiri.

Mengubah budaya baru atau kultur budaya lama untuk menghilangkan stigma masyarakat terhadap LSF, seperti Lembaga Sensor Film lembaga yang kaku, selain itu LSF dianggap mematikan industri perfilman, memotong bagian film yang dianggap melanggar atau tak layak untuk ditayangkan kepada publik yang beranggapan mengubah jalan cerita film dan *gap* tentang pandangan Lembaga Sensor Film kepada khalayak. Dikutip dari majalah Lembaga Sensor Film menyatakan *podcast* dipilih bukan sebagai mengikuti *trend* semata, melainkan telah melalui survei yang telah dilakukan Komisi III LSF berpendapat bahwa *podcast* cukup efektif menjangkau generasi milenial meliputi generasi Z yang menjadi target penonton tayangan *podcast* “Action Nihil”. (Lembaga Sensor Film, 2022, 40-41). Kata “Action Nihil” terdiri dari dua makna yaitu, *Action* dan Nihil. *Action* memiliki arti ikon dari film, sedangkan Nihil ikon dari Lembaga Sensor Film. Nihil juga dapat diartikan sebagai tidak ada catatan, koreksi, atau revisi, jika digabungkan keduanya memiliki filosofi yang berarti sebuah program yang tidak ada catatan atau revisi tetapi tetap sesuai dengan klasifikasi dan sesuai dengan dunia perfilman.

Meninjau lebih dalam, jika dilihat dari interaksi *audience podcast* “Action Nihil” Lembaga Sensor Film kurang adanya umpan balik atau interaksi yang intens. Andi Muslim selaku Ketua

Subkomisi Media Baru menyampaikan bahwa Lembaga Sensor Film Perlu membuat wadah atau jembatan baru untuk masyarakat agar tidak terjadi *communication gap* (Muslim A, 2023).

Dengan memanfaatkan momentum tersebut Lembaga Sensor Film bisa mengurangi *gap* yang ada dengan cara memberikan edukasi kepada masyarakat dan program Podcast Action Nihil masuk dalam program unggulan dari Lembaga Sensor Film yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai dunia perfilman kepada publik dan pengetahuan terhadap Lembaga Sensor Film itu sendiri dengan berbagai macam sudut pandang, seperti dunia perfilman, hukum, perundang-undangan, keaktoran hingga pengalaman bermain. *Podcast Action Nihil* didirikan pada tahun 2022 dibawah naungan Lembaga Sensor Film, melalui program ini juga membuka jalan yang terbuka bagi masyarakat, yang dimana akan terjalin interaksi yang lebih baik lagi dengan menghasilkan video-video yang berkualitas. *Podcast* yang berformat *audio visual*, memberikan ruang atau kebebasan berinovasi sesuai dengan ciri khas LSF. *Podcast* akan memiliki daya tarik tersendiri bagi *audience*, yang di mana *podcast* dapat menjadi sarana komunikasi dua arah antara LSF dan masyarakat. Selain itu program Podcast Action Nihil memiliki keunikan adalah program ini dikelola oleh lembaga non struktural negara, jika biasanya lembaga memiliki citra yang kaku, untuk program podcast Action Nihil ini dibuat santai, tidak kaku dengan tujuan menghindari formalitas sebagai lembaga.

Melalui upaya ini dapat menjadi sarana komunikasi, serta sarana edukasi kepada publik mengenai pemahaman Lembaga Sensor Film seperti memberikan pengetahuan mengenai klasifikasi usia serta edukasi *campaign* budaya sensor mandiri. Penelitian ini meneliti serta menganalisis secara keseluruhan manajemen produksi *podcast* “*Action Nihil*” Lembaga Sensor Film sehingga mendapatkan tayangan atau tontonan yang berkualitas, mengedukasi, diminati oleh masyarakat dan menghilangkan *communication gap* di masyarakat. Menurut Arturo selaku produser *podcast* menyatakan bahwa Sebagai *stakeholder* Lembaga Sensor Film ingin mengenalkan dunia film kepada publik dengan perantara LSF, dimana Lembaga Sensor Film dan Perfilman serta orang-orang film harus saling bersatu, dengan harapan media yang digunakan tidak lagi adanya jarak antara lembaga dan saling mendukung juga saling memahami apa tugasnya masing-masing. Selain itu, Lembaga Sensor Film Perlu membuat wadah atau jembatan baru untuk masyarakat agar tidak terjadi *communication gap*” (Gunapriatna, A. 2023)

Dengan membuat *podcast* yang secara terstruktur, promosi yang efektif, akan menambahkan *engagement* pada tayangan *podcast* guna menambah popularitas dari *podcast Action Nihil* sendiri untuk mencapai target atau *goals* yang dimiliki yaitu ingin dikenal banyak orang. Guna mendukung pembahasan dalam penelitian ini terdapat penelitian serupa yang membahas mengenai manajemen podcast, berikut ini rincian literatur dari penelitian terdahulu, riset dari rizky widiyawati mengenai manajemen podcast program siaran “Kampung Radio” yang mengimplementasi empat strategi produksi manajemen (Widiyawati et al., 2017). Lalu peneliti terdahulu yang ditulis oleh Rifki Ihsan, Ari Wijayanto dan Irfan bahwa penelitian ini dilakukan cukup panjang untuk memproduksi sebuah konten melewati 3 alur proses produksi mulai dari pra produksi, produksi sampai pasca produksi (Ihsan et al., 2023). Selain itu terdapat pula penelitian dari Dyah, Munadiah dan Tanaya yang menghasilkan bahwa podcast *firasat wirang Kilat TV* telah melakukan proses produksi dan pemasaran program yang efektif, sesuai serta efisien dengan menggunakan manajemen produksi yang baik dan terstruktur (Tanaya et al., 2020). Dari beberapa literatur yang ada terdapat kesamaan

yaitu menggunakan teknik manajemen produksi untuk menciptakan suatu produk, selain itu kesamaan lainnya terdapat pada proses yang dimana sangat memperhatikan proses produksi, pra produksi dan pasca produksi yang sesuai dengan *standart operational procedure* yang telah ada dan serta kesamaan lainnya yaitu pentingnya kerja sama tim untuk menciptakan hasil yang sesuai dengan harapan dan tujuan awal.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menampilkan data apa adanya seperti tingkah laku yang telah diamati dari orang yang telah diteliti yang menghasilkan data deskriptif tulisan maupun lisan (Suyanto, 2011:166). Selain itu menggunakan juga tipe penelitian tipe deskriptif kualitatif, dapat diartikan sebagai penelitian untuk mengumpulkan beberapa informasi mengenai suatu gejala yang sedang dipaparkan sesuai dengan keadaan yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai suatu objek atau gambaran kelompok orang tertentu. Penelitian deskriptif kualitatif mendeskripsikan serta menafsirkan data yang berkaitan dengan sikap, situasi dan juga pandangan masyarakat (Rusandi & Muhammad Rusli, 2021). Secara umum penelitian ini yaitu untuk melihat secara keseluruhan, fakta-fakta yang berkaitan dengan manajemen produk podcast Action Nihil untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam penelitian ini menggunakan dasar penelitian studi kasus, yaitu upaya orisinil untuk menyelidiki fenomena atau kasus dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2019). Fenomena yang dimaksud adalah pengelolaan produksi program podcast Action Nihil Lembaga Sensor Film.

Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan pada periode bulan Maret hingga Juni 2023. Dalam studi kasus, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kekuatan dalam pengumpulan data observasi partisipan berpatok pada observasi prosedural valid di lapangan. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian adalah wawancara terbuka, menggunakan *purposive sampling* sebagai metode penentuan sumber data dengan beberapa menyiapkan pertanyaan mengenai proses produksi dan keberhasilan podcast Action Nihil sebagai pedoman wawancara dengan informan yang diwawancarai ini adalah Arturo selaku produser Podcast Action Nihil, Andi Muslim selaku ketua Subkomisi media baru, dan Noorca M Massardi selaku ketua Subkomisi dialog dan evaluasi serta konseptor konten. Informan yang dipilih memenuhi dalam 3 kategori penelitian diantaranya paham mengenai podcast, pengelola podcast dan berada pada lingkungan lembaga sensor film.

Data wawancara dilengkapi dengan data observasi serta dokumentasi inkuiri, yaitu rekaman audio dan dokumentasi foto sesudah wawancara. Selain itu dilengkapi dengan dokumen yang berkaitan dengan penelitian. Dokumen berupa file, catatan organisasi, daftar nama serta rekomendasi. Triangulasi bukti mengaplikasikan dokumen berfungsi sebagai menguatkan data atau bukti yang ada guna untuk memvalidasi data. Selanjutnya data dianalisis secara mendalam guna memvalidasi dengan pemilihan data yang telah digunakan, peneliti melakukan pengelompokan topik tertentu, tema pokok, pertanyaan tertentu serta memakai tabel untuk mencari pola tertentu. Terakhir, setelah selesai peneliti dapat mendiskusikan hasil penelitian dan menyampaikan rekomendasi atau saran (Prihatsanti et al., 2018).

## Hasil dan Pembahasan

Dalam mengelola sebuah program dibutuhkan *Standard Operation Procedure* atau SOP yang terstruktur, manajemen produksi yang tetap dimulai dari sebelum proses produksi, produksi dan setelah produksi. Penelitian ini menggunakan acuan teori dari George R. Terry, yaitu teori POAC. POAC adalah sebuah akronim yang dikenal dalam kajian manajemen, yang meliputi *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengorganisasian), *Actuating* (penggerakan), dan *Controlling* (pengawasan). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen produksi program podcast Action Nihil sebagai sarana komunikasi serta mengenalkan Lembaga Sensor Film kepada publik tentang dinamika atau seluk-beluk perfilman kepada publik dari segala sudut, meliputi hukum, undang-undang perfilman, pengalaman bermain, keaktoran, penyutradaraan serta industri film melalui perantara LSF. Berdasarkan uraian tersebut berikut ini adalah hasil serta pembahasannya:

### 1. Manajemen Perencanaan Produksi Program Podcast Action Nihil

Perencanaan awal atau tahapan awal meliputi penetapan bintang tamu, topik podcast atau ide konten, Lokasi, serta penyusunan acara. Dengan memiliki SOP (*Standard Operation Procedure*) akan mempermudah proses produksi secara maksimal.

#### a. Perencanaan *Target Audience*

*Podcast* Action Nihil ini memiliki target *audience* yang disasar adalah semua kalangan, tetapi dikhususkan juga untuk generasi muda atau generasi milenial yang disebut juga dengan Gen Z yang terikat dengan sosial media. Berdasarkan hasil survei Jakpat memaparkan bahwa podcast yang dapat didengarkan dari internet ini di Indonesia didominasi oleh anak muda dengan umur 15-24 tahun sebesar 22,2%. Tujuan dari LSF untuk memanfaatkan media podcast ini sebagai jembatan antara khalayak untuk menghilangkan communication gap serta untuk menghindari formalitas sebagai lembaga dengan harapan agar publik dapat mengapresiasi LSF, lalu podcast ini dapat dinikmati oleh semua kalangan.

#### b. Perencanaan Topik atau Tema Konten

Peneliti mengajukan pertanyaan kepada subjek penelitian mengenai tema konten yang digunakan pada *podcast* Action Nihil Lembaga Sensor Film ini. Menurut Arturo tema podcast Action Nihil tidak memiliki ketentuan khusus. Lembaga Sensor Film awalnya hanya ingin memperkenalkan anggota LSF kepada publik saja akan tetapi, Lembaga Sensor juga ingin dekat dengan publik serta publik mengetahui lebih dalam tentang LSF dengan memanfaatkan *podcast* tersebut. Untuk penentuan topik sendiri tidak jauh dari ranah LSF, dengan isi *podcast* yang mudah dipahami, *relate* dengan kehidupan sehari-hari dan berisikan informasi yang dibutuhkan oleh publik. Tema yang diambil seperti perundang-undangan film, isu-isu mengenai film, keaktoran, Penyutradaraan, Pengalaman bermain, Perfilman, personal film, hingga industri televisi. Selain tema tersebut adapun tema yang menyesuaikan seperti tema yang memperingati hari film dan bulan ramadhan. Dalam pemilihan tema sudah ditentukan oleh produser podcast Action Nihil sendiri, memberikan tema yang menarik mengenai perfilman yang bertujuan untuk mengenalkan dunia film kepada publik dengan perantara Lembaga Sensor Film sekaligus untuk pendekatan karena LSF menjadi *stakeholders* perfilman, dengan harapan media yang digunakan ini tidak lagi ada jarak antara lembaga yang dianggap merintang film dan saling mendukung, memahami apa tugasnya masing-masing dan memilih tema yang tepat serta memanfaatkan beberapa momentum akan memberikan keuntungan serta menambah popularitas program ini.

### c. Perencanaan Bintang Tamu

Perencanaan bintang tamu atau narasumber ini menyesuaikan tema yang akan dipilih, awalnya hanya anggota Lembaga Sensor Film sebagai narasumber, lalu merambah ke penulis, aktor, aktris, sutradara, produser, pemain film. bintang tamu yang dipilih sesuai dengan *background* Lembaga Sensor Film yaitu *public figure* yang berkompetensi di bidang perfilman agar sesuai dengan konteks serta tujuan *podcast* Action Nihil untuk memberikan edukasi tentang perfilman. Penentuan bintang tamu dilakukan dengan diskusi oleh tim, serta penentuan langsung dari produser. Produser akan memberikan daftar atau langsung menghubungi sendiri bintang tamu tersebut sebagai narasumber, biasanya juga bintang tamu hasil peminatan oleh anggota Lembaga Sensor itu sendiri. Menurut Massardi, dengan mengambil sejumlah narasumber yang dikenal oleh masyarakat di bidang perfilman itu, LSF ikut memberikan pesan-pesan melalui narasumber ini tentang Lembaga Sensor sebagai Lembaga Negara maupun sebagai lembaga yang ikut mendukung perkembangan perfilman nasional (Massardi, 2023). Bintang tamu yang memiliki nama seperti aktor aktris akan menambah *viewers*, akan tetapi tergantung juga *public figure* siapa yang menjadi bintang tamu, hal tersebut juga sudah menjadi bagian sebuah konsekuensi *podcast*.

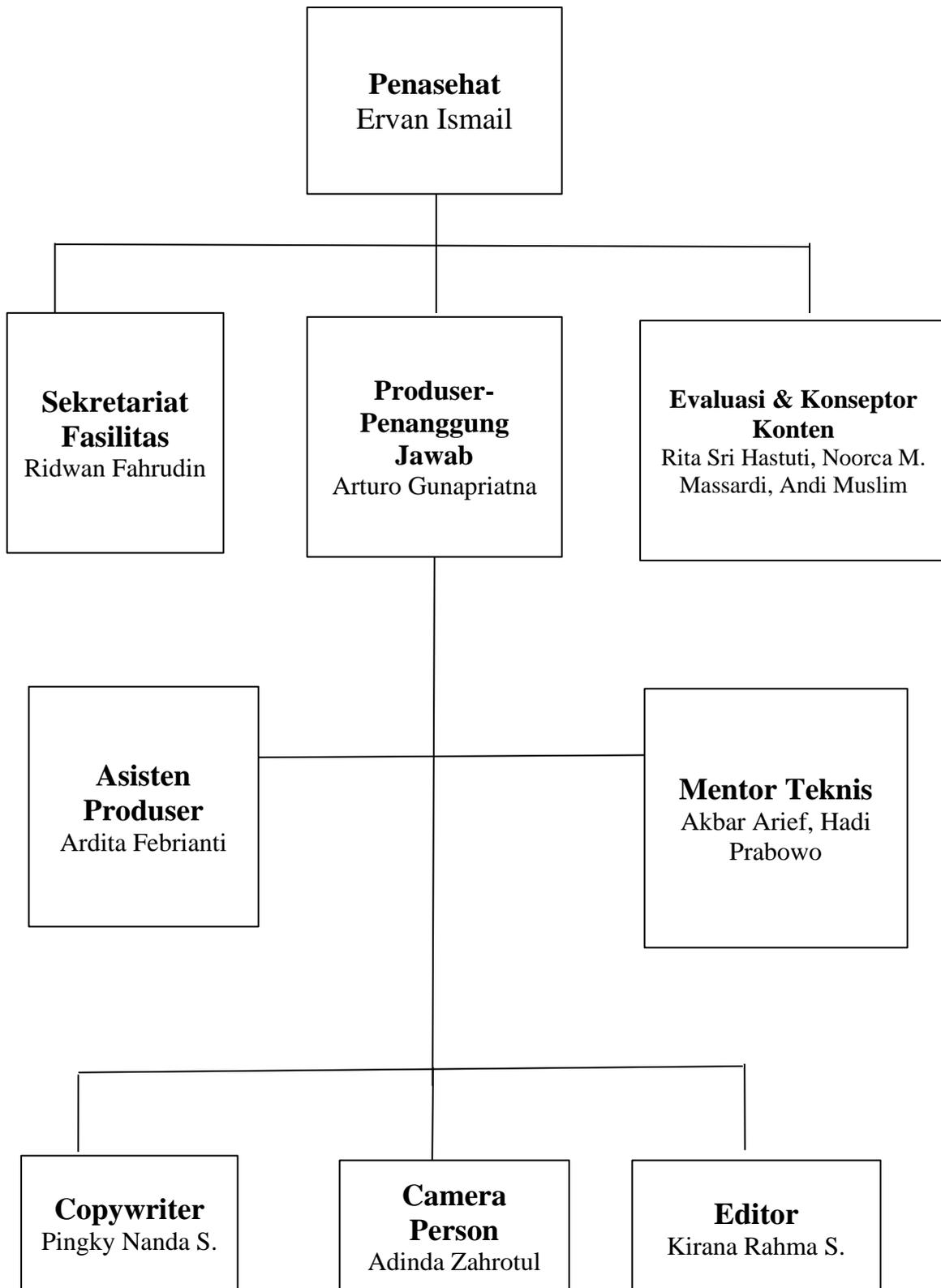
### d. Perencanaan Pembuatan Jadwal dan Penentuan Host

Penentuan jadwal *podcast* Action Nihil dilakukan berdiskusi secara bersama, dengan tim dan produser, dimana jadwal *podcast* Action Nihil memiliki dua jadwal yaitu jadwal produksi *podcast* dan jadwal tayang *podcast*. Jadwal produksi *podcast* dirancang selama satu sampai tiga bulan, dengan per bulan 1 hingga 4 kali produksi. Jadwal produksi konten sering mengalami perubahan, tidak konsisten dengan jadwal yang telah dibuat, karena menyesuaikan momentum, kehadiran narasumber, serta hal lainnya diluar prediksi. Untuk jadwal tayang produksi satu minggu sekali secara konsisten dan minimal dua minggu sekali. *Host* akan dipilih secara acak dan bergantian, terdapat 5 *host podcast* Action Nihil yang masing-masing adalah anggota Lembaga Sensor Film. Setelah penentuan tema, narasumber, jadwal dan *host* maka hal yang dilakukan selanjutnya adalah konfirmasi ke pihak narasumber yang diundang. Surat undangan dibuat maksimal 3 hari sebelum *podcast* dilakukan, lalu pendistribusian langsung dari sekretaris LSF.

## 2. Manajemen Pengorganisasian Produksi Program Podcast Action Nihil

*Organizing* atau pengorganisasian dilakukan untuk membagi bagian atau pembagian tugas dalam tim, yang sesuai dengan keahlian masing-masing. Hal ini bertujuan untuk agar setiap proses produksi dapat dilaksanakan secara terarah guna mencapai tujuan awal *podcast*. Tanggung jawab yang diberikan kepada tim, dilakukan secara berdiskusi dengan didampingi oleh produser yang terdiri dari, Asisten Produser, *Camera person*, Operator, Editor, dan *Copywriter*. Pemilihan kru dilihat juga dari pengalaman atau ketertarikan di bidang masing-masing. Berikut adalah bagan struktur organisasi *Podcast* Action Nihil:

**Tabel 1:** Struktur Tim *Podcast Action Nihil* Mei-Juni 2023

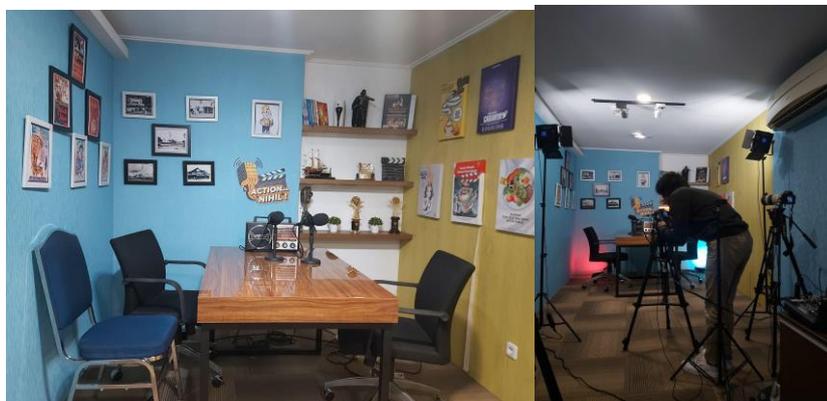


Sumber dari Data Pribadi *Podcast Action Nihil*

Dari bagan struktur di atas, terdapat pembagian sesuai dengan tugas masing-masing dalam pengelolaan *podcast* ini. Sebenarnya sumber daya manusia yang dimiliki Lembaga Sensor Film ini untuk mengelola *podcast* kurang, dimana memiliki 3 anggota tetap yang terdiri dari, 2 koordinator *podcast* atau mentor teknis serta 1 produser yang mengelola *podcast* dan anggota lain diperoleh dari tim magang Lembaga Sensor Film yang diikutsertakan untuk mengelola *podcast* ini, serta dijelaskan oleh produser *podcast* yang secara umum memberikan penjelasan bahwa Peserta magang sangat membantu dalam proses produksi, peserta magang dijadikan sebagai fasilitator untuk mengetahui bagaimana cara membuat sebuah produksi, wawancara, *talkshow*, serta jurnalistik dan memberikan ruang pengetahuan untuk belajar tentang Lembaga Sensor Film (Gunapriatna, A. 2023). Dengan demikian *podcast* ini kurang berjalan dengan maksimal karena kurangnya anggota, dimana masa peserta magang tidak tetap dan serta berubah-ubah. Hal itu dapat mengganggu *podcast*, dan pengelolaan *podcast* ini baik dari *pre production*, *production*, dan *post production*.

### 3. Manajemen Penggerakan Produksi Program Podcast Action Nihil

Mempersiapkan segala aspek sebelum melakukan proses produksi, seperti mempersiapkan peralatan *podcast*, *rehearsal podcast*, konfirmasi kepada *Host*, konfirmasi ke koordinator mengenai *podcast*, mempersiapkan *souvenir* atau *merchandise*, *setting* tempat jika terdapat keinginan. Hal tersebut dilakukan untuk memastikan semua persiapan sudah matang, sebagai bentuk kelancaran *podcast*. Dari kegiatan tersebut, bisa menyimpulkan bahwa tim *podcast* harus membangun kerja sama yang kuat agar sesuai dengan harapan dan sesuai dengan standar operasional *podcast*.



**Gambar 1:** Gambar ruangan *podcast* Action Nihil dan persiapan untuk *podcast*

Sumber: Data pribadi penulis

Sebelum *Podcast* dimulai, dilakukan *briefing* kepada tim *podcast* dan bintang tamu mengenai *basic idea* dan waktu *podcast*. Waktu *podcast* berdurasi 30 menit hingga 45 menit, dan bisa extra sesuai dengan bintang tamu dan tema konten, karena tidak ada durasi yang tetap. *Podcast* tidak memiliki *rundown* khusus setiap *podcast*, jadi program ini selama produksi berjalan sesuai dengan yang ada atau alami dengan *basic idea* yang telah ditentukan.

**Tabel 2:** Contoh Rundown *Podcast* 16 Juni 2023

<i>RUNDOWN PODCAST "16 JUNI 2023"</i>			
NO.	WAKTU	KEGIATAN	KETERANGAN
1.	08.50	Konfirmasi <i>Podcast</i>	<i>Podcast</i> dimajukan menjadi pagi
2.	09.00-10.30	Persiapan <i>Podcast</i>	<i>Rehearsal</i> atau cek peralatan <i>podcast</i> ( <i>lighting, clip on, monitor, camera, switcher, kondisi pc, souvenir</i> , serta cek kedatangan tamu)
3.	10.50	<i>Briefing Team</i>	<i>Briefing</i> sebelum syuting <i>podcast</i>
4.	11.00-11.05	Cek peralatan sebelum <i>podcast</i>	<i>Double check</i> sebelum <i>podcast</i> dimulai
5.	11.05-11.10	<i>Announce podcast</i>	Memberitahu seluruh tim <i>podcast</i> yang ada di studio bahwa <i>podcast</i> akan segera dimulai (tugas asisten produser)
6.	11.10	<i>Opening podcast</i>	<i>Podcast</i> dibuka oleh host "Bu Rita"
7.	11.11	Segmen <i>introduce</i> bintang tamu	Bu Rina Damayanti sebagai narasumber
8.	11.11-11.21	Segmen <i>Chit Chat</i>	Percakapan dimulai sesuai dengan <i>basic idea</i> dan improvisasi
9.	11.21	<i>Announce timer 20 menit terakhir</i>	Tugas <i>time keeper</i>
10.	11.31	<i>Announce timer 10 menit terakhir</i>	Tugas <i>time keeper</i>
11.	11.31	Segmen tanya jawab	Sesi tanya jawab dengan audience yang berada di live tiktok. Terdapat 2 pertanyaan yang dipilih dari audience
12.	11.45	<i>Announce timer closing</i>	

RUNDOWN PODCAST “16 JUNI 2023”			
NO.	WAKTU	KEGIATAN	KETERANGAN
13.	11.45	<i>Closing Statement</i>	<i>Closing Statement</i> oleh host
14.	11.49	<i>Closing podcast</i>	Penutupan <i>podcast</i> , penyerahan <i>souvenir</i> , dan dokumentasi akhir foro bersama dengan keseluruhan tim.

Sumber: Data pribadi Tim Podcast

**Gambar 2:** Proses produksi *podcast* sedang berlangsung



Sumber: Data pribadi dari tim *Podcast*

Saat *podcast* berlangsung tim melaksanakan tugasnya, seperti *Operator* dan Asisten produser saling berkomunikasi untuk pemberitahuan berjalannya waktu serta pergantian *segmen*, di mana *operator* sepenuhnya bertugas untuk *handle switcher* memindahkan fokus kamera ke kamera lainnya. *Copywriter* mencatat hal penting untuk judul yang akan digunakan yang menarik dan untuk tulisan di deskripsi *box* Youtube. Setelah *podcast* selesai, tahapan selanjutnya adalah penyerahan *souvenir* kepada narasumber sebagai bentuk ucapan terima kasih dan dokumentasi.

**Gambar 3:** Penyerahan *Souvenir* kepada narasumber



Sumber: Data Pribadi Tim Podcast

#### **4. Manajemen pengawasan produksi program podcast Action Nihil**

Saat podcast berlangsung produser sepenuhnya mempunyai hak untuk memberhentikan podcast jika ada masalah teknis dalam proses syuting berlangsung, seperti kualitas *audio* buruk, kendala kamera mati, *setting* tempat kurang tepat, hingga isi obrolan kurang sesuai dengan topik pembicaraan. Selain itu hal yang perlu diperhatikan juga *timer* waktu serta *switch* kamera, bertujuan untuk mengalihkan kamera yang sering bermasalah serta sebagai bentuk antisipasi. *Timer* dilakukan di menit awal, menit pertengahan serta *closing*, bertujuan untuk menghindari extra time selama podcast. Setelah proses produksi sudah selesai dilanjut dengan cek final *record* hasil syuting dan memindah *file*.

**Gambar 4:** Proses produksi berlangsung didampingi oleh produser agar berjalan dengan baik  
Sumber: Data Pribadi Tim Podcast



Sumber: Data Pribadi Tim Podcast

Setelah selesai proses produksi, tahapan selanjutnya adalah proses pasca produksi yaitu, edit *podcast* sesuai dengan *Standard Operation Procedure (SOP)* yang tersedia yang dilakukan oleh editor. Proses *editing* video *podcast* membutuhkan waktu tiga sampai lima hari sebelum di *upload*, *post produksi* *podcast* meliputi Editing Video dan Audio. Revisi *podcast* dilakukan dua kali *preview* sebelum masuk dalam proses *upload* Youtube, revisi yang pertama terkait isi materi, *background noise*, penambahan efek suara dan musik, intro logo, *bumper*, telop, *timer*, *Outro Logo*, *color correction*, penambahan sosmed, dan durasi *podcast*. Lalu revisi yang kedua revisi *thumbnail*, penambahan STLS, serta deskripsi revisi dilakukan oleh koordinator teknis serta produser. Dengan tujuan, sebelum di

konsumsi publik *podcast* ini sudah sesuai ketentuan atau kualifikasi dan spesifikasi *podcast* sampai dikatakan nihil (tidak ada catatan atau revisi). Saat proses *editing* berlangsung biasanya terdapat keinginan produser terkait pasca produksi atau proses *editing* untuk menghilangkan *noise*, *color grading* atau *color correction*, permintaan penambahan *insert* foto atau video. *Editor podcast* meminta STLS (Surat Tanda Lulus Sensor) kepada koordinator teknis untuk sebelum di upload. Penentuan deskripsi dilakukan oleh *copywriter* yang membuat, dalam proses produksi *podcast* untuk mengambil tulisan apa saja yang menarik selama obrolan berlangsung. Deskripsi *box Youtube* berisikan hal apa yang menarik atau cerita apa yang menarik dari narasumber, lalu pemilihan *hashtag* juga terkait video yang akan ditayangkan.

**Gambar 5:** Proses *editing podcast* yang dilakukan oleh tim *podcast* Action Nihil  
Sumber: Data Pribadi Tim Podcast



Sumber: Data Pribadi Tim Podcast

Setelah proses *editing*, editor memberikan video podcast ke koordinator untuk di *preview atau peninjauan dan persetujuan sebelum dipublikasi*, ketika terdapat ketidaksesuaian maka akan diberikan masukan, pengecekan juga dilakukan untuk *thumbnail*, judul serta deskripsi guna memastikan konten sesuai dengan pedoman yang telah ditentukan. Setelah proses *editing final*, koordinator teknis yang terkait menentukan jadwal tayang *podcast* dan *upload* di Youtube Lembaga Sensor Film. Lalu kegiatan selanjutnya, jika *podcast* sudah diunggah maka tim *podcast* melakukan distribusi atau promosi *podcast*. Tujuannya menginformasikan bahwasanya *podcast* telah diunggah, lalu publik dapat melihat *podcast* tersebut. Promosi juga dilakukan melalui akun media sosial LSF seperti Instagram, Youtube Shorts, Tik-Tok dan Live Tik-Tok. Selama proses produksi berlangsung, *podcast* juga tayang di live Tik-Tok resmi Lembaga Sensor Film.

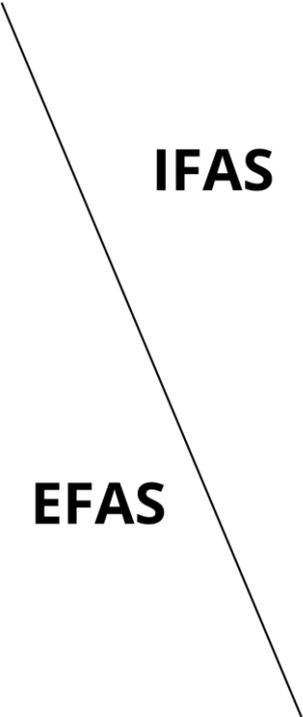
*Podcast Action Nihil* berbeda dengan *podcast* pada umumnya, memakai *audio* saja. *Podcast* LSF memilih *audio visual*, di mana memanfaatkan media Youtube untuk pendistribusiannya. Menurut penuturan produser *podcast Action Nihil* ini, karena Lembaga Sensor Film *basic* di *audio visual*, juga mengikuti *trend podcast* saat ini yang bertebaran di sosial media. Memilih *platform Youtube* karena LSF bisa lebih dekat dengan publik dan juga narasumber secara *visual* dan suara, karena dalam *podcast* penonton dapat melihat interaksi antara *host* dan narasumber, *audio visual* lebih menarik. Selain itu juga, terdapat ciri khas dari *podcast Action Nihil* ini yaitu penggunaan *clickbait* dalam judul di *thumbnail* dan judul *Youtube*, hal tersebut untuk menarik atensi penonton dari cara tersebut adalah sebagai strategi meningkatkan *viewers*. Judul yang dipilih masih berkesinambungan dengan isi *podcast*, akan tetapi dibuat sengaja mengambil topik tertentu yang sekiranya menarik antusiasme penonton. *Podcast* ini tidak memiliki target khusus untuk kenaikan *viewers* atau penonton, dituturkan dari Arturo Gunapriatna bahwasannya “Tidak ada target khusus mengejar kenaikan *viewers*, tetapi akan lebih bagus jika terdapat kenaikan *viewers*, sangat senang jika ditonton banyak orang” (Gunapriatna, A. 2023)

Tahapan terakhir yaitu evaluasi, evaluasi dipimpin oleh produser atau koordinator *podcast* yang tujuan utamanya untuk memperbaiki, serta memberikan saran agar *podcast* “Action Nihil” selanjutnya lebih baik lagi. Tidak ada kesalahan dalam *podcast* atau proses produksi *podcast* kedepannya, yang di mana sarannya sangat membangun. evaluasi meliputi, 1) pengukuran kinerja *podcast* (baik dari kinerja tim dan individu), 2) evaluasi materi atau *basic idea* yang dibicarakan, 3) kendala teknis yang terjadi selama *podcast* berlangsung dan 4) penilaian keberhasilan *podcast* yang telah di *upload* dilihat dari data statistik serta umpan balik audiens. Dari penjelasan diatas dilakukanlah analisis *SWOT* sebagai berikut:

**Tabel 3:** Hasil analisis SWOT dari Podcast Action Nihil selama melakukan penelitian 4 bulan

<b>Strength (Kekuatan)</b>	<b>Weakness (Kelemahan)</b>	<b>Opportunity (Peluang)</b>	<b>Threats (Ancaman)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil memiliki lebih dari 1000 <i>subscribers</i></li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil dapat ditonton oleh semua umur</li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil memiliki informasi yang valid dengan narasumber yang kompeten</li> <li>- Dikelola oleh Lembaga negara yaitu “Lembaga Sensor Film” yang sudah memiliki <i>brand image</i> di masyarakat</li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil cocok untuk sineas film atau orang yang suka dan tertarik dengan film karena isi dari <i>podcast</i> kebanyakan mengenai dunia perfilman</li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil memiliki peralatan teknis yang sangat mendukung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum menjalankan SOP (<i>standard operational procedure</i>) secara maksimal</li> <li>- Publik kurang mengenal program <i>Podcast Action</i> Nihil yang dimiliki Lembaga Sensor Film</li> <li>- Kurangnya anggota tim yang tetap untuk mengelola <i>podcast</i>, sehingga pengelolaan <i>podcast</i> kurang maksimal</li> <li>- Tidak memiliki <i>rundown</i> khusus untuk setiap <i>podcast</i> yang akan diproduksi</li> <li>- Jadwal <i>podcast</i> tidak pasti. Hal tersebut akan membuat <i>podcast</i> tidak terencana dengan baik dan matang</li> <li>- Kurangnya promosi yang dilakukan untuk meningkatkan <i>engagement podcast dan podcast</i> sempat mengalami penurunan <i>engagement viewers podcast</i> cenderung sedikit di beberapa episodenya dan sulit untuk naik.</li> <li>- <i>Clickbait</i> di judul yang digunakan kurang berhasil menarik audiens dan terkadang tidak sesuai dengan isi <i>podcast</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil akan terkenal atau dikenal oleh banyak orang, jika melakukan promosi yang maksimal</li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil akan memiliki <i>viewers</i> di atas 1000 setiap tayangannya, jika <i>podcast Action</i> Nihil memiliki isi dari <i>podcast</i> atau informasi yang diberikan menarik</li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil akan viral, jika berkolaborasi dengan narasumber artis yang populer</li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil akan berkembang luas, jika <i>podcast Action</i> Nihil mau membenahi sistem, teknis, hingga <i>editing</i>, informasi yang disampaikan atau topik yang diambil yang sesuai dengan keinginan atau minat dari <i>audience</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Semakin banyak bermunculan <i>podcast</i> atau kompetitor baru</li> <li>- Banyaknya <i>podcaster</i> yang sudah ada sebelumnya</li> <li>- Penonton memiliki selera yang tinggi mengenai topik atau isi <i>podcast</i>, sehingga akan beralih ke <i>podcast</i> lainnya</li> <li>- Popularitas <i>podcast Action</i> Nihil akan menurun, tidak berkembang serta adanya perubahan tren dan <i>Podcast Action</i> Nihil tidak menetapkan target <i>viewers</i>, jadi tidak ada jiwa kompetisinya serta <i>podcast</i> ini tidak mengambil keuntungan. Maka dari itu <i>podcast</i> tidak akan stabil atau sulit untuk berkembang</li> </ul>

**Tabel 4:** Matriks SWOT

 <p style="text-align: center;"><b>IFAS</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EFAS</b></p>	<p><u>Kelebihan (S):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil memiliki lebih dari 1000 <i>subscribers</i></li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil dapat ditonton oleh semua umur</li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil memiliki informasi yang valid dengan narasumber yang kompeten</li> <li>- Dikelola oleh Lembaga negara yaitu “Lembaga Sensor Film” yang sudah memiliki <i>brand image</i> di masyarakat</li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil cocok untuk sineas film atau orang yang suka dan tertarik dengan film karena isi dari <i>podcast</i> kebanyakan mengenai dunia perfilman</li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil memiliki peralatan teknis yang sangat mendukung</li> </ul>	<p><u>Kelemahan (W):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum menjalankan SOP (<i>standard operational procedure</i>) secara maksimal</li> <li>- Publik kurang mengenal program <i>Podcast Action</i> Nihil yang dimiliki Lembaga Sensor Film</li> <li>- Kurangnya anggota tim yang tetap untuk mengelola <i>podcast</i>, sehingga pengelolaan <i>podcast</i> kurang maksimal</li> <li>- Tidak memiliki <i>rundown</i> khusus untuk setiap <i>podcast</i> yang akan diproduksi dan - Durasi <i>podcast</i> tidak tetap</li> <li>- Jadwal <i>podcast</i> (Jadwal produksi dan <i>upload</i>) tidak pasti. Hal tersebut akan membuat <i>podcast</i> tidak terencana dengan baik dan matang</li> <li>- Kurangnya promosi yang dilakukan untuk meningkatkan <i>engagement podcast</i> dan <i>podcast</i> sempat mengalami penurunan <i>engagement</i></li> <li>- <i>viewers podcast</i> cenderung sedikit di beberapa episodenya dan sulit untuk naik.</li> <li>- <i>Clickbait</i> di judul yang digunakan kurang berhasil menarik audiens dan terkadang tidak sesuai dengan isi <i>podcast</i></li> </ul>
<p><u>Peluang (O):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil akan terkenal atau dikenal oleh banyak orang, jika melakukan promosi yang maksimal</li> <li>- <i>Podcast Action</i> Nihil akan</li> </ul>	<p><u>Strategi SO:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bekerjasama dengan pihak terkait</li> <li>- Memperhatikan dan menjaga kualitas tayangan <i>podcast</i></li> <li>- Memperbanyak tayangan</li> </ul>	<p><u>Strategi WO:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kualitas manajemen <i>podcast</i></li> <li>- Memperbaiki dan melakukan evaluasi <i>podcast</i></li> <li>- Meningkatkan standarisasi</li> </ul>

<p>memiliki <i>viewers</i> di atas 1000 setiap tayangannya, jika <i>podcast Action Nihil</i> memiliki isi dari <i>podcast</i> atau informasi yang diberikan menarik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Podcast Action Nihil</i> akan viral, jika berkolaborasi dengan narasumber artis yang populer</li> <li>- <i>Podcast Action Nihil</i> akan berkembang luas, jika <i>podcast Action Nihil</i> mau membenahi sistem, teknis, hingga <i>editing</i>, informasi yang disampaikan atau topik yang diambil yang sesuai dengan keinginan atau minat dari <i>audience</i></li> </ul>	<p>yang memberikan informasi sesuai dengan minat audiens</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan <i>branding podcast</i></li> </ul>	<p><i>podcast</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memperbaiki jadwal <i>podcast</i>, <i>rundown podcast</i> dan penetapan durasi <i>podcast</i></li> <li>- Melakukan promosi secara bertahap dan rutin</li> <li>- Melakukan penambahan anggota tetap untuk <i>podcast</i></li> </ul>
<p><u>Ancaman (I):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Semakin banyak bermunculan <i>podcast</i> atau kompetitor baru</li> <li>- Banyaknya <i>podcaster</i> yang sudah ada sebelumnya</li> <li>- Penonton memiliki selera yang tinggi mengenai topik atau isi <i>podcast</i>, sehingga akan beralih ke <i>podcast</i> lainnya</li> <li>- Popularitas <i>podcast Action Nihil</i> akan menurun, tidak berkembang serta adanya perubahan tren dan <i>Podcast Action Nihil</i> tidak menetapkan target <i>viewers</i>, jadi tidak ada jiwa kompetisinya serta <i>podcast</i> ini tidak mengambil keuntungan. Maka dari itu <i>podcast</i> tidak akan stabil atau sulit untuk berkembang</li> </ul>	<p><u>Strategi ST:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kinerja tim</li> <li>- Aktif promosi di berbagai media</li> <li>- Mengembangkan tayangan dari segi visual dan audio visual</li> <li>- Banyak melakukan inovasi terkait topik yang menarik</li> </ul>	<p><u>Strategi WT:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Selalu melakukan evaluasi tim secara berkala</li> <li>- Mempertahankan kualitas <i>podcast</i></li> <li>- <i>Monitoring</i> data statistik <i>podcast</i></li> </ul>

Adapun rekomendasi yang sesuai dengan Analisis SWOT yang telah dianalisis adalah:

1. Bekerjasama dengan pihak terkait
2. Memperhatikan serta menjaga kualitas tayangan *podcast* dan memperbanyak tayangan yang memberikan informasi sesuai dengan minat audiens
3. Memperbaiki jadwal *podcast*, *rundown podcast* dan penetapan durasi *podcast*
4. Melakukan promosi secara bertahap, aktif dan rutin di berbagai media
5. Melakukan penambahan anggota tetap untuk *podcast*.
6. Banyak melakukan inovasi terkait topik yang menarik

Rekomendasi ini dapat diterapkan untuk memperbaiki manajemen Podcast Action Nihil, dengan begitu *podcast* Action Nihil akan lebih baik lagi serta dapat mencapai tujuan *podcast*.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian bahwa dibuatnya program podcast Action Nihil ini bertujuan untuk menjadi wadah antara sebagai sarana komunikasi lembaga sensor film dengan masyarakat tidak ada lagi jarak antara lembaga dan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen produksi program *podcast* Action Nihil sebagai sarana komunikasi serta mengenalkan Lembaga Sensor Film kepada publik tentang dinamika atau seluk-beluk perfilman kepada publik dari segala sudut, meliputi hukum, undang-undang perfilman, pengalaman bermain, keaktoran, penyutradaraan serta industri film melalui perantara LSF. Peneliti menemukan bahwa untuk membuat sebuah tayangan podcast Action Nihil harus melewati beberapa tahapan dari pra produksi, produksi serta pasca produksi yang panjang dengan menggunakan teori POAC meliputi *Planning*, *Organizing*, *Actuating* serta *Controlling* akan mempermudah serta menambah efisiensi dari kegiatan produksi. Hasil Analisis SWOT memaparkan perlunya mengevaluasi kembali manajemen podcast Action Nihil untuk mengelola *podcast* sesuai dengan *standart operational procedure* serta meningkatkan konsistensi dan standarisasi *podcast*. Penelitian ini jauh dari sempurna, maka untuk penelitian berikutnya diharapkan lebih baik dari sebelumnya, artikel ini dapat menjadi rekomendasi bahwasanya perlunya mengimplementasikan teori manajemen khususnya membuat sebuah program *podcast* dimana sangat membantu dalam proses pelaksanaan dan meminimalisir dari kesalahan atau hal yang tidak diinginkan.

Setelah melakukan penelitian ini terkait Manajemen Produksi Program Podcast “Action Nihil” (Studi Pada Tim Podcast Lembaga Sensor Film), adapun saran yang ingin disampaikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Terus memperbaiki manajemen produksi pada program Action Nihil dengan menjaga kualitas, konsistensi serta meningkatkan standarisasi podcast dari segi sistem, tema konten, teknis, visual, *editing* dan rutin *monitoring* data statistik *podcast*.
2. Mengoptimalkan program *podcast* Action Nihil sebagai wadah komunikasi LSF kepada masyarakat dengan memberikan yang terbaik dimulai dari memberikan informasi atau edukasi mengenai dunia perfilman sehingga membuat masyarakat mengetahui mengenai seluk beluk perfilman. Selain itu meningkatkan promosi serta *branding podcast* agar podcast ini dikenal oleh semua orang karena podcast ini berisikan informasi yang penting, menarik, edukatif mengenai dunia perfilman.

3. Melakukan Evaluasi tim secara berkala agar memperkuat kerja sama tim lebih solid lagi, serta menambah anggota tetap podcast Action Nihil agar mempunyai tim tetap yang mengurus *podcast* dan akan terbentuknya sumber daya manusia yang ideal.

## Referensi

- (n.d.). Lembaga Sensor Film Republik Indonesia – Website Resmi LSF. Retrieved October 15, 2023, from <https://lsf.go.id>
- (n.d.). Lembaga Sensor Film – Independen, tangguh dan profesional, melindungi masyarakat dari pengaruh negatif film. Retrieved October 10, 2023, from <https://sensor.kemdikbud.go.id/public/info>.
- Bayu, J. D. (2021, March 10). Anak Muda Dominasi Jumlah Pendengar Podcast di Indonesia. Databoks. Retrieved October 15, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/03/10/anak-muda-dominasi-jumlah-pendengar-podcast-di-indonesiapendengar-podcast-di-indonesia-didominasi-anak-muda>
- Bianca, M. I. (2019). Instagram TV: Konvergensi penyiaran Digital dan Media Sosial. 12(2), 251-263. <https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.4778>
- Cin, S., Savitri, L., & Utami, S. (2020). Su Cin, Lusya Savitri Setyo Utami: Konvergensi Media Baru dalam Penyampaian Pesan Melalui podcast Konvergensi Media Baru dalam Penyampaian Pesan Melalui podcast. <https://doi.org/10.24853/pk.5.2.213-221>
- Dinda Rizki Tiara, D. M. (2019, Desember). Podcast Sebagai Media Pembelajaran Di Era Milenial. 3(2), 126-136. <https://doi.org/10.29408/goldenage.v3i02.1720>
- Fadilah, E., Yudhapramesti, p., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Kajian Jurnalisme*, 1(1), 90-104. <https://doi.org/10.24198/jkj.v1i1.10562>
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*, 21(1), 33-54. [10.21831/hum.v21i1.38075](https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075). 33-54
- Ihsan et al., (2023). Manajemen Produksi Konten YouTube Danang Giri Sadewa. *Jurnal Audiens*. 4(2), 331-340. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.37>
- Imarshan, I. (2021). POPULARITAS PODCAST SEBAGAI PILIHAN SUMBER INFORMASI BAGI MASYARAKAT SEJAK PANDEMI COVID-19 (Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis. 5(2), 213-221. <https://doi.org/10.24853/pk.5.2.213-221>
- Irene Nyoman, E. P. A. D., I Komang, D., & Ricky, I. (2022). Proses Produksi Program Podcast Berbasis Audio-Visual Sebagai Media Penyebaran Informasi Proses Kreatif Musisi Pop Bali. <https://doi.org/10.31091/jomsti.v5i1.1972>
- Indriastuti, F., & Saksono, W. T. (2014, Desember). *Podcast Sebagai Sumber Belajar Berbasis Audio Audio Podcast As Audio-Based Learning Resources*, 18(3), 11. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.136>
- Lembaga Sensor Film. (2022). *Majalah Sensor Film* (4th ed., Vol. 13). Lembaga Sensor Film. ISSN 2962-958X

- Mansyur, Y. F. (2021). Pemanfaatan Anchor Sebagai Platform Distribusi Podcast (Studi Kualitatif Podcast Notesa Nte Notutura). *Connected. Jurnal Ilmu Komunikasi*, 130-145. <https://jpii.upri.ac.id/index.php/connected/article/view/21>
- Meisyanti, W. H. K. (2020, februari). Platform Digital Siaran Suara Berbasis *On Demand* (Studi Deskriptif Podcast di Indonesia), 4(2), 191-207. 10.33884/commed.v4i2.1547
- Pahlevi, R. (2022, February 2). Pendengar Podcast di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia. *Data Indonesia*. Retrieved October 10, 2023, from <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pendengar-podcast-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia>
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018, Buletin Psikologi). *Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikolog*, 26(2), 126-136. DOI: 10.22146/buletinpsikologi.38895
- Putra dalem, A. Agung Gede & De Given Farima LAY, L. N. (2019). Manajemen Media Penyiaran Radio Televisi Timor Leste Sebagai Lembaga Penyiaran Publik., 18(1), 36-42.
- Riadi, M. (2013, March 4). *Strengths, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT). *KajianPustaka*. Retrieved October 9, 2023, from <https://www.kajianpustaka.com/2013/03/strenghts-weakness-opportunities.html>
- Rusandi & Muhammad Rusli (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48-60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2020, Juni). Produksi Konten dan Visual Audio Visual Media Sosial Lembaga Sensor Film, 5(1), 17. <https://doi.org/10.34010/common>
- Tanaya Tria Pandhita, D. P. M. (2022). *Manajemen Produksi Program Podcast Firasat Wirang Kilat TV di Era Pandemi*, 2(1), 43-53. <https://doi.org/10.31603/bcrev.7028>
- Widyawati, Rizki & Sutanto (2017, oktober). Manajemen Produksi Program Siaran “Kampung Radio” Radio Republik Indonesia Pro 1 Pekanbaru dalam Pemberdayaan Masyarakat Kota Pekanbaru." *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2), 1-25.
- Zaini, Penerbit & Saputra, Nanda & Abdullah Lawang, Karimuddin & Susilo, Adi. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

### **Wawancara**

- Gunapriatna, A. (2023). Jakarta, 15 Juni, 2023
- Massardi, N. M. (2023). Jakarta, 20 Juni, 2023
- Muslim, A. (2023). Jakarta, 14 Juni, 2023