

Manajemen Produksi Program Podcast Firasat Wirang Kilat TV di Era Pandemi

Dyah Paramitawati^{1*}, Munadiyah², Tanaya Tria Pandhita³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia

*email: dyahparamita456@gmail.com

DOI: [10.31603/bcrev.7028](https://doi.org/10.31603/bcrev.7028)

Abstrak

Podcast firasat wirang Kilat TV merupakan program acara yang sedang populer di masyarakat luas khususnya para penonton youtube saat ini. Dengan menghadirkan program acara yang diisi oleh seorang entertainment sekaligus paranormal tersebut berisikan pembahasan mengenai politik dan ramalan. Penelitian ini dilakukan untuk meninjau produksi, pemasaran, serta validasi sosial dalam kerangka manajemen media, terutama media digital. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dan observasi. Pada penelitian ini menghasilkan bahwa podcast firasat wirang Kilat TV dalam melakukan proses produksi dan pemasaran program harus melewati beberapa tahapan, sehingga program tersebut mampu menghasilkan proses yang sesuai, efektif, dan efisien. Dalam artikel ini menjelaskan terdapat beberapa tahapan yang dilewati podcast firasat wirang Kilat TV di masa pandemi Covid-19 ini untuk terus berkembang dan mengupayakan agar grafik tetap stabil. Untuk itu Kilat TV harus terus melakukan dan menciptakan inovasi baru, seperti menghasilkan rencana program baru dengan beragam variasi yang menarik. Selain itu, Kilat TV juga memanfaatkan berbagai macam media sosialnya untuk melakukan pemasaran program yang mereka jalankan kepada masyarakat luas.

Kata-Kata Kunci: Media dalam Covid-19; Produksi podcast; Manajemen Penyiaran

Production Management of Firasat Wirang Kilat TV Podcast Program in the Pandemic Era

Abstract

The Wirang Kilat TV Hunch podcast is a program that is popular in the wider community, especially among youtube viewers today. Presenting a program of events filled with entertainment and psychics contains discussions about politics and predictions. This research was conducted to review production, marketing, and social validation within the framework of media management, especially radio media. The methods used in this research are case study research methods. Data collection techniques are carried out by conducting interviews



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

and observations. In this study, it was produced that the *firasat wirang* Kilat TV podcast in carrying out the program production and marketing process must go through several stages, so that the program can produce a suitable, effective, and efficient process. In this article, several stages passed through the Kilat TV *firasat wirang* podcast during the Covid-19 pandemic to continue to grow and strive to keep the charts stable. For this reason, Kilat TV must continue to do and create innovations, such as producing new program plans with a variety of interesting variations. In addition, Kilat TV also utilizes a variety of social media to market the programs they run to the wider community.

Keywords: Media in Covid-19; podcast Production; Broadcasting Management

1. Pendahuluan

Media berkembang diikuti dengan perkembangan teknologi salah satu media baru yang mulai mendapatkan atensi masyarakat adalah podcast, podcast merupakan singkatan dari *ipod broadcasting* yaitu merupakan aktivitas dialog antara dua orang atau lebih yang membahas sebuah isu atau subjek tertentu pada sebuah episode secara ringkas podcast merupakan sebuah naskah/teks yang disusun dalam bentuk sebuah rekaman audio kemudian disalurkan dengan menggunakan berbagai jenis media, mempunyai cara kerja yang sama dengan radio, podcast dapat diakses dengan menggunakan berbagai jenis platform (Cin et al., 2020).

Terdapat beragam jenis sebab seorang individu mendengarkan podcast yaitu antara lain podcast dianggap fleksibel karena bisa diakses kapanpun dan dimanapun serta jenis konten yang tersedia sangat bervariasi, platform yang tersedia untuk menjadi pilihan masyarakat mendengarkan sebuah podcast antara lain *spotify, youtube, anchor, google podcasts, apple podcasts, soundcloud, pocket casts* dan masih banyak lagi (Cin et al., 2020).

Salah satu chanel podcast yang ada adalah podcast Kilat TV. Untuk mempopulerkan podcast, Kilat TV membuat program acara salah satunya adalah podcast *firasat wirang* di akun youtube Kilat TV. *Firasat Wirang* sendiri merupakan ramalan langsung dari paranormal yang bernama Wirang Birawa. Pada podcast *firasat wirang* ini biasa mengundang para selebriti tanah air untuk hadir dan akan diramal. Tak hanya itu, di podcast *firasat wirang* juga meramal fenomena yang akan terjadi di tanah air di masa depan.

Proses produksi media telah menjadi tema penelitian yang menarik. Penelitian dari Tanaya Tria P tentang produksi podcast yang menemukan bahwa podcast dapat memproduksi konten yang lebih personal, sehingga audiens merasakan pengalaman yang berbeda saat mengakses *audio on demand* dan dapat digunakan sebagai media alternatif memungkinkan distribusi konten dan sebagai audio baik oleh pribadi maupun organisasi (Zellatifanny, 2020).

Penelitian dari Munadiah mengenai produksi podcast yang menemukan bahwa produksi pembuatan podcast tentu menggunakan strategi komunikasi. Hal ini dilakukan agar mendapatkan podcast yang baik dan sesuai. Untuk itu dibutuhkan beberapa aspek yang dapat dijadikan sebuah strategi komunikasi, seperti menentukan tujuan, menentukan khalayak, menyusun pesan, dan menentukan metode penyampaian pesan serta pemilihan media (Radika & Sri Dewi Setiawati, 2020).

Penelitian dari Dyah Paramitawati mengenai produksi podcast yang menemukan bahwa podcast merupakan media baru yang menggunakan audio sebagai ciri khasnya di era saat ini. Podcast biasanya menyajikan beberapa konten-konten menarik yang diupload secara konsisten, dengan bahasan tema yang beragam. Media baru ini tentu memiliki nilai menjual dan grafik yang akan terus naik apabila isi pembahasan podcast sesuai dengan yang diharapkan pendengar ([Silalahi et al., 2021](#)).

Berbeda dengan penelitian terdahulu, penelitian ini berfokus pada manajemen produksi podcast firasat wirang di Kilat TV. Penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat podcast saat ini sedang diminati audiens. Maka dari itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen produksi podcast firasat wirang di Kilat TV.

2. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus. Metode penelitian studi kasus dipilih sebagai metode dalam penelitian ini, dengan dilandasi bahwa penelitian ini memiliki rencana untuk melakukan pengujian pertanyaan dan masalah penelitian. Pengujian terhadap pertanyaan dan masalah penelitian yang tidak dapat dipisahkan antara fenomena serta konteks di mana fenomena tersebut terjadi. Peneliti melakukan pemilihan metode penelitian studi kasus dalam penelitian ini dilandasi beberapa peninjauan. Pertama, fokus penelitian adalah untuk mendapatkan jawaban tentang pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”. Kedua, dalam penelitian studi kasus, peneliti tidak dibenarkan melakukan kecurangan kepada perilaku obyek yang diteliti yang terlibat di dalam penelitian. Ketiga, peneliti ingin menutupi kondisi kontekstual dilatarbelakangi karena peneliti memiliki keyakinan bahwa hal itu sesuai dengan yang diteliti. Terakhir, adanya batas tidak jelas antara fenomena dan konteks yang diteliti ([Yin, R. K., & Djauzi Mudzakir, 2008](#)). Dalam penelitian studi kasus ini dilaksanakan dengan meneliti manajemen produksi podcast firasat wirang Kilat TV di era pandemi.

Metode akumulasi data dalam pelaksanaan penelitian studi kasus dilakukan dengan beragam cara. Pertama, adalah pengumpulan data dilakukan dengan observasi. Kekuatan pengumpulan data dengan observasi partisipan berakar pada observasi prosedur aktual di lapangan. Peneliti dapat melakukan pemantauan mengenai kebiasaan kerja yang sebenarnya, selama observasi, merekam proses pengambilan ketentuan, konflik, negosiasi, dan kesepakatan, yang semuanya merupakan bagian dari proses pembuatan di berbagai tingkatan ([Given, 2008](#)).

Kedua, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam. Kekuatan utama wawancara sebagai metode adalah kemampuannya untuk mencapai berbagai sudut pandang tentang pokok tertentu. Berbagai wawancara dapat digunakan untuk menambah informasi dan memperluas sudut pandang dalam penelitian tentang manajemen produksi podcast firasat wirang yang sedang dilakukan. Semua wawancara dapat digunakan sebagai alat heuristik, karena informasi baru menjadikan sudut pandang dan pembahasan baru untuk subjek selanjutnya ([Given, 2008](#)).

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan pada pihak-pihak berikut. Pertama, wawancara dilakukan dengan Muhammad Raihan Bawana, yang menjabat menjadi asisten produser program firasat wirang di Kilat TV. Kedua, wawancara dilakukan dengan Mozira, yang menjabat sebagai quality control program firasat wirang di Kilat TV.

Ketiga menggunakan studi dokumen dan file, dokumen yang dimaksud berupa surat, memorandum, agenda, dokumen administrasi, artikel surat kabar, atau dokumen apapun yang berkaitan dengan penyelidikan. Triangulasi bukti menggunakan dokumen yang berfungsi untuk menguatkan bukti menurut asal lain. Dokumen pula dapat digunakan untuk menarik kesimpulan dalam suatu peristiwa. Dokumen bisa berupa file, misalnya catatan layanan, catatan organisasi, daftar nama, *output survey* (Yin, R. K., & Djauzi Mudzakir, 2008). Pada penelitian ini, dokumen yang diteliti merupakan dokumen yang bersumber dan berkaitan menggunakan produksi podcast firasat wirang.

Setelah pengumpulan data selesai dilaksanakan dan data telah terkumpul, selanjutnya dilakukan proses validasi data dengan pemilihan data yang bisa digunakan dan data yang terabaikan. Data yang dipakai ini selanjutnya dianalisis. Analisis dilakukan menggunakan data studi perkara yang dilakukan menggunakan kategori data. Setelah terdapat kategori data, dilanjutkan dengan mengatur data dengan empat cara, antara lain pencocokan pola, menciptakan penjelasan, menemukan model, dan melakukan analisis timeseries (Yin, 2008).

3. Hasil dan Pembahasan

Komunikasi massa memberikan kontribusi penting di tengah pandemi Covid19 yang telah ditetapkan sebagai pandemi global oleh organisasi kesehatan dunia alias WHO (World Health Organization). Khususnya di Indonesia, berbagai pendapat para ahli mengatakan pandemi tidak akan berakhir dalam waktu dekat. Masa depan untuk menyeimbangkan pandemi ini, diperlukan model komunikasi yang efektif dan efisien untuk berbagi pengetahuan dengan masyarakat terkait penanganan pandemi ini (Syaipudin, 2020).

Ditengah pandemi Covid19, komunikasi menjadi langkah penting dalam memberikan informasi yang dibutuhkan seseorang atau perusahaan. Selain itu, komunikasi menjadi kepentingan lain dalam menghadapi Covid19 ini. Dengan adanya prosedur pembatasan sosial, komunikasi massa menjadi salah satu alternatif penyampaian informasi bagi masyarakat. Menanggapi berbagai perdebatan yang muncul akibat pandemi Covid19, komunikasi publik menjadi alternatif terbaik dalam teknik interaksi sosial yang harus tetap aktif di tengah-tengah pandemi (Syaipudin, 2020).

Radio ikut berubah setiap ketika mengikuti perubahan lingkungan, budaya, teknologi, termasuk perubahan aturan dan perubahan sosial (Dubber, 2013). Menghadapi perkembangan teknologi dan perubahan karakter atau perilaku penggunaan media, radio wajib bisa mengikuti keadaan menggunakan medium internet. Sebagaimana dikatakan Black (2001) dalam Dubber (2013), bukti diri sebuah medium sebagian berdasarkan bagaimana ia diterima dan dirawat oleh para penggunanya. Mungkin saja industri memberi dampak terhadap ciri pembentukan radio. Tetapi apapun adanya, bila internet audio sudah diperlakukan atau dipercaya sebagaimana radio, maka

internet audio merupakan bentuk baru berdasarkan radio. Pendengar radio AM berbondong-bondong berpindah untuk mendengarkan radio pada frekuensi FM yang memiliki banyak keunggulan dibandingkan AM, seperti lebih dinamis, suara lebih jernih dan noise lebih rendah (Prayudha, 2005).

Menurut Geoghegan dan Klass (2007) potensi podcast terletak dalam keunggulannya; bisa diakses secara otomatis, mudah dan kontrol terdapat pada tangan konsumen, bisa dibawa-bawa, dan selalu tersedia. Tahun 2004 tercatat menjadi awal kemunculan istilah podcast. Ben Hammersley menjelaskan kata “podcasting” dalam artikelnya pada www.theguardian.com yang membahas audioblogs dan radio online. Selama hampir 7 bulan, kata “podcasting” seolah tenggelam hingga akhirnya beberapa orang menggunakannya menjadi nama dalam mendaftarkan domain seperti yang dilakukan Dannie Gregoire yang mendaftarkan domain podcaster.net (Geoghegan, Michael W., Klass, 2007).

Media sosial yang paling populer di kalangan anak muda adalah youtube. Youtube merupakan situs jejaring sosial yang menyediakan fasilitas audio visual kepada penggunanya. Hal ini dikarenakan adanya gambar bergerak yang disajikan oleh youtube. Youtube dapat dianggap sebagai situs web yang memberikan fasilitas kepada pengguna untuk menikmati dan berbagi video yang dapat diunggah ke berbagai pihak. Contohnya antara lain video kajian dakwah, film sejarah islami, film pendidikan dan masih banyak lagi (Lingga et al., 2019).

Terkait strategi pemrograman dalam domain online, para pengembang program untuk selalu mewaspadai karakteristik khalayak multitasking sehingga harus selektif dalam pemilihan konten, rajin publikasi atau promosi di media yang berbeda, termasuk mempromosikan di media mereka sendiri dan memastikan keamanan data dan aturan yang jelas tentang apa yang dapat dan tidak dapat dilakukan oleh regulator dan publik. Program yang sangat menarik dapat membuka pintu untuk menghasilkan uang (Geller, 2011).

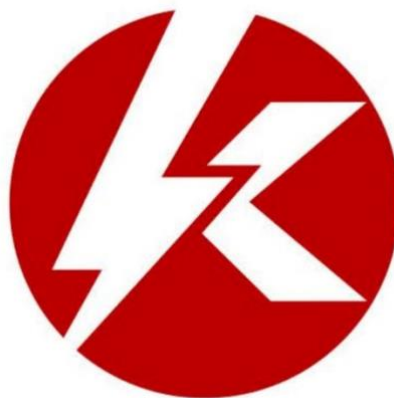
Profil Kilat TV

Kilat TV atau kilat.com adalah sebuah portal berita online Indonesia terkini mengenai politik, olahraga, keuangan, teknologi, gaya hidup, peristiwa, otomotif, dan selebriti Indonesia. Kilat TV diluncurkan pada Selasa 17 Agustus 2021, dibentuk karena ada realitas budaya membaca yang semakin terkikis ditunjukkan dengan mati surinya sejumlah koran, tabloid, dan majalah di Jakarta maupun daerah juga hampir di seluruh dunia, dilambangkan petir seperti Gambar 1. Budaya baru di era digital ini melihat dan mendengar langsung. Khalayak juga tak lagi mau menunggu berita sampai nanti atau esok. Mereka ingin segera mengetahui beraneka peristiwa di jagat raya saat ini juga.

Kilat TV ingin melawan maraknya berita palsu dengan hanya menayangkan berita yang terpilih, berkualitas, dan antihoax agar khalayak semakin cerdas. Mengambil semangat Proklamasi Kemerdekaan Kilat TV hadir ingin memenuhi harapan rakyat secepat kilat peristiwa di belahan dunia mana pun ditampilkan. Beberapa programnya yaitu Kilat News, Kilat TV, Kilat Pandang, Kilat Foto, Kilat Science, Kilat Finance, Kilat Otomotif, Kilat Sport, opini dan lainnya. Program yang menghibur pun tersedia, seperti Kilat Entertainment dan Kilat Lifestyle.

Kilat TV menjangkau khalayak luas dan menggunakan multibahasa (bahasa inggris, arab, dan belasan bahasa daerah). Kilat TV ingin berbagi informasi dan mengedukasi seluruh negeri bersama

anak-anak muda yang siap berkiprah secara profesional dan berintegritas. Penggunaan bahasa daerah juga dimaksudkan agar khalayak selalu mencintai kekayaan budaya kita. Suku bangsa lainnya mempunyai semangat yang sama, tidak ingin melupakan tradisi dan bahasa mereka. Berdirinya portal kilat.com dan Kilat TV di bawah naungan PT. Kilat Republik Indonesia yang berkantor di Gedung Menara Kuningan lantai 29, Jl. HR Rasuna Said, Jakarta Selatan. Studio Kilat TV sendiri berada di Jl. Tentara Pelajar Jl. Patal Senayan No.178, Grogol Utara, Jakarta, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12210.



Gambar 1. Logo Kilat TV

Sebuah portal berita dapat berjalan sesuai dengan visi dan misi yang telah dibuat sedemikian rupa agar portal tersebut dapat bermanfaat dan menjadi wadah tempat bekerja bagi seluruh pihak yang terlibat pasti terdapat sebuah struktur organisasi. Kilat TV sendiri memiliki struktur organisasi dengan masing-masing perannya tersendiri dalam menjalankan kewajibannya. Terdapat beberapa orang yang aktif dalam kepengurusan kilat.com antara lain:

1. Pemimpin Redaksi, bertanggung jawab terhadap mekanisme dan aktivitas kerja keredaksian sehari-hari.
2. Redaktur Pelaksana, memimpin langsung aktivitas pembuatan berita, artikel atau putusan yang dibuat.
3. Dewan Redaksi, memberi masukan kepada jajaran redaksi dalam melaksanakan pekerjaan redaksional.
4. Reporter, mengumpulkan berita serta informasi penting atau yang sedang terjadi untuk diberitakan kepada khalayak.
5. Kontribusi Daerah, orang yang memiliki keterlibatan untuk mencapai tujuan dengan cepat di daerah tertentu.
6. Penerjemah Bahasa, orang yang menguasai lebih dari satu bahasa dan mampu menerjemahkan dari satu bahasa ke bahasa lainnya secara profesional.
7. Multimedia & produksi, proses membuat berita agar layak ditayangkan kepada masyarakat.
8. Sosial Media & Kreatif, menerapkan strategi ke dalam sebuah ide kreatif yang bisa berupa tagline, campaign atau *main communication*.

Proses Produksi Program Podcast firasat wirang Kilat TV

Dalam memproduksi sebuah program siaran podcast firasat wirang, KilatTV telah memiliki ruang studio yang sudah cukup modern dan lengkap dari segi teknis peralatan siaran. Studio podcast Kilat TV pada [Gambar 2](#). dilengkapi dengan busa peredam yang berfungsi untuk meredam suara dan menghalangi pantulan suara agar tidak menimbulkan kebisingan yang tidak diinginkan, sehingga kualitas suara yang jernih dan tidak ada *noise* dari luar studio. Ruangan produksi dari podcast firasat wirang juga dilengkapi oleh fasilitas *air conditioner* (AC) serta kursi sofa agar saat produksi podcast firasat wirang narasumber, host, dan tim lebih merasa nyaman.



Gambar 2. Suasana Studio Podcast Firasat Wirang

Dari segi teknis pembuatan podcast firasat wirang, peralatan yang dimiliki oleh Kilat TV sudah sangat mencukupi untuk memproduksi sebuah podcast. Peralatan yang dimiliki oleh Kilat TV sangat bervariasi mulai dari kamera berbagai tipe untuk merekam podcast, *flash kit* untuk *lighting* podcast, perangkat komputer yang sangat mumpuni untuk berbagai *software* yang digunakan untuk produksi podcast, filter color untuk memberikan warna langsung di dalam kamera, dan berbagai alat untuk keperluan merekam suara seperti *microphone*, *headset*, *audio interface*, serta *boom microphone*. Selain itu ruangan produksi podcast juga didesign semenarik mungkin dengan konsep minimalis modern agar lebih memberikan kesan *aesthetic* pada konten podcastnya.

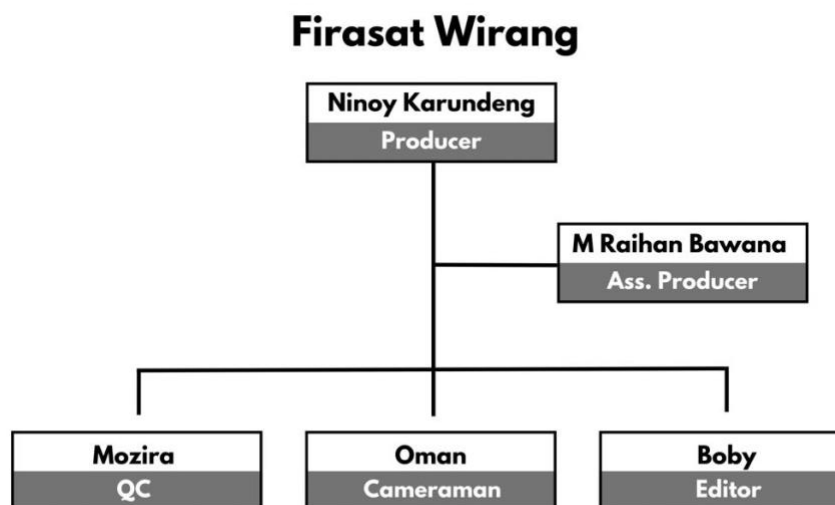
Produksi podcast firasat wirang diawali dengan penemuan ide atau gagasan, program Firasat Wirang mengangkat berbagai isu panas baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Setelah menemukan ide lalu berlanjut ke perencanaan, tahap ini meliputi penetapan waktu kerja bagi tim yang bertugas, *host* dari podcast firasat wirang, pemilihan narasumber, estimasi biaya. Pemilihan narasumber pada program podcast firasat wirang ini dilakukan dengan menyesuaikan isu atau topik yang akan diangkat pada podcast firasat wirang sendiri. Lalu tahap persiapan, tahap ini harus dilakukan dengan sebaik-baiknya karena keberhasilan dan kelancaran sebuah produksi podcast Kilat TV ditentukan oleh ketertiban tahap perencanaan dan persiapan agar dalam tahap produksi berjalan sesuai keinginan dengan baik dan lancar. Setelah perencanaan dan persiapan sudah matang, pelaksanaan produksi dimulai sesuai jadwal terlihat seperti di [Gambar 3](#). Sebelum rekaman dimulai produser, tim, host, dan narasumber akan bekerjasama untuk mewujudkan apa yang sudah

direncanakan. Narasumber dan host dari podcast firasat wirang akan melakukan *brainstorming* terlebih dahulu untuk memastikan pertanyaan yang akan dilakukan cocok ke narasumber.



Gambar 3. Proses Produksi Podcast Firasat Wirang

Pasca produksi yaitu kegiatan pengeditan video dan audio, setelah rekaman podcast selesai dilaksanakan akan dilakukan *quality control* jika terdapat beberapa catatan dalam tahap pengeditan. Setelah selesai hasilnya akan di *screening* bersama dan diteliti dengan seksama apabila masih perlu tambahan atau sesuatu yang perlu dikurangi, maka akan langsung dikerjakan sehingga hasilnya memuaskan. Proses editing gambar selesai, proses selanjutnya yaitu *mixing* yaitu percampuran antara gambar dengan suara agar seimbang. *Sound effect*, suara asli dari rekaman, dan musik akan dimix sedemikian rupa sehingga terdengar dan terlihat jelas dan tidak mengganggu atau *noise*. Kilat TV memiliki struktur organisasi dalam melakukan produksi program podcast firasat wirang yaitu produser, asisten produser, tim quality control, tim editor, dan tim kameramen, seperti dalam **Gambar 4**.



Gambar 4. Struktur Organisasi Program Podcast Firasat Wirang

Strategi Pemasaran Program Podcast Firasat Wirang Kilat TV

Proses memasarkan program podcast kepada khalayak, KilatTV memasarkan programnya menggunakan beberapa metode seperti *advertising* atau periklanan *personal selling*, *direct marketing*, dan *word of mouth*. Metode-metode tersebut digunakan Kilat TV untuk meningkatkan pemasaran program podcast yang baru merintis dan adanya dampak pandemi virus covid-19.

***Advertising* atau Periklanan**

Periklanan dengan presentasi yang menarik publik melalui media sosial untuk mempromosikan program podcast Kilat TV. Program podcast Kilat TV melakukan iklan online atau *online advertising* yaitu iklan yang dilakukan menggunakan website, platform-platform online dan juga sosial media. Dengan internet yang bisa diakses banyak orang dalam waktu yang bersamaan serta jangkauan yang sangat luas. Maka strategi periklanan di platform online dipilih karena sangat dekat dengan *target audience* Kilat TV.

Platform yang digunakan oleh Kilat TV untuk memasarkan program podcast firasat wirang yaitu *instagram story*, *reels instagram*, *twitter*, *facebook ads*, *aplikasi hello*, dan melalui web yang dimiliki oleh Kilat TV. Dengan jutaan pengguna sosial media yang terus bertambah setiap tahunnya, tentu strategi periklanan menggunakan sosial media akan sangat membantu. Banyak pengguna, berarti iklan yang dilakukan akan dapat menjangkau orang yang sangat banyak dan itu berarti iklan yang dilakukan Kilat TV bisa efektif sesuai dengan rencana, sehingga semakin banyak orang yang tahu mengenai program podcast firasat wirang di Kilat TV. Kilat TV selalu melakukan inovasi dan ide baru untuk menciptakan brand mereka baik untuk khalayak atau calon klien agar tertarik untuk memasang iklan di Kilat TV khususnya pada program podcast firasat wirang.

Personal Selling

Personal selling yang dilakukan untuk membangun persepsi audiens, keyakinan, dan tindakan. Divisi pemasaran dari Kilat TV melakukan pemasaran program podcast firasat wirang kepada audiens sehingga target audiens tahu mengenai informasi pemasangan iklan di Kilat TV. Aktivitas personal selling Kilat TV yang akan mengirim seseorang yang berkompetensi dalam bidang pemasaran untuk membangun hubungan yang baik sehingga terjadi sebuah hubungan Kilat TV dengan calon klien.

Direct Marketing

Strategi pemasaran ini dilakukan Kilat TV dengan diawali klien yang membaca portal berita milik KilatTV melalui laman web Kilat TV. Kemudian klien mencari informasi kontak yang tertera di web lalu terhubung kepada divisi pemasaran yang ada di Kilat TV untuk membicarakan kesepakatan mengenai pemasangan iklan. Cara ini mudah bagi klien karena tidak perlu datang langsung ke kantor atau studio Kilat TV, namun bisa langsung menghubungi kontak yang sudah tertera di website maupun sosial media Kilat TV sehingga lebih mudah dan efisien.

Tantangan Program podcast firasat wirang di Masa Pandemi Covid-19

Di era pandemi Covid-19 yang melanda negara Indonesia, tantangan yang di hadapi oleh Kilat TV tidak begitu banyak namun sangat krusial. Adapun imbasnya yaitu tim dari Kilat TV terkena

virus covid-19 sehingga sulit untuk mencari pengganti. Serta tantangan dari luar yaitu permintaan narasumber untuk memperketat protokol kesehatan dengan meminta seluruh tim dari podcast Kilat TV melakukan *test swab* terlebih dahulu serta studio siaran podcast yang harus distrerilkan sebelum narasumber datang.

Adapun imbas lainnya dalam produksi podcast firasat wirang yaitu harus mengikuti peraturan dari pemerintah yang membatasi adanya kerumunan dan hal-hal lainnya. Perubahan yang membuat Kilat TV serta orang-orang yang terkait seperti narasumber harus mengikuti perkembangan peraturan yang ada. Namun, Kilat TV tetap saling bekerja sama dan menjalin kekompakan agar produksi dan citra Kilat TV tidak menurun. Pandemi covid-19 ini justru dimanfaatkan program podcast firasat wirang untuk terus memproduksi siaran podcast. Seperti diketahui bahwa platform online meningkat jumlah pengaksesnya sejak pemerintah memberlakukan *work from home* (WFH). Aplikasi *streaming* yang digunakan Kilat TV seperti youtube banyak digemari oleh kaum milenial karena dengan mudahnya setiap orang dalam mengakses aplikasi tersebut, sehingga akan mempengaruhi jumlah penonton program podcast firasat wirang.

Studio yang digunakan podcast firasat wirang telah mengikuti aturan dari pemerintah tentang protokol kesehatan seperti menyediakan tempat cuci tangan dan *handsanitizer* di tempat-tempat tertentu. Narasumber dan rekan-rekan kerja yang bertugas pada hari itu dihimbau untuk selalu menggunakan masker. Sebelum mulai produksi podcast ruangan studio terlebih dahulu dilakukan penyemprotan disinfektan, selain itu dilakukan pula swab test sebelum produksi siaran podcast dimulai untuk memastikan produksi podcast firasat wirang berjalan dengan aman.

4. Kesimpulan

Peneliti menemukan bahwa untuk meningkatkan kualitas konten podcast firasat wirang pada Kilat TV, mereka harus melakukan beberapa tahap. Pada tahap pertama, Kilat TV mencari berbagai ide mengenai podcast. Tujuan adanya pencarian ide yaitu agar pembahasan dalam podcast dapat lebih tertata, setelah mendapatkan ide lalu masuk ke tahap perencanaan. Setelah perencanaan matang kemudian masuk ke tahap produksi, di tahap produksi ini seluruh tim dari Kilat TV akan bekerja sama mulai dari tim produser, crew, host, serta kameramen untuk membuat podcast firasat wirang. Tahap terakhir setelah produksi selesai tim akan melakukan quality control agar podcastnya lebih tertata dan tidak ada bagian yang seharusnya tidak dimasukkan kedalam konten podcast. Setelah seluruh tahap dilakukan oleh tim Kilat TV maka konten podcast firasat wirang akan diunggah di youtube dan tim dari bagian pemasaran akan melakukan promosi melalui media sosial.

Proses evaluasi dalam manajemen produksi podcast firasat wirang untuk saat ini dan ke depannya dapat meningkatkan kualitas konten menyesuaikan target audiens. Untuk itu Kilat TV harus terus melakukan dan menciptakan inovasi baru, seperti menghasilkan plan program baru dengan beragam variasi yang menarik. Selain itu, Kilat TV juga memanfaatkan berbagai macam media sosial untuk melakukan pemasaran program yang dijalankan kepada masyarakat luas.

Referensi

- Cin, S., Savitri, L., & Utami, S. (2020). *Su Cin, Lusia Savitri Setyo Utami: Konvergensi Media Baru dalam Penyampaian Pesan Melalui podcast Konvergensi Media Baru dalam Penyampaian Pesan Melalui podcast*.
- Dubber. (2013). *Radio in the Digital Age*. Polity press.
- Geller, V. (2011). *Beyond Powerfull Radio*. Elsevier.
- Geoghegan, Michael W., Klass, D. (2007). *podcast Solutions: The Complete Guide to Audio and Video podcasting*. Friendsof.
- Given, L. M. (2008). *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods. Volume 1 & 2* (p. 886). Singapore: A SAGE Reference Publication.
- Lingga, G., Kusuma, A., Sekolah, P., & Desain Bali, T. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA), 2*, 259265. <https://cashbac.com>
- Prayudha, H. (2005). *Radio: Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. Bayumedia.
- Prihatsanti, U., Suryanto, S., & Hendriani, W. (2018). Menggunakan Studi Kasus sebagai Metode Ilmiah dalam Psikologi. *Buletin Psikologi, 26(2)*, 1. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.38895>
- Radika, M. I., & Sri Dewi Setiawati. (2020). Strategi Komunikasi PODCAST dalam Mempertahankan Pendengar (Studi kasus Dalam podcast Do You See What I See) podcast Communication Strategy In Maintaining Hears (Study In podcast Do You See What I See). *Jurnal Ilmu Komunikasi, III(li)*, 96–106.
- Silalahi, G. S. H., Luik, J., & Aritonang, A. I. (2021). Konten Klarifikasi Dalam Podcast Deddy Corbuzier. *E-Komunikasi, 9(2)*. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/11542>
- Syaipudin, L. (2020). Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus di Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung). *Kalijaga: Jurnal of Communication, 2(1)*, 14–34.
- Yin, R. K., & Djauzi Mudzakir, M. (2008). Studi kasus : desain & metode / Robert K. Yin ; penerjemah, M. Djauzi Mudzakir. *RajaGrafindo Perkasa*.
- Zellatifanny, C. M. (2020). Trends in Disseminating Audio on Demand Content through podcast: An Opportunity and Challenge in Indonesia. *Journal Pekommas, 5(2)*, 117. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050202>