



Improving the teenager creativity to become podcasters at the Media Kasih Islamic Orphanage, Tangerang

Munadhil Abdul Muqsith¹, Radita Gora Tayibnapis¹, Oni Tarsani²

¹ Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Jakarta, Indonesia

² Universitas Al-Azhar Indonesia, Jakarta, Indonesia

 munadhil@upnvj.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.8142>

Abstract

Recent decade, the podcast has become one of the new media platforms that have become a trend in society. Podcasts are becoming increasingly popular, especially during the Covid-19 pandemic. At a time when people are forced to social distancing, some people want to build their creativity easily and cheaply, and efficiently on various podcast platforms. Podcasts are mostly only known among urban communities, while among fostered children such as those in orphanages, they are so common and unknown. This community service aims to introduce podcasts through training for orphanage. The results obtained by fostered students at the Media Kasih Islamic Foundation Orphanage are so enthusiastic in learning about podcasts and making podcasts for their respective activities that they build their creativity.

Keywords: *Podcast; Creativity; Post-pandemic; Orphanage*

Meningkatkan kreativitas anak menjadi *podcaster* di Panti Asuhan Islam Media Kasih, Tangerang

Abstrak

Podcast dasawarsa ini menjadi salah satu platform media baru yang menjadi *trend* di masyarakat. Podcast makin menjadi populer terutama di masa pandemi Covid-19. Pada saat masyarakat dipaksa menjalankan *social distancing*, sebagian orang ingin membangun kreativitasnya secara mudah dan murah serta efisien di berbagai platform *podcast*. Podcast kebanyakan hanya dikenal di kalangan masyarakat perkotaan, sedangkan di kalangan anak-anak binaan seperti di panti asuhan begitu awam dan tidak dikenal. Hal ini yang mendorong dilaksanakannya program pelatihan melalui pengabdian masyarakat untuk memperkenalkan *podcast* kepada anak-anak di panti asuhan. Bentuk pelatihan ini pun dimulai dari wawancara, menentukan konten, cara berbicara dan intonasi sampai pada praktik memproduksi konten *podcast*. Hasil yang diperoleh adalah para siswa binaan di Panti Asuhan Yayasan Islam Media Kasih begitu antusias dalam mempelajari tentang *podcast* dan membuat *podcast* untuk kegiatan masing-masing, sehingga mampu membangun kreativitas anak panti.

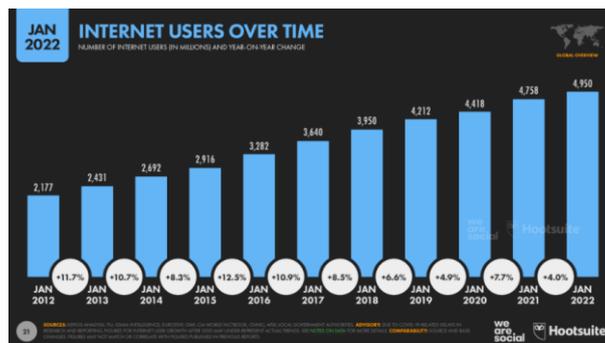
Kata Kunci: *Podcast; Kreativitas; Pasca pandemi; Anak panti asuhan*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi di era digital memudahkan bagi setiap orang untuk mengakses konten dan informasi secara luas (Muqsith, 2021). Telepon pintar dan internet cepat memberikan kemudahan untuk berkomunikasi jarak jauh tanpa terbatas

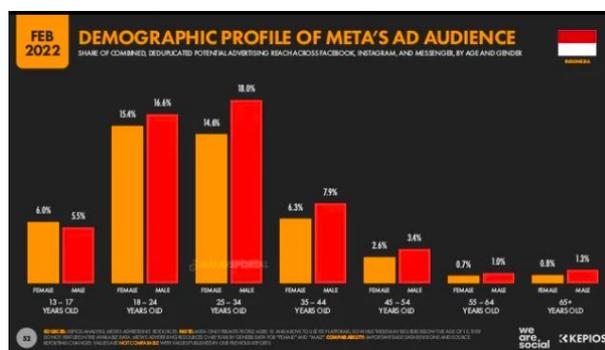
secara ruang dan waktu. Kuantitas pengguna internet secara terus menerus meningkat tajam, apalagi sejak pandemi Covid-19 yang memaksa orang untuk melakukan adaptasi baru yaitu menerapkan *social distancing*.

Sejak krisis kesehatan ini, masyarakat Indonesia diharuskan menggunakan internet untuk kegiatan sehari-hari seperti menggunakan aplikasi konferensi video untuk bekerja dan sekolah sampai berbelanja di pasar dalam jaringan terkoneksi dengan internet dari berbagai platform media digital (Muqsith et al., 2021). Meningkatnya pengguna media digital internet di dunia, menurut data wearesocial.org hingga Februari 2022 mengalami peningkatan mencapai 100 juta dari tahun 2019 sampai 2022 sebagaimana disajikan pada Gambar 1. Hal ini menunjukkan bahwa ada tren terbaru yang menjadi peluang bagi para kreator saat ini.



Gambar 1. Internet dari tahun 2012-2022

Salah satu yang berpengaruh di sini adalah kegiatan yang sejak masa pandemi Covid-19 mengharuskan masyarakat untuk beraktivitas di rumah dan mengurangi aktivitas keluar rumah. Pilihan yang banyak dilakukan oleh banyak orang terutama generasi milenial adalah dengan menggunakan perangkat digital seperti gadget *smartphone*, tablet atau laptop untuk membuat konten kreatif (Muzykant & Muqsith, 2021). Pada tahun 2022, secara demografi, milenial merupakan *audience* pengguna internet terbesar dengan rentang usia 25-34 tahun paling besar dilanjutkan dengan 18-24 tahun (Gambar 2) (WeAreSocial, 2022).



Gambar 2. Demografi profil *audience* pengguna internet di Indonesia 2022

Perangkat digital menjadi sarana kreatif bagi para generasi milenial untuk mengembangkan dirinya. Hal ini tentunya perlu didukung dengan sarana prasarana yang memadai serta didukung dengan penguasaan pengetahuan teknis dalam menggunakan perangkat gadget tersebut untuk membuat karya. Hal ini yang biasa dilakukan oleh kalangan menengah atas atau berkecukupan yang memiliki modal ekonomi yang cukup untuk mengembangkan bakatnya. Selain itu pengembangan

modal budaya atau keahlian untuk menerapkan implementasi praktis penggunaan teknologi (Muqsith, 2019).

Memasuki masa generasi milenial, generasi yang saat ini mendominasi di Indonesia yaitu mahasiswa dengan ciri utama melekat pada teknologi digital. Mereka memanfaatkan teknologi digital dalam seluruh aspek kehidupan mereka, mulai dari sosialisasi hingga pendidikan. Salah satu bentuk teknologi digital yang berkembang pada generasi milenial ini adalah *podcast*. Meningkatkan hasil belajar pada beberapa materi, salah satunya adalah kemampuan berbicara dalam bahasa Inggris siswa. Kemampuan berbicara dalam bahasa Inggris siswa meningkat setelah diberikan media *podcast* (Bulut & Bal, 2017). Siswa dapat memilih materi yang mereka sukai dan mendengarkannya sebagai bahan materi pembelajaran, sehingga mereka bisa belajar sesuai dengan yang mereka inginkan. Selain itu *podcast* digunakan sebagai salah satu media untuk meningkatkan motivasi belajar siswa. Motivasi belajar siswa cukup meningkat melalui penggunaan *podcast* sebagai media pada kursus daring (Rozgonjuk et al., 2020).

Podcast dapat berkembang media di era digital memang telah memutus batas-batas penghalang antara khalayak dan konten. Kita bisa menikmati konten media favorit di mana saja tanpa terkecuali. Meski baru populer lima tahun terakhir, sebenarnya *podcast* di Indonesia sudah ada sejak 2005. Namun, *podcast* baru dapat tumbuh pesat di tahun 2019 setelah kelahiran berbagai platform seperti Anchor, Spotify, Google Podcast, hingga Inspigo. Sehingga dalam hal inilah yang perlu ada perubahan kreativitas dengan menggunakan media digital seperti *podcast* dengan memanfaatkan perangkat seperti gadget ataupun perangkat sejenis. *Podcast* menjadi tren setelah kepopuleran Youtube sebagai media audio visual berupa *Video on Demand* (VOD).

Kepopuleran *podcast* ini membawa Populix mengetahui kebiasaan konsumen Indonesia dalam mengonsumsi primadona baru konten media di era digital ini. Populix mengumpulkan lebih dari dua ribu responden untuk mendengar pendapatnya soal *podcast*. Animo masyarakat yang tinggi terhadap *podcast* semakin tereskalasi berkat kehadiran berbagai platform penyedia *podcast*. Kehadiran berbagai platform itu semakin memudahkan masyarakat mengakses *podcast* sesuai dengan ketersediaan platform di gawainya masing-masing (Ridwan et al., 2022).

Hal ini mudah diperoleh atau didapat oleh kalangan sosial ataupun pendidikan menengah atas, sementara itu di kalangan pendidikan ke bawah kerap kurang mendapat wawasan tentang penggunaan sarana ini. Seperti halnya di kalangan anak-anak panti asuhan yang kerap kali dipandang kurang mampu atau tidak mampu secara perekonomian sehingga hanya mengandalkan belas kasih dari orang lain dan tidak mampu untuk mengikuti perkembangan tren teknologi yang ada (Narwoko, 2004).

Panti asuhan adalah lembaga yang menampung anak-anak kurang mampu sehingga anak-anak tersebut tetap bisa melanjutkan pendidikannya. Di satu sisi, panti asuhan sendiri selama berjalan kurang mendapat wawasan teknologi dan tren perkembangan konten digital seperti *podcast*. Seperti halnya Panti Asuhan Yayasan Media Kasih yang mayoritas anak-anak penghuni panti tidak mengetahui tren *podcasting* dan juga sarana edukasi belajar digital baru yang sebenarnya bisa digunakan untuk meningkatkan potensi belajar dan pengembangan bagi anak-anak panti itu sendiri. Hal ini yang kemudian membuat anak-anak panti menjadi stagnan dalam berkreasi dengan menggunakan perangkat gadget yang dimiliki. Anak-anak di Panti Asuhan Yayasan

Islam Media Kasih yang biasanya anak-anak yatim piatu ataupun anak-anak yang dibuang dan ditelantarkan oleh keluarganya. Hal ini yang kemudian memunculkan stereotip rendah tentang keberadaan anak-anak panti yang dianggap tidak bisa menghidupi dirinya sendiri sehingga hal tersebut yang kemudian membuat anak-anak menjadi susah untuk berkembang.

Tentunya upaya untuk berkembang adalah salah satu tujuan penting bagi anak-anak remaja ketika menimba ilmu di suatu institusi pendidikan ataupun lembaga yayasan yang menaunginya, sehingga dalam hal ini perlu adanya peran institusi pendidikan untuk mendukung edukasi dan pembinaan anak-anak panti agar mampu berkembang dan juga mengikuti tren perkembangan teknologi digital dan membuat konten kreatif dengan perangkat teknologi tersebut (Nurhaida et al., 2023).

Permasalahan inilah yang menjadi salah satu alasan diadakannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Panti Asuhan Yayasan Islam Media Kasih yang dimana keberadaan panti asuhan ini juga berdekatan dengan kawasan kota besar yang juga kawasan lingkungan di daerah Cipadu yang mayoritas ditempati oleh masyarakat metropolitan. Oleh karenanya, melalui kolaborasi Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional (UPN) Veteran Jakarta dengan Universitas Al Azhar Indonesia (UAI) dilakukan pembinaan siswa dalam edukasi pembuatan konten kreasi *podcast*.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kolaborasi dua kampus ini dilakukan di Panti Asuhan Yayasan Islam Media Kasih yang berlokasi di Jl Mutiara keluarahan Cipadu, Kecamatan Larangan, Rt 02/003, Cipadu, Kota Tangerang, Banten 15151 tanggal 10 Juni 2022, pukul 15.30–selesai. Peserta kegiatan ini adalah anak-anak Panti Asuhan Yayasan Islam Media Kasih yang duduk di bangku SMA. Secara umum langkah-langkah kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari analisa masalah dan kebutuhan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada pelaksanaan kegiatan, beberapa hal yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Penjelasan tentang siniar dan penyiar radio dan tentang *podcast* di era digital.
- b. Tips dan trik bagaimana menjadi seorang *podcaster* yang baik untuk pendengar.
- c. Pengarahan tentang bagaimana *branding* di media sosial.
- d. Pelatihan praktik rekaman di aplikasi android Anchor.
- e. Tata cara *branding* produk melalui media *podcast*.

3. Hasil dan Pembahasan

Adapun pada awal acara dimulai dengan pembukaan oleh Ketua PKM, Dr. Radita Gora Tayibnaxis, MM yang memberikan pengantar secara lisan terkait kegiatan PKM dan juga sekaligus menjelaskan *rundown* acara kegiatan yang dilakukan oleh tim PKM. Setelah dilakukan pembukaan acara berikutnya adalah pengenalan tentang dasar-dasar penyiaran radio yang dibawakan langsung oleh Dr. Munadhil Abdul Muqith, P.hD tentang cara melakukan siaran, pengenalan siaran audio seperti siaran radio, perbandingan siaran radio dengan *podcast* dan juga perbandingan penerapan hingga platform yang digunakan oleh mentor pertama.

Presentasi yang dilakukan oleh mentor pertama ini menggunakan *slide* presentasi mengenai gambaran tentang media radio dan cara kerja radio dalam memproduksi

konten audio. Hal ini didasarkan pula oleh pengalaman si mentor yang akrab disapa dengan panggilan Ina ini ketika masih menjadi praktisi radio. Hal yang diajarkan di sini mulai dari tata cara mengatur pola suara, kemudian mengatur pernafasan ketika akan mengambil suara pada saat berhadapan di depan *microphone*, kemudian mengatur pernafasan, hingga mengatur tata cara bicara dan pola mengatur badan pada saat sedang siaran. Dasar-dasar gerakan tubuh, mengatur pernafasan, hingga mengatur intonasi suara merupakan pemahaman dasar ketika seseorang menjadi penyiar radio, ataupun menjadi seorang *podcaster* sekalipun. Hal tersebut menjadi pertimbangan karena pandangan dasar seorang *podcaster* juga tidak lepas dari tata cara penyiar radio, namun ada banyak pula yang membedakan dari penyiar radio.

Pada sesi ini, anak-anak remaja penghuni Panti Asuhan Yayasan Islam Media Kasih sangat antusias menerima pembelajaran awal menjadi seorang penyiar dan menjadi siniar hingga ada peminatannya untuk memperagakan untuk praktik mengatur suara, mengatur intonasi hingga mengatur pernafasan. Tentunya praktik semacam ini mengundang perhatian lebih dari para penghuni panti dan juga keceriaan untuk memperagakan bersama-sama dalam mengatur intonasi berbicara dengan gaya penyiar

Pada sesi berikutnya ([Gambar 3](#)) adalah pelatihan praktik *podcast* yang langsung diajarkan oleh Dr. Radita Gora, dosen ilmu komunikasi UPN Veteran Jakarta dan juga seorang *podcaster* dari Sarang Kodok Podcast. Sesi ini dilakukan pengarahan dan mentoring seputar *podcast* mulai dari memilih materi *podcast* yang tepat untuk di segmen remaja dan memilih *trending topic* untuk menjadi pembahasan di *podcast*. Pada materi ini disampaikan secara terstruktur dengan memperhatikan perbedaan mendasar teknis dan konsep dari siaran radio maupun *podcast*. Selain itu juga mencoba untuk menyampaikan materi secara praktis dan sederhana serta mudah dipahami dan nantinya ditujukan untuk kemudahan praktik membuat program sinjanya. Upaya ini dilakukan untuk memberikan suatu gambaran secara jelas praktik *podcast* praktis yang biasa diterapkan oleh para audio konten *creator* dan juga terstandarisasi dalam pembuatan *podcast* sesuai dengan tata cara yang benar.



[Gambar 3.](#) Kegiatan sosialisasi dasar teknis dan konsep praktik *podcast*

Pelatihan pada sesi ini juga dibarengi dengan praktik membuat konten *podcast* dengan menggunakan aplikasi bawaan *smartphone* seperti *audio recording* atau aplikasi *recording* bawaan *smartphone* yang dimiliki di semua *smartphone*, kemudian menggunakan aplikasi Anchor. Dipilihnya aplikasi Anchor ini karena menjadi aplikasi yang paling familiar dan lebih banyak digunakan oleh para *podcaster* ataupun kreatif audio konten di Indonesia yang mencapai lebih dari 2000 *podcast* yang dibuat dengan menggunakan platform Anchor dan disiarkan melalui platform aplikasi *podcast* seperti Spotify,

kemudian juga aplikasi Google Podcast dan beberapa platform *podcast* lainnya. Untuk membuat konten tersebut para peserta tidak harus memiliki perangkat *handsfree* atau perangkat *microphone* khusus ketika mengambil suara, namun bisa dilakukan dengan menggunakan *microphones* dari *smartphone* itu sendiri layaknya orang melakukan kontak telepon, tentunya dengan teknik dan tatanan yang benar agar dapat menghasilkan suara yang jernih dan meminimalisir *noise* di dalamnya serta penggunaan aksesoris pendukung untuk peredam suara dengan menggunakan kapas atau tisu untuk meredam suara termasuk menggunakan gabus khusus untuk meredam suara pada *microphone* sehingga bisa untuk menjernihkan suara dari siniar.

Tidak sedikit peserta yang memiliki *handsfree* untuk mendukung dirinya membuat konten audio. Kemudian berikutnya para peserta membentuk kelompok yang terdiri dari 4 orang per kelompok untuk membuat konten *podcast* secara *offline* dan antusiasme membuat *podcast* ini pun diikuti dengan kreativitas dari masing-masing kelompok ketika membuat konten audio dan kemudian diperdengarkan di hadapan para mentor. Sesi berikutnya adalah pemaparan *branding podcast* dan *branding* produk melalui *podcast* yang dibawakan langsung oleh Dr. Oni Tarsani, M.Ikom sebagai mentornya.

Pada pelatihan yang terakhir adalah menjelaskan tata cara *branding* produk melalui media *podcast*. Pada kesempatan ini menghadirkan Dr. Oni Tarsani, M.Ikom yang merupakan praktisi wirausaha di bidang bisnis produk makanan yang mengajarkan tata cara *branding* produk pangan ataupun obat-obatan melalui *podcast* dan cara menyampaikan pesan serta memperhatikan jenis pesan yang digunakan pada media siniar sebagai perkembangan media digital baru. Pelatihan cara *branding channel podcast* yang telah dibuat oleh para siswa/i tidak dilakukan dengan pola *branding* tradisional, melainkan dengan pola *branding* menggunakan media digital (status Whatsapp dan Line), dan media sosial (Facebook dan Instagram). Tata cara *branding* ini juga diberikan dalam praktik implementatif dilakukan oleh mentor dengan menggunakan perangkat presentasi langsung dengan menggunakan laptop yang terkoneksi ke internet dan menunjukkan secara visual melalui *slide* yang bisa dilihat dan diharapkan mudah dipelajari serta diterapkan oleh para siswa/i Yayasan Islam Media Kasih.

4. Kesimpulan

Kegiatan pelatihan *podcast* ini hanya sebatas pengenalan awal *podcast* dikarenakan para peserta masih sangat “buta” dan awam serta tidak mengetahui bentuk *podcast* maupun media *podcast* serta tidak memahami dasar pembuatan *podcast*. Adapun anak-anak Panti Asuhan Yayasan Islam Media Kasih juga dapat menerapkan membuat audio konten dengan menggunakan *podcast* untuk *branding* produk perusahaan dan juga membuat konsep awal dalam *branding podcast* yang mereka kerjakan. Sehingga dengan adanya *podcast* ini menjadi hal yang sangat baru bagi anak-anak panti. *Podcast* diharapkan dapat menumbuhkan rasa percaya diri dan tingkat kreativitas siswa/i anak-anak panti. Kemudian, saran yang dapat diberikan dari kegiatan ini adalah perlunya kegiatan pelatihan *podcast* lanjutan karena pembelajaran mengenai *podcast* memerlukan pelatihan tingkat lanjut seperti membuat *skrip podcast*, kemudian maksimalisasi perangkat *podcast* dan pengenalannya, serta memproduksi konten di tingkat lanjut termasuk monetisasi *podcast*.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada Panti Asuhan Yayasan Islam Media Kasih, Tangerang.

Daftar Pustaka

- Bulut, E., & Bal, H. M. (2017). Disrupting the Spectacle: The Case of Capul TV During and After Turkey's Gezi Uprising. In *The Spectacle 2.0: Reading Debord in the Context of Digital Capitalism* (pp. 209-225). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.16997/book11.m>
- Muqsith, M. A. (2019). Meredefinisikan Penyiaran. *Adalah: Bulletin Hukum Dan Keadilan*, 3(1). <https://doi.org/10.15408/adalah.v3i1.17930>
- Muqsith, M. A. (2021). Perkembangan Digital Media di Dunia. *Adalah: Bulletin Hukum Dan Keadilan*, 5(4). <https://doi.org/10.15408/adalah.v5i4.17931>
- Muqsith, M. A., Pratomo, R. R., Kuswanti, A., & Muzykant, V. L. (2021). Social solidarity movement to prevent the spread of COVID-19 pandemic in Indonesia. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 34(1). <https://doi.org/10.20473/mkpV34I22021.147-158>
- Muzykant, V. L., & Muqsith, M. A. (2021). Social consequences of the 2020 regional elections in indonesia under the covid-19 pandemic. *RUDN Journal of Sociology*, 21(3). <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2021-21-3-536-542>
- Narwoko, J. D. (2004). *Sosiologi teks pengantar dan terapan*. Prenada Media.
- Nurhaida, D., Busnetty, I., Rustam, R., Amalia, F. N., & Prasetya, A. (2023). Social media content optimization assistance for the community of Tanah Abang Traders Association "HIPTA." *Community Empowerment*, 8(2), 148-154. <https://doi.org/10.31603/ce.8608>
- Ridwan, Kuswanti, A., Muqsith, M. A., & Venus, A. (2022). Digital branding and entrepreneurship skills for millennials in Pabean Udik Village, Indramayu. *Community Empowerment*, 7(12), 2143-2148. <https://doi.org/10.31603/ce.8224>
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat Use Disorders mediate that association? *Addictive Behavior*, 110. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106487>
- WeAreSocial. (2022). *Digital 2022: Another Year of Bumper Growth*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License