

LAPORAN AKHIR
PENELITIAN DANA FAKULTAS UKWMS



JUDUL PENELITIAN
Pendampingan Proses Produksi Video Podcast
“SAYUKA TV” sebagai Perwujudan Katekese
Digital Gereja Katolik

TIM PENELITI
Theresia Intan Putri Hartiana /142.10.0651/0725058704
Brigitta Revia S.F.I.Kom.M.Med.Kom

Prodi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Juli 2022

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR ABDIMAS GRANT**

Judul ABDIMAS : Pendampingan Proses Produksi Video PODCAST "SAYUKA TV" sebagai Perwujudan Katekese Digital Gereja Katolik
Bidang : Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Berkelanjutan

1. Ketua ABDIMAS:
 - Nama Lengkap : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.
 - NIK/ NIDN : 142100651
 - Jabatan Fungsional : Lektor
 - Program Studi : Program Studi Ilmu Komunikasi
 - Nomor HP/ e-mail :
2. Anggota ABDIMAS (1)
 - Nama Lengkap : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.
 - NIK/ NIDN : 142150849
3. Anggota Mahasiswa:
 - a) Michael Palevi Maturbongs (1423020091)
 - b) Rubens Mahatma Adam Kent Prasetyanto (1423020122)
4. Luaran yang dihasilkan : Konten di media sosial atau Youtube
5. Jangka waktu pelaksanaan : 1/8/2021 - 31/7/2022
6. Biaya Penelitian dari UKWMS : Rp 5,000,000
7. Penyertaan dana mitra : Rp 0
8. Penyertaan dana bentuk *inkind* : Rp 0
(estimasi nominal dalam rupiah)



Surabaya, 11 Juli 2022
Ketua PENELITI,



Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos.,
M.I.Kom.
NIK: 142100651



Mengetahui,
Ketua LPPM

Ir. Hartono Pranjoto, M.Sc., Ph.D., IPU.
NIK: 511940218

Ringkasan penelitian tidak lebih dari 300 kata yang berisi latar belakang penelitian, tujuan dan metode penelitian, hasil penelitian, kesimpulan dan luaran penelitian

RINGKASAN

Kegiatan ini merupakan bagian dari kelanjutan penelitian mengenai Media Literacy yang dilakukan di tahun 2019. dan juga kegiatan abdimas sebelumnya terkait Pendampingan Pembuatan Siaran Audio (Podcast) sebagai Perwujudan Katekese Digital Gereja Katolik. Kegiatan tersebut dilakukan dengan pendampingan kepada tim katekese volunteer mengenai media baru dalam mewartakan pengalaman iman setiap orang yaitu *podcast*. Selain itu kepada para katekese diajarkan cara membuat skrip untuk podcast tersebut. Dari kegiatan tersebut muncul beberapa permasalahan : *Pertama*, terdapat katekese volunteer yang sangat baik dalam membuat skrip dan membuat siaran podcast, namun terkait sarana prasarana dan keahlian *skill editing*, menambahkan efek suara, mereka masih mionim terkait keahlian dan kemampuannya. Kedua, Selanjutnya perkembangan teknologi menuntut Gereja juga turut beradaptasi dan mengembangkan diri untuk terus mewartakan ajaran Tuhan, namun minimnya pengetahuan bidang katekese di Gereja mengenai penggunaan atau menciptakan konten rohani melalui podcast Permasalahan ketiga, adanya kebutuhan dalam menciptakan materi pengajaran gereja yang ringkas untuk dibawa kemana saja tanpa menguras kuota. Permasalahan keempat, minimnya pengetahuan bidang katekese di Gereja mengenai penggunaan atau menciptakan konten rohani melalui podcast

Dari latar belakang permasalahan di atas, maka akan melakukan **Pendampingan Proses Produksi Video PODCAST “SAYUKA TV” sebagai Perwujudan Katekese Digital Gereja Katolik**

Objek sasaran abdimas adalah Tim katekese dan komunikasi sosial Gereja Katolik Santo Yusup Karangpilang. Mengapa? Penulis melihat bahwa Gereja Katolik Santo Yusup Karangpilang, merupakan gereja yang baru saja mengadopsi penggunaan aplikasi Youtube, Instagram, Twitter, dibawah Komsos-nya. Sehingga dalam konteks penggunaan teknologi komunikasi sebenarnya Gereja Sayuka sudah mulai mengikuti perkembangan , walaupun Gereja Katolik Santo Yusup, termasuk *late majority*. Sehingga dirasa perlu diadakan pendampingan agar konten yang disebarluaskan ke masyarakat dapat diterima dan bagus untuk ditayangkan

Kata kunci maksimal 5 kata dipisahkan dengan titik-koma

Kata_kunci_Podcast.,Audio Visual,Katekese Digital

Latar belakang penelitian tidak lebih dari 500 kata yang berisi latar belakang dan permasalahan yang akan diteliti, tujuan khusus, dan urgensi penelitian. Pada bagian ini perlu dijelaskan uraian tentang spesifikasi khusus terkait dengan skema.

LATAR BELAKANG

Kegiatan ini merupakan bagian dari kelanjutan penelitian mengenai Media Literacy yang dilakukan di tahun 2019. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan media literacy memang sudah sangat baik. Namun apabila dari masing masing skill dalam media literacy, dan juga kegiatan abidmas berjudul Pendampingan Produksi

Video Tutorial Pembuatan Siaran Audio (Podcast) sebagai Perwujudan Katekese Digital Gereja Katolik

Kegiatan pendampingan telah dilakukan pada abdimas sebelumnya terkait Pendampingan Pembuatan Siaran Audio (Podcast) sebagai Perwujudan Katekese Digital Gereja Katolik. Kegiatan tersebut dilakukan dengan pendampingan kepada tim katekese volunteer mengenai media baru dalamewartakan pengalaman iman setiap orang yaitu podcast. Selain itu kepada para katekese diajarkan cara membuat skrip untuk podcast tersebut. Dari kegiatan tersebut muncul beberapa katekese yang sangat baik dalam membuat skrip dan membuat siaran podcast, namun terkait sarana prasarana dan keahlian *skill editing*, menambahkan efek suara.

Permasalahan pertama di atas, tentu saja menjadi fokus utama kegiatan yang harus di tingkatkan. Khususnya mengenai partisipasi dalam pembuatan konten untuk memaksimalkan *communication abilities* melalui aplikasi. Dalam artikel berjudul COVID-19 Akselerasi Proses Digitalisasi, fenomena COVID-19 mempercepat proses digitalisasi. Data perusahaan Artificial Intelligence (AI) dan pengolahan data terintegrasi di bidang pemasaran, ADA bahkan memprediksi, peralihan aktivitas dari offline ke online kemungkinan besar menjadi permanen. Hal ini didorong oleh kesadaran masyarakat jika penggunaan platform digital untuk kehidupan sehari-hari tidak sesulit yang mereka bayangkan. Semua dengan mudah dilakukan dan dapat dipenuhi hanya dengan sebuah gadget. Kondisi pandemi memaksa masyarakat untuk beradaptasi, mengubah cara hidup dan aktivitas sehari-hari. (sumber : <https://www.marketeers.com/covid-19-akselerasi-proses-digitalisasi/>, diakses pada tanggal 27 Februari 2021)

Dengan kondisi *pandemic* yang terjadi pada kurang lebih 1 tahun belakangan, memperkuat kegiatan diselenggarakan tanpa adanya tatap muka. Pada akhirnya beberapa aktivitas bergeser pada media digital, khususnya disini adalah dalam membagi dan menyajikan informasi dari gereja kepada jemaatnya. Inilah yang mendasari pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan.

Permasalahan kedua, adanya perkembangan teknologi menuntut Gereja juga turut beradaptasi dan mengembangkan diri untuk terusewartakan ajaran Tuhan P. Alfonsus Widhi, SX, menyatakan aspek kebudayaan merupakan faktor sentral di dalam evangelisasi. Di dalam kebudayaan benua keenam, internet menawarkan berbagai fasilitas yang mempercepat sebuah proses komunikasi dan tindakan yang terpisah jarak, ruang dan waktu. Pemakaian internet mendorong –mau atau tidak mau–

sebuah kreativitas di dalam tindakan dan interaksi yang mempengaruhi kehidupan masyarakat. Inilah budaya digital yang mewarnai awal milenium ketiga. Bagaimanakah hal ini disikapi oleh para pewarta injil – para katekis, dalam mengemban tugas pewartannya dan sekaligus menemukan perannya (<https://komkat-kwi.org/2015/06/13/berkatekese-di-dunia-digital/>). Sehingga diperlukan cara baru dalam menyampaikan ajaran Gereja .

Permasalahan ketiga, adanya kebutuhan dalam menciptakan materi pengajaran gereja yang ringkas untuk dibawa kemana saja tanpa menguras kuota.

Permasalahan keempat, minimnya pengetahuan bidang katekese di Gereja mengenai penggunaan atau menciptakan konten rohani melalui podcast. Tumbuhnya berbagai media baru dengan spesifikasi fungsi yang berbeda seakan berhasil memfasilitasi kebutuhan audiens yang semakin kompleks. Seperti halnya Youtube dengan segudang konten variatif yang mampu mengalihkan perhatian penonton televisi, Website Blog yang kini menggantikan posisi majalah dan surat kabar, serta berbagai media audio streaming yang secara perlahan tapi pasti mulai menggeser eksistensi radio siaran.

Objek sasaran abdimas adalah Gereja Katolik Santo Yusup Karangpilang. Mengapa? Penulis melihat bahwa Gereja Katolik Santo Yusup Karangpilang, merupakan gereja yang baru saja mengadopsi penggunaan aplikasi Youtube, Instagram, Twitter, dibawah Komsos-nya. Sehingga dalam konteks penggunaan teknologi komunikasi sebenarnya Gereja Sayuka sudah mulai mengikuti perkembangan , walaupun Gereja Katolik Santo Yusup, termasuk *late majority*. Sehingga dirasa perlu diadakan pendampingan agar konten yang disebarluaskan ke masyarakat dapat diterima dan bagus untuk ditayangkan

Menyambut datangnya sebuah kebaruan, maka diperlukan perilaku adaptif dari masyarakat akan kebaruan tersebut. Kebaruan seringkali disebut sebagai inovasi. Inovasi dapat dikategorikan dalam hal sejauh mana mereka menuntut perubahan perilaku dari pengadopsi. Tiga jenis inovasi utama telah diidentifikasi, meskipun ketiga kategori ini tidak mutlak. Mereka merujuk, dalam arti relatif, pada jumlah gangguan atau perubahan yang mereka bawa ke kehidupan orang-orang. Inovasi berkelanjutan mengacu pada modifikasi dari produk yang sudah ada, seperti ketika sereal sarapan diperkenalkan dalam versi berlapis gula, atau jeans 'shrink-to-fit' yang dipromosikan Levi. Jenis perubahan ini dapat digunakan untuk membedakan satu merek dari para pesaingnya. Kebanyakan inovasi produk bersifat evolusioner daripada

revolusioner. Perubahan kecil dilakukan untuk memposisikan produk, menambahkan ekstensi lini atau hanya untuk mengurangi kebosanan konsumen. (Solomon, 2006 : 540)

Konsumen menerima sebuah produk baru dikenal dengan istilah Adopsi, proses adopsi seringkali membutuhkan waktu untuk dapat pada akhirnya diterima oleh masyarakat. Adapula unsur-unsur utama dalam sebuah kegiatan adopsi adalah adanya inovasi itu sendiri, penggunaan saluran komunikasi untuk menyampaikan kebaruan/inovasi tersebut, system social/masyarakat yang akan diterpa inovasi tersebut dan nantinya akan menerima inovasi, serta waktu yang dibutuhkan untuk inovasi itu dapat diterima oleh masyarakat.

Hadirnya internet secara langsung memberikan pengaruh bagi keberlangsungan radio siaran. Pada awalnya, dampak yang ditimbulkan seakan mematikan potensi radio, namun seiring berjalannya waktu, kemunculan internet merupakan sebuah momentum untuk membangkitkan kembali konten audio yang sempat tergeser. Kebangkitan ini kemudian ditandai dengan adanya berbagai media alternatif, seperti live streaming di situs radio online serta program radio yang didistribusikan melalui Youtube, media sosial, atau secara podcast. Melihat kondisi tersebut, konten audio memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan di ranah internet.

Sebagaimana halnya bentuk media yang lain, podcast audio dapat memainkan peran sebagai sumber informasi, edukasi dan hiburan bagi khalayak tertentu. Karakter audio yang melekat pada podcast jika dikelola dengan baik setidaknya memiliki pangsa pasar kaum auditori yang menurut sebuah penelitian berjumlah sekitar 30% dari total populasi. Potensi pendengar lain adalah khalayak yang karena faktor tertentu hanya dapat mengandalkan indera pendengaran untuk mengakses pesan. Para komuter juga dapat diperhitungkan sebagai khalayak potensial mengingat jumlahnya kian meningkat. Dalam perjalanan pulang dan pergi beraktivitas, para komuter biasanya cenderung memilih merintang waktu dengan mendengarkan konten audio.

Budaya tutur orang Indonesia merupakan salah satu sinyalemen potensi pengembangan podcast audio (Rusdi, 2012). Selain itu menurutnya, podcast audio dapat menambal kekurangan radio siaran yang selintas selain juga berfungsi sebagai penyimpanan produk-produk audio (dokumentasi). Menurut Geoghegan dan Klass, potensi podcast terletak pada keunggulannya; dapat diakses secara otomatis, mudah dan kontrol ada di tangan konsumen, dapat dibawa-bawa, dan selalu tersedia (2007).

Bentuk distribusi konten audio yang akhir-akhir ini tengah diminati adalah Podcast. Podcast merupakan akronim dari iPod Broadcasting yang merujuk pada perangkat Apple iPod sebagai platform distribusi podcast pertama. Secara sederhana, podcast diartikan sebagai teknologi yang digunakan untuk mendistribusikan, menerima, dan mendengarkan konten secara on-demand yang diproduksi oleh profesional maupun radio amatir (Bonini, 2015). Berbeda dengan radio konvensional yang melakukan siaran secara linear, podcast hadir dengan format siaran on-demand, artinya pendengar dapat menentukan sendiri waktu dan topik yang ingin didengarkan.

Podcast sebenarnya sudah muncul dalam satu dekade yang lalu, namun peningkat podcast baru meningkatnya sekitar 2019. Hasil Survei Daily Social pada 2018 terhadap 2023 pengguna smartphone yang menyatakan bahwa sebesar 68% responden cukup familiar dengan keberadaan podcast dan 80% di antaranya pernah mendengarkan podcast dalam 6 bulan terakhir. Hasil ini merupakan titik awal yang baik bagi podcast untuk terus berkembang sebagai audio berbasis digital.

Kemunculan podcast menjadi alternatif baru bagi *audiens* yang mulai jenuh dengan konten audio yang ada. Radio siaran yang bersifat linear nampaknya mulai ditinggalkan karena aktivitas masyarakat yang semakin padat sehingga cenderung memilih konten yang dapat diakses sesuai dengan kebutuhannya. Orang-orang semakin sibuk dan sulit untuk menyesuaikan waktu mendengarkan radio pada jam-jam tertentu. Podcast juga merupakan bagian dari medium interaktif dimana audiens dapat memberikan respon secara langsung melalui kolom komentar. Selain itu, keberadaan podcast juga memberikan warna tersendiri karena digarap dengan kemasan yang kreatif berupa drama, talkshow, monolog, review, hingga dokumenter. Podcast tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga dapat memberikan literasi dan wawasan melalui topik yang beragam dan dibutuhkan oleh para pendengarnya.

Lebih lanjut dalam survey Daily Sosial 2018 disebutkan bahwa alasan utama pendengar mengonsumsi podcast, salah satunya karena adanya variasi konten dan platform yang memberikan fleksibilitas saat menikmati konten (Yusra, 2019). Kehadiran podcast memunculkan berbagai jenis platform baru sebagai media publikasinya. Beberapa platform tersebut, antara lain Apple Podcast, Anchor, Overcast, Player.fm, Inspigo, Soundcloud, Google Podcast serta Spotify. Hal menarik lainnya, bahkan platform seperti Anchor dapat secara otomatis menyebarkan konten ke berbagai layanan distribusi lainnya, yaitu Spotify, Castbox, dan Google

Podcast. Hal ini menunjukkan bahwa ruang publikasi podcast tidak terbatas hanya pada satu platform dan memberikan kemudahan bagi kreator untuk mempublikasikan kontennya. (sumber : <https://dailysocial.id/post/fintech-report-2018>)

Sehingga dalam mewujudkan katekese digital saat ini diperlukan adanya adopsi informasi dari pihak gereja dalam penyampaian informasi keagamaan. Terlebih lagi pada masa pandemic Covid-19, pelaksanaan kegiatan ibadah dan kehidupan menggereja menjadi tantangan untuk tetap dapat dilaksanakan secara *online*.

Dari latar belakang permasalahan di atas, maka akan melakukan **Pendampingan Proses Produksi Video PODCAST “SAYUKA TV” sebagai Perwujudan Katekese Digital Gereja Katolik.**

PERMASALAHAN MITRA

Mengacu kepada butir Analisis Situasi, uraikan permasalahan mitra yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. *Communication abilities* yang masih rendah dari sasaran target abdimas, dalam hal ini adalah pengurus Gereja untuk memanfaatkan teknologi guna mendukung ajaran gereja
2. Tuntutan perubahan cara Gereja menyampaikan ajarannya, melalui katekese digital
3. Kebutuhan adanya materi pengajaran Gereja yang ringkas dibawa dan didengarkan kapanpun dan dimanapun tanpa menguras kuota

Minimnya pengetahuan anggota gereja terhadap cara menciptakan konten melalui podcast

Tinjauan pustaka tidak lebih dari 1000 kata dengan mengemukakan *state of the art dan* peta jalan (*road map*) dalam bidang yang diteliti. Sumber pustaka/referensi primer yang relevan dan dengan mengutamakan hasil penelitian pada jurnal ilmiah dan/atau paten yang terkini. Penggunaan sumber pustaka 10 tahun terakhir dengan jumlah lebih dari 15 artikel

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Morris, Terra dan William (2008) terdapat tiga tahap utama dalam pembuatan podcast, yaitu : perencanaan podcast, produksi dan pasca produksi. Langkah – Langkah kegiatan tersebut diantaranya :

- a. Perencanaan Podcast (Pra Podcast)
 1. menentukan topik yang tepat untuk podcast
 - Apa yang ingin disampaikan,
 - Apakah dapat dibicarakan dalam jangka waktu tertentu,

- Apakah podcaster mengetahui apa yang sedang ia bicarakan.
2. mencari host/voiceover talent

Podcaster harus :

- Memperhatikan pengucapan, volume, tone, nada suara, dan aksen dari podcaster
 - Menguasai materi yang akan dibawakan
 - Menguasai bahasa yang digunakan, memahami tentang tata bahasa dan konteks serta diksi yang dapat diterima.
3. mempertimbangkan studio podcast

Perekaman dapat dilakukan dalam studio untuk mendapatkan kualitas suara yang maksimal dan mengurangi noise yang dihasilkan

4. penulisan naskah

Poin penting di intro terdiri dari nama acara, musik pembuka, apa yang akan didapatkan dalam episode kali ini, serta menjaga obrolan seminimal mungkin, atau dapat menambahkannya dalam pascaproduksi. Sedangkan outro terdiri dari ucapan terima kasih dan mengajak mereka untuk kembali di episode selanjutnya, kapan mereka dapat menikmati episode selanjutnya, putarkan musik penutup

5. menentukan durasi yang tepat untuk podcast.

b. Produksi :

1. Peralatan yang Digunakan untuk Membuat Podcast

- Microphone
- Headphone
- Software perekaman suara

2. Menciptakan Ruang yang Tenang dan Menyenangkan

3. Perekaman Suara

Ketika melakukan perekaman suara pastikan jarak antara microphone dengan sumber suara adalah 3-4 inci.

Teknik perekaman ada :

1. One-take

Perekaman suara dalam satu kali penekanan tombol

record. Cara ini akan lebih mudah dilakukan apabila telah mengetahui hal apa saja yang ingin dikatakan. Untuk melakukannya tentu saja membutuhkan persiapan, yaitu berupa naskah, baik yang berisikan poin-poin saja, atau bahkan naskah yang lengkap. Keuntungan menggunakan teknik ini adalah dapat menghemat waktu, spontanitas (pendengar akan lebih menghargainya), dan waktu untuk pengerjaan pasca-produksi akan lebih cepat

2. Multiple-take

Perekaman suara yang dilakukan berberapa kali untuk dapat menentukan bagian yang paling baik. Untuk melakukan pengulangan pada suatu bagian, pastikan berhenti beberapa saat, baru mengulanginya. Selain itu dapat juga dilakukan dengan memberikan tanda berupa suara yang dapat membuat lonjakan tajam di audio, sehingga proses editing akan lebih mudah. Dan yang terakhir adalah dengan merekamnya dalam segmen. Perekaman ulang dilakukan secara lengkap satu naskah, dan dalam pasca-produksi, dapat diambil bagian yang terbaik dalam setiap segmen. Seperti menyusun puzzle. Keuntungannya adalah dapat memberikan variasi dalam audio, menampilkan perekaman terbaik secara padat, dan melatih untuk mempelajari editing .

C. Pasca-Produksi

Langkah terakhir dalam pembuatan podcast adalah dengan melakukan proses editing. Untuk menghasilkan produk podcast yang dapat menciptakan “theater of mind”, maka perlu menambahkan special effect, menambahkan musik, dan memastikan semua yang telah dibuat sesuai dengan keinginan podcaster.

1. Menambahkan Special Effect

Menambahkan special effect tentu akan membuat podcast lebih menarik, namun jangan lupa untuk tetap membuatnya sederhana

- Menambahkan sound-effect dapat menciptakan “theater of mind” sehingga menambahkan dimensi baru pada podcast. Kegiatan semacam ini dapat memakan waktu yang cukup banyak, bahkan bisa sama dengan waktu membuat podcast itu sendiri.
- Menambahkan ambience atau suasana pada suatu kejadian. Dengan menambahkan ambience pada podcast dapat membuat suara yang sempurna, dapat membantu membangun suasana hati, karakter, atau latar.

2. Menambahkan Musik

Musik yang mengiringi podcast disebut sebagai bed music. Bed music dapat membantu untuk mengatasi noise yang tidak dapat dihindari, dan menciptakan suasana yang diinginkan. Dalam memilih bed music perlu mempertimbangkan suasana podcast yang sedang diproduksi, dan kembali lagi perlu diingat bahwa jika bisa tetap membuat sebuah podcast terdengar sederhana, pendengar akan sangat menghargainya

3. Pengecekan Terakhir

Mendengarkan ulang secara keseluruhan, dan membenahi beberapa bagian yang terasa kurang. Setelah itu bisa langsung melakukan exporting dan rendering

Metode yang digunakan untuk penelitian tidak lebih dari 600 kata. Bagian ini harus menggambarkan apa yang sudah dilaksanakan selama penelitian dalam bentuk tulisan dan ilustrasi/ gambar. Format gambar/ ilustrasi dapat berupa file JPG/PNG. Bagian ini harus jelas menggambarkan proses penelitian secara utuh (dari awal hingga akhir) beserta tahapannya dengan jelas. Kontribusi masing-masing anggota dapat dituliskan di sini.

METODE

Dari permasalahan yang di atas maka solusi dan target luaran yang direncanakan

a. Masalah : *Commucation abilities* yang masih rendah dari sasaran target abdimas, dalam hal ini adalah pengurus Gereja untuk memanfaatkan teknologi guna mendukung ajaran gereja

Solusi : Memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi komunikasi

Target Luaran : Peserta mampu mengoperasikan salah satu aplikasi pembuatan konten

Metode : Pendampingan pengenalan aplikasi editing sederhana pembuatan konten

b. Masalah : Tuntutan perubahan cara Gereja menyampaikan ajarannya, melalui katekese digital

Solusi : Memberikan pelatihan pembuatan konten digital

Target Luaran : Peserta mampu membuat konten katekese digital melalui aplikasi

Metode : Mini workshop pada tim konten

c. Masalah : Kebutuhan adanya materi pengajaran Gereja yang ringkas dibawa dan didengarkan kapanpun dan dimanapun tanpa menguras kuota

Solusi : Memberikan pelatihan editing mengenai penggunaan teknologi

Target Luaran : Peserta mampu membuat konten katekese digital melalui aplikasi

Metode : Mini workshop editing sederhana konten

d. Masalah : Minimnya pengetahuan anggota gereja terhadap cara menciptakan konten melalui podcast

Solusi : Memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi

Target Luaran : Peserta mampu mengoperasikan salah satu aplikasi pembuatan konten

Metode : Pendampingan pengenalan aplikasi pembuat konten

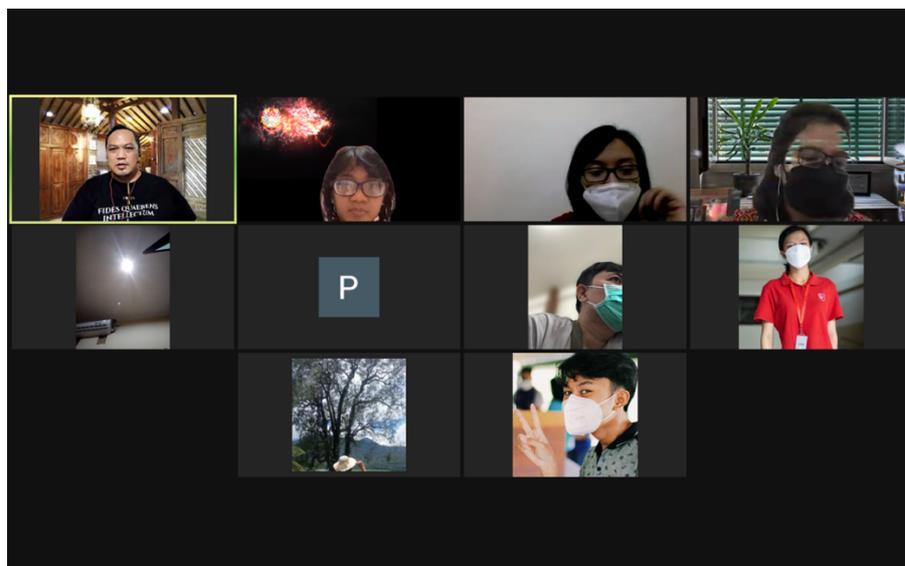
Hasil pelaksanaan penelitian dan luaran dijelaskan di bagian ini secara ringkas tidak lebih dari 1000 kata. Penyajian dapat berupa data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

HASIL PENELITIAN DAN LUARAN

Rincian Kegiatan

A. Pra Produksi

Rapat perdana kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan melakukan rapat koordinasi antara Tim Pengabdian Masyarakat FIKOM UKWMS, Komunikasi Sosial SAYUKA, Sie Kerasulan Kitab Suci SAYUKA. Rapat pertama dilakukan pada 27 Januari 2022 melalui media Zoom. Pada rapat ini dilakukan proses diskusi mengenai proses produksi yang akan dilakukan nantinya (Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi)



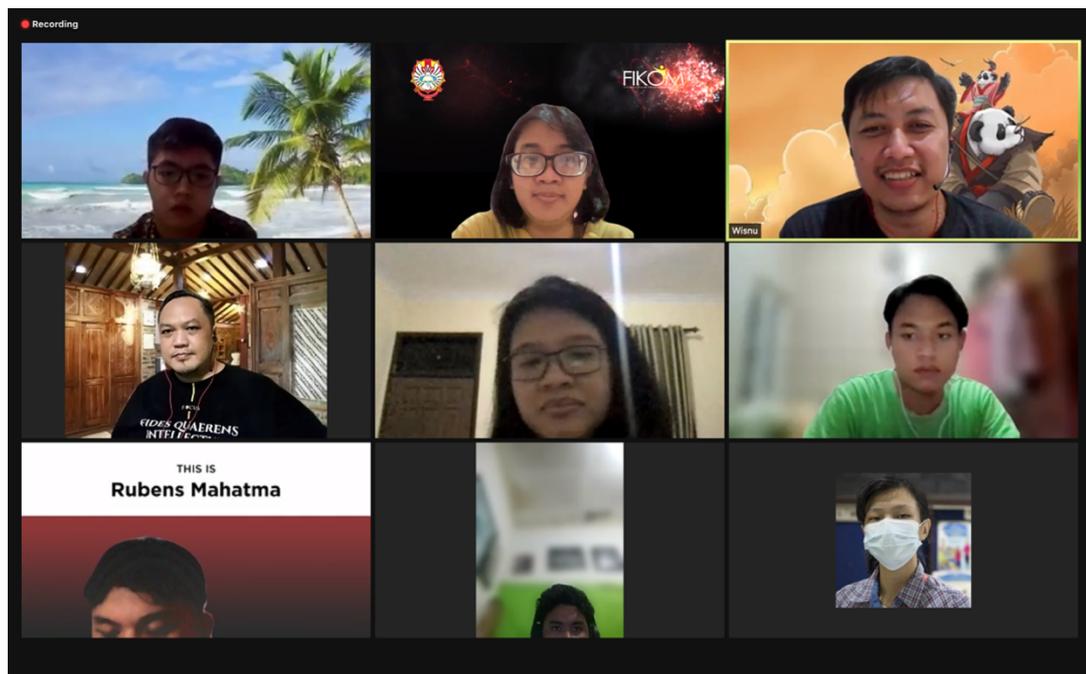
Untuk tahap pra produksi yang dipersiapkan dan diskusi yang dilakukan mengenai format pembuatan podcast SAYUKA TV , Jadwal tayang podcast , tema, durasi, nama program dan target penanyangan.Selain itu dalam diskusi juga dibentuk tim produksi yang merupakan gabungan dari FIKOM UKWMS dan Tim Gereja Katolik Santo Yusup Karangpilang Surabaya

Beberapa kesepakatan yang dihasilkan dalam diskusi diantaranya :

1. Susunan tim kreatif pembuatan Podcast, yang terdiri dari :Pak ardian,Komsos, KKS
2. Nama program : Ngopi (sedang akan didiskusikan mengenai kepastian nama yang akan menggambarkan “branding SAYUKA dan PROGRAM PODCAST)
3. Konsep podcast : Ngobrol santai – sharing iman

4. Lokasi shooting : Kapel Pratama
5. Pembagian tugas
 - Fikom : Bumper in, Bumper out, credit title (Bu Gita) Logo menggunakan logo SAYUKA dan FIKOM UKWMS
 - Host : Juan Filbert (intan)
 - Narasumber : Pak Andrias (Adrian)
 - Durasi : 30 menit
 - Tim produksi : Komsos
 - Tim Editing : Komsos
 - Tim Publikasi : Pak Ardian dan team (SAYUKA)
6. Agenda rapat selanjutnya : Rapat Bersama untuk kegiatan produksi

Kegiatan rapat kedua, dilakukan untuk memastikan persiapan produksi siaran Podcast. Dari rapat ini disepakati terkait Nama Program, Bintang tamu dan host yang akan memandu kegiatan.



ASoY, merupakan nama untuk program Podcast yang akan dibuat. ASoY singkatan dari Arek Santo Yusup. Arek merupakan istilah yang menggambarkan anak muda dalam bahasa Jawa Timuran, Santo Yusup diartikan Santo Pelindung Gereja.

Kegiatan produksi direncanakan akan diproduksi Minggu ke 3 bulan Februari. Terkait kegiatan tersebut, diperlukan beberapa kebutuhan tayangan diantaranya : *Bumper in*, *Bumper out*, *Virtual background*, *editing* dan *teaser* untuk publikasi.

Untuk bumper program disepakati hal – hal yang akan dimunculkan yaitu : nama program, Logo Santo Yusup, Gambar / video Gereja/ kegiatan gereja. *Editing* yang dilakukan mengandung unsur Gereja yang dinamis, *young and energetic*. Mengingat pandemi yang masih terjadi di Surabaya, untuk produksi akan dilakukan secara daring.

B. Produksi

Kegiatan produksi diawali dengan merealisasikan beberapa kebutuhan untuk kegiatan produksi, diantaranya :



1. Logo

Logo Podcast dibuat dengan unsur neon sebagai inspirasi dari trend anak muda dan desain saat ini. Warna yang diambil menggunakan unsur biru, pink, dan kuning untuk menambah suasana hidup dan terang dalam logo. Logo tersebut bertuliskan ASOY sebagai singkatan atas Arek Sayuka, yang artinya anak Santo Yusup, sebagai cerminan bahwa podcast ini ditujukan untuk generasi muda dan mencerminkan suasana muda Gereja Santo Yusup Karangpilang. Gambar mic diberikan sebagai tujuan, bahwa ini logo untuk kegiatan podcast Gereja Santo Yusup Karangpilang.

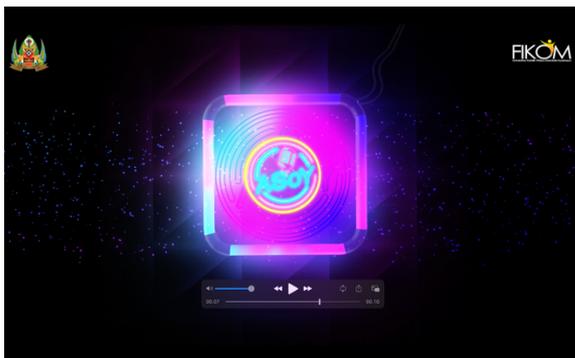
2. Virtual Background

Virtual background dibuat dalam 2 seri, yang pertama dalam format MP4. Namun pada saat *tapping* pertama terdapat kendala, dimana *virtual background* tersebut tidak bisa digunakan pada semua laptop. Sehingga untuk produksi *tapping* kedua membuat kembali *virtual background* yang dapat digunakan untuk semua laptop atau perangkat



3. Bumper in dan Bumper Out

Bumper in dan *bumper out* dibuat sebagai pembuka dan penutup untuk tayangan podcast. Dalam *Bumper in* dan *bumper out* terdapat dua logo yaitu logo Gereja Santo Yusup Karangpilang Surabaya dan Fikom UKWMS sebagai bentuk kerjasama atas pembuatan podcast yang dilakukan.

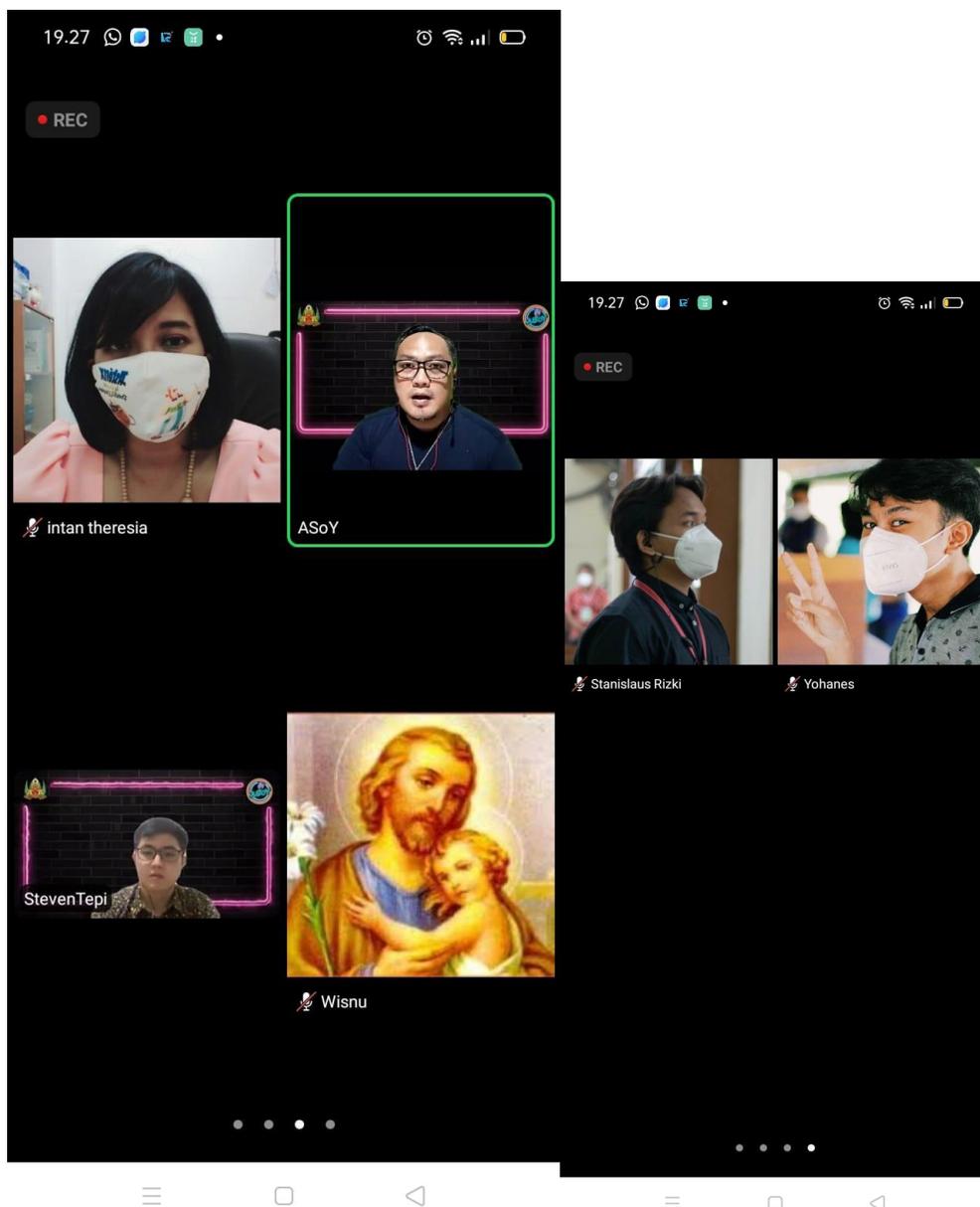


4. Produksi konten

Proses tapping untuk 3 episode masing dilakukan secara *online* karena situasi Covid-19 yang memang masih membatasi kegiatan secara tatap muka.

Proses produksi dilakukan secara online melalui aplikasi *zoom*. Untuk host dilakukan oleh Pak Ardian dan Narasumber tapping pertama Steven Tepi, pemuda yang aktif dalam kegiatan Gereja sebagai misdinar dan petugas pendaftaran misa *online*.

Tapping episode 1



Tapping episode 2

Untuk tapping episode 3



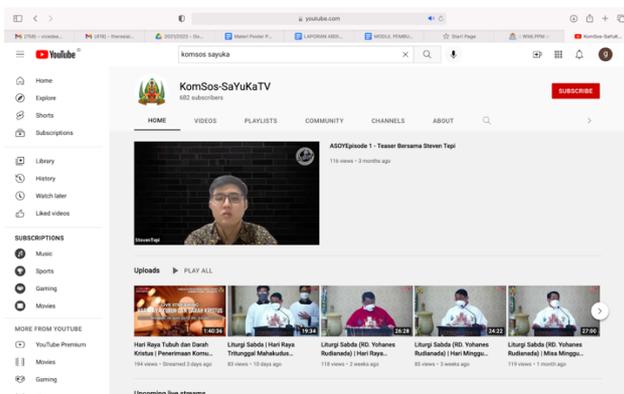
Post Production

Kegiatan *post production* meliputi kegiatan akhir dari proses pembuatan podcast, seperti editing.

Proses *editing* video dilakukan dengan beberapa langkah :

1. Menggabungkan antara hasil perekaman dengan bumper opening dan closing
2. Memberikan musik pada video yang diedit untuk memberikan nuansa pada video

Setelah melewati proses editingm tahap *post production* selanjutnya adalah dengan mengunggah ke Youtube Channel Komsos Sayuka untuk dapat didengarkan oleh khalayak luas.



Kesimpulan kendala pelaksanaan dan rencana tindak lanjut penelitian dijabarkan pada bagian ini dengan tidak lebih dari 500 kata, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan atau dijanjikan. Tindak lanjut penelitian dapat berupa rencana amandatang dan juga luaran tambahan yang mungkin bisa dihasilkan dengan selesainya penelitian ini.

KESIMPULAN KENDALA PELAKSANAAN DAN RENCANA TINDAK LANJUT

Kegiatan pendampingan ini telah membantu menghasilkan siaran audio visual materi rohani dalam bentuk podcast. Pendampingan dilakukan mulai dari tahap pra produksi, produksi hingga post produksi dengan melibatkan beberapa unsur divisi di Kepengurusan Gereja Santo Yusup Karangpilang. Divisi yang terlibat diantaranya Komisi Kitab Suci, Komunikasi Sosial Gereja.

Kendala kegiatan ini diantaranya : Penyelenggaraan produksi yang masih terbatas pada kegiatan daring. Peralatan pendukung seperti laptop yang kapasitasnya tidak sama, sehingga untuk virtual background bergerak tidak semua dapat menggunakan.

Rencana tindak lanjut akan dirancang kegiatan pendampingan produksi podcast secara offline dengan peralatan dan properti yang lebih mendukung

Daftar pustaka disusun dan ditulis berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan. Hanya pustaka yang disitasi pada usulan penelitian yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka. Mohon menggunakan 'reference manager' untuk sitasi dengan format APA atau Vancouver.

DAFTAR PUSTAKA

[Bonini, T. 2015. The Second Age“ Of Podcasting: Reframing Podcasting As A New

Dubber, A. 2013. Radio in the Digital Age. UK: Polity Press.

Geoghegan, Michael W., Klass, Dan. 2007. Podcast Solutions: The Complete Guide to Audio and Video Podcasting. USA: Friends of.

M. Romli, Asep Syamsul. 2009. Basic Announcing: Dasar-dasar Siaran Radio. Bandung: Nuansa.

Morissan. 2008. Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi. Jakarta: Kencana.

Morris, Tee., Terra, Evo., Williams, Ryan. 2008. Expert Podcasting Practices for Dummies. USA: Wiley Publishing, Inc

M. Romli, Asep Syamsul. 2012. Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online. Bandung, Nuansa Cendekia. Hal 34.

Nurudin. 2007. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada

Rusdi, Farid. 2012. Podcast sebagai Industri Kreatif. Proceeding Seminar Nasional, Inovasi, dan Teknologi BSI hal 91-94.
