

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Penciptaan Karya

Fenomena meningkatnya penggunaan pinjaman online (pinjol) secara konsumtif oleh generasi Z di Indonesia menjadi isu sosial-ekonomi yang memprihatinkan. Berdasarkan data Databoks Katadata, kelompok usia 19–34 tahun, yang mencakup mayoritas Gen Z dan milenial, tercatat sebagai kontributor terbesar terhadap kredit macet pinjol nasional. Per Juni 2023, akumulasi kredit bermasalah dari kelompok usia ini mencapai Rp763,7 miliar atau setara dengan 44% dari total kredit macet nasional. Temuan ini mengindikasikan adanya pola pemanfaatan pinjol yang tidak seimbang antara kemampuan membayar dan kebiasaan berutang yang cenderung impulsif. Pinjaman yang seharusnya berfungsi sebagai alat bantu finansial justru berubah menjadi beban akibat minimnya literasi keuangan dan lemahnya kontrol konsumsi di kalangan Gen Z (Databoks, 2023).

Karakteristik Gen Z yang lekat dengan budaya instan dan gaya hidup digital turut memperparah kecenderungan penggunaan pinjol untuk tujuan konsumtif. Alih-alih dimanfaatkan untuk kegiatan produktif seperti modal usaha atau investasi, mayoritas dana pinjaman digunakan untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup, termasuk belanja daring, traveling, atau pembelian barang tersier (Mahmudah et al., 2024). Realitas ini tidak hanya mencerminkan pola konsumsi yang tidak berkelanjutan, tetapi juga menunjukkan lemahnya pemahaman terhadap prinsip manajemen keuangan berbasis nilai utilitas dan prioritas kebutuhan. Teori perilaku konsumsi rasional yang menekankan efisiensi.

Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa sekitar 65% penggunaan dana pinjaman online (pinjol) pada tahun 2023 tidak dialokasikan untuk kebutuhan primer, melainkan lebih banyak digunakan untuk gaya hidup seperti hiburan dan pembelian perangkat teknologi terbaru (Mahmudah et al., 2024). Pola konsumsi ini memperlihatkan pergeseran preferensi finansial di

kalangan Gen Z dari pemenuhan kebutuhan esensial menuju pemuasan keinginan non-esensial. Kebiasaan tersebut berlawanan dengan prinsip dasar ekonomi utilitarian yang menempatkan kebutuhan primer sebagai prioritas utama dalam penggunaan sumber daya terbatas. Kecenderungan ini turut mencerminkan lemahnya literasi keuangan dan absennya kontrol internal atas keputusan ekonomi personal yang rasional, terutama pada generasi digital-native yang sangat terpapar pengaruh media sosial dan tren konsumtif global.

Faktor struktural seperti kemudahan akses pinjol tanpa verifikasi menyeluruh terhadap profil risiko finansial pengguna menjadi pemicu utama munculnya perilaku konsumtif yang berujung pada siklus utang bermasalah. Prosedur peminjaman yang instan dan minim pengawasan menciptakan ilusi likuiditas finansial, mendorong perilaku *over-borrowing* tanpa kalkulasi beban bunga dan tanggung jawab pelunasan (Waras Sayekti, 2023). Ketika beban utang menumpuk, banyak individu terjatuh dalam lingkaran penagihan yang tidak manusiawi, tekanan mental berkepanjangan, hingga trauma psikologis yang serius, sebagaimana dilaporkan oleh beberapa kasus ekstrem yang berujung pada kehilangan nyawa (Uyun et al., 2024). Realitas ini menandakan adanya krisis tata kelola pinjaman digital serta kegagalan sistemik dalam membangun ekosistem keuangan digital yang inklusif sekaligus protektif terhadap kelompok usia rentan.

Tingkat partisipasi Gen Z Indonesia dalam aktivitas investasi menunjukkan angka yang masih relatif rendah. Survei Statista mencatat hanya 37% dari kelompok usia ini yang telah memulai kegiatan investasi, sementara 31% lainnya belum pernah melakukan investasi sama sekali. Rendahnya angka partisipasi tersebut menunjukkan adanya hambatan struktural dan kognitif dalam membentuk kesadaran investasi sejak usia dini. Ketidakmampuan untuk membedakan antara kebutuhan konsumtif dan produktif, serta minimnya eksposur terhadap pendidikan keuangan formal, menjadi faktor yang memperlambat proses transisi menuju kemandirian finansial berbasis aset. Fenomena ini mencerminkan keterputusan antara potensi ekonomi generasi muda dan kesiapan mental mereka untuk membangun fondasi keuangan jangka panjang yang sehat (Statista, 2023).

Pilihan berinvestasi yang diambil oleh sebagian Gen Z lebih banyak dipengaruhi oleh stimulus eksternal seperti konten media sosial, rekomendasi teman sebaya, arahan keluarga, serta promosi intensif dari platform investasi digital (Putra Mardika et al., 2025). Ketergantungan pada faktor sosial dan emosional tersebut sering kali tidak diimbangi oleh pemahaman yang memadai terhadap instrumen investasi maupun risiko yang menyertainya. Ketidakpercayaan diri dalam mengambil keputusan keuangan juga menunjukkan lemahnya literasi finansial, yang menjadi penghalang utama dalam pengembangan pola pikir bisnis yang berorientasi pada pertumbuhan aset. Sementara keinginan untuk mencapai stabilitas ekonomi telah muncul, karakter konsumtif yang masih kuat menghambat pembentukan mentalitas produktif yang diperlukan untuk mengelola modal dan merintis usaha atau investasi secara berkelanjutan (Judijanto Loso, Utami Yuniarti Eva, 2024).

Peningkatan literasi keuangan pada Gen Z menuntut pendekatan edukatif yang adaptif dan sesuai dengan karakteristik generasi digital. *Video podcast* menjadi salah satu media edukasi yang relevan karena mampu menyampaikan pesan secara fleksibel, ringan, dan komunikatif melalui narasi yang sesuai dengan gaya hidup audiens muda. Format auditori yang bersifat non-linear memungkinkan penyampaian informasi dilakukan secara santai namun bermakna, terutama jika dikombinasikan dengan narasi positif yang memotivasi perubahan perilaku. Konten *video podcast* yang diarahkan pada tema pengelolaan keuangan, investasi, serta gaya hidup produktif berpotensi membentuk kesadaran finansial baru yang lebih kritis dan terencana di kalangan pendengarnya. Dukungan konten audio yang dikemas secara strategis dapat menjadi alternatif edukasi non-formal yang efektif untuk menysar kebutuhan psikologis dan afektif Gen Z (Krosby, 2025).

Penerapan teknik *sound design* menjadi elemen penting dalam memperkuat daya tarik serta efektivitas pesan *video podcast*. Kualitas desain suara yang optimal berfungsi menciptakan atmosfer emosional yang mendalam, memungkinkan pendengar lebih mudah memahami pesan dan membangun koneksi naratif secara persuasif. *Soundscape* yang sesuai konteks dapat meningkatkan engagement pendengar, mengurangi kejenuhan, dan memperkuat retensi informasi yang

disampaikan. Penggunaan efek suara yang terstruktur juga berperan dalam membangun identitas audio yang khas, memperkuat kredibilitas *video podcast*, serta membedakannya dari konten lain yang bersifat generik. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi auditori yang menekankan peran sensorik dalam menciptakan pengalaman belajar yang efektif dan berkesan, khususnya dalam menyasar segmentasi Gen Z yang responsif terhadap elemen audiovisual kreatif (Podium, 2025).

Sound design sangat penting dalam pembuatan suatu podcast/*video podcast*, karena *sound design* sendiri mampu mengubah podcast audio menjadi mempunyai pengalaman pada narasi yang imersif, serta dapat meningkatkan keterlibatan pendengar dengan membangun suasana, emosional, dan dapat memperjelas suatu cerita, serta membuat konten terasa terkesan profesional dan berkesan. Maka dari itu kenapa *sound design* sangat begitu penting pada *video podcast*.

Sebagai berikut:

- Musik latar, efek suara (*sound effects*), serta suara ambien berperan strategis dalam membentuk atmosfer emosional dan suasana naratif, sehingga audiens dapat menginternalisasi nuansa cerita atau topik yang disampaikan secara lebih mendalam, baik dalam spektrum ketegangan, humor, maupun ekspresi emosional lainnya.
- Penggunaan efek suara berfungsi untuk memperkuat struktur naratif dengan menegaskan momen-momen krusial, merepresentasikan konteks adegan secara auditori seperti suara langkah kaki atau hujan serta meningkatkan kompleksitas dan daya tarik segmen yang berpotensi bersifat monoton.
- Perancangan *sound design* yang optimal berperan dalam menjamin kejelasan dan keterpahaman dialog, sekaligus meningkatkan mutu keseluruhan audio sehingga menghasilkan kesan profesional, melampaui karakteristik rekaman yang bersifat sederhana atau mentah.

Penciptaan karya ini juga dilandasi oleh semangat untuk membuktikan bahwa media digital seperti *video podcast* dapat menjadi alat perubahan sosial yang efektif. Di tengah banjir konten yang tidak mendidik dan berorientasi hiburan semata, *video podcast* ini mencoba menjadi penyeimbang dengan menyuguhkan konten yang edukatif, relevan, dan membangun. Jika mampu dieksekusi dengan pendekatan audio yang tepat, maka *video podcast* bukan hanya menjadi sarana mendengar, tetapi juga sarana berpikir dan bertindak.

Selain itu, dari sisi teknis produksi, karya ini juga menjadi ajang eksplorasi bagi pencipta untuk memadukan keahlian dalam komunikasi, penyutradaraan audio, dan desain suara dalam satu kesatuan karya yang utuh. Melalui karya ini, penulis tidak hanya menyampaikan gagasan, tetapi juga mengasah kemampuan teknis dan artistik dalam menyusun narasi audio yang memiliki kualitas komunikasi dan estetika.

Dengan memperhatikan dinamika sosial, perkembangan teknologi, dan kebutuhan akan konten yang membangun, karya “Penyalahgunaan Pinjol dan Judol Dalam Membangun Bisnis di Era Gen Z” menjadi relevan bukan hanya untuk Gen Z sebagai target utama, tetapi juga bagi masyarakat luas untuk lebih memahami dan mendukung potensi generasi ini. Melalui pendekatan naratif dan desain audio yang kuat, karya ini ingin menjadi jembatan antara fakta dan persepsi, antara realita dan harapan, serta antara stigma dan perubahan.

Dalam menghadapi tantangan ini, dibutuhkan strategi edukatif yang mampu menjawab preferensi belajar generasi digital, di mana media *video podcast* menawarkan potensi besar sebagai alat komunikasi yang efektif. Penggabungan *sound design* pada konten audio edukatif memberikan peluang penguatan pesan, penciptaan emosi, serta peningkatan retensi informasi, yang secara teori dapat mendorong perubahan perilaku finansial. Selain itu terdapat komponen yang terdapat pada *video podcast*, yaitu:

1. Komponen Audio Utama

1. *Voice/Dialog*: yang dimana suara host dan narasumber merupakan elemen yang sangat penting dan dominan dalam *video podcast*, yang bisa direkam dengan mikrofon berkualitas baik.

2. *Background Music*: Dengan adanya musik latar yang dimainkan di bawah dialog agar dapat membangun suasana hingga menciptakan kesan emosional tertentu yang selaras dengan tema *video podcast*.
3. *Trasition Music/Stinger*: Musik pendek untuk menandai perpindahan segmen atau topik pada *video podcast*.

2. Komponen *Sound Design*

1. *Sound Effect* (SFX)
2. *Dialogue* (Dialog)
3. *Background Music* (Latar Musik)
4. *Signal Processing & Audio Effect*
5. *Voiceover/Narasi*
6. *Foley*
7. *Audio Sweetening*

Karya ini menjadi krusial dalam membuktikan efektivitas pendekatan tersebut serta merumuskan model komunikasi audio berbasis *sound design* untuk membentuk narasi positif seputar investasi dan berbisnis, sekaligus menggeser pola pikir konsumtif Gen Z menuju orientasi keuangan yang lebih sehat dan berkelanjutan.

1.2 Rumusan Penciptaan Karya

Dalam penciptaan karya *video podcast* bertema “Penyalahgunaan Pinjol dan Judol Dalam Membangun Bisnis di Era Gen Z” di latarbelakangi oleh fenomena sosial yang memperlihatkan rendahnya literasi finansial di kalangan generasi Z, khususnya terkait keputusan dalam memanfaatkan pinjaman online untuk kepentingan konsumtif. Sementara itu, tren penggunaan media audio seperti *video podcast* menunjukkan peningkatan signifikan sebagai media edukasi alternatif yang diminati generasi muda. *Video podcast* ini memanfaatkan teknik ekspositori sebagai pendekatan naratif utama untuk menyampaikan data, opini ahli, dan pengalaman personal secara faktual dan argumentatif, sehingga menghasilkan narasi edukatif yang kredibel, informatif, dan mampu mendorong transformasi pola pikir terhadap praktik keuangan yang lebih sehat dan produktif.

Rumusan karya ini adalah bagaimana teknik *sound design* diterapkan secara strategis untuk membangun suasana dialog yang persuasif, emosional, dan relevan dengan pengalaman hidup Gen Z. Elemen suara tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, melainkan dikonstruksi sebagai instrumen utama dalam menyampaikan emosi, menciptakan atmosfer, serta memperkuat makna dari setiap segmen *dialog* dan *voice over*. Pendekatan ini didasarkan pada teori komunikasi multimodal dan persepsi auditori, yang menekankan pentingnya integrasi unsur suara dalam meningkatkan efektivitas pesan dan memperkuat keterlibatan kognitif audiens.

Peran editor dalam karya ini menjadi sangat krusial, terutama dalam menyusun tata suara secara presisi untuk memastikan kesinambungan antar segmen dan kesesuaian tone narasi. Editor bertanggung jawab atas kurasi soundscape, penyesuaian level audio, serta penyisipan transisi dan efek sonik yang mampu memperkuat intensitas emosional dan ritme naratif *video podcast*. Proses editing tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga memerlukan kepekaan artistik dan pemahaman terhadap struktur dramaturgi naratif audio. Dengan kata lain, editor bertindak sebagai arsitek suara yang menjahit elemen *voice over*, *dialog*, dan *music* menjadi satu kesatuan narasi yang dinamis, logis, dan komunikatif.

Penerapan pendekatan ini diharapkan menghasilkan model karya audio edukatif yang lebih adaptif terhadap gaya belajar dan preferensi konsumsi media generasi Z. *Video podcast* tidak lagi sekadar menjadi ruang monolog informatif, melainkan menjadi wahana dialog kultural yang membangun kesadaran finansial melalui narasi yang dekat, personal, dan kontekstual. Dengan memanfaatkan kekuatan estetika audio dan narasi ekspositori, karya ini ingin mendorong terciptanya media edukasi berbasis suara yang mampu mengubah stigma destruktif menuju pola pikir ekonomi yang lebih mandiri, kritis, dan berorientasi masa depan.

1.3 Tujuan Karya

Video podcast ini dibuat berdasarkan fenomena yang sudah banyak terjadi di sekitar penulis dan menyadari bahwa masih banyak sekali Gen Z yang menyalahgunaan pinjaman online (pinjol) dipakai untuk melakukan judi online (judol), namun tidak untuk melakukan sebuah investasi atau berbisnis. Karya *video podcast* ini dibuat agar dapat membuat Gen Z atau banyak orang yang sadar bahwa

betapa pentingnya untuk melakukan investasi dan bisnis di masa kini, daripada melakukan hal judi online (judol) dengan melakukan pinjaman online (pinjol). Dengan adanya *video podcast* ini, Gen Z dan masyarakat bisa mengetahui dan sadar betapa pentingnya untuk melakukan sebuah investasi dan bisnis dalam memajukan orientasi keuangan yang lebih sehat dan berkelanjutan. Gen Z juga harus merubah pola pikir ekonomi mereka dan kesadaran dari diri sendiri tentang betapa pentingnya untuk melakukan hal hal yang membuat mereka dapat lebih mandiri, kritis, dan berorientasi di masa depan. Maka dari itu, karya *video podcast* yang di produksi oleh penulis dapat mengubah stigma destruktif dan konsumtif mereka menjadi bermanfaat bagi Gen Z dan masyarakat luas.

1.4 Manfaat Karya

1.4.1. Manfaat akademis

Video podcast ini diharapkan akan berkontribusi pada literatur media digital yaitu menyebarkan informasi secara kritis dan menghindari penyebaran konten negatif dan penyebebaran berita palsu (hoax) terkhususnya dalam pembuatan konten edukatif, relevan, dan membangun yang berbentuk *video podcast* dan dapat digunakan untuk studi kasus/fenomena selanjutnya mengenai kebaharuan dalam kasus Gen Z dalam menggunakan pinjaman online (pinjol) untuk bermain judi online (judol) tetapi bukan untuk memajukan ekonomi yang berkelanjutan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Produksi *video podcast* ini dapat menjadi sebuah sarana bagi penulis sebagai editor dalam mengembangkan serta dapat menerapkan kehasaan, kemampuan, dan keterampilannya pada bidang editing. Selain itu, dapat mendorong pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana yang sangat edukatif dan dapat membuka peluang dalam penggunaan media yang serupa sebagai tempat kampanye / penyampaian edukatif dan informatif. *Video podcast* ini juga diharapkan dapat membantu Gen Z dan masyarakat luas supaya tidak terjerumus dan menghindari pinjaman online (pinjol) dan judi online (judol) serta kegiatan negatif lainnya yang dapat

merugikan diri sendiri. Bagi mereka yang ingin mengetahui lebih dalam tentang cara berbisnis dan berinvestasi di kalangan Gen Z, *video podcast* ini salah satu tempat yang dapat menjadi sumber yang berguna dan edukatif bagi penonton dan pendengar.

1.4.3 Manfaat Sosial

Manfaat produksi *video podcast* ini secara umum adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pola pikir positif pada Gen Z dan publik, penyebaran informasi serta menjadi alternatif edukasi melalui sebuah *video podcast*. Sebab, pada umumnya *video podcast* ini bersifat luas dan umum, sederhana, mudah, dan bisa ditonton semua orang. Editor akan memproduksi *video podcast* secara menarik serta mudah untuk dipahami semua kalangan masyarakat atau khususnya kalangan Gen Z serta dapat memperkaya teori, praktik dan tujuan dalam pembuatan konten edukatif dalam bentuk *video podcast*.

1.5 Tinjauan Pustaka

Untuk dapat menciptakan sebuah karya diperlukan dasar fundamental serta landasan konsep referensi pada karya yang kuat sehingga dapat memaksimalkan dalam membuat *video podcast* yang berjudul “Penyalahgunaan Pinjol dan Judol Dalam Membangun Bisnis di Era Gen Z” maka dari itu tinjauan pustaka dan riset dengan topik yang diangkat sangatlah diperlukan, sehingga tidak terjadi penyimpangan topik pada karya tersebut. Penulis dapat menggunakan beberapa tinjauan pustaka dan landasan konsep sebagai berikut:

1.5.1 Editor

Editor adalah salah satu bagian penting dari setiap produksi media, termasuk *video podcast*, karena editor merupakan salah satu elemen penting dalam proses produksi media audiovisual, termasuk *video podcast*. Menurut (Suyanto, 2005), editor adalah individu yang bertugas memilih, menyusun, memotong, dan menggabungkan elemen gambar dan suara menjadi rangkaian cerita yang utuh dan komunikatif. Proses ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga artistik, karena editor harus

memahami ritme narasi dan kebutuhan audiens. Dalam konteks pendidikan dan pelatihan multimedia, editor dijelaskan sebagai pelaku utama dalam proses pascaproduksi yang bertanggung jawab mengolah materi mentah (raw footage) menjadi sebuah produk akhir yang menarik dan bermakna Kemdikbud (2017).

Menurut (Azhar, 2011) menekankan bahwa editing adalah proses kreatif yang menyatukan elemen visual dan audio dengan tujuan menyampaikan pesan secara lebih efektif. Dalam produksi *video podcast*, editor bertanggung jawab untuk menyelaraskan narasi suara (*voice-over* atau percakapan) dengan visualisasi yang mendukung, baik berupa footage, animasi, maupun grafis.

Editor juga menentukan durasi, transisi, serta penempatan efek suara *sound design*, sehingga keseluruhan podcast menjadi lebih hidup dan memiliki atmosfer yang sesuai. Editor juga dapat bekerja berdasarkan skrip atau naskah visual, namun memiliki ruang interpretasi artistik untuk memperkuat nilai estetika dan daya tarik visual dari konten yang disunting.

1.5.2 Podcast

Podcast berasal dari kata iPod dan broadcast, pertama kali dipopulerkan pada awal tahun 2000-an seiring berkembangnya teknologi pemutar audio digital. Menurut (Berry, 2006), podcast adalah file audio digital yang didistribusikan melalui internet dan dapat diunduh atau didengarkan secara streaming kapan saja. Podcast bersifat fleksibel, personal, dan sering kali mengangkat topik-topik khusus sesuai dengan minat audiensnya.

Sedangkan menurut (Bonini, 2015) yang senada dengan itu, podcast adalah bentuk evolusi radio yang lebih bersifat on-demand dan memiliki struktur naratif yang dapat dikemas lebih bebas dibandingkan siaran radio konvensional. Podcast memungkinkan individu atau komunitas membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens karena sifatnya yang dialogis dan intim. Menurut (Llinares et al., 2018),

podcast memiliki kekuatan dalam membangun narasi dan membentuk opini publik melalui medium suara yang bersifat persuasif dan naratif. Dalam konteks *video podcast*, kekuatan ini dilipatgandakan dengan dukungan visual yang mendalam dan memperkuat emosi serta keterlibatan audiens.

1.5.3 *Video Podcast*

Video podcast merupakan bentuk evolusi dari podcast audio, yaitu format konten berbasis suara yang kini diperkaya dengan elemen visual. Menurut (McHugh, 2016), *video podcast* adalah podcast yang menyertakan elemen visual seperti gambar bergerak, ekspresi pembicara, serta visual pendukung lainnya untuk memperkuat narasi dan meningkatkan daya tarik audiens.

Dalam pengertian yang lebih luas, bahwa *video podcast* bukan hanya tentang menambahkan video ke dalam audio, melainkan membangun pengalaman komunikasi yang bersifat *audiovisual* dan interaktif. *Video podcast* memungkinkan pembuat konten untuk menyampaikan ekspresi non-verbal seperti gestur, kontak mata, atau suasana lokasi, yang tidak bisa dirasakan hanya melalui audio.

1.5.4 *Sound Design*

Sound design atau desain suara adalah proses perencanaan, penciptaan, pengolahan, dan pengaturan elemen suara untuk mendukung komunikasi pesan dalam media audiovisual. Menurut (Sonnenschein, 2001), *sound design is the art and practice of creating soundtracks for a variety of needs, particularly to support narrative and emotional elements in a production*. Dalam konteks *video podcast*, *sound design* tidak hanya mencakup suara dialog atau narasi, tetapi juga meliputi *ambience*, efek suara (*sound effects*), musik latar (*background music*), dan suara transisi yang membantu memperkuat atmosfer dan menjaga fokus audiens. Suara dalam media *audiovisual* tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi sebagai medium komunikasi yang mampu

menyampaikan emosi dan makna tersirat. Ia memperkenalkan konsep *audio-vision*, yakni bagaimana suara memengaruhi cara kita menafsirkan gambar.

Pemahaman ini sejalan dengan gagasan Michel Chion, seorang teoretikus suara dan film asal Prancis, yang memperkenalkan konsep *audio-vision* untuk menjelaskan bagaimana suara memengaruhi cara penonton menafsirkan gambar (Chion, 1994). Menurut Chion, suara dan gambar tidak berdiri sebagai dua elemen yang independen, melainkan saling memengaruhi melalui proses yang disebutnya sebagai *synchresis*, yakni penggabungan persepsi antara apa yang didengar dan apa yang dilihat secara bersamaan sehingga membentuk satu kesatuan makna baru di benak penonton. Dengan demikian, perubahan pada elemen suara, meskipun gambar yang ditampilkan tetap sama, dapat secara signifikan mengubah persepsi, suasana, bahkan makna naratif yang diterima audiens.

Pemahaman ini sejalan dengan gagasan Michel Chion, seorang teoretikus suara dan film asal Prancis, yang memperkenalkan konsep *audio-vision* untuk menjelaskan bagaimana suara memengaruhi cara penonton menafsirkan gambar (Chion, 1994). Menurut Chion, suara dan gambar tidak berdiri sebagai dua elemen yang independen, melainkan saling memengaruhi melalui proses yang disebutnya sebagai *synchresis*, yakni penggabungan persepsi antara apa yang didengar dan apa yang dilihat secara bersamaan sehingga membentuk satu kesatuan makna baru di benak penonton. Dengan demikian, perubahan pada elemen suara, meskipun gambar yang ditampilkan tetap sama, dapat secara signifikan mengubah persepsi, suasana, bahkan makna naratif yang diterima audiens.

Sementara itu, Holman menambahkan perspektif teknis dengan menekankan bahwa desain suara yang efektif dalam produksi *audiovisual* modern bergantung pada penataan elemen-elemen suara secara berjenjang (*layering*), mulai dari dialog sebagai elemen prioritas

tertinggi, diikuti oleh musik, dan efek suara, agar tidak terjadi tumpang tindih frekuensi yang mengganggu kejelasan pesan utama (Holman, 2010). Prinsip ini relevan diterapkan dalam produksi *video podcast*, di mana kejelasan dialog atau narasi menjadi unsur utama yang harus tetap dominan meskipun ditambahkan elemen pendukung seperti musik latar atau *ambience*.

Lebih lanjut, fungsi musik latar dalam konteks *audiovisual* juga ditegaskan oleh Cohen, yang menyatakan bahwa musik latar memiliki peran penting dalam mengarahkan interpretasi emosional penonton terhadap suatu peristiwa atau pernyataan yang sedang berlangsung, bahkan dapat mengubah valensi emosional suatu adegan yang secara visual bersifat netral (Cohen, 2001). Dalam konteks *video podcast*, hal ini berarti pemilihan musik latar yang tepat dapat memperkuat kesan serius, santai, dramatis, atau humoris dari sebuah segmen pembicaraan, tanpa perlu mengubah konten verbal yang disampaikan.

Berdasarkan beberapa pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *sound design* merupakan komponen strategis dalam produksi media *audiovisual*, termasuk *video podcast*, karena berfungsi tidak hanya sebagai unsur estetika, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi yang membentuk persepsi, emosi, dan pemahaman audiens terhadap pesan yang disampaikan.

1.5.5 Referensi Karya

Jenis Karya	Judul Karya	Analisis Teknis	Analisis Non Teknis	Yang Menjadi Acuan
Podcast pada channel Rockaroma ID https://www.youtube.com/watch?v=YQfXKI-JD7k	EPISODE PALING PECAH! PASCOL BUKA BAJU DEPAN PRAZ?!? - KASIH PAHAM BRO!	1. Pengelolaan keseimbangan audio, pengolahan suara pembicara, pemanfaatan musik latar, serta penggunaan efek suara dilakukan secara fungsional dan sangat terukur. 2. L-cut / J-cut audio yang dimana suara datang dan pergi secara halus, sehingga menciptakan alur yang lebih alami.	1. Narasi dari narasumber begitu jelas, dapat membangun atmosfer, dan memperkuat dinamika interaksi, serta pendekatan naratif yang spontan 2. Pengelolaan yang terus konsisten dan kontekstual, <i>sound design</i> pada konten ini dapat meningkatkan nilai naratif dan daya tarik pada konten tersebut secara keseluruhan	1. Pengelolaan elemen audio pada channel ini menunjukkan penerapan prinsip keseimbangan antara dialog, musik latar, dan suara pendukung lainnya. 2. Transisi antar segmen diperkuat melalui pengaturan audio yang halus guna menjaga kontinuitas narasi.

Podcast pada channel HAS Creative https://www.youtube.com/watch?v=yxUN920VSns	PWK - RIGEN DI MARAHIN ANDRE TAULANY GARA-GARA BANYAK GIMMICK SAAT MANGGUNG BARENG ATF	1. Audio cukup jelas dan stabil tanpa ada noise sedikitpun, volume stabil tidak naik turun, visualisasi pada video cukup bagus. 2. Penerapan <i>audio mixing</i> memperlihatkan keseimbangan dinamis antara suara pembicara, musik latar, dan efek suara sehingga dialog tetap terdengar dominan tanpa gangguan komponen audio lain.	1. Gaya komunikasi yang digunakan memperlihatkan upaya membangun relasi parasosial, di mana audiens diposisikan sebagai bagian dari percakapan. 2. Interaksi antar pembicara merepresentasikan relasi sosial yang egaliter dan mencerminkan budaya komunikasi generasi muda.	1. Menjadi contoh bagaimana cara memberikan <i>sound design</i> pada podcast sehingga dapat menghasilkan audio yang dapat didengar dengan baik dan jelas. 2. Integrasi antara elemen audio dan visual pada channel ini dilakukan secara selaras guna mendukung alur penyampaian konten.
---	---	--	--	---

Tabel 1.1 Referensi Karya-Karya Terdahulu

Berdasarkan dua referensi terdahulu yang telah dianalisis, baik dari aspek teknis maupun non-teknis, dapat disimpulkan bahwa kualitas sebuah *video podcast* tidak hanya ditentukan oleh kemampuan teknis produksi audiovisual, tetapi juga oleh strategi komunikasi dan penyajian konten yang diterapkan. Dari sisi teknis, *sound design* memegang peranan penting dalam menjamin

kejernihan dialog, stabilitas level audio, serta keseimbangan antara suara utama dan elemen pendukung seperti musik latar dan efek suara. Pengelolaan audio yang tepat memungkinkan pesan disampaikan secara efektif tanpa gangguan auditori, sekaligus menciptakan kenyamanan pendengaran bagi audiens. Kejelasan suara pembicara, transisi audio yang halus, serta pendekatan *sound design* yang tidak berlebihan menunjukkan bahwa aspek teknis berfungsi sebagai fondasi utama dalam membangun kualitas produksi *video podcast* yang profesional dan layak konsumsi publik.

Di sisi lain, analisis non-teknis menunjukkan bahwa gaya komunikasi, struktur narasi, serta dinamika interaksi antar pembicara memiliki kontribusi signifikan terhadap daya tarik konten. Pendekatan komunikasi yang informal, spontan, dan autentik mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens, sehingga menciptakan relasi parasosial yang memperkuat keterlibatan penonton. Format percakapan yang cair dan tidak kaku memungkinkan audiens merasa lebih dekat dengan pembicara, sekaligus meningkatkan rasa partisipasi meskipun komunikasi berlangsung secara satu arah. Oleh karena itu, dua referensi terdahulu tersebut dapat dijadikan landasan konseptual dan praktis bagi penulis dalam mengembangkan *video podcast* yang berkualitas, komunikatif, dan relevan dengan kebutuhan serta preferensi audiens media digital saat ini.