

PENDAMPINGAN PRODUKSI PEMBUATAN SIARAN AUDIO (PODCAST) SEBAGAI PERWUJUDAN KATEKESE DIGITAL GEREJA KATOLIK

Theresia Intan Putri Hartiana¹
Brigitta Revia Sandy Fista^{2*}

Unika Widya Mandala Surabaya

gita@ukwms.ac.id

Corresponding Author: Brigitta Revia Sandy Fista*

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 4 Okt 2021

Revised : 19Okt 2021

Accepted : 31 Okt 2021

JEL Classification:

Key words: Podcast, Katekese Digital,
Produksi Audi

DOI:

<https://doi.org/10.33508/peka.v4i2.3557>

ABSTRACT

This activity is part of the continuation of research on Media Literacy conducted in 2019. The results of the research show that from each skill in media literacy problems arise at the technical skill level and communicative abilities level. These problems are of course the main focus of this activity, especially regarding participation in content creation to maximize communication abilities through applications. Based on the background of the above problems, Audio Broadcasting Production Assistance (Podcast) was carried out as the embodiment of the Catholic Church's Digital Catechism. This assistance is intended, to provide a new way of packaging the message of tempestuous life for all people. The target object of abdimas is the Catholic Church of Saint Yusup Karanpilang. In the context of communication, the Catholic Church of Saint Joseph, including the late majority. So it is deemed necessary to provide assistance so that the content that is disseminated to the public can be accepted and is good for presentation.

ABSTRAK

Kegiatan ini merupakan bagian dari kelanjutan penelitian mengenai Media Literacy yang dilakukan di tahun 2019. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan dari masing masing skill dalam media literacy muncul permasalahan pada level *technical skill* dan level *communicative abilities*. Permasalahan tersebut tentu saja menjadi fokus utama kegiatan ini dilaksanakan, khususnya mengenai partisipasi dalam pembuatan konten untuk memaksimalkan communication abilities melalui aplikasi. Dari latar belakang permasalahan di atas, maka dilakukan Pendampingan Produksi Pembuatan Siaran Audio (Podcast) sebagai Perwujudan Katekese Digital Gereja Katolik. Pendampingan ini dimaksudkan, untuk memberikan cara baru dalam pengemasan pesan kehidupan menggeraja bagi seluruh umat. Objek sasaran abdimas adalah Gereja Katolik Santo Yusup Karanpilang. Dalam konteks komunikasi, Gereja Katolik Santo Yusup, termasuk late majority. Sehingga dirasa perlu diadakan pendampingan agar konten yang disebarluaskan ke masyarakat dapat diterima dan bagus untuk disajikan.

PENDAHULUAN

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.

Pada level *technical skill*, sudah mengetahui secara teknis mencari, membuat, hingga membagikan, memblokir informasi Bahkan ketika bergeser pada level *critical understanding*, juga mampu memverifikasi informasi yang dikonsumsi. Level *communicative abilities*, cenderung tidak ingin berpartisipasi. Mereka menyadari bahwa media sosial memiliki fitur komentar, namun tidak mereka gunakan untuk berdiskusi. Atau dengan kata lain adanya keengganan berpartisipasi membuat konten media.

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 terus mewartakan 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. Munculnya platform baru yang secara pemanfaatannya cukup *variative* dapat dikatakan berhasil memenuhi kebutuhan dari audiens yang semakin bertambah. Youtube misalnya, dengan banyaknya fitur yang *variative*, mampu menarik perhatian audiens dari televisi. Hal yang sama juga terjadi dengan digital blog yang dapat menggeser minat audiens dari majalah ataupun surat kabar. Siaran radio perlahan tapi pasti mulai tergeser dengan kehadiran siaran audio streaming yang sekarang ini dikenal dengan podcast.

Objek sasaran abdimas adalah Gereja

Katolik Santo Yusup Karangpilang. Tim melihat bahwa Gereja Katolik Santo Yusup Karangpilang, merupakan gereja yang baru saja mengadopsi penggunaan aplikasi Youtube, Instagram, Twitter, dibawah Komsos-nya. Sehingga dalam konteks komunikasi, 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 inoasi itu sendiri, penggunaan saluran komunikasi untuk menyampaikan kebaruan/inovasi tersebut, system social/masyarakat yang akan diterpa invosi tersebut dan nantinya akan menerima inovasi, serta waktu yang dibutuhkan untuk inovasi itu dapat diterima oleh masyarakat.

Kehadiran internet dapat

memberikan dampak langsung bagi kehadiran radio siaran. Dampak tersebut dapat menggeser posisi siaran radio yang tidak disadari akan berpindah. Karya audio pada radio konvensional bisa bergeser pada media *alternative* seperti streaming dari situs radio online ataupun dari platform media digital lainnya. Karya audio memiliki potensi besar untuk terus berkembang dan menjadi pilihan *alternative* bagi audiens.

Seperti platform media pada umumnya, karya audio yang ditampilkan dalam podcast memainkan peran sebagai sarana informasi dan edukasi, serta hiburan bagi para audiens yang ditargetkan. Karakteristik audio yang disajikan dalam podcast dapat meraih target audiens terkhusus bagi para penikmat karya audi sebesar kurang lebih 30% dari total populasi. Target potensial audiens adalah para masyarakat yang gemar mengakses informasi untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Terkhusus bagi audiens yang memiliki mobilitas tinggi, mempunyai keterbatasan waktu dalam mendengarkan siaran radio.

Salah satu elemen penting yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan siaran audio podcast adalah budaya tutur ataupun dialek khas yang dimiliki orang Indonesia (Rusdi, 2012). Siaran audio podcast dapat menutupi kelemahan siaran radio konvensional yang sifatnya hanya selintas atau sekali dengar. Siaran podcast dapat disimpan dan diulang-ulang kapan saja oleh pendengar juga sesuai dengan kebutuhan tema/topik. Geoghegan dan Klass menyebutkan bahwa peluang siaran audio podcast memiliki keunggulan untuk bisa diakses berulang, otomatis dan mudah dikendalikan oleh audiens, bisa dibawa kemana saja dan selalu tersebut (2007).

Karya kreatif audio yang menarik minat audiens khususnya millennial sekarang ini dalam bentuk podcast. Dikenal dengan nama podcast sebenarnya bermula dari iPod Broadcasting yang disajikan pertama kali dalam apple iPod. Diartikan sebagai platform yang berfungsi untuk mengirimkan audio, menerima juga dapat

digunakan untuk mendengar konten secara berulang-ulang yang mana karya audio tersebut diproduksi baik oleh profesional maupun amatir (Bonini, 2015). Terdapat perbedaan antara podcast dengan radio konvensional biasanya yang melakukan siaran secara linear, podcast merupakan karya audio yang dapat diputarkan berulang-ulang. Para audiens dapat mendengarkan dan memutar kapan saja dengan memilih topik yang sesuai dengan kebutuhan.

Sejak muncul pada satu dekade yang lalu, podcast termasuk platform yang langsung disukai oleh pendengar. Berdasarkan survei Daily Sosial tahun 2018, sebanyak 68% pengguna smartphone 80% diantaranya menyukai podcast dan menyatakan pernah mendengarkan podcast dalam 6 bulan terakhir. Inilah yang menjadi awal mula podcast terus mengalami perkembangan sebagai siaran audio dalam platform digital.

Muncul podcast dikatakan sebagai media alternatif para penikmat konten audio. Para penikmat siaran audio yang bersifat linear mulai menggeser pilihannya pada siaran podcast, mengingat mobilitas para pendengar semakin tinggi dan cenderung memiliki waktu terbatas. Masyarakat semakin kehilangan waktu luang untuk mendengarkan siaran radio pada jam-jam tertentu, oleh karenanya podcast menjadi alternatif yang digemari untuk memenuhi kebutuhan pendengar. Selain itu, podcast juga menawarkan medium interaktif yang mana audiens dapat memberikan tanggapan atau respon langsung melalui fitur-fitur yang disediakan pada platform digitalnya.

Ada warna berbeda yang ditawarkan podcast yang tidak bisa didapatkan dari siaran radio konvensional. Kemasan yang kreatif dalam bentuk talkshow, drama audio, review, monolog ataupun dokumenter menjadi pilihan karakter siaran dalam podcast. Tidak hanya digunakan sebagai alternatif hiburan saja, tetapi untuk menambah wawasan dan memberikan literasi juga bisa dilakukan melalui pemanfaatan podcast. Dengan adanya

podcast yang semakin diminat, mendorong munculnya platform-platform baru yang digunakan sebagai media publikasi. Antara lain Apple Podcast, Anchor, Overcast, Player.fm, Inspigo, Soundcloud, Google Podcast serta Spotify. Munculnya platform baru tersebut membuktikan bahwa ruang publikasi untuk sebuah karya audio tidak terbatas dan menjanjikan sebuah kemudahan untuk para kreatif dalam mempublikasikan karya-karyanya. (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 Produksi Video Tutorial Pembuatan Siaran Audio (Podcast) sebagai Perwujudan Katekese Digital Gereja Katolik. Pendampingan ini dimaksudkan, agar memberikan cara baru dalam pengemasan pesan kehidupan menggereja bagi seluruh umat.

KAJIAN LITERATUR

Podcast

Menurut Handley dan Chapman (2011) podcast merupakan sebuah program audio dalam bentuk yang dikirim melalui internet ke pelanggan serta dirancang untuk memudahkan diputarkan pada komputer atau pemutar audio digital portable. Selain itu pula podcast juga dapat diakses baik secara gratis maupun berlangganan melalui beberapa aplikasi. Kemunculan podcast pertama kali pada tahun 2004-2005. Tak sedikit pula podcast dikatakan sebagai radio atau radio online. Walaupun keduanya memiliki karakteristik yang sedikit berbeda, yakni radio lebih mengutamakan interaksi pendengar dengan penyiarannya, sedangkan podcast berjalan hanya satu arah. Podcast

memiliki keunggulan yakni bisa digunakan secara otomatis, serta mudah untuk dibawa-bawa dan selalu tersedia dimanapun (Geoghegan dan Klass dalam Aristi dkk., 2017:94). Podcast dapat dibagi menjadi tiga jenis, yaitu basic podcast, enhanced podcast, dan video podcast. Berikut penjelasannya:

1. *Basic podcast* (hanya berupa audio)

Basic podcast adalah program audio yang berjalan satu arah. Audiens hanya dapat mendengarkan tanpa melakukan interaksi dengan podcaster. Dibuat dengan menggunakan aplikasi perekam suara seperti Audacity. File yang dihasilkan memiliki format .mp3 (Morris, Terra & Williams, 2008: 185).

2. *Enhanced podcast* (audio dengan gambar)

Morris, Terra & Williams (2008: 185-186) menjelaskan bahwa enhanced podcast memungkinkan koneksi yang kuat antara podcaster dengan audiensnya. Audiens dapat berperan aktif dalam sebuah episode. Mereka dapat mengklik gambar satu persatu untuk melihat lebih dekat, mengikuti hyperlink ke materi tambahan yang dikutip dalam episode. Dengan cara seperti ini, audiens akan menunggu instruksi podcaster untuk dapat mengikuti episode secara keseluruhan. File yang dihasilkan memiliki format .mp4a, mp4b, dan dapat juga berupa .mov, atau bahkan PDF.

3. *Vodcast (video)*

Video podcast menurut Morris, Terra & Williams (2008: 301- 302), adalah peningkatan dari enhanced podcast, lebih menantang daripada produksi basic podcast. Berbeda dengan enhanced podcast, video podcast dibuat dengan menggunakan alat perekam gambar dan menggunakan software untuk mengedit video. Dengan hasil yang berupa video, tentu saja membutuhkan perhatian lebih. Audiens tidak dapat melakukan multitasking ketika sedang memutar video podcast. File yang dihasilkan memiliki format .mp4 atau .mov.

Proses Produksi

Sebuah proses produksi dalam suatu

program hiburan diproduksi melalui sebuah proses produksi yang cukup panjang, menggunakan peralatan khusus, alokasi anggaran, kemampuan dan ide kreatif. Proses ini terdiri dari tiga tahapan yaitu pra-produksi, produksi dan pasca produksi (Morrisan, 2008, p. 309 - 310) :

1. Pra Produksi - merupakan aktifitas awal mulai dari pembahasan konsep, ide-ide kreatif dari materi yang akan diproduksi sampai pada eksekusi dan pelaksanaan dari produksi tersebut. Terkait konsep dan ide dibicarakan dengan detail dan hal ini sangat penting bagi proses produksi sebuah karya. Pelaksanaan yang akan dilakukan nanti akan baik atau tidak bergantung pada tahapan pra-produksi ini. Diskusi terkait konsep dan ide ini meliputi penulisan skrip, pembuatan storyboard, melakukan observasi/survey lapangan, dan perencanaan produksi hingga pasca produksi.
2. Produksi - dalam tahapan ini, seluruh aktivitas produksi mulai dari pengambilan gambar baik indoor ataupun outdoor dilakukan. Kegiatan ini merupakan aktivitas rekaman/tapping, yang mana dalam prosesnya apabila ada ketidaksesuaian ataupun hasil rekaman yang kurang bagus akan dilakukan pengambilan ulang.
3. Pasca Produksi - tahapan ini akan dilaksanakan apabila tahapan produksi sudah selesai dilakukan dengan baik sesuai dengan yang direncanakan. Pada tahapan pasca produksi biasanya dilakukan kegiatan penyuntingan, pemberian efek-efek visual, ilustrasi gambar, efek audio dan lain sebagainya.

METODE PELAKSANAAN

Dari permasalahan yang di atas maka metode pelaksanaan untuk solusi dan target adalah sebagai berikut :

- a. Masalah :Communication 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 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 : Workshop pembuatan konten
- c. Masalah : Kebutuhan adanya materi pengajaran Gereja yang ringkas dibawa dan didengarkan kapanpun dan dimanapun tanpa menguras kuota
Solusi : Memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi
Target Luaran : Peserta mampu membuat konten katekese digital melalui aplikasi
Metode : Focus Group Discussion tentang materi katekese digital
- 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 DAN PEMBAHASAN

Laporan Kegiatan Pengabdian

Pendampingan Produksi Video Tutorial Pembuatan Siaran Audio (Podcast) sebagai Perwujudan Katekese Digital Gereja Katolik, dilakukan melalui beberapa

kegiatan:

- a. Rapat Koordinasi dengan Tim Katekese, Tim Kerasulan Kitab Suci dan Romo Paroki
- b.



Gambar 1. Rapat Koordinasi Tim Fikom UKWMS dan Tim Santo Yusup Karangpilang

Rapat koordinasi dilaksanakan pada hari Senin, 30 September 2021 antara perwakilan Tim Fakultas Ilmu Komunikasi yang diwakili Theresia Intan dengan Romo Paroki, Tim Katekese, dan Tim Kerasulan Kitab Suci. Permuian ini membahas terkait jadwal kegiatan, waktu penyelenggaraan, peserta dan hal teknis terkait acara. Rapat koordinasi dilaksanakan secara luring untuk memaksimalkan penyatuan ide dan tujuan kegiatan.

Selain hal teknis yang dibahas, rapat koordinasi ini juga membahas terkait pembicara dan dukungan dari Komisi Kepemudaan Keuskupan Surabaya melalui Romo Elva, yang sekaligus pembicara kegiatan ini.

- c. Koordinasi antara tim katekese Gereja Katolik Santo Yusuf Karangpilang dengan Tim Fikom UKWMS

Koordinasi dilakukan pada Rabu, 8 September 2021 secara hybrid. Perwakila dari Fikom, Theresia Intan luring bersama tim katekese dan KKS berdiskusi bersama melalui zoom dengan ti fikom UKWMS. Dalam rapat kali ini membicarakan *progress* kegiatan yang sudah dilakukan dan beberapa yang ingin dilakukan Komisi Kepemudaan Keuskupan Surabaya dalam pendampingan podcast.

- d. Pertemuan mentor dan pembicara podcast

Kegiatan pendampingan akan dilakukan secara intensif dengan para

peserta yang terdiri dari tim katekese dan juga OMK., untuk itu kegiatan dilakukan dengan melibatkan beberapa mahasiswa sebagai mentor. Proses pertemuan ini dimaksudkan untuk memaksimalkan materi pelatihan dapat tersampaikan langsung kepada peserta secara lebih efektif.

e. Pelaksanaan kegiatan pendampingan

Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan pada hari Minggu tanggal 12 September 2021 pukul 10.00. Pembicara yang dihadirkan ada 2 orang, yakni Romo Alva selaku Romo Komisi Kepemudaan Keuskupan Surabaya dan Helen sebagai konten creator. Kegiatan dibagi dalam dua sesi utama : Sesi materi dan sesi pendampingan pembuatan oleh para mentor.

Adapun *rundown* kegiatan sebagai berikut :

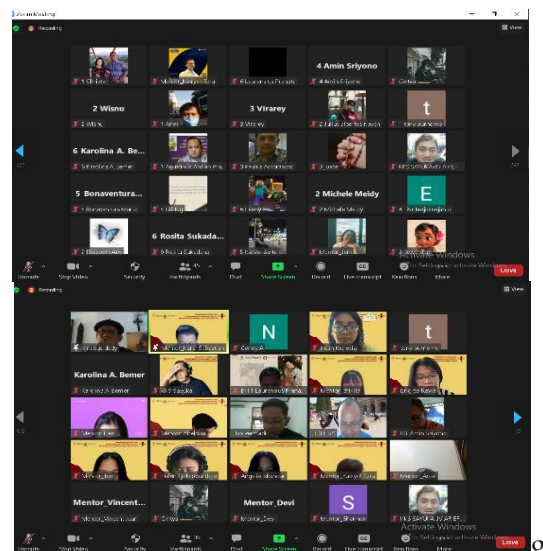
Tabel 1. Rundown kegiatan

Jam	Durasi	Acara	Ket.
10.00 - 10.10	10m	Opening by Video Fikom	Cintya Share Screen
10.10 - 10.13	3m	Opening by MC	
10.13 - 10.16	3m	Doa Pembuka	Doa : Karel
10.16 - 10.21	5m	MC	
10.27 - 10.32	5m	Sambutan oleh Pak Ardian Koordinator Seksi Kerasulan Kitab Suci	
10.32 - 10.33	1m	MC	
10.33 - 11.03	30m	Pewartaan jaman now oleh Romo Silvester Elva Permadi (Romo Elva)	Share Screen Materi
11.03 - 11.06	3m	MC	
11.06 - 11.51	45m	Materi praktis pembuatan podcast pewartaan	Share Screen Materi + video tutorial
11.51 - 11.56	5m	MC	

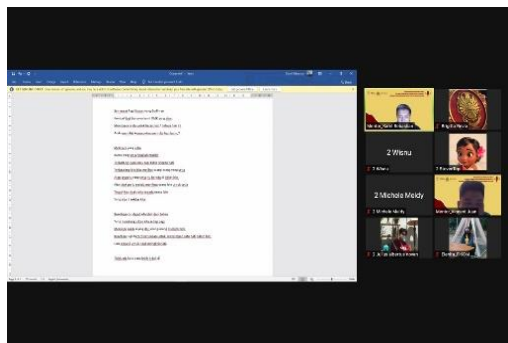
11.56 - 12.56	60m	Peserta masuk ke breakout room tiap wilayah	Host bantu mengarahkan yg tidak bisa pindah breakout
12.56 - 13.00	4m	Kembali ke main room	Breakout di tutup
13.00 - 13.01	1m	MC	
13.01 - 13.05	4m	Closing Statement oleh bu Gita	Bu Gita
13.05 - 13.08	3m	MC	
13.08 - 13.12	4m	Closing Statement oleh Romo Paroki	
13.12 - 13.15	3m	Doa Penutup	Doa : Karel
13.15 selesai		Video penutup	Cintya Share Screen

Sumber : Dokumentasi Tim Abdimas

Acara dipandu oleh MC Ignatius Rys Deddy dan dilanjutkan sambutan dari Ketua Kerasulan Kitab Suci, Ardian Pramudya. Peserta tidak hanya berasal dari Paroki Santo Yusup Karangpilang namun juga dari berbagai paroki diluar paroki tersebut, seperti dari Probolinggo dan juga dari Paroki Yohanes Pemandi.



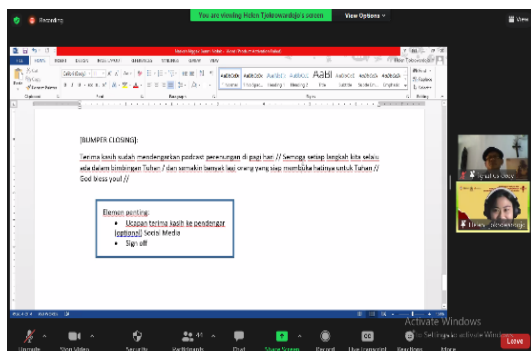
Gambar 2. Rapat Koordinasi Tim Fikom UKWMS dan Tim Santo Yusup Karangpilang



Gambar 3. Sesi Materi oleh Romo Alva

Sesi materi pertama oleh Romo Alva menyampaikan mengenai katekese digital dari pandangan gereja. Romo Elva menjelaskan bahwa katekese digital sebenarnya bukan *booming* saat ini saja, namun sudah dari 1960an, ajaran gereja meminta seluruh umatewartakan dengan berbagai alat komunikasi, dan selayaknya gereja dan umat merespon cara pewartaan tersebut. Terkait pesan dalam isi pewartaan gerwja Romo Elva menambahkan ada baiknya apabila konten tersebut berkaitan dengan ajaran gereja maka, lebih baik dalam pendampingan imam agar tidak memberikan ajarab sesat kepada pendengarnya.

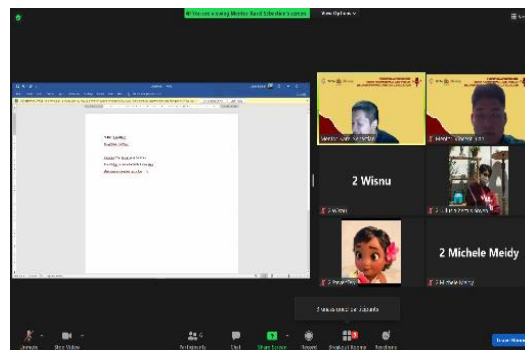
Sesi materi kedua diberikan oleh Helen sebagai konten kreatr. Helen berbagi pengalaman praktis bagaimana sebagiknya membuat materi *podcast*. Heln menjelaskan untuk membuat *podcast* dapat diawali dengan membuat scrip. Bagian bagian *script* *podcast* terdiri dari 3 bagian utama : *opening*, *content* dan *closing*



Gambar 4. Sesi Materi dari Helen terkait cara pembuatan *podcast*

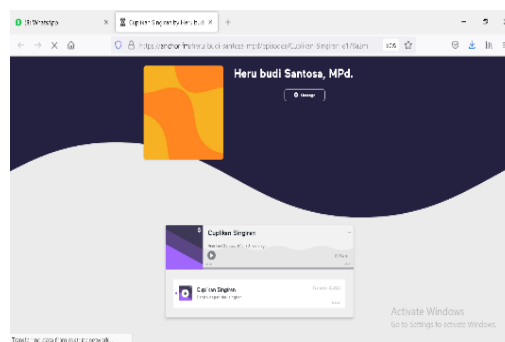
Setelah pemaparan materi dari para pembicara, dilanjutkan dengan sesi kedua

terkait Pendampingan pembuatan *podcast* katekese *digital*. Dalam sesi ini, tiap peserta dibagi dalam beberapa kelompok dan didampingi mentor untuk membuat *script* *podcast*.



Gambar 5. Sesi Pendampingan pembuatan *podcast* oleh tiap mentor dalam *breakoutroom*

Setiap kelompok membuat satu *podcast* untuk disiarkan, diawali dengan membuat nama *podcast*, tema *podcast* dan juga narasi *podcastnya*. Beberapa contoh karya *podcast* dapat diakses melalui <https://anchor.fm/heru-budi-santosa-mpd/episodes/Cuplikan-Singiran-e178a2m>



Gambar 6. Contoh *podcast* hasil karya peserta

Setelah menyelesaikan *script* *podcast*, peserta diajak kembali ke main room untuk berdiskusi dan Tanya jawab dengan pembicara.

Gambar 7. Sesi Tanya jawab dengan peserta



Gambar 7. Sesi Tanya jawab dengan peserta

Bebepapa pertanyaan dari peserta diantaranya :

1. Aries (br1)
 - ketika pembuatan podcast ada penentuan durasinya tdk?
2. Pak dedy
 - Dijaman sekarang, tidak semua orang bisa welcome ke Romo Bowo. Org2 yg kuno biasanya berkata tidak perlu itu. Jangan kan untuk memperoleh pendampingan, dia saja sudah menolak. Gimana Romo dlm menghadapi hal ini?
 - apakah ada masalah seandainya ketika bikin podcast bahasanya suroboyoan? Apakah bahasa mempengaruhi podcast ini?
3. Elva permadi
 - mungkin bisa dijelaskan sedikit istilah "bumper in" & "bumper out"
4. Yopem windiyati
 - Apa bisa diberi pelatihan bagi katekese kks paroki Yopem?
 - biasanya podcast jangkauannya seluas apa

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan katekese digital diperlukan untuk pewartaan ajaran Gereja saat ini. Kegiatan pendampingan dilakukan terutama bagi tim katekese tiap lingkungan. Seringkali kegiatan penggunaan media digital saat ini dapat disesuaikan dengan rentang usia peserta untuk membuat para tim katekese mengenal berbagai media komunikasi digital saat ini.

Pendampingan kegiatan dilakukan dengan berbagai tahapan dengan melakukan analisis permasalahan. Untuk Paroki Santo Yusup Karapilang terdapat berbagai temuan.

Pertama *Communication abilities* yang masih rendah dari sasaran target abdimas, dalam hal ini adalah pengurus Gereja untuk memanfaatkan teknologi guna mendukung ajaran gereja. Solusi yang dilakukan dengan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi komunikasi. Hal ini dilakukan dengan metode pendampingan pengenalan aplikasi pembuatan konten

Kedua, tuntutan perubahan cara Gereja menyampaikan ajarannya, melalui katekese digital. Solusi yang diberikan adalah dengan memberikan pelatihan pembuatan konten digital.

Ketiga kebutuhan adanya materi pengajaran Gereja yang ringkas dibawa dan didengarkan kapanpun dan dimanapun tanpa menguras kuota yang dilakukan untuk memberikan solusi mengenai penggunaan teknologi, dengan metode *Focus Group Discussion* tentang materi katekese digital

Keempat masalah rendahnya pengetahuan anggota gereja terhadap cara menciptakan konten melalui podcast. Solusi dilakukan dengan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi, dengan metode pendampingan pengenalan aplikasi pembuatan konten.

DAFTAR PUSTAKA

Bonini, T. 2015. *The Second Age" Of Podcasting: Reframing Podcasting As A New*

COVID-19 Akselerasi Proses Digitalisasi.

- Diakses melalui :
<https://www.marketeers.com/covid-19-akselerasi-proses-digitalisasi/>
- Digital Mass Medium. *Quaderns del CAC* 41 18(July): 21–30. Diakses melalui:
https://www.researchgate.net/publication/281207319_The_Second_Age_of
- Dubber, A. 2013. *Radio in the Digital Age*. UK: Polity Press.
- Fadilah, E., Yudhapramesti, P., & Aristi, N. (2017). Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio. *Kajian jurnalisme*, 1(1), 90-104.
- Geoghegan, Michael W., Klass, Dan. 2007. *Podcast Solutions: The Complete Guide to Audio and Video Podcasting*. USA: Friends of.
- Laporan Daily Social : Fintech Report 2018. Diakses melalui :
<https://dailysocial.id/post/fintech-report-2018>
- 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.
- Solomon, Michael. *Consumer Behaviour : A European Perspective*, 5th edition. Prentice Hall : New Jersey, USA.
- Handley, A & Chapman, C.C. (2011). *Content Rules How to Create Killer Blogs, Podcasts, Videos, Ebooks, Webinars and more that Engage Customers and Ignite Your Business*. Hoboken: John Wiley & Sons