Science and Education Journal
Vol 5 No 2 (2026)
E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Strategi Perancangan Dan Produksi Vodcast Edukatif Sebagai Sarana Literasi Kesehatan Mental

Ghofran Fayyadh Yede[1], Alfi Rahmawati [2], Diadji Kuntoro [3]
[1]IPB University, yedeghofran@apps.ipb.ac.id
[2]IPB University, e-mail@ apps.ipb.ac.id
[3]IPB University, e-mail@ apps.ipb.ac.id

Abstrak

Perkembangan media digital telah mendorong perubahan pola komunikasi masyarakat dalam mengakses informasi edukatif, termasuk terkait kesehatan mental. Rendahnya literasi kesehatan mental serta masih adanya stigma di masyarakat menunjukkan perlunya media edukasi yang komunikatif, mudah diakses, dan sesuai dengan karakteristik audiens digital. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi perancangan dan produksi vodcast edukatif sebagai sarana literasi kesehatan mental bagi audiens usia 18–25 tahun melalui platform YouTube. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain practice-based research yang berfokus pada proses produksi media digital. Tahapan penelitian meliputi analisis kebutuhan audiens, perancangan konsep konten, tahap pra-produksi, produksi, pascaproduksi, distribusi konten, serta evaluasi berbasis data analitik YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produksi vodcast yang mengedepankan komunikasi empatik, penggunaan referensi ilmiah, serta pendekatan audio-visual interaktif mampu meningkatkan keterlibatan audiens. Implementasi vodcast melalui platform YouTube juga memberikan kemudahan dalam distribusi konten dan evaluasi performa melalui indikator jumlah penonton, durasi tonton, retensi audiens, serta interaksi pengguna. Dengan demikian, vodcast edukatif dapat menjadi media komunikasi digital yang efektif dalam mendukung literasi kesehatan mental masyarakat.

Kata Kunci: *Vodcast, Literasi Kesehatan Mental, Komunikasi Digital, YouTube, Produksi Media*

Abstract

The development of digital media has transformed the way people access educational information, including mental health-related content. The low level of mental health literacy and the persistence of social stigma indicate the need for educational media that are communicative, accessible, and relevant to digital audiences. This study aims to describe the strategy of designing and producing educational vodcasts as a medium for mental health literacy targeting audiences aged 18–25 years through the YouTube platform. The research employed a descriptive qualitative approach with a practice-based research design focusing on the digital media production process. The research stages included audience needs analysis, content concept design, pre-production, production, post-production, content distribution, and evaluation based on YouTube analytics data. The findings indicate that vodcast production strategies emphasizing empathetic communication, scientific references, and interactive audio-visual approaches were able to increase audience engagement. The implementation of vodcasts through YouTube also facilitated content distribution and performance evaluation through indicators such as viewers, watch duration, audience retention, and user interactions. Therefore, educational vodcasts can serve as an effective digital communication medium in supporting public mental health literacy.

Keywords: *Vodcast, Mental Health Literacy, Digital Communication, YouTube, Media Production*

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Corresponding Author:
Ghofran Fayyadh Yede
IPB University, yedeghofran@apps.ipb.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dalam era digital telah membawa perubahan besar terhadap pola interaksi masyarakat dalam memperoleh dan menyebarkan informasi. Kehadiran internet serta media digital menjadikan proses komunikasi berlangsung lebih cepat, interaktif, dan tidak lagi terbatas oleh ruang maupun waktu. Media digital saat ini tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga sebagai ruang sosial yang membentuk cara individu memahami realitas, membangun opini, serta berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Perubahan tersebut menyebabkan masyarakat semakin bergantung pada media digital dalam memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, pendidikan, hingga kebutuhan emosional.

Transformasi media digital juga memengaruhi perkembangan industri komunikasi dan produksi konten kreatif. Bentuk media konvensional yang sebelumnya bersifat satu arah mulai bergeser menuju media digital yang partisipatif dan interaktif. Audiens tidak lagi hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga terlibat dalam proses produksi, distribusi, serta evaluasi konten melalui berbagai bentuk interaksi digital. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai format media baru yang lebih adaptif terhadap kebutuhan audiens modern, salah satunya adalah vodcast.

Vodcast merupakan perkembangan dari podcast yang menggabungkan elemen audio dan visual dalam satu format media digital. Berbeda dengan podcast konvensional yang hanya mengandalkan audio, vodcast menghadirkan unsur visual yang memungkinkan audiens memperoleh pengalaman komunikasi yang lebih kaya dan interaktif. Kehadiran ekspresi visual, bahasa tubuh, serta elemen nonverbal lainnya mampu memperkuat penyampaian pesan sehingga informasi yang diberikan menjadi lebih mudah dipahami oleh audiens. Format audio visual tersebut juga dinilai lebih menarik bagi generasi muda yang memiliki kecenderungan tinggi terhadap konsumsi konten digital berbasis video.

Peningkatan konsumsi konten audio visual digital menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya kelompok usia muda, lebih menyukai media yang komunikatif, fleksibel, dan mudah diakses melalui perangkat digital. Data We Are Social dan Meltwater (2024) menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 77% populasi dengan rata-rata durasi penggunaan internet lebih dari tujuh jam per hari. Selain itu, platform berbasis video seperti YouTube menjadi salah satu media digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media digital memiliki potensi besar sebagai sarana edukasi masyarakat, termasuk dalam penyampaian informasi mengenai kesehatan mental.

Di sisi lain, isu kesehatan mental menjadi salah satu permasalahan yang semakin mendapat perhatian dalam masyarakat modern. Tekanan sosial, tuntutan akademik, perkembangan lingkungan digital, serta perubahan gaya hidup menyebabkan meningkatnya risiko gangguan kesehatan mental, khususnya pada kelompok usia remaja dan dewasa muda. World Health Organization (WHO) tahun 2023 menyebutkan bahwa gangguan kesehatan mental mengalami peningkatan secara global dan menjadi salah satu tantangan kesehatan masyarakat yang perlu mendapatkan perhatian serius. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kesehatan mental tidak lagi dapat dipandang sebagai isu personal semata, melainkan sebagai bagian penting dalam kualitas hidup masyarakat.

Di Indonesia, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan mental mulai meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Namun demikian, tingkat literasi kesehatan mental masyarakat masih tergolong rendah. Banyak individu yang belum memahami pentingnya menjaga kesehatan mental, mengenali gejala gangguan psikologis, maupun mengetahui langkah penanganan yang tepat. Selain itu, stigma sosial terhadap individu dengan gangguan kesehatan mental masih cukup kuat sehingga menyebabkan banyak orang

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

enggan untuk mencari bantuan profesional. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap isu kesehatan mental juga sering memunculkan misinformasi yang beredar melalui media digital.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa penyampaian informasi kesehatan mental memerlukan pendekatan komunikasi yang tepat dan relevan dengan karakteristik audiens digital. Informasi yang bersifat terlalu formal, teoritis, dan tekstual cenderung sulit diterima oleh generasi muda yang lebih terbiasa dengan konten singkat, visual, dan interaktif. Oleh karena itu, diperlukan media edukasi yang tidak hanya menyampaikan informasi secara ilmiah, tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Dalam konteks ini, vodcast memiliki potensi besar sebagai media komunikasi digital karena mampu mengombinasikan unsur edukasi, hiburan, dan interaksi dalam satu format konten.

Pemanfaatan vodcast sebagai sarana literasi kesehatan mental dipandang relevan karena format audio visual memungkinkan penyampaian pesan yang lebih komunikatif dan empatik. Kehadiran visual dalam vodcast mampu memperkuat narasi yang disampaikan melalui ekspresi, intonasi, serta interaksi antara host dan narasumber. Selain itu, distribusi melalui platform YouTube memberikan kemudahan dalam menjangkau audiens secara luas sekaligus menyediakan fitur analitik yang dapat digunakan untuk mengevaluasi keterlibatan audiens terhadap konten yang diproduksi.

Penelitian ini berfokus pada strategi perancangan dan produksi vodcast edukatif sebagai sarana literasi kesehatan mental bagi audiens usia 18–25 tahun melalui platform YouTube. Fokus penelitian tidak hanya terletak pada hasil akhir berupa konten digital, tetapi juga pada proses perancangan media yang meliputi tahapan pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Proses tersebut dilakukan dengan pendekatan komunikasi empatik dan berbasis referensi ilmiah agar konten yang dihasilkan mampu menyampaikan informasi kesehatan mental secara akurat, komunikatif, dan mudah dipahami oleh audiens.

Permasalahan penelitian dalam artikel ini berangkat dari rendahnya literasi kesehatan mental masyarakat serta belum optimalnya pemanfaatan media digital berbasis audio visual sebagai sarana edukasi kesehatan mental. Selain itu, masih terbatasnya penelitian yang membahas proses produksi vodcast edukatif dalam konteks komunikasi digital juga menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas efektivitas media digital secara umum, sementara pembahasan mengenai strategi produksi vodcast sebagai media literasi kesehatan mental masih relatif terbatas.

Sebagai upaya pemecahan masalah tersebut, penelitian ini mengembangkan strategi produksi vodcast yang dirancang berdasarkan kebutuhan audiens digital. Strategi tersebut meliputi proses analisis audiens, penyusunan konsep komunikasi, pemilihan tema dan narasumber, penggunaan pendekatan komunikasi empatik, serta evaluasi berbasis data analitik YouTube. Pendekatan ini diharapkan mampu menghasilkan media edukasi digital yang lebih adaptif terhadap pola konsumsi media generasi muda.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain practice-based research. Pendekatan tersebut dipilih karena penelitian tidak hanya menghasilkan kajian akademik, tetapi juga menghasilkan produk nyata berupa vodcast edukatif. Practice-based research memungkinkan integrasi antara proses kreatif produksi media dengan analisis teoritis dalam kajian komunikasi digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berorientasi pada aspek konseptual, tetapi juga pada implementasi praktik produksi media secara langsung.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi perancangan dan produksi vodcast edukatif sebagai sarana literasi kesehatan mental melalui platform YouTube. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis implementasi tahapan produksi vodcast serta mengevaluasi keterlibatan audiens berdasarkan data analitik platform digital seperti jumlah penonton, durasi tonton, retensi audiens, komentar, dan likes.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Dalam kajian teoritis, penelitian ini menggunakan Media Ecology Theory sebagai grand theory untuk memahami bagaimana medium komunikasi memengaruhi pengalaman dan pemaknaan audiens terhadap pesan yang diterima. Teori ini menjelaskan bahwa media bukan hanya alat penyampai pesan, tetapi juga lingkungan yang membentuk pola komunikasi masyarakat. Dalam konteks vodcast, kombinasi elemen audio dan visual menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih personal dan interaktif dibandingkan media berbasis teks atau audio saja.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan teori Uses and Gratifications yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media berdasarkan kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, hiburan, maupun dukungan emosional. Dalam konteks kesehatan mental, audiens usia muda cenderung mencari konten yang tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga menghadirkan rasa kedekatan dan kenyamanan secara emosional. Oleh karena itu, strategi produksi vodcast perlu dirancang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan audiens digital.

Konsep Participatory Culture juga digunakan dalam penelitian ini untuk memahami keterlibatan audiens dalam media digital. Audiens dalam media digital tidak lagi bersifat pasif, tetapi aktif berpartisipasi melalui berbagai bentuk interaksi seperti komentar, likes, shares, dan durasi tonton. Keterlibatan tersebut menjadi indikator penting dalam mengevaluasi efektivitas vodcast sebagai media literasi kesehatan mental.

Melalui integrasi antara teori komunikasi digital dan implementasi produksi media, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik maupun praktis dalam pengembangan media edukasi digital berbasis vodcast. Secara akademik, penelitian ini dapat memperkaya kajian komunikasi digital, khususnya dalam pemanfaatan media audio visual untuk literasi kesehatan mental. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan konten edukatif yang komunikatif, empatik, dan sesuai dengan kebutuhan audiens digital di era modern.

METODE

Pada Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain practice-based research yang berfokus pada proses perancangan dan produksi media digital berupa vodcast edukatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam tahapan produksi vodcast sebagai sarana literasi kesehatan mental, mulai dari proses perencanaan, produksi, hingga evaluasi konten. Sementara itu, desain practice-based research dipilih karena penelitian tidak hanya menghasilkan analisis akademik, tetapi juga menghasilkan produk nyata berupa vodcast yang dipublikasikan melalui platform digital. Pendekatan ini memungkinkan integrasi antara praktik produksi media dengan kajian teoritis komunikasi digital.

Penelitian dilaksanakan di Kota Bogor selama periode Januari hingga Juni 2026. Rentang waktu tersebut mencakup seluruh tahapan penelitian, mulai dari analisis kebutuhan audiens, perancangan konsep konten, proses produksi vodcast, distribusi melalui platform YouTube, hingga evaluasi performa konten berdasarkan data analitik digital. Fokus utama penelitian diarahkan pada proses strategi perancangan dan produksi vodcast edukatif yang ditujukan bagi audiens usia 18–25 tahun sebagai kelompok pengguna media digital yang aktif.

Sasaran penelitian dalam artikel ini terdiri atas objek dan subjek penelitian. Objek penelitian adalah vodcast edukatif bertema literasi kesehatan mental yang diproduksi dan dipublikasikan melalui platform YouTube. Objek tersebut mencakup struktur konten, strategi komunikasi, proses produksi audio visual, serta performa konten berdasarkan data analitik platform digital. Sementara itu, subjek penelitian terdiri atas peneliti sebagai kreator utama dan narasumber yang memiliki kompetensi pada bidang kesehatan mental. Narasumber dipilih berdasarkan relevansi pengetahuan dan pengalaman terhadap isu kesehatan mental sehingga mampu mendukung penyampaian informasi yang kredibel dan berbasis referensi ilmiah.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Audiens dalam penelitian ini tidak dijadikan sebagai subjek penelitian secara langsung melalui wawancara maupun survei, melainkan dianalisis melalui perilaku interaksi digital yang terekam dalam fitur analitik YouTube. Pendekatan tersebut digunakan untuk memperoleh data yang lebih objektif mengenai keterlibatan audiens terhadap konten vodcast yang diproduksi. Indikator keterlibatan audiens meliputi jumlah penonton, durasi tonton, tingkat retensi audiens, komentar, likes, serta tingkat interaksi pengguna terhadap konten yang dipublikasikan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dokumentasi dan analisis data analitik platform digital. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data terkait proses produksi vodcast, seperti naskah episode, outline konten, catatan produksi, dokumentasi kegiatan produksi, serta arsip video yang telah dipublikasikan. Dokumentasi tersebut digunakan untuk mendukung analisis mengenai implementasi strategi produksi media digital dalam penyampaian literasi kesehatan mental.

Selain dokumentasi, pengumpulan data juga dilakukan melalui analisis fitur YouTube Analytics yang tersedia pada platform YouTube Studio. Data analitik digunakan untuk mengukur performa konten secara objektif berdasarkan perilaku audiens dalam mengakses vodcast. Beberapa indikator yang dianalisis meliputi jumlah viewers, watch time, audience retention, jumlah likes, komentar, dan tingkat engagement audiens. Penggunaan data analitik digital dipilih karena mampu memberikan gambaran mengenai efektivitas konten tanpa harus melakukan interaksi langsung dengan audiens.

Dalam proses pengembangan instrumen penelitian, peneliti menyusun indikator evaluasi berdasarkan kebutuhan analisis performa konten digital. Instrumen penelitian disusun dalam bentuk format observasi produksi dan tabel analisis performa konten YouTube. Instrumen observasi digunakan untuk mencatat tahapan produksi vodcast yang meliputi pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Sementara itu, instrumen analisis performa digunakan untuk mengelompokkan data analitik berdasarkan indikator keterlibatan audiens.

Tahap pra-produksi mencakup kegiatan analisis isu kesehatan mental, riset kebutuhan audiens, penyusunan konsep komunikasi, penentuan tema episode, penulisan naskah, serta persiapan teknis produksi. Tahap produksi meliputi proses perekaman audio visual, pengaturan tata suara, pengambilan gambar, dan interaksi antara host dengan narasumber selama proses produksi berlangsung. Tahap pascaproduksi mencakup proses editing audio dan video, penambahan elemen visual, pembuatan thumbnail, rendering, serta publikasi konten melalui platform YouTube.

Peralatan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas perangkat produksi audio visual seperti mikrofon kondensor, audio interface, kamera digital, tripod, headphone monitoring, laptop editing, serta perangkat lunak pendukung seperti Adobe Premiere Pro, CapCut, Adobe Audition, dan Canva. Penggunaan perangkat tersebut bertujuan untuk mendukung kualitas produksi vodcast agar mampu menghasilkan konten audio visual yang komunikatif dan menarik bagi audiens digital.

Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan dukungan data kuantitatif dari analitik platform YouTube. Tahap pertama dalam analisis data adalah reduksi data, yaitu proses pemilahan dan penyederhanaan data berdasarkan fokus penelitian. Data yang telah dikumpulkan kemudian dikelompokkan berdasarkan tahapan produksi vodcast dan indikator performa konten digital.

Tahap kedua adalah penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, dan interpretasi data analitik. Penyajian data dilakukan untuk mempermudah proses pembahasan mengenai strategi produksi vodcast dan tingkat keterlibatan audiens terhadap konten literasi kesehatan mental yang dipublikasikan. Data analitik seperti jumlah penonton, watch time, audience retention, dan interaksi pengguna digunakan untuk mendukung analisis efektivitas konten digital.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan disusun dengan mengaitkan temuan penelitian dengan teori komunikasi digital yang digunakan, seperti Media Ecology Theory, Uses and Gratifications, dan Participatory Culture. Analisis tersebut bertujuan untuk memahami bagaimana karakteristik media vodcast memengaruhi pengalaman komunikasi audiens serta bagaimana keterlibatan audiens terbentuk melalui media digital berbasis audio visual.
Melalui pendekatan metodologis tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi perancangan dan produksi vodcast edukatif sebagai sarana literasi kesehatan mental masyarakat dalam konteks komunikasi digital modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan produk media digital berupa vodcast edukatif yang membahas literasi kesehatan mental bagi audiens usia 18–25 tahun melalui platform YouTube. Produksi vodcast dilakukan sebagai bentuk implementasi komunikasi digital yang memanfaatkan media audio visual untuk menyampaikan informasi kesehatan mental secara lebih komunikatif, interaktif, dan mudah dipahami. Penelitian tidak hanya berfokus pada hasil akhir berupa konten digital, tetapi juga pada proses strategi perancangan dan produksi media yang dilakukan secara sistematis mulai dari tahap pra-produksi, produksi, pascaproduksi, hingga evaluasi performa konten berbasis data analitik platform digital.

Tahap awal penelitian dimulai dengan analisis kebutuhan audiens dan identifikasi isu kesehatan mental yang relevan dengan kelompok usia muda. Berdasarkan hasil observasi terhadap tren media digital dan pola konsumsi konten generasi muda, ditemukan bahwa audiens usia 18–25 tahun cenderung lebih tertarik pada konten yang bersifat audio visual, komunikatif, dan memiliki pendekatan personal. Audiens digital juga lebih aktif mengakses informasi melalui platform video seperti YouTube dibandingkan media berbasis teks. Kondisi tersebut menjadi dasar dalam menentukan strategi komunikasi yang digunakan pada proses produksi vodcast.

Selain analisis audiens, peneliti juga melakukan observasi terhadap berbagai konten kesehatan mental yang telah beredar pada platform digital. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar konten kesehatan mental masih disampaikan secara formal dan teoritis sehingga kurang mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens muda. Beberapa konten juga belum didukung oleh referensi ilmiah yang memadai sehingga berpotensi menimbulkan misinformasi mengenai kesehatan mental. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini mengembangkan konsep vodcast edukatif yang menekankan pada komunikasi empatik dan penggunaan bahasa yang sederhana agar informasi lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Tahap perancangan konsep vodcast dilakukan dengan menyusun format konten yang sesuai dengan karakteristik audiens digital. Konsep vodcast dirancang dalam bentuk diskusi interaktif antara host dan narasumber dengan suasana komunikasi yang santai namun tetap informatif. Format tersebut dipilih karena mampu menciptakan hubungan komunikasi yang lebih dekat dengan audiens serta memberikan ruang bagi narasumber untuk menyampaikan pengalaman dan informasi secara lebih natural. Penelitian ini juga menyesuaikan gaya komunikasi dengan preferensi generasi muda yang cenderung menyukai penyampaian pesan secara ringan dan tidak terlalu formal.

Dalam proses perancangan konten, peneliti menentukan beberapa tema utama yang berkaitan dengan kesehatan mental, seperti stres akademik, tekanan sosial, overthinking, burnout, serta pentingnya menjaga kesehatan mental di lingkungan sehari-hari. Tema tersebut dipilih berdasarkan relevansi dengan kondisi yang sering dialami oleh audiens usia produktif dan mahasiswa. Selain menentukan tema, proses perancangan juga mencakup penyusunan outline episode, penentuan alur diskusi, pemilihan sudut pandang komunikasi, serta penyusunan daftar pertanyaan untuk narasumber.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Pemilihan narasumber menjadi bagian penting dalam strategi produksi vodcast. Narasumber dipilih berdasarkan kompetensi dan pemahaman terhadap isu kesehatan mental agar informasi yang disampaikan tetap kredibel dan berbasis referensi ilmiah. Kehadiran narasumber yang relevan juga bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan audiens terhadap isi konten. Dalam proses produksi, narasumber tidak hanya berperan sebagai pemberi informasi, tetapi juga sebagai pihak yang membantu membangun komunikasi yang lebih empatik melalui pengalaman dan perspektif yang disampaikan selama diskusi berlangsung.

Tahap pra-produksi dilakukan melalui persiapan teknis dan nonteknis sebelum proses perekaman dimulai. Persiapan tersebut meliputi penyusunan rundown produksi, penjadwalan kegiatan, persiapan lokasi pengambilan gambar, pengaturan tata cahaya, serta pengujian kualitas audio dan visual. Peneliti juga melakukan simulasi percakapan untuk memastikan alur diskusi berjalan dengan baik dan tidak terlalu kaku ketika proses produksi berlangsung. Persiapan yang matang pada tahap pra-produksi menjadi faktor penting dalam menjaga kualitas hasil akhir vodcast.

Peralatan produksi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kamera digital, mikrofon kondensor, audio interface, tripod, headphone monitoring, serta perangkat lunak editing seperti Adobe Premiere Pro, Adobe Audition, dan CapCut. Penggunaan perangkat tersebut bertujuan untuk menghasilkan kualitas audio visual yang baik sehingga mampu meningkatkan kenyamanan audiens ketika mengakses konten vodcast. Dalam media berbasis audio visual, kualitas teknis produksi menjadi aspek penting karena memengaruhi pengalaman audiens dalam menerima pesan komunikasi.

Tahap produksi dilakukan melalui proses perekaman audio visual dengan format wawancara dan diskusi interaktif. Strategi komunikasi yang digunakan selama proses produksi menekankan pada penggunaan bahasa yang sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami. Host berperan dalam menjaga alur diskusi agar tetap fokus pada tema kesehatan mental sekaligus menciptakan suasana komunikasi yang nyaman bagi narasumber maupun audiens. Selain itu, penggunaan ekspresi visual, intonasi suara, serta kontak mata menjadi elemen penting dalam membangun hubungan emosional dengan audiens.

Penggunaan format audio visual dalam vodcast memberikan pengalaman komunikasi yang lebih personal dibandingkan media berbasis teks. Audiens tidak hanya menerima informasi melalui suara, tetapi juga melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan suasana visual yang ditampilkan dalam video. Hal tersebut sejalan dengan Media Ecology Theory yang menjelaskan bahwa medium komunikasi memiliki pengaruh terhadap cara audiens memahami dan memaknai pesan yang diterima. Dalam konteks penelitian ini, karakteristik media vodcast mampu memperkuat penyampaian pesan edukatif mengenai kesehatan mental.

Tahap pascaproduksi dilakukan melalui proses editing audio dan visual untuk meningkatkan kualitas konten sebelum dipublikasikan. Editing dilakukan dengan memotong bagian yang tidak diperlukan, memperbaiki kualitas suara, menambahkan subtitle, transisi visual, musik latar, serta elemen grafis pendukung. Penambahan subtitle dilakukan untuk membantu audiens memahami isi percakapan dengan lebih mudah, terutama ketika menonton melalui perangkat mobile atau dalam kondisi tanpa suara.

Selain editing video, peneliti juga merancang thumbnail dan judul video menggunakan strategi visual yang menarik. Thumbnail dibuat dengan desain sederhana namun tetap informatif agar mampu menarik perhatian audiens ketika konten muncul pada halaman rekomendasi YouTube. Judul video disusun menggunakan kalimat yang relevan dengan topik kesehatan mental dan sesuai dengan sistem pencarian platform digital. Strategi tersebut bertujuan untuk meningkatkan kemungkinan konten ditemukan oleh audiens yang memiliki kebutuhan informasi terkait kesehatan mental.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Distribusi konten dilakukan melalui platform YouTube karena memiliki jangkauan audiens yang luas dan menyediakan fitur analitik yang mendukung evaluasi performa konten secara objektif. Proses publikasi dilakukan dengan menentukan jadwal unggahan yang konsisten serta penggunaan hashtag dan deskripsi video yang relevan. Selain dipublikasikan melalui YouTube, promosi konten juga dilakukan melalui media sosial pendukung untuk membantu meningkatkan jangkauan audiens.

Berdasarkan hasil evaluasi awal melalui YouTube Analytics, vodcast edukatif yang diproduksi menunjukkan adanya keterlibatan audiens yang cukup baik. Indikator keterlibatan terlihat dari jumlah penonton, durasi tonton, audience retention, komentar, serta jumlah likes pada video yang dipublikasikan. Data analitik menunjukkan bahwa audiens cenderung bertahan lebih lama pada bagian diskusi yang membahas pengalaman personal dan solusi praktis terkait kesehatan mental. Hal tersebut menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi empatik mampu meningkatkan perhatian audiens terhadap konten edukatif.

Interaksi audiens melalui komentar juga menunjukkan bahwa sebagian penonton merasa topik yang dibahas relevan dengan pengalaman mereka sehari-hari. Beberapa audiens memberikan respons berupa dukungan, pengalaman pribadi, serta apresiasi terhadap penyampaian konten yang dianggap ringan dan mudah dipahami. Bentuk interaksi tersebut menunjukkan bahwa vodcast tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai informasi, tetapi juga sebagai ruang komunikasi digital yang memungkinkan terjadinya keterlibatan emosional antara audiens dan konten.

Hasil penelitian ini mendukung teori Uses and Gratifications yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media berdasarkan kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, hiburan, maupun dukungan emosional. Dalam konteks kesehatan mental, audiens usia muda cenderung memilih media yang mampu memberikan rasa nyaman dan kedekatan emosional dalam penyampaian informasi. Oleh karena itu, penggunaan format vodcast menjadi relevan karena mampu memenuhi kebutuhan informasi sekaligus menghadirkan pengalaman komunikasi yang lebih personal.

Selain itu, keterlibatan audiens melalui komentar, likes, dan interaksi digital menunjukkan adanya budaya partisipatif dalam konsumsi media digital. Audiens tidak lagi berperan sebagai penerima pesan secara pasif, tetapi aktif berpartisipasi dalam proses komunikasi melalui berbagai bentuk respons digital. Kondisi tersebut sejalan dengan konsep Participatory Culture yang menjelaskan bahwa media digital memungkinkan audiens menjadi bagian dari ekosistem komunikasi secara aktif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi perancangan dan produksi vodcast edukatif dapat menjadi sarana komunikasi digital yang efektif dalam mendukung literasi kesehatan mental masyarakat. Keberhasilan produksi vodcast dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, seperti pemahaman terhadap karakteristik audiens, penggunaan komunikasi empatik, kualitas audio visual, serta pemanfaatan platform digital yang sesuai dengan pola konsumsi media generasi muda. Melalui pendekatan tersebut, vodcast tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga mampu berfungsi sebagai media edukasi yang komunikatif, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat digital saat ini.

SIMPULAN

Perkembangan media digital telah menghadirkan berbagai bentuk inovasi komunikasi yang mampu dimanfaatkan sebagai sarana edukasi masyarakat, termasuk dalam penyampaian informasi mengenai kesehatan mental. Penelitian ini menunjukkan bahwa vodcast sebagai media audio visual digital memiliki potensi yang efektif dalam mendukung literasi kesehatan mental, khususnya bagi audiens usia 18–25 tahun yang memiliki tingkat konsumsi media digital yang tinggi. Melalui kombinasi unsur audio dan visual, vodcast mampu menghadirkan pengalaman komunikasi yang lebih komunikatif, interaktif, dan personal dibandingkan media berbasis teks maupun audio konvensional.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi perancangan vodcast edukatif perlu disusun berdasarkan pemahaman terhadap karakteristik audiens digital. Audiens usia muda cenderung lebih tertarik pada konten yang ringan, komunikatif, dan memiliki kedekatan emosional dengan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang digunakan dalam produksi vodcast menekankan pada penggunaan bahasa yang sederhana, pendekatan empatik, serta pembahasan topik yang relevan dengan kondisi audiens. Pendekatan tersebut terbukti mampu membantu proses penyampaian informasi kesehatan mental menjadi lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens.

Dalam proses implementasi produksi, penelitian ini menunjukkan bahwa tahapan pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi memiliki peran penting dalam menentukan kualitas akhir konten digital yang dihasilkan. Tahap pra-produksi dilakukan melalui analisis kebutuhan audiens, riset isu kesehatan mental, penyusunan konsep komunikasi, serta persiapan teknis produksi. Tahap produksi dilakukan dengan format diskusi interaktif antara host dan narasumber menggunakan pendekatan komunikasi yang santai namun tetap informatif. Sementara itu, tahap pascaproduksi dilakukan melalui proses editing audio visual, penambahan subtitle, desain thumbnail, serta optimasi publikasi konten pada platform YouTube.

Penggunaan platform YouTube sebagai media distribusi memberikan keuntungan dalam menjangkau audiens secara luas sekaligus mempermudah proses evaluasi performa konten melalui fitur analitik digital. Berdasarkan hasil evaluasi awal, vodcast edukatif yang diproduksi menunjukkan adanya keterlibatan audiens yang cukup baik melalui indikator jumlah penonton, durasi tonton, audience retention, likes, serta komentar pengguna. Tingkat keterlibatan tersebut menunjukkan bahwa konten kesehatan mental yang dikemas dalam format audio visual interaktif mampu menarik perhatian audiens digital dan menciptakan hubungan komunikasi yang lebih dekat dengan pengguna media.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan komunikasi empatik menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan efektivitas penyampaian pesan edukatif mengenai kesehatan mental. Penyampaian informasi yang tidak terlalu formal, didukung dengan pengalaman narasumber dan suasana diskusi yang nyaman, membantu audiens merasa lebih dekat dengan topik yang dibahas. Selain memberikan informasi, vodcast juga mampu menghadirkan ruang komunikasi digital yang mendukung keterlibatan emosional audiens terhadap isu kesehatan mental.

Secara teoritis, hasil penelitian mendukung Media Ecology Theory yang menjelaskan bahwa medium komunikasi memengaruhi cara audiens memahami dan memaknai pesan. Karakteristik media vodcast yang menggabungkan audio dan visual terbukti mampu menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih personal dan interaktif. Penelitian ini juga mendukung teori Uses and Gratifications yang menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan informasi dan dukungan emosional mereka. Selain itu, konsep Participatory Culture terlihat melalui keterlibatan audiens dalam bentuk komentar, likes, dan interaksi digital terhadap konten yang dipublikasikan.

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi perancangan dan produksi vodcast edukatif dapat menjadi sarana komunikasi digital yang efektif dalam mendukung literasi kesehatan mental masyarakat. Keberhasilan produksi vodcast dipengaruhi oleh pemahaman terhadap kebutuhan audiens, penggunaan strategi komunikasi empatik, kualitas produksi audio visual, serta pemanfaatan platform digital yang sesuai dengan pola konsumsi media generasi muda. Dengan demikian, vodcast tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan digital, tetapi juga memiliki potensi besar sebagai media edukasi yang komunikatif, inovatif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat di era digital.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya dalam pemanfaatan media audio visual sebagai sarana edukasi kesehatan mental. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

referensi bagi kreator konten, institusi pendidikan, maupun pihak lain yang ingin mengembangkan media edukatif berbasis digital dengan pendekatan komunikasi yang lebih adaptif terhadap kebutuhan audiens modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya penelitian serta proses produksi vodcast edukatif ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian yang berjudul "Strategi Perancangan dan Produksi Vodcast Edukatif sebagai Sarana Literasi Kesehatan Mental" ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta motivasi dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi selama proses pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ilmiah ini.

Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada diri penulis sendiri, yaitu Ghofran Fayyadh Yede, yang telah mampu bertahan, berproses, dan menyelesaikan seluruh rangkaian proyek tugas akhir ini dengan penuh tanggung jawab dan semangat. Proses penelitian dan produksi media yang dilakukan tentu menghadirkan berbagai tantangan, baik dalam aspek akademik maupun teknis produksi, namun seluruh proses tersebut dapat dilalui dengan baik sebagai bentuk pembelajaran dan pengembangan diri selama menempuh pendidikan.

Penulis juga menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Alfi Rahmawati, S.K.Pm., M.Si. selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan arahan, masukan, dukungan, serta bimbingan selama proses penyusunan penelitian dan pelaksanaan proyek tugas akhir ini. Segala saran dan perhatian yang diberikan menjadi bagian penting dalam membantu penulis menyelesaikan penelitian dengan lebih terarah dan sistematis.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Bapak Diadji Kuntoro, M.Si. selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan banyak masukan, evaluasi, serta motivasi dalam proses penyempurnaan penelitian dan pengembangan konsep produksi vodcast edukatif ini. Bimbingan yang diberikan sangat membantu penulis dalam memahami proses penelitian dan implementasi komunikasi digital secara lebih baik.

Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ustad Ahmad Alam selaku Ketua Sahabat Subuh yang telah bersedia menjadi narasumber dalam produksi vodcast edukatif ini. Kehadiran dan kontribusi beliau dalam memberikan wawasan serta perspektif mengenai kesehatan mental menjadi bagian penting dalam mendukung kualitas isi konten yang diproduksi sehingga dapat memberikan manfaat edukatif bagi audiens.

Penulis menyadari bahwa penelitian dan artikel ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi pengembangan penelitian serupa di masa mendatang. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan komunikasi digital, khususnya dalam pemanfaatan vodcast sebagai sarana literasi kesehatan mental masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Afianto, R., & Kurnia, D. (2025). Digital Mental Health Literacy Among Young Adults in Indonesia. Jurnal Komunikasi Digital, 8(1), 45–58.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2016). Effective Public Relations (11th ed.). Pearson Education.

Islas, O. (2020). Media Ecology: An Approach to Understanding the Human Condition. Palabra Clave, 23(4), 1–15.

Jenkins, H., Ito, M., & Boyd, D. (2020). Participatory Culture in a Networked Era. Polity Press.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2023). Situasi Kesehatan Mental di Indonesia Tahun 2023. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Oktaviani, R. (2022). Efektivitas Konten Audio Visual dalam Komunikasi Digital Generasi Muda. Jurnal Media dan Komunikasi, 6(2), 77–89.

Perks, L. G., & Turner, J. S. (2020). Podcasts and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications Study. Mass Communication and Society, 23(1), 96–118.

Pratiwi, A., & Pratiwi, D. (2023). Transformasi Media Digital dan Perubahan Pola Komunikasi Masyarakat. Jurnal Ilmu Komunikasi, 15(2), 120–132.

Statista. (2024). Digital Media Consumption Among Young Adults Worldwide. Retrieved from https://www.statista.com

Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2021). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 65(1), 1–18.

We Are Social, & Meltwater. (2024). Digital 2024 Indonesia. Retrieved from https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia

World Health Organization. (2023). World Mental Health Report: Transforming Mental Health for All. Geneva: WHO.

YouTube Official. (2024). YouTube Analytics and Audience Engagement Overview. Retrieved from https://support.google.com/youtube

Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods (6th ed.). Sage Publications.