

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1. Latar Belakang**

Pacaran atau *dating* dilihat sebagai relasi antara laki-laki dan perempuan yang saling memiliki keterikatan secara emosional, karena adanya perasaan istimewa (Katz & Arias dalam Sari, 2018: 64). Hubungan ini terjalin dikarenakan adanya perasaan cinta, sayang, dan saling mengasihi satu sama lain. Tak jarang orang mengira bahwa jika didasari oleh rasa cinta, sayang, dan saling mengasihi maka dalam hubungan tersebut tidak mungkin terjadi kekerasan. Namun fakta mengatakan bahwa masih banyak terjadi kekerasan dalam pacaran. Tidak hanya dalam ranah pacaran, kekerasan juga kerap kali terjadi dalam lingkup rumah tangga (KDRT). Kekerasan tersebut terjadi dalam bentuk verbal maupun non-verbal.

Menurut data CATAHU mengenai kekerasan perempuan menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 12 tahun (2008 – 2019), kekerasan terhadap perempuan meningkat sebanyak 792% (hampir 800%) artinya kekerasan terhadap perempuan di Indonesia selama 12 tahun meningkat hampir 8 kali lipat. Ranah yang paling beresiko bagi perempuan, yaitu kekerasan dalam ranah personal seperti perkawinan atau dalam rumah tangga (KDRT), dan dalam hubungan personal (hubungan pribadi atau pacaran) yaitu sebesar 75% atau sebesar 11.105 kasus. Kekerasan dalam ranah pribadi setiap tahunnya secara konsisten menempati angka tertinggi.

Ada pula data dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (PPPA) yang menyampaikan mengenai meningkatnya

kerentanan perempuan terhadap kekerasan terutama KDRT pada masa pandemi COVID-19, hal tersebut dibuktikan dengan melonjaknya laporan kekerasan terhadap perempuan pada Maret - April di sejumlah daerah di Indonesia. Seperti yang dilansir oleh [bbc.com](http://bbc.com), PPPA mencatat bahwa per 2 Maret – 25 April 2020, terdapat 275 kasus kekerasan yang dialami perempuan dewasa, dengan total korban 277 orang (Amindoni, 2020). Sebenarnya kekerasan dalam ranah pacaran maupun KDRT tidak hanya dialami oleh perempuan. Dalam artikel [gaya.tempo.co](http://gaya.tempo.co), Anggia Chrisanti yang merupakan konselor dan terapis di Biro Konsultasi Psikologi Westaria menjelaskan bahwa faktanya pria juga kerap kali menjadi korban dari *abusive relationship* (Tempo.co, 2017). Meskipun kasus yang menimpa pria tidak sebanyak perempuan, tapi hal ini juga perlu diperhatikan.

*Abusive relationship* terjadi bukan tanpa alasan. Selain alasan gender, alasan seseorang melakukan *abusive relationship* adalah *single factor motivational* yang meliputi adanya penyakit mental, perasaan cemburu, kebencian, *overpermissivesnes* dan ketiadaan kontrol sosial (keluarga) dalam pengalaman hidup seseorang (Abbot et.al. dalam Sari, 2018: 69). Selain itu, juga terdapat kesalahan sosialisasi baik dari keluarga maupun lingkungan sosial. Apabila dalam keluarga atau lingkungan individu disosialisasi melakukan pemecahan masalah dengan menggunakan kekerasan, maka dia akan cenderung menggunakan kekerasan. Keluarga menjadi faktor penting dalam pembentukan diri seseorang. Komunikasi keluarga sangat mempengaruhi bagaimana kepribadian individu itu sendiri. Menurut Sedwig komunikasi keluarga adalah suatu pengorganisasian yang menggunakan kata-kata, sikap tubuh (*gesture*), intonasi suara, tindakan untuk

menciptakan *image*, ungkapan perasaan serta saling membagi pengertian (Sedwing dalam Sumakul, 2015: 2). Pengertian tersebut menjelaskan bahwa kata-kata, sikap tubuh, intonasi suara dan tindakan mengandung maksud mengajarkan, mempengaruhi dan memberikan pengertian.

Melihat isu sosial ini, adanya konten-konten untuk mengedukasi terkait *abusive relationship* sangat penting. Hal ini akhirnya menjadi titik fokus dalam konten drama podcast yang akan kami produksi. Kesadaran mengenai *abusive relationship* terutama dikalangan remaja akhir sangat penting guna mengurangi fenomena KDRT maupun kekerasan dalam pacaran.

Dalam memproduksi konten ini memiliki peranan yang terbagi menjadi dua *jobdesc*. Kedua *jobdesc* tersebut adalah *Content Executor* dan *Scriptwriter*. Elemen ini yang dibutuhkan dalam proses produksi podcast drama ini. Peranan *Content Executor* yang dapat menjadi salah satu elemen pendukung bagi kelancaran pra-produksi dan post-produksi suatu konten.

## **I.2. Bidang Kerja Praktik**

Bidang kerja praktik ini adalah Produksi (*Sound Editor, Layouter, Content Executor*) drama podcast dengan tema “*Abusive Relationship*”.

## **I.3. Tujuan Kerja Praktik**

Tujuan dari kerja praktik ini adalah untuk mengetahui bagaimana dan apa saja yang dibutuhkan pada tahap produksi drama podcast dengan tema “*Abusive Relationship*”.

## **I.4. Manfaat Kerja Praktik**

### **I.4.1. Bagi Mahasiswa**

- a. Meningkatkan keterampilan peserta kerja praktik dalam proses pra maupun pasca produksi drama podcast serta men-*design* konten Instagram @decipod.id yang bertema “*Abusive Relationship*”.
- b. Menyelesaikan tanggungjawab peserta kerja praktik dalam memproduksi drama podcast dan konten edukasi dengan tema “*Abusive Relationship*”.
- c. Menambah wawasan terkait tugas sebagai Editor Produksi, dan *Content Executor*.

### **I.4.2. Bagi Fakultas Ilmu Komunikasi**

Menambah suatu kajian kerja praktik karena Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya baru pertama kali menyelenggarakan kerja praktik dengan metode *project*.

## **I.5. Tinjauan Kepustakaan**

### **I.5.1 Podcast dan Tahapan Produksi Sebuah Konten**

Podcast dapat menjadi peluang bagi para pengembang konten audio termasuk para pengelola radio siaran konvensional di Indonesia. Pengertian dari podcast sendiri ialah konten berupa audio atau video yang biasanya dipublikasikan melalui internet (Fadilah et.al. dalam Chitra & Oktavianti, 2019: 533). Menurut

survey yang dilakukan oleh DailySocial dan JakPat Mobile Survey Platform, bahwa 65,00% masyarakat tertarik terhadap konten podcast. 62,69% diantaranya mengemukakan alasan ketertarikan mereka pada podcast dikarenakan adanya fleksibilitas akses pada podcast (Eka dalam Chitra & Oktavianti, 2019: 533). Podcast dapat didengarkan dimana saja dan dalam kondisi apapun. Menurut Geoghegan dan Klass dalam Fadilah et. al. potensi podcast terletak pada keunggulannya yaitu dapat diakses dengan mudah dan kontrol ada di tangan konsumen, dapat dibawa-bawa, dan selalu tersedia (Fadilah, 2017: 94).

Terdapat tiga unsur penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan suatu podcast yakni cerita dan ide yang menarik, karakter tokoh yang menarik, dan karakter suara yang unik. Terlepas dari bentuk, format, dan gayanya setiap podcast yang sukses pasti memperhatikan tiga hal tersebut (Nuzum, 2019: 19-20). Cerita dan ide yang menarik bisa tentang banyak hal. Salah satu contohnya tentang sesuatu yang sedang terjadi atau sesuatu yang sedang hangat diperbincangkan. Cerita dan ide tersebut dapat diekspresikan dalam bentuk naratif atau melalui percakapan (Nuzum, 2019: 21). Dalam memproduksi sebuah konten, tentunya terdapat beberapa langkah yang harus dilalui guna kelancaran eksekusinya. Menurut Bungin dalam Maulana & Fatmawati (2018: 62-63) langkah-langkah tersebut di antara lain yaitu:

a. *Pre – Production Planning* (Pra – Produksi)

Tahapan ini biasa disebut sebagai tahap perencanaan. *Pre – Production Planning* ini di antaranya yaitu penemuan ide, perencanaan, dan persiapan.

Kunci keberhasilan sebuah konten sangat ditentukan oleh baiknya tahap penemuan ide, perencanaan dan persiapan ini.

b. *Production* (Pelaksanaan Produksi)

Sesudah penemuan ide, perencanaan, dan persiapan, pelaksanaan produksi siap dimulai. Dalam tahapan produksi ini seluruh divisi harus bekerjasama untuk mewujudkan apa yang sudah direncanakan dan di persiapkan. Dari tahap pengeditan naskah hingga tahap *editing* dan *mixing* sehingga siap ditayangkan.

c. *Post – Production* (Pasca Produksi)

Pasca produksi merupakan tahap selanjutnya setelah gagasan ditemukan, direncanakan dan disiapkan secara matang, serta diproduksi atau diliput dan ditulis dalam bentuk naskah yang juga di *dubbing*. Tahapan ini meliputi proses penyuntingan atau *editing* gambar serta penayangan secara *live* di studio. Tahap pasca produksi atau *Post – Production* merupakan tahap penyelesaian atau penyempurnaan (*editing*) dari sebuah proses produksi. Tahap ini dilakukan jika produksi program yang dilakukan rekaman atau *taping*. Pada produksi siaran langsung atau *live*, tidak dilakukan *Post – Production*. Hanya saja program yang disiarkan secara langsung. Tahapan penyelesaian dari *Post – Production* ini meliputi:

1. *Editing* suara dan gambar.
2. Pengisian grafik pemangku gelar atau berupa *insert* visualisasi lainnya, pengisian narasi dan pengisian *sound effect* dan ilustrasi.

3. Melakukan evaluasi terhadap hasil produksi. Di dalam *preview* atau evaluasi ini dapat saja produksi tadi dinyatakan layak siar, tapi dapat pula masih harus dilakukan perbaikan misalnya masalah ilustrasi, *sound effect*, *editing* gambar, dan lain sebagainya.

### **I.5.2. Peran *Content Creator* dalam Pembuatan Podcast**

*Content Creator* merupakan kegiatan menyebarkan informasi atau pesan melalui media berupa gambar, video, dan tulisan yang disebut sebagai konten. Tugas dari *content creator* sendiri yaitu mengumpulkan ide, melakukan riset, dan membentuk konsep untuk menghasilkan suatu konten. (Sundawa, 2018).

Tahun 2004 tercatat sebagai awal kemunculan istilah podcast. Ben Hammersley menyebutkan kata “podcasting” di dalam artikelnya di [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com) yang membahas audioblogs dan radio online. Selama hampir 7 bulan, istilah “podcasting” seolah tenggelam sampai akhirnya beberapa orang menggunakannya sebagai nama pada saat mendaftarkan domain seperti yang dilakukan Dannie Gregoire yang mendaftarkan domain podcaster.net (Geoghegan & Klass, 2007).

Seiring berjalannya waktu dan perkembangan jaman, podcast perlahan semakin berkembang dan beragam. Proses pengembangan media *podcast* terdiri dari beberapa tahap, yaitu: (1) Tahap pra produksi, tahap ini meliputi penentuan nama, desain *podcast*, pembuatan logo, mendesain tata tampilan dan juga penentuan materi yang akan dimasukkan dalam *podcast* (2) Tahap produksi, pada tahap ini dilakukan eksekusi dari desain logo, *layout* dan juga gambar – gambar yang ada di

*podcast*. Selain itu pengambilan audio juga dilakukan. Materi yang telah dipilih dengan melakukan analisis direkam dengan konsep yang telah disusun. Setelah materi audio telah selesai, audio tersebut dimasukkan ke dalam media *podcast* yang telah jadi; dan (3) Tahap *review*, pada tahap ini dilakukan uji coba pemutaran media *podcast* yang telah berisi materi audio.

Setelah media *podcast* selesai, maka dilakukan validasi media pada validator media. Hasil revisi dari digunakan sebagai dasar perbaikan media *podcast* sebelum disebar. Masukan yang diberikan oleh validator ahli media, diantaranya gambar yang diambil harus hasil dari *design* sendiri, penambahan pada informasi kompetensi dasar pada masing-masing materi dan juga penambahan nama pengembang media sehingga kami dari tim peneliti merubah tampilan logo mata kuliah dengan desain sendiri, menambahkan kompetensi dasar pada masing-masing materi dan menambahkan nama pengembang pada media tersebut. Secara kuantitatif, nilai yang didapatkan 100% sehingga termasuk dalam kategori sangat tinggi atau sangat layak, tidak perlu direvisi (Mayangsari dan Tiara, 2019: 130).

### **I.5.3. Media Sosial sebagai Media Publikasi**

Perkembangan teknologi dan komunikasi berkontribusi pada pembagian media sosial seperti message boards, weblog, wiki, podcast, gambar, dan video. Menurut Junaedi dalam Mahanani (2014) perkembangan media massa yang didukung oleh teknologi menyebabkan imbas yang akhirnya melahirkan jaringan baru, yaitu media sosial. Media sosial merupakan media *online* yang mendukung adanya interaksi sosial melalui teknologi berbasis web, hal tersebut mengubah komunikasi

yang tadinya bersifat satu arah jadi bersifat interaktif (Junaedi dalam Mahanani, 2014: 84).

Media sosial biasanya juga disebut sebagai jejaring sosial yang merupakan media untuk membagikan konten, juga media yang menyediakan ruang guna berinteraksi dalam jejaring sosial di ruang siber (Nasrullah, 2017: 50-51). Dalam kepentingan kerja praktik ini, media sosial berfungsi sebagai media guna mengunggah konten yang akan kami produksi. Konten dari podcast bertajuk "*Abusive Relationship*" ini nantinya akan diunggah ke kanal YouTube yang kami buat. Strategi promosi yang kami buat untuk mempromosikan podcast tersebut nantinya juga melibatkan Instagram.