

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Karya

Menurut data GlobalWebIndex melalui Purnama (2023), jumlah pendengar siniar (*podcast*) di Indonesia merupakan terbesar kedua di dunia per kuartal III pada 2021, yaitu sebanyak 35,6% pendengar dari usia 16-64 tahun. Hal ini bisa menaikkan tren industri siniar karena jumlah minat masyarakat. Merujuk pada jurnal Sirait dan Irwansyah (2021), Iyas Lawrence telah membentuk industri kreatif Indonesia, Makna Creative berinisiasi membuat siniar (*podcast*) bernama Makna Talk, dengan modal sejumlah Rp5.000.000 untuk keperluan alat produksi industri siniar. Dari sisi respons pendengar, menilai bahwa Makna Talk memiliki keunikan tersendiri sehingga mereka ingin mendengarkan dan mengikuti (*subscribe*) Makna Talk. Alasan pertama, kenyamanan bagi audiensnya karena dapat menikmati siniar dengan mudah melalui *platform* Spotify. Selain itu, *platform* Spotify dan Anchor juga mempermudah para *podcaster* untuk memublikasikan siniar.

Merujuk pada jurnal Sirait dan Irwansyah (2021), jika membandingkan peralatan dan produksi radio, produksi dan peralatan siniar memiliki kemudahan karena bermodalkan internet, komputer, dan mikrofon, tetapi seiring berkembangnya zaman, kini siniar hanya bermodalkan kecanggihan teknologi telekomunikasi, yaitu menggunakan *smartphone* yang memiliki fasilitas rekaman audio dan koneksi internet saja. Hal ini telah diterapkan oleh Yonathan yang

*Siniar Peluk Diri...*, Atikah Rahmah, Universitas Multimedia Nusantara

meluncurkan siniar *New Family* di *platform* Spotify, alasannya karena kondisi dirinya yang sudah menikah dan istrinya yang sedang hamil, membuatnya rindu dengan dunia *broadcast*. Maka dari itu ia menciptakan siniar *New Family*, bermodalkan telepon genggam dan internet.

Fenomena jumlah pendengar di Indonesia dan potensi perkembangan media siniar karena beberapa kelebihan bagi pembuat siniar dan pendengarnya. Beberapa kelebihan yang dimiliki industri siniar, seperti produksi siniar yang mirip dengan radio, tetapi didukung oleh konvergensi dan teknologi canggih di era sekarang, memiliki harga produksi yang cenderung murah dibanding radio (Sirait & Irwansyah, 2021). Terdapat kelebihan siniar bagi konsumen, yaitu memiliki aspek pengaksesan secara otomatis, pengontrolan dan kemudahan ada di pihak pengguna, mudah dibawa, dan kerap tersedia (Zellatifanny, 2020). Kesimpulan kelebihan siniar menurut Burns melalui jurnal Rafiza (2020), yaitu audiens memiliki fasilitas untuk mendengarkan hasil audio sesuai keinginan, produksi siniar cenderung murah, tetapi berkonsekuensi para pelanggan mendengarkannya secara gratis, siniar berbentuk digital yang tersedia secara daring, mudah digunakan karena ada beragam agregator siniar. Selain itu, siniar memiliki kelebihan dari segi suara yang dapat merangsang imajinasi dalam pikiran (*theater of mind*) para pendengar (Rusdi, 2019). Menurut Merzagora melalui Zellatifanny (2020), siniar dapat menciptakan intimasi terhadap para pendengar. Oleh karena itu, topik ini layak disampaikan menggunakan media siniar.

Kondisi rumah tangga, dapat terjadi perceraian adalah perkawinan sah yang putus dan mendapatkan pengakuan dari hakim pengadilan dengan beberapa syarat yang ditentukan undang-undang (Muhsin & Wahid, 2021). Terdapat berbagai bentuk perceraian, di antaranya disebabkan karena meninggalkan salah satu pasangan orang tua yang memutuskan hubungan perkawinan, cerai karena keputusan salah satu pasangan dengan alasan tertentu melalui ucapan (*talaq*), dan cerai lewat pihak ketiga yaitu hakim melalui pengadilan (Hasanah, 2019).

Merujuk pada Annur (2022), hasil laporan dari Statistik Indonesia menunjukkan sebanyak 447.743 kasus perceraian pada 2021 di Indonesia, hal ini meningkat sebanyak 53,50% dibanding pada 2020 yang mencapai 291.677 kasus perceraian. Melalui sumber yang sama, perselisihan yang terjadi secara menerus dalam rumah tangga dan berakibat pada faktor perceraian tertinggi, yaitu sebanyak 279.205 kasus. Menurut Rizaty (2023), perceraian kerap meningkat pada 2022, yaitu sebanyak 516.344 kasus di Indonesia, hal ini disebabkan beragam faktor seperti perselisihan antarpasangan sejumlah 284.169 kasus, masalah perekonomian dengan total 110.939 kasus, dan meninggalkan pasangan dengan jumlah 39.359 kasus.

Memiliki keluarga yang tidak utuh, yang dirasakan oleh anak (*broken home*) terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu keluarga dengan struktur yang tidak utuh karena salah satu orang tua meninggal dunia, orang tua yang bercerai, dan orang tua yang tidak bercerai tetapi memiliki struktur keluarga yang tidak utuh sebab antara ibu atau ayah kerap tidak ada di rumah atau tidak menunjukkan hubungan kasih sayang (Ariyanto, 2023). Pandangan menurut Amato dan

Soblewski dalam jurnal Faizah (2022), akibat dari perceraian orang tua dapat berdampak bagi ketidakbahagiaan anak, terutama pada usia remaja, yaitu dengan menunjukkan perilaku kurangnya pengontrolan diri dan tidak puas dalam hidup. Menurut Hurlock dalam jurnal Faizah (2022), anak dapat dikategorisasikan sebagai remaja awal ketika sudah berusia 13-16 tahun dan remaja akhir pada usia 16 atau 17 tahun-18 tahun. Hal ini diperkuat dengan pernyataan Aziz dalam jurnal Faizah (2022), yaitu dampak lain dari kondisi *broken home* yaitu mengalami tekanan mental, sehingga memicu perilaku sosial yang buruk.

Sumber dari Wulandri dan Fauziah (2019), Loughlin telah melakukan penelitian yang membuktikan bahwa dampak dari remaja yang memiliki pengalaman orang tua yang bercerai, memiliki dampak pada gangguan mental, seperti depresi, stres, dan cemas. Melalui berbagai riset tentang anak saat masa dewasa, yang mengalami perceraian orang tua menghasilkan 25% masalah sosial, emosional, dan psikologis, dibanding 10% dari anak yang orang tua yang utuh (Hasanah, 2019). Hubungan sosial berdampak pada masa depan kehidupan anak, sehingga dapat diasah dan dikembangkan sejak usia dini (Wahidah & Pranoto, 2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa anak-anak sulit menerima sosok pengganti orang tua baru atau bukan orang tua kandungnya karena tidak merasa nyaman dalam berkomunikasi, sehingga anak perlu mengatur waktu berkomunikasi dengan orang tua kandungnya agar tidak mengurangi rasa kasih sayang dari kedua orang tuanya, meski sudah bercerai (Hasanah, 2019).

Di sisi lain, perasaan bahagia dinilai Pratiwi dan Ahmad (2020), memberikan rasa nyaman dan tenang bagi tiap individu tanpa keterlibatan orang

lain. Dalam survei *World Happiness Report* pada 2020 yang dilakukan oleh Ipsos, dalam rentang 2011-2013, jumlah warga Indonesia yang merasa bahagia sebanyak 92%. Jumlah tersebut diukur dari jumlah rata-rata secara global sebanyak 77%, diantara wilayah Asia Pasifik, Arab Saudi, dan Afrika Selatan (Ipsos, 2020).

Hasil analisis Prafitralia (2023), menyimpulkan terdapat beberapa bentuk kebahagiaan bagi generasi-Z atau gen-Z, yaitu dari keinginan yang terwujud (29,6%), berkumpul dengan beberapa orang yang disayangi (25,9%), hiburan (18,5%), dapat membahagiakan orang lain (11,11%), pikiran yang tenang (7,4), kebahagiaan material (7,4%). Rasa bahagia memiliki hal positif yang memicu seseorang untuk melakukan beberapa tindakan dan aktivitas positif yang tidak menyangkut pada perasaan atau yang disenangi (Wahidah & Pranoto, 2023). Selain itu, Chorro juga berpendapat bahwa seorang anak yang bahagia memiliki kelebihan di bidang akademis, peningkatan kreativitas, dan hubungan sosial yang baik dengan orang lain (Wahidah & Pranoto, 2023).

Hasil penelitian Holder dan Coleman dalam jurnal Wahidah dan Pranoto (2023), membuktikan bahwa hubungan sosial berdampak besar dalam kebahagiaan anak, hubungan sosial ini diantaranya seperti keluarga, teman, hubungan buruk dengan teman sebaya, dan perilaku buruk terhadap orang lain. Hal ini diperkuat dengan adanya fungsi keluarga untuk mengajarkan tentang seksual, reproduksi, bersosialisasi, menentukan status, dan perekonomian (Hasanah, 2019). Rae Sedwig dalam jurnal Sukarno (2021), menyebut bahwa komunikasi di dalam keluarga sangat penting untuk mengajarkan anak terkait penggunaan kata, intonasi suara, sikap, tindakan, dan perilaku.

Namun, anak yang mengalami *broken home* pun dapat membuktikan kesuksesan dalam hidupnya. Hal ini dapat ditemukan oleh berbagai kalangan artis ternama, seperti Nia Ramadhani mengalami *broken home* sejak usia empat tahun, Nikita Willy mengalami *broken home* pada 2012, Reza Rahadian mengalami *broken home* sejak berusia satu tahun, Aurel Hermansyah mengalami *broken home* pada 2009, Eva Celia mengalami *broken home* sejak berusia satu tahun (Wangi, 2022). (Saragih, Asbari, Mareta, & Nurcahyani, 2024), sukses dapat didefinisikan dengan melakukan hidup yang menyenangkan dan berguna bagi banyak orang. Definisi lain dari sukses, pada saat seseorang mampu mengelola emosi dan menjadi orang yang apa adanya, tetapi kesimpulan dari definisi sukses memiliki sifat yang subjektif dan variatif bagi tiap individu (Saragih, Asbari, Mareta, & Nurcahyani, 2024).

Wartawan memiliki hak tolak untuk menunjukkan identitas narasumber yang tidak ingin diketahui oleh publik, hal ini memiliki fungsi sebagai arahan bagi para jurnalis dan melindungi pers dari intervensi (Abdiel & Hendri, 2020). Terdapat Kode Etik Jurnalistik Pasal 2 yang berbunyi, “wartawan Indonesia menjalankan beberapa cara profesional dalam pelaksanaan tugas jurnalistik, salah satunya menghormati hak privasi yang bersangkutan di antaranya terkait kematian, kelahiran, sakit, perusahaan, dan rumah tangga (Samsuri, 2013).

Penulis telah melakukan riset terkait isu *broken home* melalui beberapa sumber, salah satunya bersumber dari beberapa jurnal yang telah dibahas oleh masyarakat. Oleh karena itu, penulis berinovasi membahas topik *broken home* dan mengaitkannya dengan kesuksesan, sebagai bentuk kebahagiaan mereka, dengan

media penyampaian siniar. Kemudian, mengenai narasumber anonim diterapkan untuk melindungi hak privasi sesuai dari Kode Etik Jurnalistik Pasal 2. Topik ini memiliki beberapa nilai berita bagi masyarakat.

Menurut Siahaan dalam jurnal Sakinah dan Koswara (2023), suatu berita perlu bermakna informatif kepada sejumlah khalayak agar dapat mengetahuinya. Maka dari itu berita memerlukan batasan waktu agar di dalam berita mengandung unsur kebaruan yang perlu diteruskan kepada masyarakat. Hal tersebut semakin mendukung adanya nilai berita (*news value*) pada berita, untuk menilai dari segi berita tersebut (*news judgment*) dengan tujuan menyajikan informasi yang penting, diharapkan, dan diminati oleh khalayak. Nilai berita bagi publik menurut Brooks, Kennedy, Moen, dan Ranly melalui Putri (2021), dibagi menjadi sebelas diantaranya seperti keluarbiasaan (*unusualness*), kebaruan (*newness*), akibat (*impact*), aktual (*timeliness*), kedekatan (*proximity*), informasi (*information*), konflik (*conflict*), orang penting (*public figure*), kejutan (*surprising*), ketertarikan manusiawi (*human interest*), dan seks (*sex*). *Siniar peluk diri* memiliki empat nilai berita yang memiliki keterkaitan bagi masyarakat, diantaranya yaitu kedekatan peristiwa (*proximity*), ketertarikan manusiawi (*human interest*), memberikan pandangan baru (*newness*), dan orang penting (*public figure*).

*Siniar Peluk Diri* memiliki target audiens gen-Z sebagai kumpulan orang yang lahir pada rentang 1996 hingga 2009. Definisi tentang usia generasi-Z tersebut didefinisikan oleh (Sulastris & Kusuma, 2022). Berdasarkan sumber yang sama, era perkembangan digital dirasakan oleh Gen Z, sehingga generasi ini terbiasa pada dunia nyata atau dunia maya, memiliki karakter yang erat dengan

teknologi, kreatif, pikiran yang terbuka, kompetitif, berhubungan erat dengan media sosial, individualis, dan kurang berpengalaman kerja.

Di Indonesia, terdapat beberapa *platform* yang berisi konten *podcast* seperti Spotify, Apple *Podcast*, Anchor dan lainnya (Kencana, 2020). Hasil survei yang dilakukan start.io (2023) per Maret 2023, sebanyak 64,9% masyarakat Indonesia dalam rentang usia 18-24 tahun menggunakan *platform* Spotify. Masih dari sumber yang sama, kelompok jenis kelamin perempuan hampir mendominasi pengguna Spotify, sebanyak 76,7% dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 23,3%. Hasil survei lainnya yang dilakukan oleh Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2018 mengutip dari Sundari (2020), sebanyak 35,5% atau 46,9 juta dari jumlah populasi di Indonesia menggunakan internet untuk mendengarkan audio *streaming* melalui Spotify. Oleh karena itu, berdasarkan data jumlah pendengar Spotify yang didominasi oleh Gen Z dan karakter yang dimilikinya, target pendengar *Siniar Peluk Diri* berfokus pada generasi-Z.

## 1.2 Tujuan Karya

Melalui proses susunan karya siniar ini, penulis memiliki beberapa tujuan, sebagai berikut:

1. Membuat skripsi karya berbentuk siniar dengan topik anak *broken home*
2. Karya siniar dipublikasikan melalui Spotify
3. Karya siniar memiliki 3 episode dan didengarkan sebanyak 100 kali oleh audiens generasi-Z.

*Siniar Peluk Diri...*, Atikah Rahmah, Universitas Multimedia Nusantara

### 1.3 Kegunaan Karya

1. Kegunaan karya sinjar melalui sisi akademis, berpeluang untuk dikembangkan oleh mahasiswa generasi selanjutnya dengan konsep yang unik dan menarik.
2. Kegunaan karya sinjar memiliki empat nilai berita bagi masyarakat, yaitu kedekatan peristiwa perceraian dengan masyarakat yang mengalami keluarga bercerai secara psikologis (*proximity*), peristiwa perceraian dapat menimbulkan sisi kemanusiaan yang menyentuh (*human interest*), memberikan pandangan baru terhadap anak-anak *broken home* (*newness*), dan melibatkan narasumber yang terkenal (*public figure*).
3. Penulis telah memperoleh ilmu jurnalistik melalui mata kuliah Audio *Storytelling* dan Radio *Journalism*, sehingga *Sinjar Peluk Diri* memiliki keterkaitan dan menjadi contoh bentuk karya dari kedua mata kuliah tersebut.