

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Karya

Di Indonesia, perkembangan *podcast* mulai signifikan sejak tahun 2012. Putri (2021) menjelaskan bahwa popularitas *podcast* di Indonesia meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh kemudahan akses internet dan perangkat mobile. Rahman (2020) menambahkan bahwa *podcast* telah menjadi media alternatif yang efektif untuk berbagi informasi dan hiburan di Indonesia.

Seiring dengan berjalaninya waktu, fenomena meningkatnya minat terhadap *podcast* di Indonesia ternyata erat berhubungan dengan perilaku dan kebiasaan anak muda di era digital. Ramadhani (2023) mengungkapkan bahwa mayoritas pendengar *podcast* di Indonesia didominasi oleh kalangan anak muda, dengan data menunjukkan bahwa sebanyak 22,2% pendengar berusia 20-24 tahun dan 22,1% dari usia 15-19 tahun merupakan kelompok demografis terbesar yang secara aktif mendengarkan *podcast* setiap minggunya. Fenomena ini tidak terlepas dari fleksibilitas dan aksesibilitas yang ditawarkan oleh *podcast*. Media audio *on-demand* ini menjadi pilihan ideal bagi generasi muda yang ingin mengakses informasi dan hiburan kapan saja dan di mana saja. Dengan demikian, *podcast* telah mengubah cara anak muda Indonesia mengonsumsi konten audio, menciptakan lanskap media yang lebih personal dan sesuai dengan gaya hidup mobile mereka.

Mengingat popularitas *podcast* yang tinggi di kalangan anak muda, media ini kemudian menjadi perhatian para ahli dan peneliti untuk dimanfaatkan dalam berbagai keperluan, termasuk sebagai sarana edukasi kesehatan mental. Prabayanti (2025) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *podcast* dapat digunakan sebagai strategi pembelajaran digital yang efektif untuk meningkatkan literasi kesehatan mental mahasiswa. Melalui analisis mendalam terhadap *podcast* "Bersorak Bahagia," Prabayanti menemukan bahwa strategi naratif personal melalui persona yang relatable terbukti menjadi alat ampuh untuk membangun koneksi emosional pendengar dan menormalisasi pengalaman kesehatan mental mereka. Sebagai

contoh konkret, *podcast* tersebut berhasil menciptakan komunitas virtual yang saling mendukung dengan memfasilitasi dialog aktif antar pendengar dan membangun rasa kebersamaan lintas platform digital. Temuan ini menunjukkan bahwa *podcast* tidak sekadar berfungsi sebagai medium hiburan semata, tetapi juga memiliki potensi signifikan dalam mendukung kesejahteraan psikologis dan literasi kesehatan mental di kalangan mahasiswa Indonesia.

Kesehatan mental merupakan aspek penting dalam kehidupan manusia. Rahmawaty (2022) menjelaskan bahwa kesehatan mental adalah terwujudnya keharmonisan yang sungguh-sungguh antar fungsi-fungsi jiwa serta mempunyai kesanggupan untuk menghadapi problem-problem biasa yang terjadi dan merasakan secara positif kebahagiaan dan kemampuan dirinya. Florensa (2023) menambahkan bahwa kesehatan mental adalah suatu keadaan di mana seseorang tidak mengalami perasaan bersalah terhadap dirinya sendiri, memiliki estimasi yang realistik terhadap dirinya sendiri dan dapat menerima kekurangan atau kelemahannya, dengan kemampuan menghadapi masalah-masalah dalam hidupnya serta memiliki kepuasan dalam kehidupan sosialnya.

Dalam konteks upaya menjaga dan meningkatkan kesehatan mental, musik telah diakui sebagai salah satu bentuk terapi alternatif yang sangat bermanfaat. Sinaga & Winangsit (2023) melalui analisis psikodinamikanya menunjukkan bahwa terapi musik dapat membantu individu mengekspresikan emosi yang sulit diungkapkan secara verbal, seperti rasa sakit, kesedihan, atau marah, dengan memberikan pengalaman terintegrasi dengan emosi yang terjadi saat musik dimainkan. Penelitian mendalam mereka mengungkapkan bahwa musik memiliki potensi terapeutik yang signifikan dalam mengatasi berbagai masalah kesehatan mental melalui regulasi aktivitas fisiologis dan emosional yang mendukung ketenangan mental seseorang.

Mekanisme kerja terapi musik dalam mengatasi stres telah dibuktikan melalui berbagai penelitian empiris terkini. Hasna (2025) menunjukkan bahwa terapi musik dapat meningkatkan kadar hormon serotonin dan dopamin, menurunkan tekanan darah, serta menciptakan relaksasi melalui pengaturan irama jantung yang lebih

teratur. Temuan ini menjelaskan bagaimana musik yang menenangkan dapat mengaktifkan sistem limbik di otak dan menstimulasi pelepasan hormon-hormon yang membangkitkan perasaan bahagia dan nyaman, secara klinis terbukti efektif dalam mengurangi tingkat kecemasan dan meningkatkan kesejahteraan mental secara keseluruhan pada individu yang mengalami berbagai tekanan hidup.

Dalam konteks ini, upaya untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya kesehatan mental kini tidak hanya dilakukan melalui terapi profesional, tetapi juga melalui gerakan sosial yang melibatkan berbagai elemen masyarakat, termasuk tokoh-tokoh publik yang memiliki pengaruh signifikan terhadap generasi muda. Pemahaman akan pentingnya mencintai diri sendiri dan menerima diri apa adanya menjadi langkah awal dalam membangun fondasi kesehatan mental yang kokoh.

Kampanye "Love Myself" yang diluncurkan oleh BTS pada 1 November 2017 merupakan kolaborasi antara BTS dan UNICEF. Khusna (2022) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa kampanye ini merupakan upaya jangka panjang yang dilakukan secara online dan offline untuk menyuarakan gerakan anti-kekerasan terhadap anak-anak dan remaja di seluruh dunia, sambil mempromosikan pentingnya cinta diri dan menghargai diri sendiri. Kampanye ini memiliki pesan utama untuk "mencintai diri sendiri dan stop kekerasan", yang ditujukan khususnya kepada remaja di seluruh dunia dengan harapan menciptakan dunia yang lebih baik melalui kekuatan musik dan kesadaran akan nilai diri.

Dengan melalui berbagai strategi komunikasi digital dan kolaborasi berkelanjutan, kampanye BTS x UNICEF "Love Myself" terbukti memberikan dampak positif terhadap kesehatan mental dan kesadaran diri di kalangan kaum muda global. Qatrunada (2022) melaporkan bahwa kampanye ini telah menginspirasi pembentukan komunitas-komunitas sosial seperti Army Help Center Indonesia, yang khusus dibentuk untuk memberikan dukungan kesehatan mental gratis bagi penggemar dan masyarakat umum. Melalui fitur-fitur seperti layanan curhat, webinar, dan berbagai program edukatif, komunitas ini menjadi bukti nyata bahwa pesan "Love Myself" telah menggerakkan tindakan konkret dalam

membangun ekosistem kesehatan mental yang lebih inklusif dan mendukung di tingkat lokal.

ARMY, sebutan untuk penggemar BTS, adalah salah satu fandom terbesar di dunia K-Pop. Kim (2020) menjelaskan bahwa ARMY terbentuk pada 9 Juli 2013, hanya satu bulan setelah debut BTS. Nama ARMY merupakan singkatan dari Adorable Representative M.C for Youth, yang memiliki makna mendalam terkait dengan identitas BTS. Lee (2019) menekankan bahwa ARMY tidak hanya sekadar kumpulan penggemar, tetapi juga menjadi sebuah subkultur dengan ideologi dan praktik-praktik yang unik.

Fenomena-fenomena perkembangan podcast, pentingnya Kesehatan mental, munculnya ARMY sebagai subkultur global, dan kampanye "Love Myself" menciptakan latar belakang yang kaya untuk sebuah karya podcast yang mengeksplorasi perjalanan ARMY dalam mencintai diri sendiri. Nugroho (2021) menegaskan bahwa era digital membawa tantangan dan peluang baru dalam konteks kesehatan mental, terutama di kalangan remaja.

Podcast Musik & Kesehatan Mental: 'Belajar dari Pengalaman Komunitas Fanbase BTS ARMY' bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kampanye "Love Myself" telah memengaruhi kehidupan para ARMY, khususnya dalam konteks kesehatan mental dan penerimaan diri. Dengan mempertimbangkan popularitas *podcast* di Indonesia yang terus meningkat, serta besarnya komunitas ARMY di negara ini, karya ini memiliki potensi untuk menjangkau audiens yang luas. Dalam era di mana kesehatan mental menjadi isu yang semakin penting, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda, *podcast* ini dapat menjadi sumber inspirasi dan dukungan bagi banyak orang. Oleh karena itu, *podcast* "*Podcast Musik & Kesehatan Mental: Belajar dari Pengalaman Komunitas Fanbase BTS ARMY*" tidak hanya relevan sebagai karya akademik, tetapi juga memiliki nilai sosial dan nilai berita yang tinggi.

1.2 Tujuan Karya

Adapun tujuan dari karya ini adalah sebagai berikut.

1. Menghasilkan karya podcast berdurasi 90 menit yang terdiri 3 episode dengan format *in-depth interview* dengan mengangkat isu musik BTS yang dapat mempengaruhi kesehatan mental pendengar dan penggemar boyband BTS pada musik BTS.
2. Mendistribusikan program Podcast berbentuk audio yang dapat diakses melalui platform sosial media dari platform audio podcast service seperti Spotify.
3. Mendapatkan 100 pendengar *streams*.

1.3 Kegunaan Karya

Tidak hanya itu, karya ini dapat diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut.

1.3.1 Kegunaan Sosial

1. Dapat diharapkan memberikan informasi yang valid dan menarik bagi pendengar podcast dari kisah ARMY yang menarik dari sisi latar belakang narasumber seperti bagaimana perjuangan hidupnya untuk memperjuangkan kesehatan mentalnya.
2. Dapat diharapkan menjadi referensi baru bagi pendengar untuk mendapatkan lagu atau genre yang sebelumnya pendengar belum ketahui, khususnya bagi ARMY yang belum menemukan penyemangat hidupnya dari musik BTS
3. Dapat diharapkan menjadi motivasi pendengar untuk dapat mengapresiasi karya musik lebih baik dari sebelumnya.