

Strategi Kreatif Konten Kreator Podcast Musuh Masyarakat Berjudul: “Kami Mendukung Childfree (Bersama Gita Savitri)”

Kefas Yezkiel Amadio Eliezer¹⁾ Dyah Kusumawati²⁾

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Humaniora, Universitas Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹⁾Email: kefasyezkiel@gmail.com

²⁾Email: dyah.kusumawati@kalbis.ac.id

Abstract: Creative strategies of content need to be implemented to attract the audience. Musuh Masyarakat is an Podcast owned by Noice, released since 2019 with total of 139 episodes for 5 seasons. Podcast Musuh Masyarakat presents controversial content about current issue in society. This study aims to determine the Creative Strategy of Podcast Musuh Masyarakat's Content Creator Titled: “Kami Mendukung Childfree (Bersama Gita Savitri)”. The method of this research is case study with in in-depth interviews, observation, and documentation as data collection techniques. Researchers use Peter Pringle program planning model. The results of the study shows several creative strategies used in Podcast Musuh Masyarakat. Noice determines the podcaster first before planning the program. The concept of program based on the big name Podcaster. In presenting Podcasts, Podcasters don't use scripts so Podcasters can freely present topics. Childfree topic was brought up because childfree is becoming current issue because of Gita Savitri.

Keywords: childfree, creative strategy, new media, podcast

Abstrak: Strategi kreatif perlu diterapkan agar sebuah konten bisa menarik perhatian audiens Musuh Masyarakat merupakan sebuah Podcast Original milik Noice yang sudah ada sejak tahun 2019 dengan total episode 139 selama 5 season Podcast Musuh Masyarakat menyajikan konten kontroversial seputar isu terkini dan fenomena yang ada di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi kreatif konten kreator Podcast Musuh Masyarakat Berjudul: “Kami Mendukung Childfree (Bersama Gita Savitri)”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Peneliti menggunakan model perencanaan program Peter Pringle. Hasil penelitian menunjukkan adanya beberapa strategi kreatif yang digunakan dalam Podcast Musuh Masyarakat, yaitu Noice menentukan podcaster terlebih dahulu sebelum merencanakan program. Konsep program dibuat berdasarkan nama besar Podcaster. Dalam membawakan Podcast, Podcaster tidak menggunakan naskah agar Podcaster bisa dengan bebas membawakan topik Podcast. Topik childfree diangkat karena childfree sedang menjadi isu terkini karena Gita Savitri.

Kata Kunci: childfree, media baru, podcast, strategi kreatif

I. PENDAHULUAN

Childfree merupakan fenomena yang saat ini sedang diperbincangkan dan sedang menjadi tren. *Childfree* umumnya banyak dianut oleh orang-orang yang tinggal di kota-kota besar. *Childfree* merupakan sebuah gerakan dimana seseorang memilih untuk tidak memiliki anak karena alasan tertentu, seperti alasan biologis maupun sosial.

Istilah *childfree* pertama kali diperkenalkan oleh National Organization for Non-Parents pada tahun 1972 (Harrington, 2019:1-2).

Gita Savitri Devi atau biasa dikenal sebagai Gitasav merupakan seorang *influencer* dan penulis yang saat ini menetap di Jerman. Gitasav merupakan salah satu orang yang memiliki opini mengenai *childfree*. Pendapat Gita Savitri mendapatkan kecaman dari

warganet karena opininya yang menganggap bahwa tidak punya anak adalah solusi dari *anti-aging* yang alami. Berdasarkan data dari metro.suara.com, kecaman terhadap Gita tersebut bermula ketika salah satu warganet memuji Gitasav yang masih awet muda meskipun sudah menginjak umur 30 di *comment section* Instagram. Lalu Gitasav meresponnya dengan berujar kalau tidak memiliki anak merupakan *anti-aging* yang alami, karena dengan tidak memiliki anak, tidur menjadi cukup, tidak stress karena harus berurusan dengan teriakan anak, dan memiliki cukup uang untuk perawatan botoks. Respon Gitasav mendapat kritikan dari Warganet. Warganet menilai jawaban Gitasav tidak pantas.

Topik tentang *childfree* pun dipilih menjadi pembahasan di kanal Podcast “Musuh Masyarakat” yang dirilis pada tanggal 9 Februari 2023 dengan judul “Kami Mendukung *Childfree* (Bersama Gita Savitri)”. Gitasav turut diundang untuk menjadi bintang tamu pada topik tersebut. Topik tersebut menarik perhatian pendengar karena ketika Gitasav sedang dikecam karena pernyataannya soal *childfree*, Podcast Musuh Masyarakat hadir dengan membawakan topik kontroversial tentang *childfree* dan mengundang Gitasav sebagai bintang tamunya. Musuh Masyarakat merupakan kanal Podcast yang dipublikasi di Aplikasi Noice.

Topik-topik yang disajikan merupakan hal-hal kontroversi yang sedang diperbincangkan di masyarakat. Musuh Masyarakat memiliki beragam topik kontroversial dari season 1 sampai 5. Topik tersebut berangkat dari fenomena-fenomena yang ada di sekitar masyarakat, seperti dari sisi ekonomi, politik, dan sosial budaya.

Dalam menyajikan topik yang kontroversial, Tim Produksi Podcast Musuh Masyarakat harus cermat dalam

menentukan strategi kreatif.. Penggunaan strategi kreatif digunakan untuk menentukan beberapa faktor seperti topik, tema, sudut pandang, dan treatment yang digunakan agar bisa menghasilkan konten yang menarik perhatian audiens. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif yang diterapkan oleh tim produksi Podcast Musuh Masyarakat berjudul “Kami Mendukung *Childfree* (Bersama Gita Savitri)”.

II. METODE PENELITIAN

Paradigma yang digunakan peneliti untuk penelitian ini adalah paradigm konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme menurut Agustinova (2015:5) memandang bahwa realitas itu merupakan hasil bentukan manusia itu sendiri. Realitasnya bersifat ganda, dapat dibentuk, dan merupakan satu kesatuan. Untuk bisa mengetahui stragei kreatif yang diterapkan podcast Musuh Masyarakat berjudul: “Kami Mendukung *Childfree* (Bersama Gita Savitri)”

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Abdussamad (2021:30), riset kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melaksanakan penelitian yang berfokus pada fenomena yang sifatnya alami. Dalam penelitian kualitatif, permasalahan yang diangkat dan teori yang digunakan oleh peneliti sifatnya masih sementara dan akan berkembang seiring peneliti sudah terjun ke lapangan untuk melakukan penelitian. Melalui pendekatan ini, peneliti akan mencari pemahaman terkait suatu fenomena dengan terlibat langsung dan atau tidak langsung dalam objek atau subjek yang diteliti secara menyeluruh.

Untuk metode penelitian, peneliti menggunakan metode studi kasus. Studi kasus menurut Kriyantono (2020:234) adalah sebuah metode penelitian yang

menggunakan sumber yang beragam untuk menjelaskan secara menyeluruh terkait objek yang diteliti. Studi kasus menurut

Noor (2013:35-36) memiliki kelebihan berupa peneliti dapat mempelajari subjek atau objek penelitian secara mendalam dan kelemahannya adalah informasi yang didapat sifatnya subjektif dan belum tentu dapat digunakan untuk kasus yang sejenis.

Penelitian akan dilakukan di kantor Noice Space yang berlokasi di Jl. H. R. Rasuna Said No.Kav. 04, Kuningan Tim., Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Selama di lokasi penelitian, peneliti akan mengumpulkan data berupa data primer dan sekunder. Data primer, dalam penelitian menggunakan wawancara mendalam dan observasi. Wawancara mendalam menurut Kriyantono (2020:290-292) merupakan salah satu cara untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan bertatap muka dengan narasumber agar mendapatkan data yang lengkap, mendalam dan dilakukan secara intensif. Pewawancara tidak memiliki kendali atas respon informan dan pewawancara harus sebisa mungkin memastikan agar informan bersedia memberikan jawaban yang mendalam. Observasi menurut Menurut Slamet (2019:87), merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat non verbal dan dilakukan dengan mengandalkan indera dalam tubuh seperti pendengaran, peraba, dan penglihatan. Dengan kata lain, pada teknik observasi, peneliti diharuskan untuk mengamati realitas yang ada untuk kemudian ditulis sebagai hasil penelitian.

Untuk data sekunder, peneliti akan melakukan dokumentasi selama masa penelitian. Dokumentasi menurut Winarni (2018:86) merupakan teknik pengumpulan data dengan mencatat data yang sudah ada. Dokumentasi tersebut

berupa buku, foto, rekaman audio, dan rekaman video.

Teknik pemilihan informan menggunakan *sampling purposive* *Sampling purposive* menurut Sugiyono (2019:85) merupakan metode penentuan sampel dengan mempertimbangkan latar belakang sampel yang sesuai dengan topik penelitian. Dalam menentukan informan untuk penelitian ini, peneliti menentukan informan dengan kriteria sebagai berikut.

- Informan merupakan bagian dari tim produksi podcast musuh masyarakat
- Informan terlibat langsung dalam proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi dari podcast Musuh Masyarakat Episode 127 Season 5 yang berjudul “Kami Mendukung Childfree (Bersama Gita Savitri)

Berdasarkan kriteria yang sudah disebutkan, maka peneliti menentukan produser podcast Musuh Masyarakat sebagai informan kunci dan *podcaster* Musuh Masyarakat sebagai informan 1 dan 2.

Alfonsus merupakan produser dari podcast Musuh Masyarakat dan bertanggung jawab atas keseluruhan proses produksi mulai dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pemilihan Alfonsus sebagai Key Informan diharapkan bisa memberikan informasi yang dibutuhkan selama masa penelitian serta menjadi penghubung antara peneliti dengan *podcaster*.

Tretan Muslim merupakan seorang komika yang menjadi *podcaster* dan terlibat dalam proses kreatif di podcast Musuh Masyarakat dari season 1.

Adriano Qalbi merupakan seorang *podcaster* dan komika. Adriano masuk sebagai *podcaster* di podcast Musuh Masyarakat ketika sudah memasuki season 5.

Pemilihan Tretan Muslim sebagai Informan 1 dan Adriano Qalbi sebagai Informan 2 diharapkan bisa memberikan

informasi yang dibutuhkan selama masa penelitian.

Peneliti menggunakan konsep perencanaan program Peter Pringle untuk mengaitkan hasil temuan peneliti selama penelitian di lapangan dengan hasil dan pembahasan untuk menulis penelitian ini. Peter Pringle memaparkan bahwa dalam manajemen strategis, terdapat tahapan-tahapan yang harus dilakukan, yaitu perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, dan evaluasi program (Morissan, 2018:273).

Pada perencanaan program, tahapan ini perlu dilakukan agar media penyiaran bisa menghasilkan program yang unggul dan menarik perhatian khalayak. Terdapat beberapa tahapan dalam tahapan perencanaan program, yaitu tahap analisis dan strategi program agar program yang dibuat bisa menjangkau pasar yang luas dan tepat sasaran. Lalu ada tahapan bauran program yang memiliki 4 faktor penting berupa *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Pengelola program harus bisa mengkombinasikan faktor bauran program yang sudah disebutkan diatas agar bisa menghasilkan strategi program yang efektif dan padu. Selanjutnya ada tahap membuat perencanaan. Sebuah media penyiaran harus memposisikan dirinya sebagai audiens dan menemukan strategi terbaiknya agar bisa menarik perhatian khalayak untuk menonton program yang disajikan. Kemudian ada tahap tujuan program. Dalam tahap ini, perencanaan program dibuat untuk mendapatkan audiens sebanyak-banyaknya. Terakhir adalah tahap faktor program. Dalam merencanakan program, terdapat faktor yang harus diperhatikan. Yaitu persaingan dengan kompetitor, ketersediaan audiens terhadap waktu penayangan program, membuat kebiasaan audiens untuk menonton tayangan tertentu, aliran audiens dengan menjadikan audiens sebagai penonton setia, ketertarikan

audiens terhadap tayangan yang disajikan, ketertarikan pengiklan untuk beriklan di program, anggaran untuk memproduksi program, ketersediaan program untuk ditayangkan, dan produksi sendiri program apabila sumber daya dan anggaran memadai.

Pada produksi dan pembelian program, sebuah Media penyiaran dapat dikatakan media penyiaran apabila memiliki program yang beragam untuk ditayangkan. melalui manajer program, media penyiaran bertanggung jawab untuk menjalankan rencana program yang sudah ditentukan dengan membuat sendiri suatu program atau mengakuisisinya dari sumber lain. Tujuan dari memproduksi sendiri program atau membeli program adalah agar media penyiaran memiliki tayangan untuk menarik perhatian audiens untuk menonton tayangan yang disajikan.

Pada eksekusi program, tahap ini merupakan langkah untuk menerapkan perencanaan program yang sudah ditentukan. Adapun ketika eksekusi program diterapkan, pengelola program harus memperhatikan beberapa hal seperti pembagian waktu siaran, menerapkan strategi penayangan seperti *head to head* dengan kompetitor, menayangkan program tandingan, blocking program, pendahuluan kuat dengan menampilkan program yang memiliki potensi kuat di awal untuk mendapatkan audiens, menerapkan strategi buaian, melakukan perubahan jadwal program secara cepat.

Pada pengawasan dan evaluasi program, Ketika eksekusi program sudah dijalankan, pengawasan perlu dilakukan untuk meninjau apakah perencanaan dan eksekusi yang dilakukan sudah sesuai yang diharapkan. Apabila pengawasan sudah dilakukan, evaluasi dilakukan agar kedepannya program bisa berjalan lebih baik lagi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 3 informan yang terdiri dari satu Produser dan dua *podcaster*, peneliti menemukan Strategi Kreatif podcast Musuh Masyarakat berjudul “Kami Mendukung Childfree (Bersama Gita Savitri)”, sebagai berikut:

- Penentuan Tretan Muslim dan Coki Pardede sebagai *podcaster* Musuh Masyarakat adalah karena persona mereka yang suka membawakan *dark jokes* dan komedi satir terkait suatu fenomena dan isu terkini dan mereka memiliki fanbase yang cukup untuk menaikkan *traffic* Podcast Musuh Masyarakat. Tema yang diangkat di Podcast Musuh Masyarakat berdasarkan fenomena dan isu terkini yang ada di Masyarakat.
- Topik mendukung *childfree* diangkat karena pada saat itu Gita Savitri sedang ramai dibicarakan terkait opininya tentang *childfree* dan Musuh Masyarakat langsung mengangkat tema mendukung *childfree* ketika *childfree* sedang ramai dibicarakan.
- Podcast Musuh Masyarakat dibawa dengan tanpa *script* dan menggunakan poin-poin pembahasan. Hal tersebut dilakukan agar *Podcaster* bisa dengan bebas membawakan topik tanpa ada batasan atau tekanan tertentu.
- Podcast Musuh Masyarakat bisa bertahan sampai 5 season dengan ratusan episode adalah karena kekonsistenan mereka dalam menyajikan topik kontroversial yang menjadi ciri khas podcast Musuh Masyarakat kepada audeins
- Promosi konten podcast Musuh Masyarakat dilakukan dengan 2 cara. Yaitu dengan promosi melalui media sosial podcast Musuh Masyarakat, dan media sosial milik *podcaster* Musuh Masyarakat.

Dalam hasil temuan diatas, peneliti akan menganalisisnya dengan konsep perencanaan program dari Peter Pringle.

Dalam tahap perencanaan program, Peter Pringle menjelaskan bahwa untuk menghasilkan program yang baik, sebuah stasiun penyiaran diharuskan untuk berpikir kreatif agar program yang diproduksi bisa menarik minat pendengar. Perencanaan program tersebut sudah dilakukan oleh Noice untuk podcast Musuh Masyarakat. Noice melalui talent scout nya Menentukan terlebih dahulu public figure yang sesuai untuk membawakan Podcast di Noice. Hal tersebut menjadi temuan menarik bagi peneliti. Karena dalam perencanaan program pada umumnya, sebuah program terlebih dahulu dimatangkan konsepnya lalu kemudian stasiun penyiaran mencari orang yang karakteristiknya sesuai dengan konsep program yang sudah dibuat. Podcast Musuh Masyarakat melakukan hal sebaliknya. Dalam perencanaan programnya, Noice merekrut Tretan Muslim dan Coki Pardede untuk membawakan podcast di Noice. Podcast Musuh Masyarakat pun tercipta berdasarkan persona Tretan Muslim dan Coki Pardede yang selalu berkomi satir dan dark jokes dengan isu terkini, dan fenomena yang terdapat di masyarakat. Penentuan segmentasi pendengar podcast Musuh Masyarakat ditentukan dari fanbase yang dimiliki oleh Tretan Muslim dan Coki Pardede.

Dalam tahap Produksi program, Peter Pringle menjelaskan bahwa sebuah media penyiaran harus memiliki program yang beragam untuk disiarkan agar dapat disebut sebagai media penyiaran. Noice sebagai platform audio online memiliki beragam konten audio online yang dapat dinikmati melalui aplikasinya, seperti *Podcast Original*, *Audiobook*, *Radio streaming*, *live*, dan *Audio Series*. Musuh Masyarakat merupakan salah satu dari sekian banyak podcast Original yang terdapat pada

aplikasi Noice. Podcast Musuh Masyarakat sudah berjalan selama 5 season dengan memiliki 139 episode yang membahas beragam hal mulai dari isu terkini sampai fenomena yang ada di masyarakat.

Dalam tahap eksekusi program, Peter Pringle menjelaskan bahwa ketika sebuah program sudah mulai dieksekusi, pengelola program wajib memperhatikan beberapa hal seperti pembagian waktu tayang, menerapkan strategi siaran, dan melakukan perubahan jadwal program. Podcast Musuh Masyarakat rilis setiap hari Kamis. Sebelumnya podcast Musuh Masyarakat pernah rilis di hari yang berbeda seperti hari Minggu, Senin, dan Rabu sebelum akhirnya rilis tetap di hari Kamis. Podcast Musuh Masyarakat berganti hari tayang karena ketentuan dari Noice perihal slot tayang. Noice memiliki ketentuan bahwa podcast yang direncanakan untuk menjadi Big Show di Noice tidak boleh tayang di hari yang sama. Podcast Musuh Masyarakat merupakan salah satu dari sekian banyak Big Show yang ada di Noice. Podcast Musuh Masyarakat sudah direncanakan untuk menjadi Big Show di Noice dengan melihat nama besar podcaster Musuh Masyarakat yang berpotensi mendatangkan traffic besar untuk Noice.

Dalam tahap evaluasi program, Peter Pringle menjelaskan bahwa evaluasi program perlu diterapkan agar sebuah program bisa lebih baik lagi kedepannya. Tahap evaluasi yang dilakukan Produser dan podcaster Musuh Masyarakat adalah membaca komentar pendengar yang terdapat di konten Podcast Musuh Masyarakat di Aplikasi Noice. Podcaster cenderung biasa saja dalam membaca komentar pendengar. Sedangkan untuk Produser, Produser cenderung memerhatikan komentar yang sifatnya membangun, seperti komentar yang mengeluhkan soal audio, komentar yang memberi saran terkait judul episode selanjutnya

dan membiarkan komentar yang sifatnya diluar konteks konten podcast Musuh Masyarakat.

IV. SIMPULAN

Pada penelitian yang berjudul Strategi Kreatif Konten Kreator Podcast Musuh Masyarakat berjudul “Kami Mendukung Childfree” (Bersama Gita Savitri)” ini menggunakan konsep perencanaan program oleh Peter Pringle yang dibagi menjadi empat bagian.

Pertama adalah perencanaan program. Dalam tahap ini Noice membuat podcast Musuh Masyarakat dengan tujuan untuk menarik minat pendengar. Noice merekrut Tretan Muslim dan Coki Pardede sebagai *podcaster* Musuh Masyarakat karena nama besar dan persona mereka dinilai cocok untuk membawakan podcast Musuh Masyarakat.

Kedua adalah Produksi Program. Dalam tahap ini podcast Musuh Masyarakat mengangkat topik Mendukung *childfree*. Hal tersebut dilakukan karena pada saat itu *childfree* sedang menjadi isu terkini karena opini kontroversial dari Gita Savitri.

Ketiga adalah eksekusi program. Dalam tahap ini podcast Musuh Masyarakat sempat berganti hari tayang sebelum akhirnya tayang setiap hari Kamis. Hal tersebut terjadi karena Noice memiliki ketentuan bahwa *Big Show* podcast yang terdapat di aplikasi Noice tidak boleh tayang di hari yang sama. Musuh Masyarakat merupakan salah satu *Big Show* podcast yang ada di Noice.

Keempat adalah evaluasi program. Dalam tahap ini Produser dan *podcaster* Musuh Masyarakat membaca komentar pendengar yang terdapat di salah satu

konten podcast Musuh Masyarakat di aplikasi Noice

DAFTAR RUJUKAN

- Abdussamad, Z. (2021). Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif. In *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 13, Issue 1).
- Agustinova, D. E. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktek*. Calpulis.
- Harrington, R. (2019). Childfree by Choice. *Studies in Gender and Sexuality*, 20(1), 22–35.
<https://doi.org/10.1080/15240657.2019.1559515>
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Prenadamedia Group.
- Morissan. (2018). Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi. In *Kencana*.
- Noor, J. (2013). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Kencana.
- Slamet, Y. (2019). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Winarni, E. W. (2018). Teori dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Tindakan Kelas (PTK), Research and Development (R & D). In *Bumi Aksara*.