



ANALISIS TREN PRODUKSI PODCAST HOROR SEBAGAI MEDIA PEMENUHAN KEBUTUHAN MASYARAKAT KONSUMERISME: STUDI KASUS PADA CHANNEL YOUTUBE *KEMBARA SUNYI*

Umilia Rokhani

Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Yogyakarta

umilia_erha@yahoo.co.id

Abstrak: Dunia digital telah menjadi budaya populer di tengah masyarakat. Salah satu media yang diakses cukup besar oleh masyarakat adalah konten Youtube berupa *podcast*. Melalui bentuk ini, berbagai produksi kultural berkembang, salah satunya *podcast* bergenre horor. Genre ini mendapat perhatian cukup besar dari masyarakat Indonesia, baik yang bermukim di Indonesia maupun di luar negeri. Tren produksi kultural dengan tingkat konsumerisme yang besar atas bentuk produk ini menjadi kode yang dapat dimaknai atas alam berpikir masyarakat Indonesia. Dalam hal ini, masyarakat konsumen yang dikontrol oleh kode ditransformasi dalam relasi dengan objek yang dikonsumsi oleh masyarakat itu sendiri. Untuk itu, konsepsi Baudrillard atas masyarakat konsumerisme dapat digunakan untuk membaca makna kode yang terkonstruksi dari aktivitas konsumsi objek tersebut. Dengan paradigma konstruktivisme sosial dan interpretivisme melalui metode netnografi terhadap *channel Kembara Sunyi* digunakan untuk menelaah relasi produksi kultural dan konsumerismenya untuk melihat konstruksi makna yang terbentuk. Produksi kultural ini menjadi pengembangan karakter tradisi lisan yang dibangun dalam konsep ranah digital. Dengan karakteristik dunia digital yang mampu menyebarkan produk tanpa batas, masyarakat konsumen mampu mengaksesnya kapanpun dan dimanapun sebagai suatu produk profan yang menjadi bagian dari budaya populer dan masyarakat modern. Genre horor yang pada umumnya ditakuti oleh sebagian masyarakat dan tidak selalu menjadi pilihan didekatkan ke tengah masyarakat menjadi bagian yang melekat, memperkuat, dan mempertebal dengan karakter dan citra budaya masyarakatnya sekaligus mengaburkan citra kekunoan berpikir terkait hal mistis melalui modernitas digital.

Kata Kunci: produksi, masyarakat konsumerisme, *podcast* horor, *channel Kembara Sunyi*.

Pendahuluan

Produksi kultural yang memanfaatkan media digital sebagai bagian dari perkembangan kecanggihan teknologi muncul di tengah masyarakat sebagai suatu tren. Salah satu yang berkembang adalah produksi konten Youtube berupa *podcast*. Hal ini marak terjadi saat pandemi Covid-19 karena ruang gerak masyarakat dibatasi sehingga kreativitas masyarakat berkembang melalui media digital dengan berbagai aplikasi, salah satunya Youtube. Demikian pula akses konsumsi meningkat karena masyarakat memerlukan hiburan di masa pandemi. Melalui media ini, pengembangan karakteristik tradisi lisan melalui *podcast* banyak dilakukan. Ditinjau dari materi konten, pengembangan karakteristik tradisi lisan



banyak muncul pada konten-konten horor. Banyak *content creator* menyampaikan cerita horor dengan metode mendongeng, sekalipun ada juga yang menyajikannya dengan cara berdialog dengan narasumber. Metode ini banyak diminati oleh para penikmat konten horor. Aktivitas mendongeng (*story telling*) memerlukan satu pemahaman konteks cerita sekaligus kemahiran untuk menceritakannya kembali dengan kemampuan berbahasa yang baik, penghayatan karakter, intonasi yang tepat, dan memiliki karakteristik cara mendongeng yang khas. Produk kultural dengan mempergunakan pola produksi *story telling* juga pernah muncul dalam industri video game yang lekat dengan konten kekerasan dan genre fiksi, horor, dan fantasi. Perkembangan melalui industri ini mengarah pada peningkatan jumlah game yang menceritakan kisah-kisah pribadi yang terinspirasi oleh kehidupan/otobiografi (Haggis, 2016). Sementara itu, suatu produksi kultural di dunia industri yang menjadi tren di tengah masyarakat tentu memerlukan kajian atas relasi produksi dengan tingginya tingkat konsumsi masyarakat. Relasi antara produksi dan keberadaan masyarakat konsumen yang bukan sekadar pemenuhan atas permintaan tetapi menjadi penanda yang perlu dipahami permaknaannya atas relasi yang terbentuk antara dua sistem yang membangun tren suatu produksi karya di tengah masyarakat. Demikian pula dengan keberadaan teknologi sebagai pendukung dan pendorong terjadinya produksi kultural itu sendiri. Teknologi situs internet sebagai bagian dari budaya masyarakat modern juga turut memotivasi penggunaan jejaring sosial untuk mempengaruhi kepercayaan publik terhadap suatu hasil produksi kultural. Seperti yang dilakukan oleh beberapa lembaga budaya, seperti museum, galeri, lelang seni, dan berbagai pusat pertunjukan yang mempergunakan situs jejaring sosial (SNS) untuk mempromosikan dan memasarkan produk kultur, seperti konten seni dan kegiatan pertunjukan (Lee et al., 2017).

Salah satu produksi kultural yang mempergunakan kecanggihan dunia digital sebagai media produksi dan penyampai hasil kepada masyarakat konsumennya adalah *channel* Youtube bergenre horor, Kembara Sunyi. Maraknya channel konten horor tidak lagi didasari dengan dominasi produksi tetapi lebih didominasi oleh media, model sibernika dan sistem pengendalian, komputer, pemrosesan informasi, industri hiburan dan pengetahuan, dan sebagainya. Dengan



demikian, dominasi produksi kemudian berubah menjadi kendali produksi. Hal ini bertalian erat juga dengan keberadaan masyarakat konsumennya yang tidak lagi bertujuan hanya untuk mengeksploitasi keuntungan tetapi menjadi penentuan tanda dan sistem yang dihasilkannya (Ritzer, 2014). Dengan demikian, perlu dikaji mengenai konsep produksi kultural yang dibentuk melalui *podcast* Youtube berkonten horor, perubahan pola konstruksi produksi kultural menjadi konstruksi masyarakat konsumen, relasi dan permaknaan yang terbangun dari produksi kultural dengan masyarakat konsumennya, dan alasan konten horor menjadi tren di tengah masyarakat.

Konsep Relasi Produksi Kultural dan Masyarakat Konsumen serta Metodenya

Tren produksi kultural dan konsumerisme pada *podcast* bergenre horor yang melibatkan masyarakat konsumen sebagai bagian dari tanda dan sistem yang membentuk makna seperti yang dipaparkan Baudrillard. Baudrillard sendiri menyatakan bahwa terkait halnya dengan karya terdapat dua tatanan besar yang saling berkorelasi, yaitu tatanan produksi dan tatanan konsumsi. Dalam hal itu, kedua tatanan tersebut saling mempengaruhi untuk menentukan analisis masyarakatnya dan permaknaan atas aktivitas produksi maupun konsumsinya. Komoditas tidak lagi dilihat dalam konteks kegunaannya, tetapi permaknaannya terkait dengan relasi atas keseluruhan sistem komoditas dan tanda, bukan atas hal yang dilakukan. Masyarakat sendiri dilihat oleh Baudrillard sebagai masyarakat pertumbuhan. Masyarakat pertumbuhan tidak dipahami sebagai masyarakat berkecukupan yang memiliki kemampuan untuk mengkonsumsi suatu komoditas. Pertumbuhan dalam hal ini menjelaskan peta kemampuan untuk memproduksi kemakmuran sekaligus kemiskinan. Baudrillard menjelaskan adanya pertentangan yang mengarah pada pemiskinan psikologis dan kefakiran sistematis karena tuntutan atas pemenuhan kebutuhan yang melampaui produksi komoditas itu sendiri. Hal tersebut berkorelasi dengan pemborosan yang dilakukan oleh masyarakat tersebut dalam makna yang sebenarnya. Konsumsi yang dilakukan masyarakat tidak melihat pada fungsional dari pengonsumsi komoditas tersebut. Pengonsumsi lebih mengarah pada konteks eksistensi dari keberadaan



masyarakat itu sendiri. Gervasi menyatakan bahwa pilihan pemenuhan atas kebutuhan tersebut tidak dibuat secara kebetulan tetapi terkontrol secara sosial karena menggambarkan model budaya masyarakatnya. Dengan demikian, aktivitas konsumsi berupa pilihan-pilihan pemenuhan kebutuhan menyesuaikan dengan pandangan system nilai yang berkembang di masyarakat. Konstruksi tersebut menyebabkan optimalisasi produksi yang berkembang di masyarakat juga berkaitan dengan sistem nilainya. Dari relasi tersebut, perilaku konsumen dapat dilihat sebagai fenomena sosial (Baudrillard, 1998).

Pendekatan atas kajian ini mempergunakan paradigma konstruktivisme sosial dan interpretivisme untuk mengkaji dua tatanan, yaitu tatanan produksi dan konsumsi. Pendekatan konstruktivisme sosial untuk mengkaji produksi kultural atas *channel* Youtube Kembara Sunyi dan interpretivisme untuk mengkaji relasi konsumerisme sebagai sistem tanda yang perlu dikaji permaknaannya. Oleh karena itu, digunakan metode netnografi untuk menelaah relasi antara kedua tatanan tersebut sebagai suatu fenomena sosial. Relasi makna ini akan dipahami sebagai faktor dasar berkembangnya kultur konsumerisme masyarakat terhadap *podcast* Youtube bergenre horor.

Hasil dan Pembahasan

Produksi Kultural Podcast Horor Kembara Sunyi dalam Aplikasi Youtube

Kembara Sunyi muncul dari proses produksi tiga orang personil, yaitu Itank Tirta, Idris Firmansyah, dan Remon Zay. Ketiganya dipertemukan dari hobi berkesenian, pendakian gunung, dan aktivitas sosial. Fokus utama produksi konten di Kembara Sunyi pada mulanya dikhususkan untuk konten tentang pendakian gunung. Aktivitas ini juga menginspirasi kemunculan nama Kembara Sunyi. Penggunaan media teknologi dalam produksi kultural *channel* Youtube Kembara Sunyi menjadi pilihan karena penggunaan dunia digital sebagai media edukasi bagi para penikmatnya dianggap mampu menembus batas ruang secara lebih luas. Kembara Sunyi banyak memberikan edukasi terkait dengan kebiasaan-kebiasaan buruk yang dilakukan oleh para petualang, seperti membawa dan membunyikan *speaker* dengan keras di gunung, membuang sampah sembarangan, dan asal bicara di tempat-tempat yang dikunjungi. Di sisi lain, Tim Kembara Sunyi ini juga



seringkali mengalami peristiwa mistis di gunung sehingga topik itu yang kemudian dipilih untuk diangkat sebagai topik utama channel ini.

Sesuai data per 15 Mei 2023, *Channel* Kembara Sunyi yang berproduksi sejak 7 Juni 2020 tersebut sudah memiliki 405 ribu *subscriber* dengan 458 produksi konten yang berbentuk *podcast* sebanyak 421 video yang dapat diklasifikasikan dengan 10 kategori sebagai berikut.

Tabel 1. Klasifikasi Kategori Podcast Horor *Channel* Kembara Sunyi

KATEGORI									
Tempat Angker	Petualangan Horor	Hantu Gentayangan	Pengalaman Pribadi	Kidung	Ritual Sesat	Materi Umum	Kematian	Kolaborasi	Benda Keramat/Keilmuan
76	93	64	12	1	82	13	68	3	9

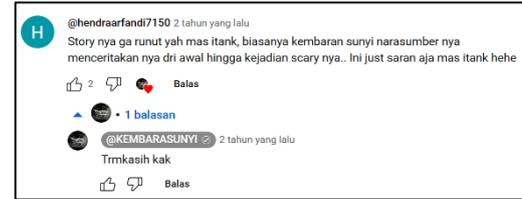
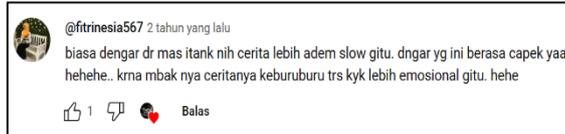
Sumber: https://www.youtube.com/channel/UC_zLYYDD8XRfCM1dOhSfDcg diakses 15 Mei

2023

Unggahan lain dari *podcast* pada *channel* ini berupa *short* dan *live*. Pada dasarnya, cerita yang dibawakan di *channel* ini adalah kisah nyata yang dialami oleh tim maupun orang lain. Ketika cerita berasal dari orang lain, baik narasumber maupun cerita yang dikirim melalui email, tim Kembara Sunyi akan melakukan konfirmasi berulang kali sebelum suatu cerita dimuat sebagai materi konten di Kembara Sunyi.

Ditinjau dari pola produksinya, Kembara Sunyi memproduksi *podcast* ini dengan peralatan yang minim pada awalnya. Dengan latar belakang kemampuan bertheater, konsep dekorasi cenderung dikonstruksi dengan latar hitam layaknya suatu pertunjukan teater dan properti yang sederhana, serta pencahayaan yang remang sehingga mendukung penyampaian konsep cerita horor. Pada awalnya, produksi *podcast* ini dibentuk seperti layaknya kebiasaan Itank saat bercerita kepada teman-temannya dalam realita sehingga saat Itank bercerita dan ada objek pendengar ceritanya. Konsep visual dibuat seolah-olah seperti orang sedang duduk santai/nongkrong atau *cangkrukan* dalam bahasa Jawa Timur-an. Kemudian format produksi diperluas dengan menghadirkan narasumber. Namun format narasumber hanya bertahan beberapa kali produksi karena beberapa komentar penikmat *podcast*-nya menyatakan bahwa alur bercerita yang dibawakan narasumber melompat-lompat, cara berbicara narasumber terlalu cepat sehingga tidak jelas, dan

narasumber yang grogi sehingga sering salah berbicara atau bercerita. Berikut komentar penikmat Kembara Sunyi.



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=j9bBqOULHCM&t=447s> diakses pada 15 Mei 2023



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=mNuMd9-Kuyk&t=268s> diakses pada 15 Mei 2023

Gambar 1. Komentar penikmat Kembara Sunyi tentang pola produksi yang menghadirkan narasumber

Kritik dan saran penikmat selaku masyarakat konsumen ini diperhatikan oleh Tim Kembara Sunyi sehingga pola produksi *podcast* horor ini diubah dan sepenuhnya dilakukan oleh Itank Tirta hingga saat ini. Konsep bercerita atau *story telling* yang dilakukan oleh Itank Tirta pun berubah konsep setelah pola produksi menghadirkan narasumber dihilangkan. Konsep bercerita tidak lagi dengan mempergunakan pola *cangkrukan* sehingga tidak ada lagi *setting* pola oposisi biner subjek-objek pada konsep visual tetapi pola bercerita Itank seolah bercerita langsung kepada para penikmat *podcast* tersebut. Dalam hal ini, fokus pada pembawaan cerita yang ditunjukkan melalui mimik muka, pandangan mata, ekspresi bercerita, dan kekuatan suara menjadi hal yang lebih ditekankan oleh Itank Tirta. Fokus ini tampak berbeda dengan cara bercerita Itank Tirta saat mempergunakan pola *cangkrukan* yang terlihat lebih santai, tidak terlalu ekspresif, mengulang bagian-bagian motif cerita sebagai penandasan cerita kepada subjek pendengar yang di-*setting* untuk mendengarkan ceritanya.

Dari sisi konsumsi atas *podcast* horor Kembara Sunyi itu sendiri, penikmat *podcast* ini tersebar dari seluruh wilayah Indonesia dengan dominasi dari masyarakat Pulau Jawa, dan juga dari masyarakat yang tinggal di luar negeri,



seperti Malaysia, Thailand, Hongkong, Taiwan, Turki, Frankfurt, dan Mekkah. Ditinjau dari persebaran masyarakat konsumennya, dapat diketahui bahwa respon masyarakat terhadap *podcast* bergenre horor cukup tinggi. Komentar-komentar penikmat yang selalu menanti *podcast-podcast* berikutnya menjadi bagian pendorong untuk peningkatan proses produksi, baik secara kualitas maupun kuantitas. Kembara Sunyi pada mulanya mengunggah *podcast* dari seminggu dua kali menjadi seminggu tiga kali tayang. Sementara itu, produksi kolaborasi antar *podcast* menjadi kejutan-kejutan yang diperoleh penikmat *podcast* horor karena pada dasarnya para penikmat *podcast* horor tidak semata-mata hanya setia untuk menikmati satu *channel* saja. Peluang ini juga dilihat oleh para produsen *podcast* horor untuk berkolaborasi membuat *podcast* bersama. Hal ini juga dilakukan oleh Kembara Sunyi, seperti kolaborasi dengan Bang Awe (Samawe Adventure), Desi (Emak Official Channel), Heru (Heru Survival Communication), dan Fajar Aditya (RJL5). Kolaborasi ini menjadi bagian upaya untuk membangun relasi antarprodusen *podcast* horor dan membangun industri produksi kultural melalui *podcast* horor di Youtube.

Keberadaan Masyarakat Konsumen pada Podcast Horor di Youtube dan Relasi Permaknaannya

Produksi kultural bertema horor seringkali diidentikkan dengan masyarakat dengan intelektual rendah karena materi horor dianggap sebagai hal atau fenomena yang di luar akal nalar manusia. Keberadaannya pun tidak dapat dibuktikan secara *real* oleh sebagian manusia yang tidak termasuk dalam masyarakat konsumennya. Pemikiran sebagai manusia modern yang mengedepankan akal, nalar, bukti nyata dari suatu fenomena dalam kehidupan manusia itu sendiri menjadi oposisi bagi keberadaan masyarakat yang mempercayai adanya kekuatan lain di luar dari kekuatan manusia itu sendiri. Pandangan masyarakat modern atas keberadaan masyarakat konsumen fenomena mistis dan horror beranggapan adanya pemiskinan mental dan pemikiran sekaligus pemiskinan dalam arti sebenarnya. Hal ini dikaitkan dengan konsumsi tayangan horor oleh masyarakat konsumen yang mempergunakan teknologi internet untuk mengakses aplikasi-aplikasi penunjang seperti Youtube. Untuk itu, dibutuhkan pemenuhan jaringan internet yang



memadai. Di satu sisi, konsumsi jaringan internet tersebut digunakan untuk pemiskinan mental dan pemikiran seperti anggapan awal dari masyarakat di luar dari masyarakat konsumennya. Di sisi lain, hal itu juga menunjukkan pertumbuhan standar perekonomian masyarakat yang menjadikan konsumsi *podcast* horor sebagai bagian dari budaya populer yang berusaha dipenuhi oleh masyarakat melalui ketercukupan jaringan internet tersebut.

Masyarakat konsumen yang mempercayai keberadaan fenomena mistis itu sendiri masih mengakarkan pemahamannya pada perkembangan pemikiran manusia yang melihat adanya kekuatan di luar dari diri manusia itu sendiri. Namun di sisi lain, keberadaannya yang tumbuh dalam perkembangan zaman yang mulai mempergunakan teknologi sebagai bagian dari kebutuhan hidup masyarakat turut mendukung citra dirinya maupun masyarakatnya yang mempercayai adanya kekuatan tersebut melalui kecanggihan teknologi. Keberadaan teknologi yang menjadi bagian dari modernisme tersebut menjadi media pendobrak atas marjinalisme posisi genre horor dari suatu produksi kultural yang dinilai rendah, kuno, tidak logis, dan tidak nalar.

Ingatan dan kepercayaan atas perkembangan budaya pemikiran manusia masa lampau yang melingkupi keberadaan materi dari genre horor tersebut menjadi daya tarik yang senantiasa membawa kembali masyarakat modern tersebut dalam ingatan masa sebelum modernitas muncul tentang kekuatan tersebut. Hal itu yang menyebabkan minat masyarakat konsumen atas dunia horor dan mistis cukup tinggi. Selain itu, ingatan dan pemahaman masyarakat konsumen didukung dengan kearifan lokal atas bentuk sosok-sosok representasinya, seperti pocong, kuntilanak, tuyul, genderuwo, wewe gombel, kuyang pada masyarakat Kalimantan, dan selak pada masyarakat Lombok. Kekhasan representamen tersebut tidak dapat ditemukan pada lingkup masyarakat di luar wilayah perkembangan fenomena tersebut. Hal itu menjelaskan bahwa penikmat *podcast* horor tidak hanya berada dalam lingkup masyarakat dengan pembatasan pada wilayah tertentu tetapi masyarakat yang memiliki ikatan antara ingatan dengan kepercayaan atas kultur masyarakat yang sesuai dengan ingatannya tersebut. Adanya *demand* dari masyarakat konsumen untuk pemenuhan kebutuhan atas *podcast* horor tersebut mendorong produsen berproduksi dan mengembangkan relasi antarprodusen serta



membangun jaringan industri produksi kultural sehingga *podcast* Youtube bergenre horor menjadi tren di tengah masyarakat.

Simpulan

Kembara Sunyi menjadi *channel* Youtube bergenre horor yang produktif sejak kemunculan pertamanya. Dalam rentang proses produksinya terdapat perubahan pola produksi dari konsep bercerita sambil *cangkrukan*, menghadirkan narasumber, hingga *story telling* langsung pada masyarakat konsumennya. Di sisi lain, dalam proses produksinya, penggunaan teknologi melalui media digital Youtube meminimalisir persepsi bahwa genre horor berada pada standar sistem nilai yang rendah, tidak masuk akal dan nalar manusia karena penggunaan teknologi itu sendiri identik dengan modernitas yang telah menjadi budaya populer di tengah masyarakat. Hal tersebut sekaligus membongkar adanya pergeseran nilai ekonomi di masyarakat yang menjadikan jejaring internet sebagai bagian dari gaya hidup dan pergeseran nilai tersebut mendukung terjadinya proses produksi sehingga *channel* Youtube berkonten horor menjadi tren di tengah masyarakat. Dengan demikian, keberadaan Kembara Sunyi itu sendiri direspon baik oleh masyarakat konsumennya dan selalu menjadi *channel* yang banyak dinanti penggemarnya.

Rujukan

- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society: Myths and Structures*. SAGE Publications.
- Haggis, M. (2016). Creator's Discussion of The Growing Focus on, and Potential of, Storytelling in Video Game Design. *Persona Studies*, 2(1), 20–25. <https://doi.org/10.21153/ps2016vol2no1art532>
- Lee, E., Kang, H., & Ahn, H. (2017). Word-of-Mouth of Cultural Products through Institutional Social Networks. *Sustainability*, 9(6), 917. <https://doi.org/10.3390/su9060917>
- Ritzer, G. (2014). *Teori Sosiologi Modern* (7th ed.). Kencana Prenadamedia Group.