

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian yang akan dilakukan, peneliti menemukan lima penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini dengan topik yang hampir serupa, penelitian terdahulu berupa jurnal dan skripsi. Pada umumnya, penelitian mengenai penerapan kode etik jurnalistik dalam konten *podcast* belum banyak ditemukan.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Pembahasan	Hasil Penelitian
1.	<i>Strategi Podcasting pada Media Berita Berbasis Aplikasi: Studi Kasus pada Inspigo.</i> Aprilla Putra, Arik. (2019)	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang digunakan oleh <i>Podcast</i> Inspigo untuk memproduksi beberapa <i>podcast</i> . <i>Podcast</i> ini menggunakan paradigma Post Positivistik yang merupakan paradigma yang hasil penelitiannya akan terus menerus ditinjau ulang sehingga lebih kuat keakuratannya. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan humanistic. Metode penelitian yang digunakan oleh penelitian ini adalah studi kasus dengan klasifikasi single case berjenis holistic. Penelitian ini mempelajari kasus terkait produksi <i>podcast</i> Inspigo. Peneliti ini menggunakan key informan partisipan yang	Hasil penelitian menyatakan bahwa produksi <i>podcast</i> yang dilakukan oleh insipgo sejalan dengan yang dikatakan oleh Jay Baer yaitu Pre-Production, Production, dan Post-Production, namun terdapat perbedaan dalam urutan dan penyajian. Peneliti juga menemukan bahwa interview yang dilakukan oleh Inspigo terbagi menjadi

		<p>kredibel dan enam Key informan yang memiliki peran penting dalam proses produksi <i>podcast</i> insipgo. Untuk Teknik pengumpulan data, penulis menggunakan Teknik observasi dan wawancara. Dalam mengukur keabsahan data, penelitian ini menggunakan Construct Validity yang merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam observasi yang cocok dengan konsep yang digunakan sama halnya juga dengan wawancara. Kemudian Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis ini adalah Pattern Matching (pencocokan pola). Terdapat beberapa proses yang diterapkan dalam <i>podcast</i> ini yaitu pre-production <i>podcast</i> dan proses production <i>podcast</i> hingga post-production <i>podcast</i> yang sudah jadi. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa produksi <i>podcast</i> yang dilakukan oleh Insipgo sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Jay Baer yaitu Pre-production, production, hingga Post-production, hanya terdapat perbedaan dalam urutan penyajian. Peneliti juga menemukan bahwa satu interview yang dilakukan Insipgo terbagi menjadi beberapa bagian dengan durasi yang lebih singkat dengan tujuan memberi kenyamanan ketika mendengarkan <i>podcast</i> Insipgo.</p> <p>Penelitian yang akan saya buat adalah melihat adanya implementasi kode etik dalam</p>	<p>beberapa bagian dengan durasi yang lebih singkat dan bertujuan untuk kenyamanan ketika mendengarkan <i>podcast</i> Insipgo.</p>
--	--	---	--

		<p>KBR <i>Podcast</i> yang merupakan <i>podcast</i> politik. Penulis mempelajari beberapa pola pembuatan <i>podcast</i> dan bagaimana menemukan sumber untuk konten <i>podcast</i> pada penelitian terdahulu ini. <i>Podcast</i> juga merupakan sebuah media baru yang digunakan untuk membagikan berita dan informasi dengan cepat menggunakan audio. Dalam penelitian selanjutnya, penulis akan menjabarkan kode etik jurnalistik dan mengintip <i>podcast</i> KBR dengan bekal kode etik jurnalistik.</p>	
2.	<p><i>Podcast sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio.</i> Jurnal</p> <p>Fadilah, E. Yudha, P. Aristi, N. (2017)</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang <i>podcast</i> yang menjadi alternative distribusi konten audio. Berangkat dari masalah radio yang mulai ditinggalkan oleh pendengarnya, radio mulai mengembangkan dirinya menjadi <i>podcast</i> audio. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peluang <i>podcast</i> audio untuk berkembang di Indonesia serta analisis terhadap beberapa situs penyedia konten <i>podcast</i> yang cukup sukses di Indonesia. Setelah dilakukan penelitian, peneliti mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa strategi optimalisasi <i>podcast</i> audio mencakup pengembangan bahan <i>podcast</i>, pendekatan dan distribusi konten yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta cara khalayak mengonsumsi konten audio dan kesesuaian konten dengan karakter dan orientasi media. Peneliti melakukan berbagai riset melalui beberapa survey</p>	<p>Peneliti memaparkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi optimalisasi <i>podcast</i> audio mencakup pengembangan bahan <i>podcast</i>; pendekatan dan distribusi konten yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, serta cara khalayak mengonsumsi konten audio; serta kesesuaian konten dengan karakter dan orientasi media. Selain itu, upaya ini juga harus disertai kampanye yang</p>

		<p>yang sudah ada hasil. Metode Jurnal ini adalah metode analisis melalui beberapa kasus dan riset.</p> <p>Untuk melengkapi penelitian selanjutnya peneliti perlu tahu bahwa <i>podcast</i> menjadi salah satu distributor audio yang sangat berguna bagi masyarakat yang mengonsumsinya. Penelitian selanjutnya juga mengetahui bahwa <i>podcast</i> merupakan distribusi konten audio, maka dari itu peneliti akan melihat apakah audio atau suara yang disiarkan akan sama dan sesuai dengan kasus asli sehingga tidak menyesatkan berbagai masyarakat yang akan mengonsumsi berita dari <i>podcast</i> ini.</p>	<p>intensif melalui berbagai cara.</p>
3.	<p>Fact-Checking Journalism sebagai Platform Kolaborasi Human and Machine pada Jurnalisme Digital</p> <p>Nurlatifah, M., Irwansyah. (2019)</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang fenomena jurnalisme pengecekan fakta sebagai manifestasi organisasi hipermedia.</p>	<p>Fenomena jurnalisme pengecekan fakta yang berkembang di Indonesia merupakan manifestasi dari organisasi hipermedia. Aplikasi digital menjadi ekosistem yang membuat berbagai simpul informasi terhubung. Ekosistem <i>fact checking journalism (JPF)</i> merupakan manifestasi atas organisasi hipermedia.</p>

			Kolaborasi menjadi kata kunci yang penting karena semua elemen terlibat untuk mengembangkan ekosistem jurnalisme digital.
--	--	--	---

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1 Jurnalistik

Jurnalistik adalah sebuah kegiatan untuk mencari, mengumpulkan, menyeleksi, dan mengolah informasi yang mengandung nilai berita, serta menyajikan kepada khalayak melalui media massa periodik, baik cetak maupun elektronik. Oleh karena itu, jurnalis memiliki tanggung jawab terhadap masyarakat dan negara. Jurnalis menjadi mediasi bagi masyarakat untuk memperoleh informasi seputar dunia dan nasional, yang meliputi kehidupan sosial, ekonomi dan semua aspek kehidupan (Wahyudi, 1996, p. 1).

Menurut Ishwara (2005, p. 1) menjelaskan bahwa jurnalistik memiliki satu ciri khas yaitu skeptis. Skeptis adalah sikap dimana wartawan selalu mempertanyakan segala sesuatu, meragukan apa yang diterima dan tidak dengan mentah menelan apa yang didapat, selalu waspada dengan segala informasi agar tidak mudah ditipu. Wartawan selalu diberi kebebasan untuk mencari sumber yang ingin

mereka liput dan juga disiplin dalam melakukan verifikasi, memantau kekuasaan pemerintahan, menyediakan forum untuk kritik dan komentar publik, serta berusaha membuat suatu hal yang terlihat sangat penting dan krusial menjadi hal yang menarik dan relevan, harus menjaga agar berita tetap proporsional dan komprehensif.

2.2.2 Media *Online* dan Konvergensi

Media *online* merupakan adaptasi dari pesatnya perkembangan teknologi di era globalisasi ini. Lahir dari media konvensional yang pada mulanya menyebarkan berita lewat berbagai media lama seperti, koran, televisi, radio, majalah atau tabloid. Menurut Septiawan (2017, p. 163) media *online* ialah media yang memakai teknologi internet sebagai alat dan format pemberitaan. Kini, media konvensional mulai mengikuti perkembangan teknologi dengan melakukan konvergensi pada medianya dengan menegakkan Pedoman Media Siber dan media *online* merupakan salah satu dari hasilnya.

Konvergensi media adalah aliran konten di beberapa *platform* media yang bekerjasama dengan industri media dan kegiatan migrasi media yang muncul hadirnya teknologi digital dan media baru (Jenkins, 2006, p. 22). Menurut McQuail (1987, p.16-17), media baru adalah media telematik yang merupakan perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda

juga, mencakup beberapa sistem teknologi, sistem transmisi, sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi serta penyajian gambar menggunakan teks, grafik dalam komputer. Secara harafiah, media *online* dapat diartikan sebagai media yang menyebarkan berita atau informasi melalui *online* dengan bantuan internet.

Media *online* memiliki keunggulan yaitu, masyarakat dapat mengakses berita dengan cepat tanpa perlu menunggu lama dan bisa memberikan *update* terbaru dari berita sebelumnya secara aktual, menjangkau seluruh masyarakat yang tersambung dengan internet, kemudian media *online* menyediakan kolom komentar agar masyarakat dapat menjadi interaktif, tidak hanya satu arah tetapi dua arah. Media *online* juga mengarsipkan berita-berita lama, sehingga masyarakat masih bisa mengakses berita-berita lama dan membaca ulang.

KBR merupakan sebuah media yang berdiri pada tahun 2002 dan berkembang dengan 600 radio jaringannya di Indonesia dan 200 radio lain di Asia dan Australia (KBR, 2018, para. 1). KBR menjangkau usia yang beragam, dari millineal hingga penikmat informasi independen. Media KBR awalnya hanya berfokus pada berita *online*, namun akhirnya melihat perkembangan *podcast* yang kian menanjak sehingga dianggap menjadi sebuah peluang baru, KBR menciptakan *podcast*, salah satu programnya adalah Cek Fakta

yang telah memproduksi 91 konten yang melakukan cek dan mengungkap fakta atas kebenaran informasi.

2.2.3 *Podcast*

Podcast merupakan sebuah media siaran yang diadopsi dari radio dan membutuhkan suara penyiar untuk membaca informasi. Sejarahnya, *Podcast* pertama muncul pada tahun 2005 dan baru dikenal oleh masyarakat kemudian mulai mendapatkan banyak pendengar pada tahun 2007. *Podcast* merupakan gabungan kata “*iPod*” dan “*Broadcasting*”, *iPod* merupakan salah satu produk dari Apple sebuah merek ternama di dunia sekaligus sebuah *platform* pertama yang menciptakan *Podcast*. Namun, *Podcast* memiliki perbedaan yang signifikan dari radio, jika radio menggunakan gelombang hampa udara, *Podcast* malah memanfaatkan jaringan Internet.

Internet adalah mesin pencari dan pelacak seperti browser dan engines, maka melalui internet semua informasi atau teks dalam situs manapun dapat dilacak (Bungin, 2005, p. 136-137). Kemudahan menggunakan *podcast* adalah siaran dapat diputar berulang kali atau diunduh melalui *smartphone* hanya membutuhkan sinyal internet.

2.2.4 Cek Fakta

Pemeriksaan fakta dalam praktik jurnalisme merupakan bagian dari aktivitas untuk mencari jawaban atas keluhan

masyarakat mengenai keraguan akan kebenaran pada suatu konten, baik berupa produk jurnalistik dari media abal-abal ataupun konten media sosial yang viral dan sensasional (Ambardi, et al., 2019, p. 27). Belum lama ini, KBR juga mengembangkan Cek Fakta dalam bentuk *podcast* untuk mengungkap berbagai informasi disinformasi yang menyebar.

Menurut Mantzarlis dalam Ireton & Posetti (2018, p.81) mengatakan bahwa *fact checking* digunakan untuk memeriksa kebenaran fakta, mengevaluasi, serta mengoreksi kembali berita-berita atau sejumlah informasi yang dibuat oleh para reporter sebelum akhirnya berita dipublikasikan, *Fact-checking* bertujuan untuk mempertahankan kualitas berita yang baik. Berdasarkan ulasan diatas, *fact-checking* merupakan bagian dari proses praktik jurnalistik pada media, maupun lembaga. *Fact-checking* juga dibuktikan dari sumber data serta narasumber yang dapat dipercaya atau ahli dalam *fact-checking*. Metode yang paling dasar dalam melakukan *fact-checking* adalah verifikasi terhadap informasi yang telah didapat, bisa berdasarkan konten, waktu, saksi mata, ataupun hal-hal lain sesuai dengan konteks.

Melakukan pengecekan fakta terhadap sebuah informasi bukan hal yang mudah untuk dilakukan. Banyak pola-pola yang harus dilakukan analisis, serta bukti-bukti yang mendukung untuk mengungkapkan sebuah fakta yang benar dan akurat. Masyarakat

sangat membutuhkan berita yang benar serta tidak simpang siur, karena peran media sangat besar, terutama bagi para masyarakat yang sama sekali tidak mengerti mengenai pengecekan fakta.

Ireton & Posetti (2018, p. 84) memaparkan tiga metodologi untuk melakukan pengecekan fakta, yaitu;

1. Mencari klaim atau informasi yang dapat dicek kebenarannya atau tidak jelas informasinya. Informasi dapat dicari melalui dokumen-dokumen pemerintahan, pernyataan para politisi, atau postingan di beberapa media sosial;
2. Menemukan bukti yang mendukung untuk pengecekan informasi simpang siur atau klaim, kemudian bukti didapatkan dari sumber resmi dan terbukti kredibilitasnya;
3. Mengoreksi informasi atau klaim yang terbukti tidak akurat dan memberikan kesimpulan yang konklusif dari hasil koreksi.

2.2.5 International Fact-Checking Network (IFCN)

IFCN merupakan sebuah jaringan *fact checking* internasional yang dibangun oleh Poynter Institute. Salah satu jaringan yang ingin menyatukan berbagai pengecek fakta dari berbagai negara, baik pada media, lembaga ataupun organisasi-

organisasi lain melalui komitmen yang menjadi prinsip dasar pengecekan fakta. IFCN bertujuan untuk mengurangi penyebaran informasi yang simpang siur, disinformasi, misinformasi, dan mal-informasi di seluruh belahan dunia. IFCN memiliki 5 prinsip yang menjadi komitmen dalam pengecekan fakta yang wajib diikuti oleh media yang memiliki sertifikasi IFCN sebagai media pengecekan fakta. Berikut adalah lima prinsip IFCN yakni (IFCN, 2020) ;

1. Komitmen pada prinsip nonpartisan dan keadilan

Organisasi media diimbau untuk memeriksa klaim menggunakan standar yang telah ditetapkan untuk menjadi bukti dalam membuat kesimpulan akhir. Selain itu, media juga dilarang untuk mengambil atau mengajukan posisi diri terkait klaim yang akan di periksa.

2. Komitmen terhadap transparansi sumber

Organisasi media wajib memberikan informasi yang lengkap dan detil, jelas layanya bukti untuk mendukung pengecekan fakta, bertujuan agar masyarakat dapat memverifikasi bukti-bukti tersebut.

3. Komitmen terhadap transparansi pendanaan dan organisasi

Organisasi media harus transparan terhadap sumber pendanaan. Jika ditemukan adanya masukan dana dari

organisasi lain, media harus membuktikan kepada publik bahwa pendanaan tersebut tidak akan berpengaruh kepada laporan yang sedang dikerjakan.

4. Komitmen terhadap transparansi metodologi

Organisasi media harus dapat menjelaskan secara detail mengenai metodologi yang digunakan selama proses pengecekan fakta mulai dari memilih, meneliti, mengedit, mempublikasikan hingga mengoreksi pemeriksaan fakta.

5. Komitmen terhadap koreksi yang terbuka dan jujur

Organisasi media harus terbuka terhadap kritik dan saran mengenai kalim pendukung untuk pengecekan fakta, serta memastikan bahwa koreksi dapat dilihat oleh para pembaca.

Komitmen-komitmen tersebut merupakan pedoman mendasar yang perlu diketahui oleh para khalayak dan media yang menyampaikan informasi. Diharapkan publik dapat menyerap dan melakukan pengecekan fakta terlebih dahulu sebelum mengambil kesimpulan dari informasi yang telah didapat. Untuk para jurnalis yang bekerja pada media, komitmen tersebut diharapkan dapat menjadi kunci atau senjata untuk melakukan pengecekan fakta sebelum disajikan ke publik.

2.2.6 Disinformasi Pandemi COVID-19

COVID-19 adalah sebuah penyakit menular yang disebabkan oleh virus Corona yang baru ditemukan (WHO, *Coronavirus*, 2020, para. 1). WHO menjelaskan bahwa kebanyakan orang yang terinfeksi COVID-19 akan mengalami gangguan pernapasan ringan hingga sedang, dan mereka akan sembuh tanpa memerlukan perawatan khusus. Virus Corona rentan terhadap orangtua, dan para penderita penyakit serius lainnya, seperti Kardiovaskular, Diabetes, penyakit pernapasan kronis, dan Kanker (WHO, *Coronavirus*, 2020, para. 2). Salah satu cara terbaik untuk mencegah dan memperlambat penularan COVID-19 adalah mengetahui apa itu COVID-19, apa penyebabnya dan bagaimana penyebarannya. Beberapa upaya pencegahan dapat dilakukan seperti, mencuci tangan, menggunakan *handsanitizer*, dan jangan menyentuh wajah selama bepergian keluar (WHO, *Coronavirus*, 2020, para. 3). Virus COVID-19 dapat menyebar melalui *droplet* atau cairan seperti bersin dan batuk. WHO menghimbau untuk menutup hidung atau mulut baik saat batuk ataupun bersin. Hingga saat ini, masih belum ada vaksin untuk COVID-19. Namun, ada banyak Uji klinis yang dilakukan untuk mengupayakan pengobatan potensial (WHO, *Coronavirus*, 2020, para. 4)

Banyak pemberitaan Corona yang tidak benar beredar di media *online* atau media sosial. Beberapa tidak diverifikasi terlebih

dahulu, sehingga menimbulkan disinformasi atau *misinformation* yang disebut dengan infodemik. Infodemik adalah sekumpulan informasi yang melimpah, namun tidak semua berita tersebut akurat atau benar, infodemik menyulitkan masyarakat untuk menemukan sumber yang dapat dipercaya serta panduan yang dapat diandalkan mengenai COVID-19 ini. Infodemik mengacu pada lajunya pertumbuhan informasi yang tidak bisa dibendung terkait informasi tertentu. Dalam situasi pandemi COVID-19, banyak informasi yang dimanipulasi, terlebih kini merupakan era teknologi, informasi yang tidak benar dapat menyebar dengan cepat layaknya virus. Jadi, sebenarnya yang memperburuk suasana dalam situasi pandemi COVID-19 adalah pemberitaan yang tidak benar dan menyebar dengan pesat (PAHO, 2020, para. 1).

2.3 Alur Penelitian

Penelitian ini berfokus pada Cek Fakta KBRprime.id yang membahas topik COVID-19. Penelitian ini akan menganalisis 15 episode yang membahas COVID-19 dengan menggunakan standar International Fact-Checking Network (IFCN). Penelitian ini juga akan didukung dengan metode wawancara terhadap beberapa narasumber yang relevan dengan topik ini.

Gambar 2. 1 Alur Penelitian

