

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jurnalisme terus mengalami perubahan, dari bagaimana sebuah berita dibuat, dikemas, hingga didistribusikan. Perubahan tersebut berdampak pada berkurangnya minat masyarakat Indonesia terhadap jurnalisme konvensional dalam bentuk media cetak, radio, dan televisi (Nurhidayat, 2024). Haryanto (2022) menyebutkan bahwa media dapat bertahan bila mampu memprioritaskan isu-isu yang dianggap relevan oleh masyarakat, sehingga tantangan utama media saat ini adalah mempertahankan relevansi di tengah masyarakat yang terus berubah. Kunci utama dalam mempertahankan relevansi tersebut adalah untuk terus melakukan inovasi. Seiring dengan perkembangan internet dan web seluler, muncul inovasi berupa jurnalisme *mobile*, yaitu jenis produksi jurnalistik di mana berita dalam berbagai bentuk (teks, rekaman audio-visual, dan sejenisnya) disebarluaskan melalui internet dan ditampilkan pada layar perangkat *portable*, terutama telepon seluler dan tablet (Višňovský & Radošinská, 2017). Kemudian, terdapat jurnalisme data, yaitu sebuah bentuk jurnalisme yang menggunakan data sebagai data sebagai dasar utama dalam penyusunan cerita, khususnya membantu menyampaikan hal kompleks dalam cerita (Bradshaw, 2012). Selain itu, berkembang jurnalisme imersif, sebuah produksi berita yang memungkinkan audiens untuk masuk ke dalam dunia berita melalui *avatar* digital dan memahami cerita melalui sudut pandang orang pertama (de la Peña et al., 2010). Salah satu contoh penerapan jurnalisme imersif adalah “The Daily 360”, sebuah video imersif karya The New York Times yang menempatkan audiens di tengah cerita dan memungkinkan mereka untuk menjelajahi perspektif yang berbeda dengan cara menggerakkan layar (The New York Times, 2016). Bentuk inovasi jurnalisme lainnya adalah jurnalisme *drone*, yaitu penggunaan kamera beresolusi tinggi yang dipasang pada *drone* untuk merekam foto atau video dari udara, yang

dapat digunakan untuk meliput acara olahraga, demonstrasi, atau kegiatan ilegal (Gynnild, 2014).

Saat ini, perkembangan teknologi *artificial intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan mendorong inovasi-inovasi baru dalam bidang jurnalistik. Aggarwal et al. (2022) mendefinisikan AI sebagai sebuah teknologi mesin yang dapat melakukan berbagai tindakan dalam cakupan kecerdasan manusia, seperti belajar, berpikir secara logis, memecahkan masalah, dan memahami bahasa. Menurut Agrawal et al. (2017), AI memiliki kemampuan untuk membuat prediksi dan menghasilkan informasi baru berdasarkan informasi yang tersedia, dan hal ini menjadi lebih mudah berkat ketersediaan data yang melimpah dan mudah diakses. Sebuah implementasi AI dalam bidang jurnalistik adalah *chatbot*. Zarouali et al. (2018) mendefinisikan *chatbot* sebagai agen percakapan yang diprogram untuk berkomunikasi dengan manusia menggunakan bahasa alami, dan ketika diminta, dapat secara otomatis memberikan konten berita dan *update* kepada pengguna. Sejak 1960-an hingga sekarang, *chatbot* terus mengalami perkembangan dengan mensimulasikan percakapan antara komputer dan manusia menggunakan bahasa manusia, terutama dengan hadirnya pengembangan data dan *machine learning* (Zaenudin, 2017). Veglis & Maniou (2019) menyatakan bahwa *chatbot* dapat digunakan untuk mendukung cara baru pelaporan berita, yaitu pengguna dapat bertanya tentang peristiwa, orang, atau tempat, dan *chatbot* akan memberikan jawaban dengan konten yang relevan. Dengan mendistribusikan berita melalui saluran yang bersifat percakapan, satu lawan satu, dan interaktif, media dapat meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens (Jones & Jones, 2019).

Implementasi AI melalui *chatbot* memiliki dampak positif dalam perkembangan jurnalisme. Dalam Albeanu (2017), Martin Belam, editor dari The Guardian, mengungkapkan bahwa penggunaan *chatbot* dapat membantu media untuk memahami interaksi dengan audiens melalui percakapan. Ia melanjutkan bahwa audiens juga akan mendapatkan pengalaman yang lebih personal ketika mengonsumsi berita melalui *chatbot*. Sementara itu, Veglis & Maniou (2019) menyebutkan bahwa *chatbot* dapat membantu jurnalis dalam menghasilkan

laporan berita yang variatif dan mengumpulkan informasi dari pembaca. Zaenudin (2017) percaya bahwa *chatbot* berpotensi untuk dikembangkan sebagai sumber informasi atau berita melalui interaksi percakapan informal antara robot dan manusia.

Melihat potensi pengembangan *chatbot*, perusahaan asal Perancis menciptakan “Jam”, sebuah *chatbot* yang mampu berkomunikasi melalui Facebook Messenger dengan nada yang ramah dan santai seperti seorang teman yang sedang bercerita anekdot (Jammot, 2019). *Chatbot* ini dapat menyajikan berita dan cerita dari berbagai topik yang disesuaikan dengan minat pengguna melalui berbagai pertanyaan yang telah diajukan kepada mereka. Selain itu, *chatbot* ini juga dapat membagikan berbagai *emoji*, *gif*, dan tautan ke konten viral. Dalam penggunaannya, *chatbot* akan memandu percakapan dan pengguna disarankan untuk memilih dari beberapa opsi respon otomatis daripada mengetik respon sendiri untuk menghindari percakapan yang terbatas.

Pengembangan *chatbot* merupakan inovasi yang menarik yang dapat memberikan pengalaman jurnalisisme yang lebih interaktif dan personal. Namun, informasi yang dihasilkan secara otomatis dapat memunculkan kekhawatiran mengenai kredibilitasnya. Agar tetap memenuhi standar jurnalistik yang terpercaya, *chatbot* akan didukung oleh data yang valid sebagai sumber utama menghasilkan respons, mencantumkan sumber informasi yang digunakan, serta menampilkan nama atau profil jurnalis yang berkontribusi dalam pembuatan berita berbasis *chatbot*. Dengan pendekatan ini, *chatbot* tidak hanya menjadi alat distribusi berita yang inovatif, tetapi juga tetap menjaga akurasi dan kepercayaan audiens terhadap informasi yang disampaikan.

Selain sebagai sumber informasi atau berita, media dapat berfungsi sebagai jembatan penghubung untuk mengatasi berbagai masalah. Sebagai contoh, Radio Suara Surabaya telah mengembangkan perannya dari sekadar penyebar informasi menjadi platform solusi bagi masyarakat melalui penerapan *conversational journalism* atau jurnalisisme sebagai percakapan. Konsep ini

menekankan komunikasi dua arah, di mana jurnalis tidak hanya menyampaikan berita, tetapi juga mendengarkan dan melibatkan audiens dalam percakapan dengan menggunakan gaya bahasa yang tidak menggurui dan lebih santai (Marchionni, 2013). Radio Suara Surabaya lahir pada 11 Juni 1983 dan memiliki fokus pada *news*, interaktif, dan solutif. *News* berarti Radio Suara Surabaya memberikan informasi seputar berita lokal Surabaya dan sekitarnya. Interaktif bermakna pola komunikasi yang multi arah yang memungkinkan pendengar untuk berkontribusi dalam memproduksi konten berita dengan melaporkan sebuah kejadian dan menyampaikan keluhan, misalnya peristiwa kecelakaan, bencana alam, perampokan/penjambretan, dan topik menarik lainnya. Sementara itu, solutif berarti media menyediakan solusi atas masalah yang dihadapi oleh pendengar. Radio Suara Surabaya telah menjadi media terpercaya bagi masyarakat Surabaya untuk memperoleh informasi atau berita harian hingga berbagai bantuan. Pada penerapannya, Radio Suara Surabaya berfungsi sebagai penghubung yang memfasilitasi percakapan antara pihak radio dengan pendengar, yang memungkinkan pertukaran informasi secara *real-time* yang berdampak langsung bagi masyarakat, khususnya dalam penyelesaian masalah. Melansir *suarasurabaya.net*, pemilik usaha rental mobil bernama Steverd Sondak berhasil menemukan mobilnya yang telah hilang selama 5 tahun setelah informasi kehilangannya disiarkan di Radio Suara Surabaya (Noorca, 2023). Kronologinya, pada Maret 2017, Steverd menyewakan mobil Fortuner dengan plat B 1147 KJC pada seseorang berinisial HR yang merupakan pelanggan tetap di rental miliknya. Setelah sebulan, mobilnya tidak kunjung dikembalikan hingga 5 tahun berlalu. Ketika mengetahui bahwa mobilnya ditemukan di daerah Perak Barat, Surabaya, Steverd segera melaporkan informasi kehilangannya pada Radio Suara Surabaya dan setelah disiarkan, beberapa pendengar melaporkan melihat mobil dengan ciri-ciri yang sama hingga akhirnya berhasil ditemukan. Peristiwa lainnya, pada Jumat, 2 Agustus 2024 sekitar pukul 14.53 WIB, seorang pendengar bernama Suprayitno melaporkan adanya ular piton di sekolan daerah Siwalankerto Surabaya ke Radio Suara Surabaya. Informasi tersebut langsung dikoordinasikan

ke Command Center Surabaya dan Tim Damkar Surabaya berhasil mengevakuasi ular piton tersebut pada pukul 15.00 WIB. Upaya yang dilakukan oleh Radio Suara Surabaya berhasil menyelesaikan masalah yang dialami oleh pendengar dengan bantuan pendengar lainnya dan pihak-pihak terkait. Fenomena ini mencerminkan bagaimana jurnalisme tidak hanya bersifat satu arah dalam menyampaikan berita, tetapi juga melibatkan partisipasi aktif dari audiens atau pendengar.

Hal ini sejalan sebagai fungsi media sebagai wadah advokasi, mendukung misi jurnalisme advokasi yang memberikan ruang bersuara bagi kelompok atau individu yang suaranya kerap diabaikan (Haezer, 2022). Jurnalisme advokasi tidak hanya sebatas melaporkan fakta, tetapi berupaya mencari solusi atas isu-isu sosial dan mendorong perubahan sosial (Charles, 2013). Kekerasan seksual merupakan salah satu masalah serius yang masih sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan membutuhkan penanganan khusus. Berdasarkan Permendikbud 30 Tahun 2021 tentang Kekerasan Seksual, kekerasan seksual diartikan sebagai setiap perbuatan merendahkan, menghina, melecehkan, dan/atau menyerang tubuh, dan/atau fungsi reproduksi seseorang, karena ketimpangan relasi kuasa dan/atau gender, yang berakibat atau dapat berakibat penderitaan psikis dan/atau fisik termasuk yang mengganggu kesehatan reproduksi seseorang dan hilang kesempatan melaksanakan pendidikan dengan aman dan optimal. Catatan Tahunan (CATAHU) Komnas Perempuan 2021 menyatakan bahwa sepanjang 2020, Komnas Perempuan menerima 955 kasus kekerasan seksual di ranah rumah tangga/relasi personal maupun ranah publik, seperti di dunia pendidikan dan institusi keagamaan. Survei Mendikbud Ristek (2020) menunjukkan bahwa 77% dosen menyatakan bahwa kekerasan seksual pernah terjadi di kampus dan 63% korban memilih untuk tidak melaporkan kasusnya. Kondisi ini dapat terjadi karena korban mengalami diskriminasi berlapis baik karena usia, jenis kelamin, maupun relasi kuasa antara murid/santri/mahasiswa dengan guru/ustadz/dosen yang dipandang lebih memiliki otoritas keilmuan dan wewenang keagamaan. Selain itu, umumnya para korban kekerasan seksual enggan melapor karena

khawatir dirinya akan menerima stigma negatif dari masyarakat jika membuka identitas (Adinda, 2021) dan merasa takut bahwa tuduhannya akan diputarbalikkan dan tidak percaya (Kimble & Chettiar, 2018). Korban juga masih belum mendapatkan perlindungan yang layak karena masyarakat cenderung menyalahkan korban (*victim blaming*) dengan menganggap bahwa korban bertanggung jawab atas kejadian yang dialaminya, seperti menggunakan pakaian yang mengundang atau keluar di malam hari (Dian, 2023).

Dalam karya ini, penulis mengidentifikasi potensi *chatbot* sebagai alat yang mendukung korban kekerasan seksual untuk lebih berani melaporkan insiden yang dialaminya. *Chatbot* memiliki sifat peduli dan tidak menghakimi yang menciptakan perasaan aman dan nyaman bagi pengguna untuk berbagi secara mendalam (Skjuve et al., 2021). Salah satu inovasi yang sudah berkembang adalah Spot, *chatbot* berbasis AI yang dirancang untuk memfasilitasi pelaporan pelecehan di tempat kerja. Julia Shaw, seorang ilmuwan psikologi sekaligus *co-founder* Spot, menemukan bahwa korban peristiwa traumatis seringkali memiliki ingatan yang tidak utuh. Oleh karena itu, Spot mengajukan beberapa pertanyaan yang dirancang untuk membantu korban mengingat kembali perlakuan yang dialami, sekaligus secara otomatis menghasilkan laporan terhadap insiden tersebut. Selain itu, bagi mereka yang tidak yakin apakah apa yang mereka alami merupakan kasus pelecehan, Spot menyediakan buku panduan yang berisi contoh-contoh dan konsep hukum yang memungkinkan korban melakukan penilaian sendiri.

Dalam praktiknya, *chatbot* menerapkan elemen interaktivitas yang sering dikaitkan dengan teknik bercerita atau *storytelling*. Bernard (2007) menyatakan bahwa sebuah cerita adalah narasi mengenai suatu peristiwa atau serangkaian peristiwa yang dirancang untuk menarik minat audiens. Ia melanjutkan bahwa pada dasarnya, sebuah cerita memiliki bagian awal, tengah, dan akhir, yang meliputi seorang karakter yang menghadapi konflik hingga akhirnya mencapai penyelesaian. Teknik *storytelling* lebih berfokus pada pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” daripada “apa”, menekankan bahwa kemampuan suatu peristiwa

untuk menginspirasi audiens melalui pengalaman manusia lebih signifikan daripada topik dan nilai beritanya (van Krieken, 2019). Ia menambahkan bahwa penggunaan teknik *storytelling* akan menghasilkan laporan yang detail dan grafis yang menggambarkan peristiwa dari perspektif orang-orang yang terlibat.

Melihat potensi pengembangan cara baru dalam pelaporan berita, penulis tertarik untuk membuat karya *chatbot* berbasis AI dengan teknik *storytelling* untuk distribusi berita layaknya percakapan dengan manusia. *Chatbot* akan berfokus pada isu kekerasan seksual yang memberikan edukasi serta advokasi pada korban kekerasan seksual untuk berani mengungkapkan pengalamannya dan mencari pertolongan. Penulis akan memanfaatkan *software* berbasis AI untuk menginput data liputan sebagai basis pengetahuan AI dalam kerja *chatbot*. Melalui *chatbot* yang dibangun, pengguna akan mendapatkan pengalaman yang personal dalam memperoleh sebuah informasi yang menjadi minat pengguna, serta memberikan kemudahan untuk memahami peristiwa dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Selain itu, pengguna juga akan langsung mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka kepada *chatbot*, terutama terkait poin-poin spesifik dalam suatu berita.

1.2 Tujuan Karya

Berdasarkan penjabaran latar belakang terbentuknya skripsi berbasis karya ini, maka tujuan dibuatnya karya adalah sebagai berikut.

1. Menghasilkan karya berupa *chatbot* berbasis AI *storytelling* dengan fokus isu kekerasan seksual untuk mendistribusikan berita, memberikan edukasi, serta menjadi wadah advokasi.
2. Menguji respon pengguna terhadap *chatbot* sebagai sarana edukasi dan advokasi isu kekerasan seksual.

1.3 Kegunaan Karya

Skripsi berbasis karya dengan klaster *Innovation & Development Based Project* dan sub-klaster membuat prototipe kemasan karya jurnalistik yang inovatif ini memiliki sejumlah kegunaan sebagai berikut.

1.3.1 Kegunaan Akademis

Secara akademis, karya ini diharapkan dapat menjadi pedoman dan/atau tinjauan karya mahasiswa jurnalistik khususnya Universitas Multimedia Nusantara untuk menciptakan karya serupa dalam bentuk *chatbot* berbasis *AI storytelling*. Selama proses pembuatan karya ini, ditemukan beberapa poin penting, seperti pengintegrasian *knowledge base*, perancangan *conversation design* yang sesuai, penyusunan *prompt* yang relevan untuk menciptakan percakapan yang sesuai tujuan dan terasa alami. Temuan-temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna untuk mengembangkan karya serupa.

1.3.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, karya ini dibentuk untuk mendorong inovasi terbaru di bidang jurnalisme dalam penyaluran dan pelaporan berita dalam bentuk percakapan dengan bahasa informal menggunakan *chatbot*. Selain itu, karya ini bertujuan untuk mengembangkan fungsi media menjadi sarana advokasi, bukan sekadar media informasi. Karya ini juga diharapkan dapat memberikan ide kepada industri media dalam melakukan distribusi berita yang lebih menarik dan interaktif.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A