

BAB II

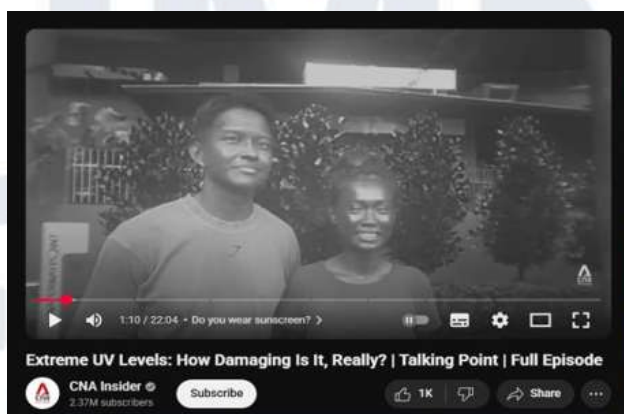
KERANGKA KONSEP

2.1 Karya Terdahulu

Dalam proses penyusunan karya ini, penulis terlebih dahulu menelaah sejumlah program sejenis yang memiliki kesamaan konsep dan tema. Kajian ini dilakukan untuk menjadi dasar pembandingan sekaligus memperkuat aspek orisinalitas ide serta pengembangan format program yang akan diproduksi. Berikut beberapa karya yang menjadi acuan dalam perancangan program ini

2.1.1 Talking Point

Karya Talking Point merupakan salah satu program jurnalistik unggulan milik Channel NewsAsia (CNA), Singapura, yang mengusung format feature dalam membahas beragam isu sosial, ekonomi, kesehatan, hingga lingkungan secara mendalam dan berbasis data. Program ini diproduksi dan ditayangkan secara berkelanjutan setiap tahun, dengan musim terbaru berlangsung pada periode 2024/2025 dan 2025/2026. Talking Point disiarkan melalui jaringan Mediacorp CNA pada malam hari sekitar pukul 23.00 waktu Singapura, dengan durasi tayang berkisar antara 20 hingga 25 menit per episode. Konsistensi penayangan tersebut mencerminkan kesinambungan produksi sekaligus tingginya minat audiens terhadap sajian jurnalistik yang memiliki narasi yang kuat.



Gambar 2.1 Episode Extreme UV Levels: How Damaging Is It, Really? | Talking Point | Full Episode. Sumber: CNA Insider

Dalam setiap episodenya, Talking Point mengeksplorasi isu-isu aktual melalui riset mendalam dan pelaporan lapangan. Program ini secara rutin menyajikan berbagai fenomena publik yang berkaitan langsung dengan kehidupan masyarakat, seperti persoalan perubahan iklim, keamanan pangan, serta perkembangan teknologi di bidang kesehatan. Salah satu episode berjudul *Extreme UV Levels: How Damaging Is It, Really?* mengulas dampak paparan radiasi ultraviolet ekstrem terhadap kesehatan kulit di Singapura. Episode tersebut menampilkan perpaduan wawancara dengan para ahli, eksperimen lapangan, serta pemanfaatan data ilmiah yang disusun dalam alur narasi yang ringan namun tetap informatif. Melalui pendekatan tersebut, program ini bertujuan meningkatkan pemahaman publik terhadap isu yang kerap dianggap remeh, tetapi memiliki implikasi signifikan dalam kehidupan sehari-hari.

Secara format, Talking Point menerapkan gaya semi-dokumenter dengan pengambilan gambar yang dinamis dan narasi jurnalis yang berfungsi sebagai pemandu alur dari awal hingga penarikan kesimpulan. Penyajian visualnya mengandalkan kombinasi wawancara narasumber ahli, hasil eksperimen, data infografis, serta dokumentasi lapangan yang aktual. Setiap episode disusun secara sistematis, dimulai dari pengenalan permasalahan, penelusuran bukti, hingga perumusan temuan akhir. Pendekatan ini menjadikan Talking Point tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi publik yang mendorong tumbuhnya kesadaran kritis terhadap isu-isu sosial dan ilmiah.

Talking Point dijadikan sebagai karya terdahulu karena memiliki keterkaitan langsung dengan konsep program Jejak Risiko, khususnya dalam penggunaan pendekatan feature berbasis observasi lapangan. Apabila Talking Point lebih banyak memusatkan liputan pada isu sosial dan kesehatan, maka Jejak Risiko mengadaptasi pendekatan serupa untuk mengkaji dinamika bisnis kontemporer, termasuk kemunculan layanan-layanan nonkonvensional di era digital. Melalui proses pelaporan yang mendalam, verifikasi data, serta keterlibatan langsung jurnalis dalam penggalan fakta, Jejak Risiko berupaya menghadirkan gambaran objektif mengenai risiko, kerentanan, serta nilai sosial yang melekat dalam praktik bisnis tersebut.

Talking Point cenderung mengangkat isu sosial, ekonomi, atau politik dalam kerangka makro dengan perspektif global. Isu bisnis dalam program ini diposisikan sebagai bagian dari fenomena internasional yang lebih luas, sehingga analisis yang disajikan bersifat umum, berimbang, dan tidak secara spesifik membedah kerentanan atau potensi penyimpangan dalam suatu praktik usaha. Selain itu, gaya visual yang digunakan cenderung formal, sistematis, dan mengikuti standar program berita internasional yang ditujukan bagi audiens umum dengan orientasi pada pendalaman berita.

Sebaliknya, Jejak Risiko dirancang untuk mengisi kekosongan dalam lanskap jurnalisme bisnis digital yang selama ini lebih menekankan narasi keberhasilan, pertumbuhan, dan sisi positif dunia usaha. Program ini secara khusus menyoroti dimensi risiko, seperti kerentanan sosial, potensi penyimpangan model bisnis, dampak negatif terhadap konsumen, serta implikasi hukum yang sering kali terabaikan dalam pemberitaan arus utama. Fokusnya bersifat tematik dan mendalam, diarahkan untuk mengungkap aspek-aspek rawan yang jarang diangkat oleh media mainstream.

Dengan demikian, Talking Point menjadi rujukan penting dalam pengembangan program Jejak Risiko. Prinsip jurnalistik yang diterapkan, mulai dari integrasi riset, visualisasi data, hingga observasi lapangan dan penggunaan narasi, menunjukkan bahwa konten jurnalistik dapat dikemas secara menarik tanpa mengorbankan kedalaman analisis. Pendekatan tersebut menjadi inspirasi bagi Jejak Risiko dalam menghadirkan jurnalisme bisnis yang kritis, informatif, dan relevan bagi masyarakat luas, sekaligus mendorong peningkatan kesadaran publik terhadap risiko sosial, etis, dan hukum dalam praktik bisnis modern.

2.1.2. Bosan Jadi Pegawai

Karya Bosan Jadi Pegawai merupakan salah satu program inspiratif yang diproduksi oleh Trans TV dan ditayangkan secara rutin sejak tahun 2023. Program ini mengangkat persoalan sosial dan psikologis dalam dunia kerja modern, khususnya fenomena kejenuhan kerja (burnout) yang dialami oleh banyak karyawan, serta menawarkan kewirausahaan sebagai alternatif pilihan karier yang lebih mandiri dan bermakna. Dengan memadukan format talkshow dan dokumenter

ringan, tayangan ini menghadirkan kisah nyata individu yang memutuskan untuk meninggalkan pekerjaan formal dan beralih menjadi pelaku usaha.



*Gambar 2.2 Episode Konsultasi Mengenai Bisnis yang Akan Dijalankan | Bosan Jadi Pegawai
Sumber: TRANS TV Official*

Salah satu episode berjudul Konsultasi Mengenai Bisnis yang Akan Dijalankan Bosan Jadi Pegawai disajikan dalam tiga bagian dengan durasi sekitar tiga hingga empat menit per segmen. Episode tersebut menampilkan interaksi langsung antara pembawa acara dan pelaku usaha lokal yang menjalankan bisnis pengolahan sampah plastik menjadi produk bernilai ekonomi. Melalui metode wawancara dan observasi lapangan, program ini memperlihatkan proses produksi secara nyata, mulai dari pengumpulan bahan baku hingga tahap pengolahan. Pendekatan tersebut menjadikan tayangan ini tidak hanya bersifat inspiratif, tetapi juga memberikan gambaran konkret mengenai praktik kewirausahaan di lapangan.

Bosan Jadi Pegawai memosisikan kewirausahaan sebagai bentuk refleksi karier sekaligus solusi sosial atas permasalahan dunia kerja (Jumhuriyatus Sa'diyah et al., 2025). Narasi yang dibangun berangkat dari kegelisahan banyak pekerja terhadap rutinitas, tekanan pekerjaan, serta keterbatasan ruang kreativitas dalam sistem kerja formal. Melalui pengisahan pengalaman personal para narasumber, program ini menekankan bahwa wirausaha tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan finansial, melainkan juga pada pencarian makna hidup, kebebasan, dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan. Pendekatan storytelling yang digunakan menunjukkan bahwa setiap usaha memiliki tantangan dan risiko, namun tetap membuka peluang untuk berkembang melalui proses pembelajaran.

Dari sisi teknis, program ini menggunakan format semi-dokumenter dengan wawancara langsung di lokasi usaha. Visual disajikan secara natural dengan minim unsur dramatisasi sehingga memberikan kesan autentik dan dekat dengan realitas. Pengambilan gambar dari berbagai sudut dipadukan dengan narasi informatif dari host yang berperan sebagai mediator antara audiens dan narasumber. Tayangan ini umumnya terbagi ke dalam beberapa segmen, mulai dari pengenalan permasalahan, penyampaian kisah inspiratif, hingga solusi dan insight bisnis.

Dalam konteks penelitian ini, Bosan Jadi Pegawai dijadikan sebagai karya terdahulu karena mampu menggambarkan bagaimana konten kewirausahaan dikemas dalam format audio visual yang inspiratif dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Namun demikian, terdapat perbedaan mendasar antara Bosan Jadi Pegawai dan program Jejak Risiko, terutama pada kedalaman analisis dan orientasi editorial. Jika Bosan Jadi Pegawai lebih menekankan sisi positif dan motivasional dari kewirausahaan, maka Jejak Risiko justru berangkat dari kritik terhadap dominasi narasi tersebut dengan menyoroti aspek lain yang jarang diangkat media, seperti risiko operasional, kerentanan sosial, potensi penyimpangan, dampak etis, serta implikasi hukum dari praktik bisnis.

Jejak Risiko menerapkan pendekatan jurnalistik yang berbasis data dan berorientasi pada kepentingan publik, sehingga penyajiannya tidak berhenti pada pengalaman personal semata. Program ini melibatkan penelusuran lapangan secara langsung, analisis terhadap potensi permasalahan, serta penyampaian informasi kritis yang bertujuan membantu masyarakat memahami kompleksitas dunia bisnis modern secara lebih utuh, bukan hanya menampilkan keberhasilannya.

Dengan demikian, Bosan Jadi Pegawai berfungsi sebagai rujukan dalam hal pengemasan narasi pengalaman pelaku usaha, sementara Jejak Risiko mengembangkan pendekatan tersebut ke arah yang lebih kritis, analitis, dan kontekstual. Program ini merepresentasikan evolusi tayangan kewirausahaan yang tidak hanya bersifat inspiratif, tetapi juga edukatif dan reflektif terhadap realitas bisnis yang sarat dengan risiko, sebagaimana dijelaskan dalam latar belakang penelitian.

2.1.3. Pecah Telur

Program YouTube Pecah Telur merupakan salah satu media bisnis digital yang secara konsisten mengangkat kisah inspiratif para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta wirausaha mandiri. Sejak awal kehadirannya, program ini menitikberatkan pada perjalanan usaha dari fase perintisan hingga mencapai keberhasilan, dengan penekanan pada capaian omzet, strategi bertahan, serta langkah pengembangan bisnis. Konten pada kanal YouTube Pecah Telur didominasi oleh narasi motivasional, inspiratif, dan edukatif (Sosial et al., 2025) yang disampaikan melalui kisah nyata para pelaku usaha. Sebagai konten audio visual yang tumbuh dalam ekosistem media digital, Pecah Telur memposisikan diri sebagai sarana edukatif yang menjadikan narasi kesuksesan sebagai sumber motivasi bagi khalayak luas.

Salah satu karakter utama Pecah Telur adalah fokus pada cerita pertumbuhan UMKM. Program ini kerap menampilkan transformasi pelaku usaha yang memulai bisnis dari keterbatasan, kemudian mampu meningkatkan skala usaha hingga meraih pendapatan yang signifikan. Narasi tersebut dibangun untuk menumbuhkan optimisme dan keyakinan bahwa keberhasilan dapat diraih melalui ketekunan, kreativitas, dan inovasi. Selain itu, program ini juga menyajikan berbagai tips serta strategi bisnis yang disampaikan langsung oleh pelaku usaha berdasarkan pengalaman empiris mereka.



Gambar 2.3 Episode Modal Bertahap, Pemuda Raup Untung 150 Juta Perbulan dari Kebun Belakang Rumah!, Sumber: Pecah Telur

Salah satu episode berjudul Modal Bertahap, Pemuda Raup Untung 150 Juta Perbulan dari Kebun Belakang Rumah! mengangkat studi kasus Mahkota Omah Manggis, sebuah usaha pertanian di Kediri yang berhasil memanfaatkan situasi pandemi COVID-19 sebagai momentum transformasi menuju bisnis berbasis pasar digital. Di bawah kepemimpinan Esdafa di Bacario, model usaha ini mengembangkan strategi diversifikasi produk, mulai dari pengelolaan kebun buah investasi hingga pengembangan Tabulampot (Tanaman Buah dalam Pot) yang menysasar konsumen perkotaan dengan keterbatasan lahan. Episode tersebut tidak hanya menyoroti capaian keberhasilan, tetapi juga menampilkan proses perjalanan usaha melalui penggalan kisah personal, tantangan awal, motivasi pendiri, serta dinamika jatuh bangun dalam mengembangkan bisnis. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih personal mengenai perjalanan kewirausahaan, meskipun fokus utamanya tetap pada aspek inspiratif dan motivasional.

Selain itu, Pecah Telur juga menghadirkan beragam solusi praktis bagi pelaku UMKM, seperti strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, pemanfaatan media sosial, hingga peningkatan kualitas produk. Konten tersebut ditujukan sebagai panduan aplikatif untuk membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Namun demikian, sajian program ini masih lebih menekankan peluang dan strategi keberhasilan dibandingkan pembahasan kritis mengenai faktor risiko, kerentanan sosial, maupun potensi penyimpangan dalam pengelolaan usaha.

Dalam konteks penelitian ini, Pecah Telur dijadikan sebagai karya terdahulu karena menunjukkan bagaimana media digital memproduksi konten kewirausahaan yang informatif sekaligus inspiratif. Meski demikian, terdapat perbedaan mendasar antara Pecah Telur dan program Jejak Risiko, terutama dari segi orientasi jurnalistik dan kedalaman analisis. Apabila Pecah Telur berfokus pada narasi keberhasilan dan motivasi, maka Jejak Risiko hadir sebagai kritik terhadap dominasi pendekatan tersebut dengan mengungkap dimensi lain dunia bisnis, seperti risiko operasional, potensi penyimpangan, ancaman terhadap konsumen, serta implikasi sosial dan hukum yang melekat dalam praktik usaha kontemporer.

Dengan demikian, Pecah Telur berfungsi sebagai referensi yang merepresentasikan tren konten bisnis digital yang inspiratif, sementara Jejak Risiko

mengembangkan pendekatan yang lebih kritis, dan berbasis data. Program ini diharapkan dapat menjadi alternatif dalam jurnalisme bisnis yang tidak hanya menampilkan kisah sukses, tetapi juga mengungkap kerentanan, sisi gelap, dan realitas risiko bisnis yang perlu dipahami oleh masyarakat luas.

2.2 Konsep yang Digunakan

2.2.1 Jurnalisme Feature

Jurnalisme feature merupakan karya jurnalistik yang disusun berdasarkan fakta, namun dikemas melalui penceritaan yang lebih deskriptif dan mendalam sehingga mampu memberikan pengalaman yang lebih kuat kepada audiens (Prastyani et al. 2022). Feature tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membangun alur cerita melalui pendekatan naratif yang menggabungkan fakta dengan gaya bahasa yang komunikatif dan menarik (Harahap, 2020). Seiring perkembangan teknologi media, jurnalisme feature turut mengalami transformasi ke dalam berbagai format audio visual seperti dokumenter, video feature, dan visual storytelling yang memungkinkan penyampaian informasi secara lebih interaktif dan kontekstual (Suharsono, 2020). Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa jurnalisme modern tidak hanya berorientasi pada penyampaian fakta, tetapi juga pada kemampuan menghadirkan cerita yang mampu membangun keterlibatan serta pemahaman audiens terhadap suatu fenomena.

2.2.2 Produksi Konten Audio Visual

Produksi audio visual merupakan proses menghasilkan karya yang menggabungkan unsur gambar dan suara untuk menyampaikan informasi secara efektif kepada audiens (Thifalia et al., 2021). Dalam prosesnya, produksi audio visual tidak hanya berorientasi pada aspek teknis pengambilan gambar, tetapi juga mencakup perencanaan konsep, pengolahan visual, serta penyuntingan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan jelas dan menarik.

Proses produksi audio visual terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Tahap praproduksi meliputi perencanaan konsep, pengumpulan data, penyusunan naskah, penentuan lokasi, persiapan peralatan, hingga pembentukan tim produksi sebagai dasar pelaksanaan produksi. Tahap produksi merupakan proses pengambilan gambar dan suara

berdasarkan perencanaan yang telah disusun, meliputi pengaturan kamera, pencahayaan, tata suara, komposisi visual, serta proses perekaman. Selanjutnya, tahap pascaproduksi dilakukan melalui proses penyuntingan, penyusunan alur cerita, penambahan grafis, teks, ilustrasi musik, proses rendering, hingga karya siap dipublikasikan (Thifalia et al., 2021).

Selain memperhatikan tahapan produksi, kualitas sebuah program audio visual juga ditentukan oleh proses perencanaan dan kreativitas selama produksi. menyatakan bahwa produksi program audio visual memerlukan kreativitas, perencanaan kerja yang matang, serta koordinasi tim yang baik agar menghasilkan tayangan yang informatif, edukatif, dan komunikatif (Rachmat & Jemat, 2018.). Unsur kreatif tersebut diwujudkan melalui penyusunan naskah, pemilihan visual, penggunaan properti, hingga pengembangan konsep yang mampu mendukung penyampaian pesan kepada audiens.

Dalam produksi audio visual, aspek komunikasi visual juga memiliki peran penting karena, komunikasi visual merupakan proses penyampaian pesan melalui elemen-elemen visual seperti komposisi gambar, warna, pencahayaan, tipografi, grafik, dan video untuk membangun makna serta membantu audiens memahami informasi (Fariz Ahmad et al., 2026.). Penyajian visual yang konsisten dan terstruktur dapat memperkuat identitas program sekaligus meningkatkan pemahaman penonton terhadap pesan yang disampaikan. Hal ini menyatakan bahwa visualisasi informasi yang jelas dan terstruktur mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta mempermudah proses penyampaian informasi.

2.2.3 Bisnis Digital

Bisnis digital merupakan model bisnis yang memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana utama dalam menciptakan, menyampaikan, dan mengembangkan nilai kepada konsumen. Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi berbagai sektor bisnis melalui pemanfaatan internet, platform digital, aplikasi daring, serta sistem komunikasi berbasis teknologi yang memungkinkan interaksi antara penyedia layanan dan pengguna berlangsung secara lebih cepat, fleksibel, dan efisien. (Paul et al., 2024). Transformasi tersebut tidak hanya mengubah cara perusahaan beroperasi, tetapi juga melahirkan berbagai model

bisnis baru yang menawarkan layanan berbasis pengalaman, kebutuhan sosial, dan relasi interpersonal, termasuk layanan nonkonvensional.

Perkembangan platform digital membuka peluang bagi munculnya model bisnis baru yang menghubungkan penyedia jasa dengan konsumen secara langsung melalui mekanisme digital. Pertumbuhan pesat aktivitas ekonomi digital telah mendorong kemunculan platform kerja digital sebagai salah satu perubahan paling relevan di pasar kerja global (Cruz & Gameiro, 2023). Lebih dari sekadar urusan ketenagakerjaan, platform digital juga mengubah cara layanan dikonsumsi oleh penggunanya. Cara-cara baru dalam mengorganisasi, membagi, dan mengkoordinasikan pekerjaan di platform digital saling terjalin erat dengan modalitas konsumsi layanan yang tersedia di dalamnya, membentuk relasi segitiga antara platform, pekerja, dan klien yang memiliki implikasi sosial dan ekonomi yang kompleks (Cruz & Gameiro, 2023). Implikasi sosial tersebut semakin terlihat ketika platform digital mulai menyentuh ranah hubungan emosional dan interpersonal manusia. Platform algoritmik sebagai bentuk infrastruktur digital telah mengubah secara mendasar cara individu terhubung dan berinteraksi satu sama lain (Wu, 2024). Ketika kecerdasan emosional diintegrasikan ke dalam algoritma platform, muncul sebuah jenis hubungan baru yang disebut *pseudo-intimacy*, yaitu hubungan semu yang memberikan kepuasan emosional secara instan namun terbatas pada konteks transaksi digital. Fenomena ini relevan dengan jasa non konvensional, dimana interaksi interpersonal yang biasanya dibangun atas dasar kedekatan sosial kini dapat dikemas menjadi layanan yang diakses dan diperdagangkan melalui platform digital.

Selain itu, platform digital menyediakan hambatan masuk yang relatif rendah, memfasilitasi alokasi tugas secara fleksibel, dan membuka berbagai peluang kerja berbasis permintaan (*on-demand*) (Alauddin et al., 2025). Kondisi ini tidak hanya memberikan manfaat bagi penyedia layanan, tetapi juga menghadirkan berbagai tantangan dan risiko bagi pekerja maupun konsumen, seperti minimnya perlindungan sosial, kontrol algoritma, serta tingginya tingkat persaingan. Dinamika tersebut dapat memunculkan berbagai persoalan, mulai dari ketidakjelasan regulasi hingga risiko psikologis yang berpotensi dialami oleh kedua belah pihak, baik pengguna maupun penyedia jasa.

Risiko tersebut menjadi semakin kompleks ketika kebutuhan emosional dan relasional manusia mulai dikomodifikasi melalui platform digital, model bisnis digital yang efektif mampu mengorkestrasi berbagai proses interaktif untuk menciptakan pengalaman yang bernilai bagi pengguna (Russo-Spena et al., 2022). Namun, ketika pengalaman emosional dan kedekatan interpersonal diposisikan sebagai komoditas yang dapat diperjualbelikan, muncul berbagai persoalan etis yang berkaitan dengan autentisitas hubungan, batas privasi, serta potensi ketergantungan emosional yang dapat dialami oleh konsumen. Oleh karena itu, perkembangan bisnis digital tidak hanya perlu dipahami dari sisi inovasi dan peluang ekonomi, tetapi juga dari berbagai risiko sosial dan psikologis yang menyertainya.

2.2.4 Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Penyiaran

Etika Dalam menjalankan tugas jurnalistik, wartawan wajib berpedoman pada Kode Etik Jurnalistik (KEJ) yang ditetapkan oleh Dewan Pers. Kode Etik Jurnalistik menjadi landasan profesional agar produk jurnalistik disajikan secara akurat, berimbang, independen, dan bertanggung jawab kepada publik (Dewan Pers, 2008). Penerapan kode etik bertujuan menjaga kredibilitas media sekaligus melindungi hak masyarakat untuk memperoleh informasi yang benar.

Beberapa pasal Kode Etik Jurnalistik yang relevan dengan program audio visual *Jejak Risiko* adalah Pasal 1, yang mewajibkan wartawan bersikap independen serta menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk. Pasal 2 mengatur bahwa wartawan harus menggunakan cara-cara profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik, sedangkan Pasal 3 mewajibkan wartawan menguji informasi, tidak mencampurkan fakta dengan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah. Selain itu, Pasal 8 menegaskan bahwa wartawan harus menghormati hak narasumber atas kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik (Dewan Pers, 2008). Pasal-pasal tersebut menjadi pedoman dalam proses verifikasi informasi, pemilihan narasumber, serta perlindungan identitas pengguna jasa curhat online dalam program *Jejak Risiko*.

Selain mengacu pada Kode Etik Jurnalistik, produksi program *Jejak Risiko* juga memperhatikan Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) Komisi Penyiaran Indonesia. Pedoman ini menegaskan bahwa isi siaran harus disajikan secara jujur,

akurat, menghormati hak privasi setiap individu, serta tidak merugikan pihak tertentu (Komisi Penyiaran Indonesia, 2012). Walaupun program ini dipublikasikan melalui platform YouTube, prinsip-prinsip tersebut tetap diterapkan melalui proses verifikasi informasi, penyajian informasi secara berimbang, serta penyamaran identitas narasumber untuk melindungi privasi mereka.

Dengan demikian, Kode Etik Jurnalistik dan Pedoman Perilaku Penyiaran menjadi landasan penting dalam proses peliputan, verifikasi data, pemilihan narasumber, hingga penyajian audio visual pada program *Jejak Risiko*. Penerapan kedua pedoman tersebut membantu menghasilkan karya feature yang etis, kredibel, dan bertanggung jawab kepada publik.

