

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI *PODCAST* WAWANCARA
OBROLAN SEPUTAR SUMATERA SELATAN
(WOLES) DI *CHANEL YOUTUBE* DETIK SUMSEL
DALAM MELAWAN DISINFORMASI DI ERA *NEW
MEDIA***



Disusun oleh :

ARISA DOMIANI

NIM. 1810503002

PROGRAM STUDI JURNALISTIK

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH

PALEMBANG

2022

NOTA PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Ujian Munaqosah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di-

Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

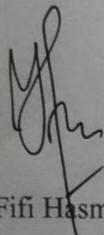
Setelah mengadakan bimbingan dan kami periksa serta di adakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul "**Strategi Komunikasi Podcast Woles Detik Sumsel Dalam Melawan Disinformasi Di Era New Media**" yang ditulis oleh sdri. 'Arisa Domiani NIM.1810503002, telah dapat diajukan dalam ujian Munaqosah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, 27 Desember 2022

Pembimbing I



Dr. Fifi Hasmawati, M.Si

NIP. NIP. 197007261992032001

Pembimbing II



Muslimin, M.Kom.I

2022107801

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : Arisa Domiani
NIM : 1810503002
Jurusan : Jurnalistik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Podcast Wawancara Obrolan
Seputar Sumatera Selatan (WOLES) di Chanel
Youtube Detik Sumsel di Era New Media

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang pada :

Hari/tanggal : Selasa, 24 Januari 2022
Tempat : Ruang Munaqosyah Lt.4 Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Raden Fatah

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana program Strata Satu (S1) pada jurusan jurnalistik di Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Palembang, Januari 2023
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dr. Achmad Syarifudin, S. Ag.M.A
NIP. 197311102000031003

TIM PENGUJI

Ketua Sidang

Sekretaris

Drs. Aliasan, M.Pd.I
NIP. 196108281991011001

Jufrizal, M.A
NIP. 198506262020121009

Penguji I

Penguji II

Drs. Aliasan, M.Pd.I
NIP. 196108281991011001

Anang Walian, M.Hum
NIDN. 2005048701

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arisa Domiani
Tempat & Tanggal Lahir : Serigeni, 19 November 2000
NIM : 1810503002
Jurusan : Jurnalistik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Podcast Woles Detik
Sumsel Dalam Melawan Disinformasi di Era
New Media

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikira saya dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang maupun perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 30 Desember 2022
Yang membuat pernyataan



Arisa Domiani
Nim. 1810503002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempatan, dan kesulitan bersama kemudahan. – (HR Tirmizi)

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua saya, kepada ayah tercinta bapak Domerman yang sudah bekerja keras untuk mendukung dan memberikan doa disetiap langkah saya dalam menempuh pendidikan dan untuk almarhumah ibu saya tersayang Yanita, S.Pd.I, atas segala mimpi dan harapan yang sudah kalian amanahkan kepada saya, itu semua telah saya wujudkan dalam bentuk skripsi ini. Terimakasih, karena kalian berdua adalah alasan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrahmatullahi Wabarakatuh,

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PODCAST WOLES DALAM MELAWAN DISINFORMASI DI ERA NEW MEDIA”. Dalam skripsi ini penulis menyadari banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat dorongan semangat, serta bimbingan dari beberapa pihak alhamdulillah, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi penulis banyak mendapat bantuan serta bimbingan dari beberapa pihak, oleh karena itu dengan segala rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan yang telah turut membantu menyelesaikan skripsi ini, antara lain:

1. Ibu Prof. Dr. Nyayu Khodijah, S.Ag, M.Si, Selaku rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang telah memberikan ranah untuk menempuh kegiatan pendidikan selama perkuliahan baik secara akademik maupun non akademik.
2. Bapak Dekan Dr. Achmad Syariffudin, MA, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
3. Ibu Dr. Nurseri Hasnah, M.Ag, selaku ketua Prodi Jurnalistik yang selalu senantiasa memberikan bantuan selama menjadi mahasiswa jurnalistik.
4. Ibu Dr. Fifi Hasmawati, M.Si selaku pembimbing 1 yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti dan tidak lupa motivasi dan semangat untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.

5. Bapak Muslimin, M.Kom.I selaku pembimbing II yang turut meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan terkait penulisan skripsi serta dorongan semangat dari beliau untuk peneliti.
6. Seluruh dosen yang mengajar, staff dan seluruh civitas akademika fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu kelancaran proses perkuliahan dari awal hingga akhir semester.
7. Saudara kandung terkasih dan tersayang Indah Razanah dan Ahmad Rifqih Apriansyah yang selalu mendukung proses perkuliahan saya baik itu dukungan moril dan materi kepada peneliti serta Evitia Wati, Efriza Prastyana dan Salma Azzahra selaku adik peneliti yang selalu ada baik suka dan duka.
8. Media Detik Sumsel khususnya Bapak Muhammad Nasir dan Bapak Petrus Pramono yang telah memberikan izin penelitian serta memberikan sumber informasi bagi peneliti dalam penulisan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat seperjuangan diperkuliahan Dinda Aprilia, Delta Septiasmara, Vandea Helga F, Maya Afriani, Kemas Prima, Rahmat Prastyo, Fifin Andriani dan Superparwati. Serta sahabat sepermainan Anisa Aziza Ramadhani, Azizah Ristia Anjani, Tri Agus Saputra yang telah memberikan semangat dan dukungan serta membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Keluarga besar LPM Ukhuwah terkhusus LPM Ukhuwah ORI 2018 teman seperjuangan baik organisasi dan perkuliahan.
11. Terimakasih untuk diri sendiri yang sudah berjuang hingga sejauh ini dengan melawan rasa ego dan mood yang tidak menentu selama menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Namun peneliti berusaha maksimal untuk menyusun skripsi dengan baik.. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca umumnya.

Palembang, 19 November 2022

Arisa Domiani

NIM. 1810503002

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABLE	xi
.....	
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Kepenulisan	12
BAB II TINJAUAN TEORI	14
A. Tinjauan Pustaka	14
B. Kerangka Teori	16
a. Strategi Komunikasi	16
b. New Media	30

c. Disinformasi	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Metodologi Penelitian	44
1. Metode Penelitian	44
2. Data dan Jenis Data	44
3. Teknik Pengumpulan Data	46
4. Lokasi Penelitian	48
5. Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Media Podcast Woles Detik Sumsel	51
B. Pembahasan	54
a. Strategi Podcast Woles Dalam Melawan Disinformasi	54
b. Hasil Strategi Komunikasi Podcast dalam Episode “Mengungkap Layangan Putus Versi ASN	62
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	3
Gambar 1.2	9
Gambar 3.1	48
Gambar 4.1	52
Gambar 4.2	54
Gambar 4.3	58
Gambar 4.4	58
Gambar 4.5	62
Gambar 4.6	77

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	63
------------------------	-----------

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Podcast Woles Detik Sumsel Dalam Melawan Disinformasi Di Era New Media”. Perkembangan zaman yang kian hari semakin pesat memunculkan beberapa inovasi platform media informasi. Perkembangan teknologi inilah yang memunculkan lahirnya media baru atau New Media. Pada penelitian ini berfokus kepada podcast WOLES Detik Sumsel yang tayang pada chanel youtube Detik Sumsel dimana podcast merupakan salah satu bentuk contoh adanya new media. Dengan rumusan masalah yang dibahas yakni bagaimana strategi komunikasi podcast woles dalam melawan disinformasi di era new media dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan mengetahui serta menganalisis strategi komunikasi podcast Woles Detik Sumsel dalam melawan disinformasi di era New Media. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Episode yang diambil pada penelitian ini adalah sebanyak satu episode dengan judul “Mengungkap Layangan Putus Versi ASN Sumsel” dan dianalisis menggunakan teori *Public Relation*, ditemukan beberapa hasil antaranya *Defining Public Relation, Planing and Programing, Talking action and communicating serta Evaluating the program*. Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan pada bab pembahasan maka peneliti mengajukan saran untuk para peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya tentang strategi komunikasi podcast dalam melawan disinformasi agar memperluas referensi dan menggunakan teori-teori yang baru, supaya menambah pemahaman para pembaca.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Podcast Woles Detik Sumsel, disinformasi, New Media

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Arus perkembangan zaman dari waktu ke waktu kian berkembang. Ini tidak luput dari kemajuan teknologi saat ini. Keingintahuan masyarakat terhadap banyak hal menjadikan internet sebagai salah satu alternatif yang tepat dalam menggalih informasi. perkembangan teknologi inilah yang memunculkan lahirnya media baru atau *New Media*.

Istilah “media baru” berujuk pada media digital, yang bersifat interaktif, menggabungkan komunikasi dua arah, dan melibatkan beberapa bentuk komputasi. Media baru tentu saja berbeda atau bahkan berlawanan dengan “media lama”, seperti telepon, radio, dan televisi. Namun banyak “media baru” muncul sebagai bentuk penggabungan media lama dengan chip komputer dan hard drive. Ketika kita menggunakan media baru, kita secara umum menunjukkan bahwa semua media yang baru muncul adalah media baru.¹

Media baru ini memberikan cara yang berbeda dalam bertemu audiens. Tidak hanya media konvensional yang bersifat satu arah, melalui

¹ Catur Nugroho, *CYBER SOCIETY Teknologi, Media Baru, dan Distrupsi Informasi*, (Jakarta: Penerbit Pramedia Group, 2020), hal. 30

interaksi satu sama lain serta mengambil peran aktif dalam memaknakan pesan.² New media di era sekarang memiliki pengaruh yang tinggi didalam perkembangan teknologi yang kian semakin besar dan luas, new media menjadikan sebuah tempat bagi masyarakat untuk mengutarakan sebuah pesan komunikasi.

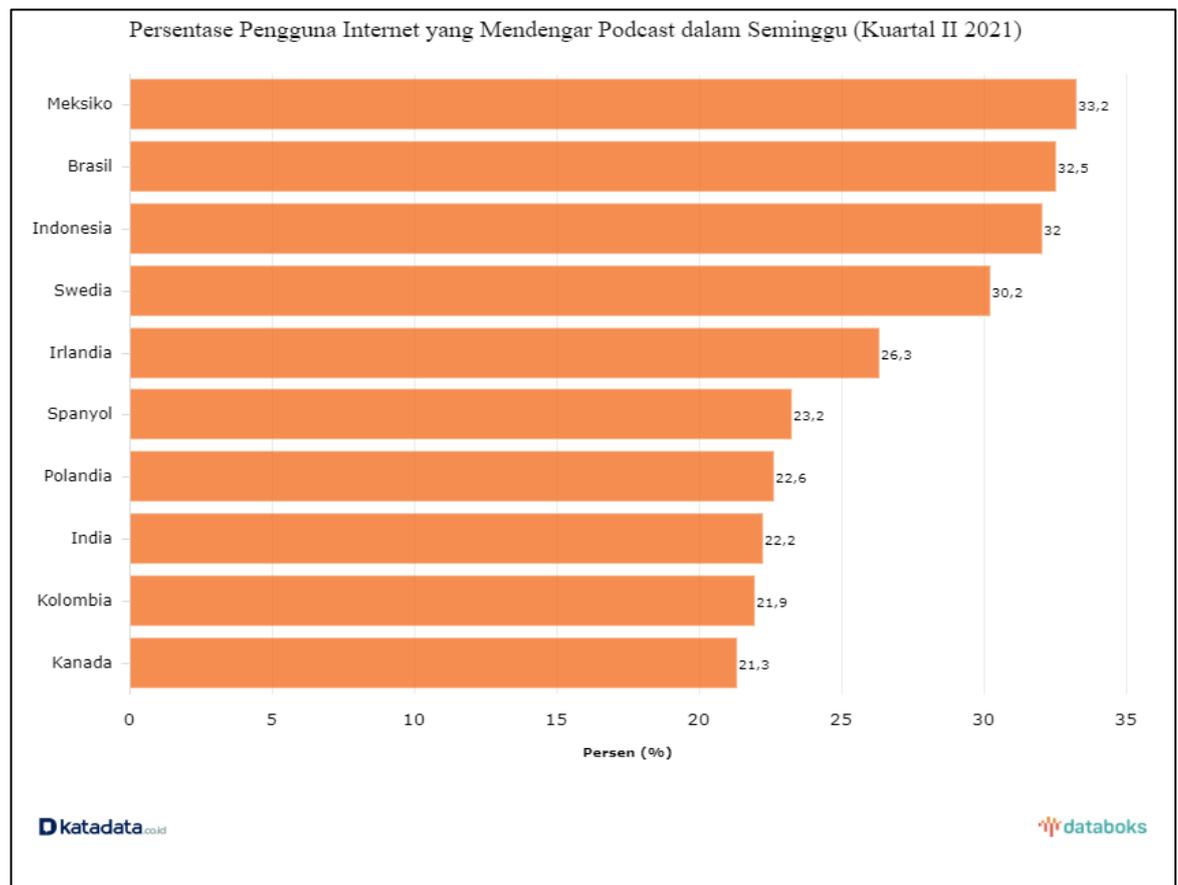
Dengan kemajuan teknologi inilah yang mendukung adanya media baru salah satunya yaitu podcast. Sebuah aplikasi smarthphone yang memungkinkan seseorang untuk membuat weblog yang berisi mengenai lagu, suara, dan tulisan tentang apa saja, mulai dari yang bersifat personal hingga publik.

Podcast merupakan salah satu implikasi mediamorfosis. Sejarah mencatat podcast lahir seiring kelahiran ipod produksi Apple pada tahun 2001 yang diperkenalkan oleh Steve Jobs. Podcast dapat dikatakan “ipod broadcasting” atau siaran menggunakan ipod. Berbeda dengan radio FM/AM konvensional, podcast tidak menyiarkan siarannya secara linier. Podcast yang serupa dengan youtube merupakan platform siaran suara on demand.³

Pengguna podcast secara global termasuk di Indonesia juga turut mengalami peningkatan pesat. Tercatat pada hasil penelitian *We Are Social* pada Oktober 2021 merilis data pengguna podcast di Indonesia masuk dalam urutan terbesar ketiga pendengar podcast di dunia.

² Septarina, Studi Fenomenologi Penggunaan Podcast Sebagai Media Sarana Informasi Pada Prokopim Kota Bandung, *ejournal Studi Ilmu Komunikasi*, hal. 2

³ Diyah Ayu Karunianingsih, “Konvergensi Media Pada Podcast Radar Jogja Digital Dalam Publikasi Berita dan Perluasan Segmentasi Audiens”, *ejournal Studi Komunikasi Media*, vol. 25, No. 1, 2021, hal. 65



Sumber : We Are Social (dalam databooks.katadata.co.id)

Gambar 1.1 Data pendengar podcast di Indonesiaquarata 2 2021

GlobalWebIndex (GWI) menyatakan sebanyak 20,1% pengguna internet di seluruh dunia dalam mendengarkan podcast dalam seminggu pada kuarta II 2021. Dalam laporan tersebut GWI melakukan survei terhadap pengguna internet berusia 16 sampai 64 tahun.⁴

Variasi konten yang saat ini semakin menarik, menggait para masyarakat tertarik menggunakan podcast. Diantaranya podcastnews, Bias, Story, Mainbola, Lifestyle, Cerita Misteri, mengulas film (*film*

⁴ Reza Pahlevi, "Persentasi Pendengar Podcast di Indonesia Terbesar Ketiga Di Dunia" dalam databooks.katadata.co.id

review) dan banyak variasi tema yang dibahas dalam setiap episode podcast yang disuguhkan. Serta sifatnya yang fleksibel, bisa didengarkan dimana saja dan kapan saja, dan bisa didengarkan sambil melakukan aktivitas yang lain membuat pocast digandrungi.

Menurut MC Quail, Kebanyakan media baru memungkinkan komunikasi dua arah, yang bersifat interaktif yang memungkinkan pengumpulan sekaligus pengiriman informasi sehingga implikasi bisa beragam, baik bagi audiens maupun kreator. Implikasi yang terjadi pada audiens, yaitu menggunakan media guna memenuhi kebutuhannya. Begitupun dengan podcast, sebagai medium yang berfungsi memberikan informasi serta hiburan tentunya akan memberikan dampak bagi audiens yang mengonsumsinya.

Ditengah maraknya perkembangan teknologi informasi saat ini ternyata memberikan dampak krusial bagi masyarakat. Salah satunya yakni bermacamnya informasi tersebut, mulai dari informasi fakta sampai informasi yang fiktif. Informasi pun mengalir deras, cepat dan tidak dapat terbendung, yang bahkan menimbulkan banjir informasi. jika tidak dapat memilah dan memilah serta mengevaluasi secara kritis atas aliran informasi, maka manusia akan terjebak pada kondisi yang disebut Alvin Toffler sebagai “informasi overload”, suatu kondisi dimana seseorang sangat sulit memahami permasalahan isu dan kemudia mengambil keputusan karena informasi yang berlebihan.⁵

⁵ Ibid, hal. 155

Perkembang informasi yang sangat pesat menjadikan masyarakat dunia beralih dari era tradisonal, industrialisasi ke era informasi yang berujung pada hadirnya (informastion society). Rogers menyatakan bahwa masyarakat informasi adalah sebagian besar angkatannya kerjanya bekerja dibidang informasi. dan informasi telah menjadi elemen yang dianggap paling penting dalam kehidupan. Informasi diakui sebagai komoditi yang dapat dijual, diberikan, dikopi, diciptakan, disalah artikan, didistorsikan bahkan dicuri. Secara sederhana banyak orang yang sudah memahami dan memiliki konsep tentang sifat dan pemilikan informasi yang dahulunya tidak disadari.⁶

Menurut Dahlan dalam bukunya “Ensiklopedia Hukum Islam” Informasi merupakan unsur pokok yang secara implisit melekat dalam konsep pembangunan yang terencana. Kegiatan pembangunan yang juga dapat berlangsung dan mencapai sasaran bila dalam setiap tahapannya- perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan- didasarkan pada informasi yang memadai. Informasi memang diperoleh melalui kegiatan komunikasi tetapi sesungguhnya yang menentuka nilai komunikasi adalah informasi yang dibawanya. Revolusi Informasi, biasanya dipahami sebagai perubahan yang dihasilkan oleh teknologi informasi⁷

Rogers menekankan bahwa informasi sebagai salah satu diantara tiga sumber daya dasar (basic resouces) selain potensi material dan energi.

⁶ Amar Ahmad, “Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi (Analisis pada Sejumlah Situs Islam)”, Ejournal Pekommas Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Vol. 16 No. 3, 2013, hal. 177.

⁷ *Ibid*, hal. 178

Informasi dianggap tidak memiliki kegunaan praktikal bila tidak dimaknai dan dioperasionalkan melalui komunikasi. Ini salah satu masalah krusial yang meliputi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Fleksibilitas kreasi konten informasi merupakan daya tawar dari teknologi informasi dan komunikasi. fleksibilitas tersebut juga dapat memberi celah pada penciptaan informasi sebagai komoditas yang disengaja, serta memunculkan disinformasi.

Disinformasi merupakan sebuah informasi salah yang sengaja dikreasikan. Fleksibilitas kreasi konten informasi merupakan daya tawar dari teknologi informasi dan komunikasi. Namun apabila fleksibilitas tersebut memberi celah pada penciptaan informasi sebagai komoditas yang disengaja, disinformasi akan muncul. Disinformasi merupakan sebuah informasi yang salah dan sengaja dikreasikan. Kecakapan dibutuhkan untuk memaknai segala platform teknologi informasi dan komunikasi, termasuk teknologi dalam sumber digital. Fenomena seperti cyber swamp dan diinformation merupakan bagian dari ketidak cakapan dalam memaknai dan memanfaatkan teknologi itu sendiri.⁸

Berbeda halnya dengan hoax, hoax berasal dari kata “hocus” Dalam cambridge Dictionary, kaya ‘hocus’ memiliki arti ‘tipuan untuk menipu’ kemudian kata tersebut berkembang menjadi kata “hoax” yang memiliki dua arti yakni, ‘upaya menipu sekelompok besar orang’ dan ‘sebuah tipuan.’

⁸ *Ibid*, hal. 156

Dari pengertian tersebut hoax dapat diartikan sebagai informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi yang sebenarnya. Dengan kata lain hoax juga bisa diartikan sebagai upaya memutar balikkan fakta menggunakan informasi yang meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya.⁹

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa disinformasi dan hoax itu berbeda. Hoax adalah upaya memutar balikkan fakta dengan proses informasi yang meyakinkan namun tidak dapat diverifikasi kebenaran sedangkan disinformasi adalah informasi yang tidak benar, namun memang direkayasa sedemikian rupa dengan niat membohongi publik atau sengaja mempengaruhi opini publik demi keuntungan tertentu.

Afwan Purwanto, seorang trainer dari Google News Initiative (GNI), yang menjelaskan bahwa hoax bisa terjadi karena misinformasi atau disinformasi. Menurut Afwan, misinformasi adalah sebuah informasi yang salah, namun orang yang menyebarkannya percaya bahwa informasi itu benar. Sementara disinformasi yang salah tetapi sengaja disebarkan dengan tujuan tertentu. Derakhsan dan Wardle mengemukakan bahwa misinformasi dan disinformasi merupakan bagian dari kekacauan informasi (Informasi disoder).¹⁰

Dengan kemudahan-kemudahan dalam perkembangan teknologi saat ini membuat orang hanya membaca dan menyebarkan tanpa

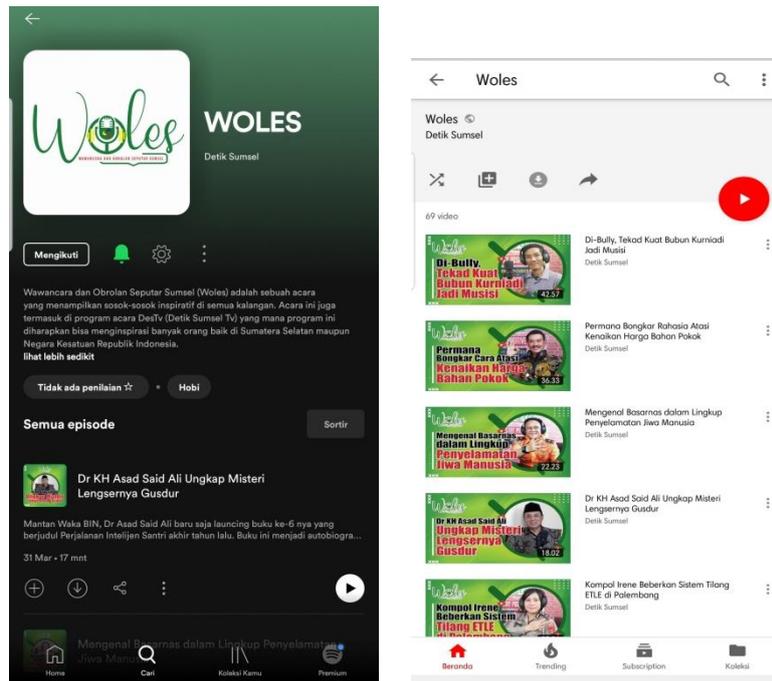
⁹Christiany Judhita, "Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial Serta Antisipasinya", Ejournal Pekommas, Vol. 3, No.1, 2018, hal 32

¹⁰ Arief Hartanto, "Disinformasi Keagamaan Di Indonesia: Tinjauan Wacana", Ejournal Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya, Vol. 22 No. 3, 2020, hal. 355

mengecek informasi sudah benar atau belum hal disebabkan oleh bias informasi. Bias informasi ini bisa dengan mudah berkembang di sosial media. informasi bohong dan tipuan atau hoax adalah hal yang mudah tersebar di media sosial seperti Instagram, youtube, facebook dan twitter Oleh sebab itu di era New Media seperti sekarang ini arus informasi akan sangat sulit untuk dibendung. Informasi-informasi dari berbagai platform di media maya akan terus menyebar. Ketakutan akan kekacauan informasi tidak dapat dihindari..

Terlepas dari fenomena hoax dan disinformasi tersebut, upaya yang dilakukan oleh media massa Detik Sumsel dalam menyikapi masalah pemberitaan yang bersifat disinformasi salah satunya adalah membuat chanel podcast.

Media massa Detik Sumsel rupakan salah satu media massa yang berada di kota Palembang. Detik Sumsel melakukan inovasi dengan menghadirkan podcast sebagai media penyebaran informasi yang baru.



Sumber: Media Sosial Youtube & Podcast Woles Detik Sumsel

Gambar 1.2 Aplikasi Streaming podcast Woles Detik Sumsel

Detik sumsel menjadikan platform Spotify dan YouTube sebagai media streaming bagi masyarakat yang ingin mengakses informasi. Podcast Woles menjadi salah satu contoh inovasi baru dari hadirnya *New Media*. Ada banyak ragam informasi yang disajikan pada setiap episode dari podcast tersebut mulai dari politik, budaya, *lifestyle* hingga *human interest* pun tidak luput dibahas secara langsung dalam podcast ini. Podcast Woles Detik Sumsel terbilang aktif dibandingkan dengan podcast yang lainnya khususnya media di Sumatera Selatan yang memiliki channel podcast. Berita update yang disajikan serta narasumber yang didatangkan secara langsung dan berkompeten dibidangnya membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap podcast ini. Dalam temuannya

peneliti tertarik untuk menganalisis strategi yang digunakan podcast Woless pada salah satu episode podcast. Dengan podcast Woless Detik Sumsel ini diharapkan dapat mampu menjadi salah satu contoh New Media yang sangat aman dan terpercaya dalam membagikan informasi kepada khalayak.

Dari deskripsi di atas maka peneliti pun tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam mengenai **“Strategi Komunikasi Podcast Woless Detik Sumsel Dalam Melawan Disinformasi di Era New.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan penulis, maka penulis mendapatkan rumusan masalah yakni, Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh podcast detik sumsel dalam melawan Disinformasi di Era New Media?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah perlu ada pembatasan masalah, pada penelitian ini akan berfokus pada peringkat teratas episode podcast WOLES Detik Sumsel dengan jumlah viewers terbanyak, agar penelitian tersebut tidak keluar dari batasan yang akan diteliti.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas yaitu untuk mengetahui serta menganalisis strategi komunikasi podcast Woles Detik Sumsel dalam melawan disinformasi di era New Media.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat untuk perkembangan ilmu komunikasi khususnya program studi Jurnalitik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang yang berkaitan dalam bidang disinformasi.
 - b. Secara teoritis, penelitian ini dapat memberi wawasan serta menerapkan ilmu pengetahuan yang telah didapat oleh penulis selama menempuh perkuliahan di jurusan Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang.
 - c. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai titik tolak untuk melaksanakan penelitian sejenis secara mendalam.
2. Manfaat Praktis

- a. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang podcast sebagai media distributor audio yang baru.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat kota Palembang tentang peran podcast dalam menyampaikan informasi ditengah maraknya disinformasi saat ini.
- c. Mengetahui bagaimana sebuah podcast dapat dijadikan sarana dalam mencari informasi yang aman dan terpercaya.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah sistematika penulisan serta mempermudah dalam pencapaian tujuan, maka pembahasan dan penulisan dalam penelitian ini secara rinci akan diuraikan berdasarkan garis besar dan disajikan kedalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, dalam bab ini akan dijelaskan secara rinci pokok pikiran yang melatar belakangi timbulnya masalah. Selain itu, membahas mengenai ruang lingkup cangkupan penulis. Tujuan dan manfaat dari analisa yang ditulis serta membahas sistematika penulisan penelitian ini.

BAB II Tinjauan Teori, pada bab ini akan berisikan tinjauan pustaka serta pembahasan mencakup beberapa teori umum yang akan

digunakan dan teori khusus yang berkaitan dengan topik yang dibahas. Mencakup tentang teori Strategi komunikasi, serta beberapa teori lain yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

BAB III Metodologi Penelitian, pada bab ini akan membahas tentang metode penelitian, jenis data serta teknik penelitian.

BAB IV adalah Hasil dan Pembahasan, pada bab ini akan berisi tentang hasil temuan yang didapat selama penelitian, dan menjawab bagaimana Strategi Komunikasi Podcast Woles Detik Sumsel Dalam Melawan Disinformasi di Era New Media.

BAB V adalah bab yang berisikan penutup yang berupa kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari penulis.

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Sebelum melakukan penelitian, penulis sebelumnya melakukan kajian terhadap beberapa penelitian yang sudah ada agar menghindari kesamaan. Tinjauan pustaka ini merupakan kumpulan referensi penelitian terdahulu guna dijadikan rujukan karya Ilmiah.

- 1.) *Strategi Komunikasi Konten Podcast di Aplikasi Noice oleh Valentin Valiant, S.Sos, M.Kom.* Artikel dosen Universitas Indonesia I.A.Y Jakarta. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dalam penulisan ini maka dalam penelitian ini membahas tentang strategi yang dilakukan oleh aplikasi Noice dalam menciptakan konten yang bermanfaat bagi pendengar untuk menciptakan eksistensinya di era digital. Adapun strategi yang dilakukan dalam konten ini adalah dengan menamapilkan podcaster yang berpotensi dalam bidangnya. Ada sedikit persamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu menggunakan teori yang sama yakni strategi komunikasi serta menjadikan podcast sebagai objek

2.) penelitiannya. Sedangkan perbedaan terletak pada tempat dan waktu penelitian.¹¹

3.) *Strategi Komunikasi Dalam mensosialisasikan Program Website Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat (Lapor) di Kota Makasar* oleh Naldi Vadillah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makasar. Pada penelitian ini membahas tentang strategi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makasar dalam mensosialisasikan layanan website pengaduan online bagi masyarakat kota Makasar. Selain itu dalam penelitian ini juga turut membahas faktor pendukung dan penghambat dari strategi yang dilakukan. Adapun persamaan yang dilakukan dalam penelitian sebelumnya adalah penelitian ini akan menggunakan metode yang sama yaitu metode kualitatif dan teori yang sama yaitu strategi komunikasi. perbedaan dari penelitian ini adalah objek, waktu dan tempat penelitian serta hasil dari penelitian ini akan memberikan penjelasan terkait dengan strategi podcast woles dalam melawan disinformasi di era New Media.¹²

4.) *Strategi Komunikasi Podcast Dalam mempertahankan Eksistensi di Era Digital*, Jurnal penelitian oleh Wahyu Nur

¹¹ Valentin Veliant, Skripsi: *Strategi Komunikasi Konten Podcast di Aplikasi Noice*, (Jakarta: Universitas Indonesia I.A.Y Jakarta, 2020)

¹² Naldi Vadillah, Skripsi: “*Strategi Komunikasi Dalam mensosialisasikan Program Website Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat (Lapor) di Kota Makasar*” (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021)

Syarafina mahasiswi Universitas Surabaya. Penelitian ini melakukan studi kasus pada podcast manusia keju. Jurnal ini membahas tentang strategi komunikasi yang dilakukan oleh podcast manusia keju dalam mempertahankan eksistensinya di era digital. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Dalam jurnal ini membahas poin-poin penting yang dilakukan oleh podcast manusia keju dalam menghadapi persaingan yaitu dengan melakukan promosi pada setiap akun sosial media. yang membedakan dengan penelitian yang akan dibuat adalah fokus penelitian. Penelitian yang dibuat akan berfokus pada strategi manajemen yang dilakukan dalam melawan disinformasi di era new media.¹³

B. Kerangka Teori

G. Strategi Komunikasi

a. Pengertian

Sebelum mengenal strategi komunikasi ada baiknya memahami terlebih dahulu pengertian dari komunikasi. Menurut Wursanto, komunikasi adalah proses kegiatan pengoperan/penyampaian warta/berita/informasi yang mengandung arti dari satu pihak (seseorang atau tempat) lain dalam usaha mendapatkan saling pengertian. Berlo

¹³ Wahyu Nur Syarafina, *Skripsi: Strategi Komunikasi Podcast Dalam mempertahankan Eksistensi di Era Digital*, (Surabaya, Universitas Surabaya, 2021).

berpendapat mengemukakan komunikasi suasana yang penuh keberhasilan hanya jika penerima pesan memiliki makna terhadap pesan tersebut dimana makna yang diperolehnya tersebut sama dengan apa yang dimaksudkan oleh sumber.¹⁴

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planing) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹⁵

Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (manegement) untuk mencapai suatu tujuan.¹⁶ Menurut Effendy Uchjana komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh satu orang ke orang lain untuk menginformasikan, mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara lisan (langsung) maupun tidak langsung(melalui media).¹⁷

¹⁴ Fenny Oktavia, *Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan Masyarakat Long Lunuk*, Ejournal Ilkom Fisip UNMUL, Vol. 4, No. 1, 2026.

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, *"Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek"*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2017, hal. 32

¹⁶ Yusuf Zainal Abidin, *Menejemen Komunikasi (Filosofi, Konsep dan Aplikasi)*, Bandung: Pustaka Setia 2015 , hal. 155

¹⁷ Onong UchanaEfendy, loc.cit. hal. 32

Marthin - Anderson juga merumuskan “Strategi adalah seni dimana melibatkan kemampuan inteligensi/pemikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.”¹⁸ Rogers memberikan batas pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Middleton sebagai pakar perencanaan komunikasi mendefinisikan “strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pengaruh efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.”¹⁹

b. Komponen Strategi Komunikasi

Keberhasilan strategi komunikasi tentunya tidak bisa begitu saja diperoleh tanpa menganalisis keunggulan-keunggulan dan kesiapan komponen yang terlibat didalamnya. Agar dalam menerapkan suatu strategi komunikasi ini berhasil maka segala sesuatunya dipertautkan dengan komponene-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut.

1.) Who? (Siapakah Komunikatornya)

¹⁸ Hafied Cangara, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, cetakan ke 3, 2017), hal. 64

¹⁹ *Ibid*, hal.65

Who disini berkedudukan sebagai komunikator atau sumber informasi, bertugas untuk memulai komunikasi, baik secara individu, kelompok maupun lembaga. Sejumlah indikator yang berhubungan dengan komponen strategi komunikasi ini mencakup: kepercayaan diri, kredibilitas, terbuka, jujur serta penuh perhitungan logika dan rasional.

2.) Says What (Pesan apa yang dinyatakan)

Merujuk pada hal apa yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Indikator yang termasuk dalam komponen strategi komunikasi mencakup: benar, autentik, rasional, terukur, valid, cepat, jelas sumbernya dan selalu menjadi sumber pemeriksa pesan lainnya.

3.) In Which Channel (Media apa yang digunakan)

Artinya saluran atau media apa yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan, baik secara langsung maupun tidak (lewat elektronik atau media cetak). Indikator dari komponen ini adalah elektronik, cetak, grafis gambar, infografis, visual gerak, audio, dan audio visual.

4.) To Whom (Siapa Komunikannya)

Saat akan mengirim pesan, komunikator harus menentukan pihak penerima (komunikan) pesan atau informasi tersebut. Pihak penerimanya bisa berupa individu, kelompok atau lembaga. Adapun indikator komponen ini mencakup: personal, kelompok terbatas, masyarakat luas, orang yang membutuhkan laporan dan lain sebagainya.

5.) With What Effect (Dampak yang ditimbulkan)

Setelah pesan diterima, perlu dilihat adakah perubahan pada diri komunikan, seperti bertambahnya pengetahuan, perubahan pendapat, perubahan sikap dan sebagainya. Indikator untuk komponen strategi komunikasi ini mencakup: pemahaman pesan oleh komunikan, terjadinya perbedaan persepsi, ingin menunjukkan arah pesan, bertambahnya persepsi baru yang sesuai, saling memperkaya pemahaman pesan, berorientasi pada capaian tujuan bersama dengan pesan sama maupun sebaliknya.²⁰

c. Korelasi Antar Komponen dalam Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dan memperhitungkan faktor-faktor

²⁰ Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*, PT. Remaja Rosdakarya, 2018, hal. 32-33

pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut.

a.) Mengenali Sasaran Komunikasi

Sebelum kita melancarkan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi itu. Sudah tentu ini bergantung pada tujuan komunikasi apakah tujuan komunikasi apakah hanya sekedar mengetahui atau untuk melakukan tindakan tertentu. Apapun tujuannya, metodenya, sasarannya pada diri komunikan perlu diperhatikan faktor-faktor sebagai berikut:

1.) Faktor kerangka referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi. Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari panduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial dan sebagainya.

2.) Faktor situasi dan kondisi

Yang dimaksud dengan situasi disini adalah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima

pesan yang kita sampaikan. Situasi yang dapat menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya. Sedangkan yang dimaksud dengan kondisi disini ialah *state of personality* komunikan, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi.

b.) Pemilihan Media Komunikasi

Seperti telah disinggung dimuka, media komunikasi banyak jumlahnya. Mulai dari tradisional sampai yang modern yang dewasa ini banyak dipergunakan. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media tergantung tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan tekni yang akan dipergunakan.

c.) Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi (message) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik intruksi. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (the content of the message) dan lambang (symbol). Lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta

dan opini, hal yang kongkret dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu, dan kegiatan yang akan datang, dan sebagainya. Oleh karena itu dalam komunikasi, bahasa memegang peran yang sangat penting. Tanpa penguasaan bahasa hasil pemikiran yang bagaimana pun baiknya tak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain dengan tepat. banyak kesalahan informasi dan kesalahan interpretasi disebabkan oleh bahasa.

d.) Peranan Komunikator dalam komunikasi

Ada faktor penting dalam diri komunikator bila Ia melancarkan komunikasi yaitu daya tarik sumber (*source attractiveness*) dan kredibilitas sumber (*source credibility*).

1.) Daya Tarik Sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa kesamaan antara komunikator dengannya.

2.) Kredibilitas sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan kepada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan

dengan profesi atau keahlian yang dimiliki oleh seorang komunikator.

Berdasarkan kedua faktor tersebut seorang komunikator dalam menghadapi komunikasi harus bersikap empati (*empathy*), yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Dengan lain perkataan dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain.²¹

d. Model Strategi Komunikasi

Ada beberapa model dalam tahapan strategi komunikasi menurut para ahli. Tahapan dalam perencanaan komunikasi menurut Hafied Cangara memiliki model perencanaan lima langkah, terdiri atas lima tahapan yaitu:

1.) Penelitian (Research)

Penelitian (*research*) dimaksud adalah untuk mengetahui masalah dihadapi suatu lembaga. Masalah bisa dalam bentuk wabah penyakit yang menyerang anggota masyarakat, kerugian perusahaan, ketidakpercayaan terhadap organisasi dan lain sebagainya.

Dalam penelitian ini dapat diartikan juga sebagai tahapan dalam menemukan fakta. Tahapan ini bertujuan

²¹ Onong Uchana, *op. Cit.* hal. 35-39

untuk mencari fakta atau permasalahan yang sedang terjadi untuk dijadikan bahan rumusan membuat strategi komunikasi yang akan dilakukan oleh lembaga atau organisasi.

2.) Perencanaan (Plan)

Perencanaan (plan) adalah tindakan yang akan diambil setelah hasil penelitian (diagnose) diperoleh. Perencanaan yang dimaksud adalah perencanaan komunikasi. Dengan demikian, diperlukan strategi tentang pemilihan dan penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (segmen), dan efek yang diharapkan.

3.) Pelaksanaan (execute)

Dalam tahapan ini merupakan tindakan yang diambil dalam rangka implementasi perencanaan komunikais yang telah dibuat. Pelaksanaan dapat dilakukan dalam bentuk tayangan di televisi, wawancara di radio, pemasangan iklan di surat kabar, pemasangan baliho dijalan dan pemberangkatan tim penyuluhan untuk bertatap muka dengan komunitas dilokasi yang menjadi sasaran.

4.) Pengukuran (measure)

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui hasil akhir yang telah dilaksanakan. Misalnya apakah daya exposure media yang digunakan dapat mencapai target sasaran, apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh penerima dan tindakan apa yang dilakukan khalayak setelah menerima informasi yang disampaikan.

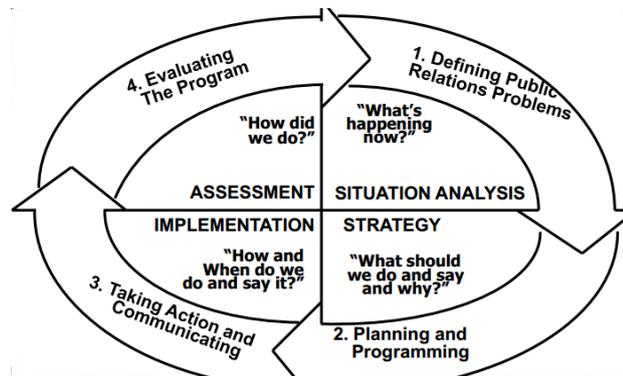
5.) Pelaporan (report)

Ialah tindakan akhir dari kegiatan perencanaan komunikasi yang telah direncanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan (proyek) untuk dijadikan bahan pertimbangan. Jika laporan diperoleh hasil positif dan berhasil, maka bisa dijadikan landasan untuk program selanjutnya.²²

Selanjutnya model strategi komunikasi menurut Cultip dan Center. Model yang dibuat oleh Cultip dan Center ini adalah model proses *public relations*. Yang pada saat itu belum disebut sebagai model perencanaan komunikasi. Tetapi langkah-langkah yang diambil dalam proses tersebut pada dasarnya perencanaan komunikasi. Langkah-langkah yang dimaksud dimulai dengan penemuan fakta (fact finding), kemudian perencanaan (planning), selanjutnya komunikasi (communication).²³

²² Hafied Cangara , *op.cit* hal. 76-77

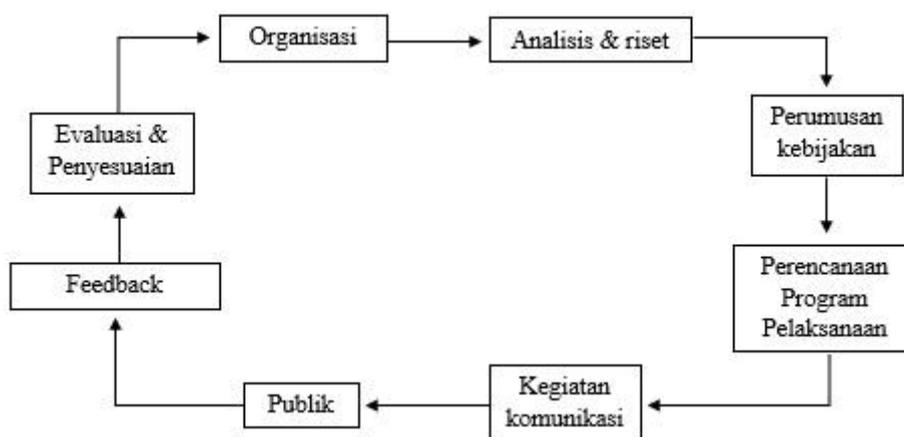
²³ *Ibid.* hal. 72



Model Perencanaan komunikasi berbasis *Public Relation* oleh Cultip dan Center.

Adapun model strategi komunikasi menurut Philip Lesly. Model perencanaan komunikasi yang dibuat oleh Philip Lesly terdiri atas dua komponen utama, yakni organisasi yang menggerakkan kegiatan dan publik yang menjadi sasaran kegiatan. Pada komponen organisasi terdapat empat tahapan, sedangkan dalam komponen publik terdapat dua tahapan.

Tahapan-tahapan tersebut dapat dilihat dalam gambar berikut:



Model perencanaan komunikasi oleh philip Lesly

a.) Organisasi

- 1) Analisis dan riset
- 2) Perumusan kebijakan

3) Perencanaan program pelaksanaan

4) Kegiatan Komunikasi

b.) Publik

1) Umpan balik

2) Evaluasi ²⁴

e. Penerapan Strategi Dalam Komunikasi

1.) Memilih dan Menetapkan Komunikator

Dalam berbagai kajian komunikasi, komunikator menjadi sumber dan kendali dari semua aktivitas komunikasi. Karena komunikator merupakan ujung tombak suatu program. Ada tiga syarat yang harus dipenuhi seorang komunikator yaitu; (1) tingkat kepercayaan orang lain pada dirinya (kredibilitas), (2) daya tarik (*attractive*), (3) kekuatan (*power*).

2.) Menetapkan Target Sasaran dan Analisis Kebutuhan Khalayak.

Memahami masyarakat atau yang biasa disebut dalam studi komunikasi dengan istilah khalayak (*audience*) merupakan target sasaran program komunikasi yang sangat penting sebab

²⁴ *Ibid*, hal. 74 -75

khalayak tersebut harus memiliki daya tarik pada program yang ditawarkan. Jika suatu program dalam studi komunikasi tersebut tidak akan berjalan dengan baik.

3.) Teknik Menyusun Pesan

Dalam penyusunan pesan terdapat teknik yang terbagi dalam bentuk (1) *One-side Issue*, yaitu teknik menyampaikan pesan yang menonjolkan sisi kebaikan atau keburukan sesuatu. Artinya seseorang komunikator menyampaikan sesuatu harus memberi tekanan pada kebaikannya atau pada keburukannya. (2) *Two-side Issue* yaitu teknik menyampaikan pesan dimana komunikator selain mengemukakan yang baik-baik juga menyampaikan hal-hal yang kurang baik

4.) Memilih Media atau Saluran Komunikasi

Memilih media komunikasi harus mempertimbangkan karakteristik isi dan tujuan pesan yang ingin disampaikan, dan jenis media yang dimiliki oleh khalayak. Pengetahuan tentang pemilihan media dikalangan masyarakat harus diketahui berdasarkan hasil riset yang dilakukan, al ini penting untuk menghindari terjadinya pemborosan biaya, waktu, dan tenaga. Sebenarnya dalam menentukan jenis media yang

akan digunakan, sering kali terjadi pergeseran. Hal ini disebabkan oleh perkembangan media itu sendiri selalu berubah dari waktu ke waktu secara cepat.

5.) Menganalisis Efek Komunikasi

Semua program Komunikasi yang dilakukan mempunyai tujuan yaitu untuk mempengaruhi khalayak. Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima. Pengaruh sangat penting dalam proses komunikasi tujuannya adalah untuk mengetahui berhasil tidaknya suatu kegiatan komunikasi.²⁵

H. New Media

a. Pengertian

New media atau media baru merupakan media yang menawarkan digitalisasi, *convergensi*, *interactivi*, dan development of network terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari new media memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan-pilihan yang diinginkannya. Kemampuan

²⁵ *Ibid*, hal. 133-165

menawarkan suatu interactivity inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media.²⁶

Straubhaar dan LaRose mencatat, bahwa adanya perubahan terminologi menyangkut media. perubahan ini berkaitan dengan perkembangan teknologi, mencakup area, produksi massal, distribusi massal, sampai pada efek yang berbeda dengan apa yang ada di media massa. keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional, sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batasan geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara real time.²⁷

Perbedaan Antara Media Pertama dan Kedua

Era Media Pertama (Broadcast)	Era Media Kedua (Interactivity)
Tersentral (dari satu sumber ke banyak khalayak)	Tersebar (dari banyak sumber ke banyak khalayak)
Komunikasi terjadi satu arah	Komunikasi terjadi timbal balik atau dua arah
Terbuka peluang sumber atau media untuk dikuasai	Tertutupnya penguasaan media dan bebasnya kontrol terhadap sumber
Media merupakan instrumen yang melanggengkan strata dan ketikda setaraan kelas sosial	Media memfasilitasi setiap khalayak (warga negara)
Terfragmentasinya khalayak dan dianggap sebagai massa	Khalayak bisa terlihat sesuai dengan karakter dan tanpa meninggalkan keragaman identitasnya masing-masing
Media dianggap dapat atau sebagai alat mempengaruhi kesadaran	Media melibatkan pengalaman khalayak baik secara ruang dan waktu.

²⁶ Terry, Flew, *New Media : An Introduction*, (New York : Oxford University Press)
hal.11

²⁷ Rulli Nasrullah, *Media Siber (Cybermedia)*, Jakarta : Kencana Pramedia Group, 2014,
hal.14

Croteu menyebutkan, media baru muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, satelites, teknologi optic fiber dan komputer. Dengan teknologi membuat pilihan serta menyediakan respon produk media secara beragam.²⁸

Menurut flew, terdapat ciri khas yang dapat menandai new media, ciri tersebut ditandai dengan adanya kombinasi berikut, yaitu *computing and information technology (IT)*, *communication network* (jaringan komunikasi), dan *digittized media and information content* (digitalisasi). Selain ciri khas tersebut, terdapat dua karakteristik utama dari new media, yaitu *individualization* (individualisasi) dan *interactivity* (interaktivitas).

Ada beberapa karakteristik media baru menurut Lister dalam bukunya *New Media: A Critical Introduction*, yaitu:

1. *Digital*: Media digital artinya setiap data yang masuk dikonversikan menjadi angka-angka yang kemudian angka tersebut dikoding atau dikeluarkan dalam bentuk teks, gambar, video, maupun audio. Kelemahan digital adalah mudah diakses kembali, disebarluaskan, dan disimpan
2. *Interactivity*: *Interactivity* berarti penggunaan new media ini dapat bebas memilih konten mana saja yang ingin mereka

²⁸ *Ibid*, hal. 16

akses. Hal ini membuat pengguna media baru dapat memilih dan memperoleh informasi apa saja yang mereka butuhkan selama akses internet dan perangkat digitalnya (gawai, komputer, dll).

3. *Hypertextual*: hipertext memudahkan pengguna membuat suatu rujukan teks dari suatu halaman ke halaman lainnya.
4. *Networked*: Penggunaan media baru akan terhubung dengan jaringan yang luas. Hal ini membuat individu memiliki jaringan global. Dan dapat mengakses informasi di internet dan tempat yang jauh sekalipun.
5. *Simulated*: Media baru mempresentasikan suatu hal yang nyata menjadi sebuah simulasi. Hal ini menggabungkan antar seni dengan penggunaan teknologi yang dapat digunakan dalam suatu perencanaan tertentu.²⁹

New media paling baik dipahami sebagai media yang menggunakan teknologi digital dan internet. New media menghasilkan beragam jenis media salah satunya media sosial. Sosial media merupakan bentuk dari adanya new media hal ini dikarenakan sosial media dipergunakan sebagai wadah komunikasi dengan manusia lainnya dengan menggunakan kemampuan teknologi dari internet.

²⁹ *Ibid*, hal. 22

Seperti yang diketahui umum, komunikasi massa adalah proses berbagi pesan kesejumlah besar khalayak melalui beberapa bentuk teknologi pada satu waktu. Sehingga beberapa bentuk teknologi pada satu waktu. Sehingga beberapa bentuk teknologi yang digunakan untuk menyebar pesan adalah media, berikut fungsi new media dalam penerapannya:

1.) Informasi

Mengirim dan berbagi informasi adalah fungsi utama media. karena informasi adalah pengetahuan dan pengetahuan adalah kekuatan, media menawarkan fakta dan opini yang otentik dan tepat waktu tentang berbagai peristiwa dan situasi kepada khalayak massa sebagai item informatif. Fungsi media yang informatif juga memungkinkan audiens mengetahui apa yang terjadi disekitar mereka dan menemukan kebenaran.

2.) Pendidikan

Media memberikan pendidikan dan informasi yang berbeda untuk orang-orang disemua tingkatan. Mereka mendidik orang secara langsung atau tidak langsung menggunakan berbagai bentuk konten. Misalnya program pendidikan jarak jauh adalah pendekatan langsung, drama, dokumenter, wawancara, cerita utama dan banyak program lainnya.

3.) Hiburan

Ini adalah fungsi lain dari media massa adalah sebagai hiburan yang juga dipandang sebagai fungsi media yang paling jelas digunakan. Media memenuhi fungsi ini dengan memberikan hiburan kepada orang-orang dengan televisi, radio, dan media online menawarkan cerita, film, berita seni, fhasion adalah contoh lainnya membuat waktu rekreasi dan waktu luang penonton lebih menyenangkan.

4.) Persuasi

Ini merupakan fungsi lain dari media massa karena apersuasi melibatkan pengaruh pada pikiran orang lain. Media massa mempengaruhi audiens dengan berbagai cara mengingat konten media membangun opini dan menetapkan agenda dibenak publik. Banyak dari mereka menjadi terpengaruh atau termotivasi tanpa disadari ketika melihat iklan atau lainnya.

5.) Pengawasan

Fungsi media masa ini adalah untuk mengamati masyarakat secara dekat dan terus menerus serta memberikan peringatan tentang tindakan-tindakan yang mengancam khalayak massa yang kemungkinan besar

akan terjadi dimasa mendatang guna mengurangi kemungkinan kerugian tersebut.

6.) Sosialisasi

Sosialisasi adalah transmisi budaya dan media adalah reflektor masyarakat yang mensosialisasikan orang, terutama anak-anak dan pendatang baru. Sosialisasi adalah proses dimana orang dibuat untuk berperilaku dengan cara yang dapat diterima dalam budaya atau masyarakat mereka.³⁰

b. Media Sosial

a) Pengertian

Van Dijk dalam bukunya menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasiliator) *online* yang menguatkan antar hubungan pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial.

Sedangkan menurut Meike dan Young mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikais personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Pada intinya, dengan sosial

³⁰ James R.Situmorang, *Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan, dan Sosial Budaya*, Ejournal Fisip Universitas Parahyangan, Vol.8, No.1, 2012 hal. 77-78.

media dapat dilakukan sebagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual, maupun audio visual.³¹

b) Jenis-jenis Sosial Media

1.) *Social networking*

Social networking biasanya membantu orang-orang atau organisasi untuk tetap terhubung secara *online* dan berbagi informasi serta ide di dalamnya. *Social networking sites* mungkin adalah contoh tipe media sosial yang sudah lama ada. Saat ini, banyak orang secara tidak sadar menggunakan media sosial dengan kategori *social networking* dalam kehidupan sehari-harinya. Contoh *social networking sites* yang populer sekarang ini misalnya adalah Facebook, Twitter, dan LinkedIn.

2.) *Media sharing networks*

Media sharing networks adalah jenis platform media sosial yang paling fokus menunjukkan sisi visual. Hal tersebut adalah perbedaan utama antara social media yang berfokus sebagai social networking dan media sharing.

³¹ Ahmad Setiadi, *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*, Ejournal AMIK BSI Karawang, 2016.

Secara umum, media *sharing networks* berfokus dengan berbagi foto dan video. Di kehidupan sehari-hari, contoh social media sharing networks adalah Instagram, YouTube, Snapchat, dan TikTok.

3.) *Discussion forums*

Contoh dari tipe ini adalah Quora, Reddit, dan Kaskus di Indonesia. Lihat saja, di dalam forum-forum diskusi online tersebut, banyak pengguna yang haus akan pengetahuan sehingga sering kali melemparkan pendapat dan opini bersama banyak orang lainnya.

4.) *Social blogging networks*

Jenis media sosial ini memungkinkan kamu untuk mempublikasikan konten sehingga dapat dicari oleh audiens lewat halaman pencarian Google. Media sosial yang termasuk ke dalam social blogging networks adalah Tumblr dan Medium.

5.) *Social audio networks*

Salah satu jenis media sosial yang populer sekarang ini adalah social audio networks. Seperti namanya, konten yang disediakan di media sosial ini berbentuk audio. Sehingga, setiap user bisa mendengarkan konten yang disediakan oleh para creator.

Media sosial yang termasuk ke dalam social audio network di antaranya seperti Clubhouse dan Twitter Space. Contoh kontennya antara lain podcast hingga platform untuk berdiskusi. Di mana, setiap orang dapat berkumpul dalam satu room dan berdiskusi atau mendengarkan sesama user lainnya.

6.) *Live stream social media*

Live stream pun adalah salah satu jenis media sosial yang semakin populer sekarang ini. Kamu bisa melakukan broadcast video secara langsung ke banyak orang atau sekadar menonton dan menikmati konten para streamer.

Ketika live streaming pun, ada beragam isi konten yang bisa ditonton atau dilakukan, seperti bermain video games, menunjukkan keahlian bermusik, membuat barang-barang DIY. live podcast, dan masih banyak lagi.

Podcast menjadi salah satu contoh hasil dari adanya *new media*. podcast termasuk kedalam jenis *audio social network*. Kata podcast berasal dari gabungan Ipod dan broadcast. Istilah podcast bermula ketika wartawan Ben Hammersley menyebutnya pada tahun 2004 dalam artikelnya dengan sebutan '*Podcasting*' (Berry 2006). Tetapi podcast mendapat momentum penting pada tahun

2005. Saat itu penulis sekaligus komedian Ricky Gervais meluncurkan seri podcast-only pertamanya bersama dengan surat kabar The Guardian. Hanya dalam satu malam, orang-orang yang belum pernah mendengar podcasting tidak hanya mengetahui media baru ini namun juga mendengarkan salah satu bintang terbesarnya.³²

Definisi podcast sendiri menurut Merriam Webster dalam (Meisyanti & Woro Harkandi Kencana, 2020) menyebutkan bahwa podcast adalah salah satu program melalui internet berupa audio yang ditampilkan ke RSS (Really Simple Syndication), atau sebuah digital data media atau beberapa media series yang didistribusikan oleh internet untuk pemutar media portable dan komputer pribadi (personal computer).³³

Berbeda dengan radio konvensional yang melakukan siaran secara linier, podcast hadir format siaran radio on-demand, artinya pendengar dapat menentukan sendiri waktu dan topik yang ingin didengarkan. Podcast telah muncul pada lebih dari satu dekade, podcast pada dasarnya dianggap acara radio yang direkam dan didistribusikan untuk didengarkan di iPod (atau pemutar mp3 lainnya).

³² Izza Namira, <http://idntimes.com/tech/trend/izza-namira/perkembangan-podcast-di-indonesia/7>), diakses pada tanggal 04 Juli 2022, pukul 22:15 WIB.

³³ Mochamad Irfan Radika, *Strategi komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Pendengar*, ejournal Ilmu Komunikasi, Vol. III, Agustus 2020, hal. 98

Bagi pendengar podcast, podcast adalah sebuah cara untuk menikmati konten menarik dari seluruh dunia secara gratis. Bagi penerbit podcast, podcast adalah cara yang sangat efektif untuk menjangkau banyak pendengar.

Geoghen dan Klass (2007) menyatakan ada beberapa hal yang membuat podcasting berbeda yaitu:

1. Otomatis

Podcast dapat diunduh secara otomatis ke dalam komputer/perangkat pendengar. Pendengar tidak perlu lagi membuang waktu untuk mencari-cari di internet untuk mendengarkan acara favorit ketika pengguna telah berlangganan.

2. Mudah dikontrol

Podcasting membuat pendengar memegang kendali. Pendengar dapat dengan mudah mengontrol konten atau acara apa yang ingin ia dengar dengan berlangganan.

3. Portable

Sebagian besar podcast berupa file audio MP3, karena ukuran file MP3 yang relative kecil, podcast dapat diunduh dengan mudah dari internet ataupun dipindahkan ke CD.

4. Selalu tersedia

Podcast pada dasarnya adalah radio show on demand atau siaran radio sesuai permintaan.³⁴

I. Disinformasi

Disinformasi, berdasarkan Cambridge Dictionary, berarti informasi yang salah dan sengaja disebarkan untuk menipu seseorang. Adapun, merujuk kepada KBBI, disinformasi ialah penyampaian informasi yang salah (dengan sengaja) untuk membingungkan orang lain. Berdasarkan dua arti itu, maka definisi disinformasi ialah informasi keliru yang disebarkan dengan tujuan membuat informasi yang asli tidak valid, berkurang kebenarannya, dan atau tidak berguna.³⁵

Produksi dan penyebaran informasi salah ini dilakukan dengan sengaja untuk tujuan politik atau komersil. Jurnalisme yang buruk juga bisa membuat informasi yang salah, tetapi tanpa niat jahat ketika memproduksinya.³⁶

Adapun jenis-jenis dari disinformasi itu sendiri yakni:

a. Satire/Parodi

Satire atau Parodi merupakan informasi yang isinya memang untuk menipu atau menyinggung seseorang atau suatu peristiwa.

b. Konten yang menyesatkan

³⁴ Izza Namira, <http://idntimes.com/tech/trend/izza-namira/perkembangan-podcast-di-indonesia/7>), diakses pada tanggal 04 Juli 2022, pukul 21:00 WIB.

³⁵ Aribowo Sasmito, *Tool Kit Penanganan Hoax dan Disinformasi*, (Mafindo: Jakarta 2018), hal. 7

³⁶ Engelbertus Wendramata, *Jurnalisme "Berita Palsu" & Disinformasi*, (Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada), hal. 12

Penggunaan informasi yang sesat untuk membingkai sebuah isu atau individu.

c. Konten tiruan

Informasi ini memiliki konten tiruan dari sumber aslinya. Artinya, didalam informasi dibuat seolah-olah berasal dari seseorang atau lembaga asli namun palsu.

d. Konten Palsu

Informasi dengan konten baru yang 100 persen salah dan didesain untuk menipu sertamerugikan.

e. Koneksi yang salah

Hubungan antar elemen dalam informasinya tidak terkoneksi dan tidak sesuai dengan klaim dalam informasinya.

f. Konten yang Salah

Informasi dengan konten yang salah merupakan konten dalam informasi tersebut tidak memiliki kesamaan konteks dengan konten aslinya.

g. Konten yang Dimanipulasi

Informasi dengan konten yang dimanipulasi artinya ada modifikasi dari konten aslinyasehingga informasinya dapa menipu.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini penulis akan melakukan pengamatan secara langsung dan melakukan wawancara terhadap narasumber. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan fenomenologi dan paradigma konstruktivisme dalam mengembangkan ilmu pengetahuan.³⁷

Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan. Pertama menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan yang beragam. Kedua, metode ini menyajikan secara langsung dan hakikat hubungan langsung dan responden. Ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.³⁸

2. Data dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder.

³⁷ Indrayanto, *Metode Penelitian*, (Palembang: CV Amanah September 2017), hal. 35

³⁸ Moleong, Laxy J. *Metode Kualitatif*, (Bandung : Remaja Roskarya, 2005), hal.10

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari informan yang ditentukan oleh peneliti. Pada penelitian ini akan berisi temuan dari penelitian berupa salah satu episode WOLES detik Sumsel yang memiliki jumlah viewers terbanyak dari setiap episode, tayang pada tanggal 13 Mei 2022. Mengambil satu episode dengan *Headline* “Mengungkap Kisah Layangan Putus Versi ASN di Sumsel. Data primer diperoleh secara langsung baik yang secara observasi maupun wawancara terhadap narasumber langsung.

b. Data sekunder

Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui bahan-bahan/dokumen tertulis. Selain dari kata-kata dan tindakan sebagai sumber utama diperlukan juga data tambahan seperti dokumen sebagai penunjang dari hasil penelitian.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian Studi Kasus (*Case Studies*) Jenis penelitian kualitatif ini adalah penelitian mendalam tentang individu, satu kelompok, satu organisasi, satu program kegiatan dalam waktu tertentu. Tujuannya adalah untuk memperoleh deskripsi yang utuh dan mendalam dari

sebuah entitas. Sebagaimana prosedur perolehan data penelitian kualitatif, data studi kasus diperoleh dari wawancara, observasi, dan arsip.³⁹

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dibutuhkan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah suatu usaha sadar untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis, dengan prosedur yang terstandart. Sedangkan menurut Kerlinger, mengobservasi adalah suatu istilah umum yang mempunyai arti semua bentuk penerimaan data yang dilakukan dengan cara merekam kejadian, menghitung, mengukur dan mencatatnya.⁴⁰

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan

³⁹ *Ibid*, hal. 15

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hal. 197

merekam berbagai fenomena yang terjadi (situasi, kondisi).⁴¹

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dan tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu berkenaan dengan topik yang diteliti.

Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.⁴²

c. Dokumentasi

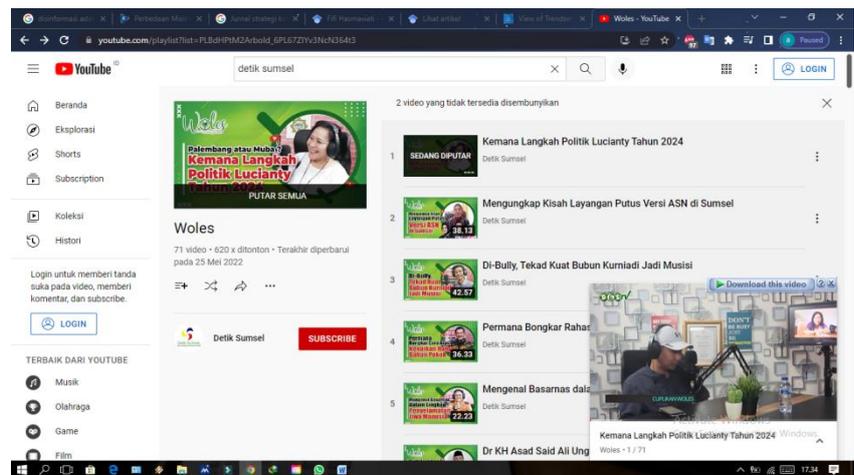
Teknik pengumpulan data yang lain yaitu dengan dokumentasi. Pengumpulan data ini menggunakan kamera handphone untuk merekam pembicaraan dengan subjek, dan kamera untuk merekam perilaku subjek.

⁴¹ Indrayanto, *op.cit*, hal. 149

⁴² Burhan Bungin, *penelitian kualitatif*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2011), hal. 111

4. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini akan dilakukan pada podcast yang diberi nama *WOLES* yang tayang pada chanel youtube dan streaming aplikasi musik spotify podcast Detik Sumsel.



Sumber: Chanel youtube & spotify Detik Sumsel

Gambar 3.1 Aplikasi streaming podcast woles detik sumsel

5. Teknik Analisis Data

Menurut Bodgan dan Biklen, analisis data adalah proses pencarian dan penyusunan data yang sistematis melalui transkrip wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi yang secara akumulasi menambah pemahaman peneliti terhadap yang ditemukan. Sedangkan menurut Spradley, analisis data merujuk pada pengujian sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian-bagiannya, hubungan diantara bagian-bagian, dan hubungan bagian-bagian dengan keseluruhan.⁴³ Untuk menganalisa penelitian ini, maka dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Informasi

Dalam pengumpulan informasi yang dilakukan adalah mencari, mencatat dan mengumpulkan semua data objektif melalui observasi, wawancara maupun dokumentasi.

2. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar dari lapangan. Proses reduksi datang berlangsung selama penelitian. Langkah ini adalah untuk memilih informasi mana yang sesuai dan tidak sesuai dengan masalah penelitian.

⁴³ Husaini Usman, Metode Penelitian Sosial, (Jakarta : Sinar Grafika Offset), hal. 84

3. Penyajian data

Setelah data direduksi maka selanjutnya adalah menyajikan data. Tahap ini merupakan upaya untuk merakit kembali semua data yang diperoleh dari lapangan selama kegiatan berlangsung dengan cara menyusun kalimat secara logis dan sistematis sehingga mudah dibaca dan dipahami dalam bentuk tabel maupun uraian penjelasan.

4. Tahap akhir penarikan kesimpulan

Langkah terakhir yang ditempuh dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari informan akan dianalisis melalui tahapan di atas, selanjutnya disajikan dalam bentuk kalimat berupa kesimpulan sehingga tidak menghilangkan keaslian dari maksud data.⁴⁴

⁴⁴ Burhan Bungin, *op.cit*, hal.112

BAB IV

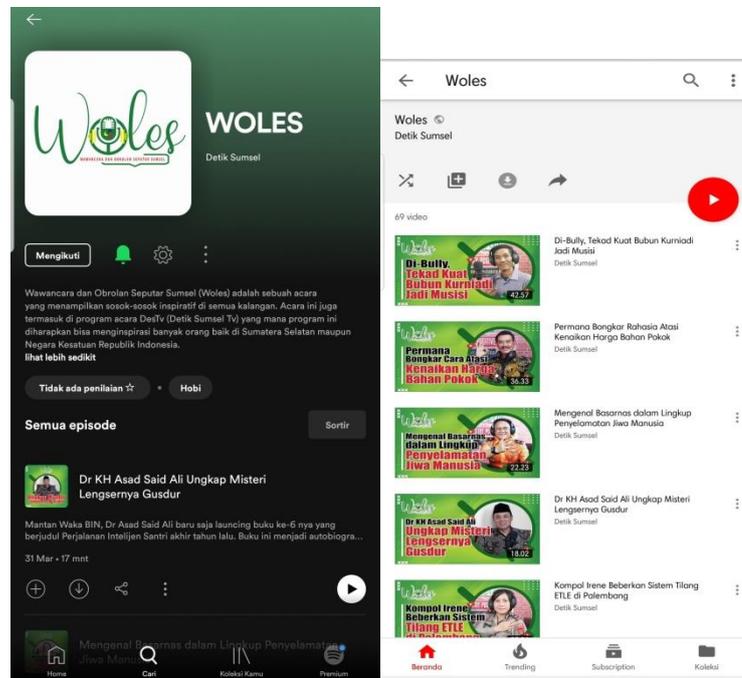
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Podcast Woles Detik Sumsel

Podcast Woles Detik Sumsel merupakan podcast yang didirikan oleh Media berita online Detik Sumsel. Podcast Woles Merupakan singkatan dari Wawancara dan Obrolan Seputar Sumatera Selatan. Podcast Woles didirikan pada tanggal Desember 2020. Yang melatar belakangi berdirinya podcast woles yaitu Media Detik Sumsel ingin terus melakukan inovasi dan mengupgrade media digital yang terus berkembang dan mengalami kemajuan di era sekarang agar Media Detik Sumsel tetap eksis sampai sekarang.

Podcast Woles detik sumsel saat ini sudah memiliki 126 perepisode-nya, dengan menyuguhkan tema yang beragam mulai dari human interest, lifestyle, pendidikan, dan masih banyak tema unik dan menari yang diangkat. Podcast Woles ditayangkan pada chanel youtube Detik Sumsel dan music streaming melalui aplikasi Spotify dengan nama Woles.⁴⁵

⁴⁵ Wawancara : Muhammad Nasir (Redaktur Detik Sumsel) pada tanggal 3 September 2022 pukul 2:42 PM



Sumber: Media Sosial Youtube & Podcast Woles Detik Sumsel

Gambar 4.1 Aplikasi Streaming podcast Woles Detik Sumsel

Tercatat hingga sekarang pada chanel Youtube Detik Sumsel telah memiliki sekitar 8,56 ribu subscriber dan pada aplikasi spotify pendengar podcast Woles memiliki sekitar seribu lebih pendengar.

Podcast Woles Detik Sumsel Memiliki tim yang menjadi penggerak dalam memproduksi penayang podcast tersebut. Tim ini berperan penting dalam mekanisme dan prosedur penayangan podcast. Adapun tim penggerak dalam pelaksanaan podcast Woles Detik Sumsel, tim ini digolongkan kedalam dua kategori :

a. Pendamping Narasumber

-Host

b. Tim Teknikal Podcast

- Soundman & Editor Video : **DODI**

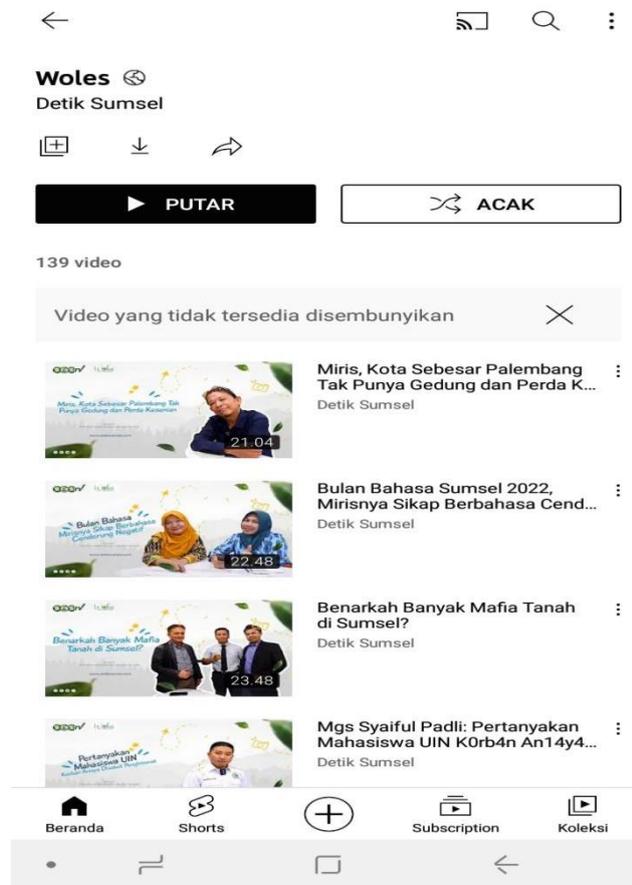
- Cameramen :**RM Adityas**

- Information and Technology : **Petrus Pramono**

Dalam mekanisme pelaksanaannya, podcast woles melakukan take video setiap harinya serta konsisten menayangkan podcast satu episode perharinya. Kemudian Podcast tersebut akan di posting atau ditayangkan pada jam 8 malam di chanel Youtube Detik Sumsel dan streaming music Spotify.

Visi dari podcast Woles Detik Sumsel adalah memberikan informasi yang seakurat-akuratnya dan terbaru melalui podcast woles dengan lingkup yang ada di Sumatera Selatan serta menjadikan Podcast Woles menjadi media terpercaya dan update dalam menyajikan bagi masyarakat luas. Adapun misi yang dilakukan oleh Podcast Woles adalah terus melakukan pembaharuan media digital yang ada hingga sekarang, serta memberikan informasi faktual dan actual guna menambah wawasan bagi para pendengar podcast Woles Detik Sumsel. Hingga sekarang per Oktober 2022 ada 139 episode yang telah ditayangkan.⁴⁶

⁴⁶ Wawancara: Petrus Pramono (Koordinator IT Detik Sumsel), 3 September 2022
02:43PM



Sumber : Youtube Podcast Woles Detik Sumsel

Gambar 4.2 Jumlah keseluruhan Episode Podcast Woles dari desember 2020 hingga per Oktober 2022

B. Pembahasan

A. Strategi Podcast Woles Detik Sumsel dalam Melawan Disinformasi

Hasil temuan lapangan yang dilakukan oleh peneliti yaitu terdapat 5 strategi yang dilakukan oleh Podcast Woles ,

- 1.) Research (Proses Pencarian Fakta)

Untuk mengetahui suatu masalah tentu memerlukan research atau penelitian dalam menemukan fakta. Hal ini dilakukan untuk dijadikan sebagai bahan rumusan dalam menyajikan informasi di podcast Woles Detik Sumsel.

“Untuk proses mencari fakta terhadap isu yang sedang diangkat, tim podcast Woles akan melakukan wawancara langsung dengan narasumber terkait permasalahan tersebut untuk menggali informasi mendalam perihal isu yang akan dibahas. Selain itu, untuk menunjang podcast agar wawancara dapat berjalan dengan baik host atau pendamping narasumber harus mengerti dan paham akan etika dan dasar-dasar jurnalistik. Hal ini dilakukan lantaran agar tidak terjadi kesalahan informasi”⁴⁷

Dari deskriptif kualitatif hasil wawancara diatas podcast Woles Detik Sumsel dalam melakukan research atau proses pencarian fakta memiliki 3 tahapan agar tayangan podcast tersebut tidak mengandung unsur disinformasi :

1. Mencari sumber data atau berita yang akan dibahas kemudian menilai data yang telah ditemukan agar berita yang disajikan bersifat faktual.

⁴⁷ Wawancara pribadi dengan Bapak Muhammad Nasir (Redaktur Detik Sumsel) pada tanggal 3 September 2022 pukul 2:42 PM

2. Kemudian melakukan wawancara dengan narasumber terkait dengan isu yang dibahas agar informasi bersumber dengan jelas
3. Narasumber mengerti akan etika dan asas kejournalistikan.

2.) Memilih Komunikator

Untuk menentukan seorang Komunikator atau Narasumber harus memiliki kredibilitas yang tinggi hal ini penting sebagai penunjang dalam pelaksanaan podcast Woless, seperti pemaparan berikut:

“Komunikasi yang baik memerlukan komunikator atau narasumber yang berkualitas saat menyajikan informasi. Seorang narasumber yang diundang adalah narasumber tepat yang berkaitan dengan isu yang akan diangkat, hal ini bertujuan agar informasi yang disampaikan kepada audiens dapat diterima dengan jelas tanpa adanya disinformasi. Banyak Disinformasi atau kesalahan informasi yang disengaja saat ini, menentukan seorang komunikator juga sangat penting dalam menyampaikan informasi, dengan narasumber yang memiliki keadibilitas serta memiliki pemikiran yang rasional mampu menarik audiens untuk menonton tayangan podcast tersebut dan menjadi program terpercaya”

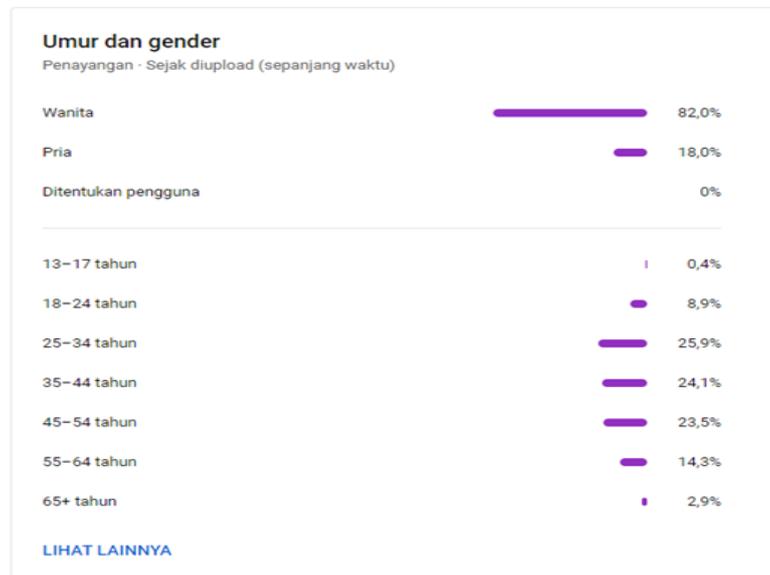
Dari deskriptif kualitatif hasil wawancara diatas podcast Woles Detik Sumsel dalam menentukan seorang komunikator yang baik memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki kredibilitas yang baik
2. Memahami serta menguasai isu atau pokok permasalahan yang akan dibahas di dalam podcast
3. Memiliki pemikiran rasional sehingga dapat diterima oleh audience

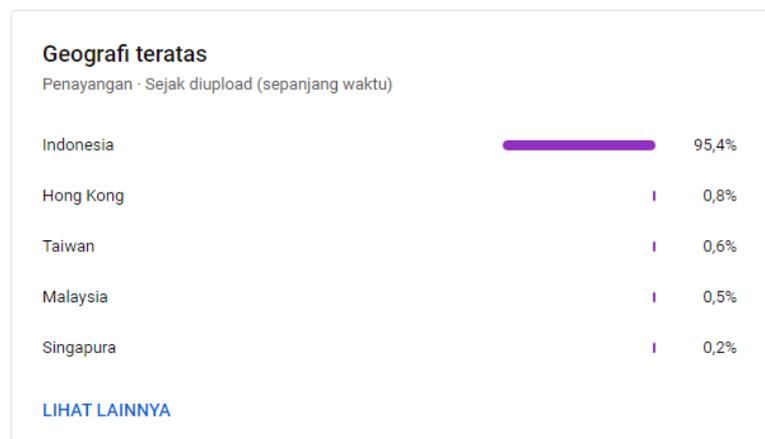
3.) Mengenal khalayak

Khalayak menjadi faktor penting dalam startategi komunikasi terkhusus dalam menyajikan konten podcast. Hal ini bertujuan untuk memahami kebutuhan khalayak dalam mengakses informasi.

“Untuk target penayangannya seluruh lapisan masyarakat dapat mengakses podcast Woles. Semua pembahasan yang diangkat dalam setiap episode podcast relate untuk masyarakat mulai dari politik, intertainment sehingga tinggal audience yang memilih ingin menonton episode yang mana. Usia audience yang ditargetkan mulai umur 13 tahun hingga dewasa.



Gambar 4.3 *Data Umur dan Gender penonton podcast Woless episode “Mengungkap Kisah Layangan Putus Versi ASN di Sumsel “ (Sumber: arsip pribadi redaksi podcast Woless Detik Sumsel, 3 September 2022*



Gambar 4.4 *Data Geografis teratas kunjungan podcast Woless episode “Mengungkap Kisah Layangan Putus Versi ASN di Sumsel” (Sumber : Arsip Pribadi Redaksi Podcast Woless Detik Sumsel 3 September 2022)*

Dari deskriptif kualitatif hasil wawancara diatas podcast Woless Detik Sumsel dalam menentukan target khalayak yaitu dilihat dari

grafik data dari salah satu tayangan podcast, target sasaran khalayak dimulai dari rentan usia 13 tahun hingga dewasa 65 tahun keatas target ini dilihat dari batas umuran yang telah diperuntukan bagi pengguna youtube.

4.) Metode Menyusun Pesan

Dalam proses penyajian informasi, mengutamakan teknik dalam menyusun pesan komunikasi juga penting guna informasi yang disebar kepada khalayak agar dapat diterima dengan mudah dan terhindar dari adanya disinformasi.

“Dalam menyampaikan informasi, podcast woles berupaya menyampaikan informasi sama persepsinya dengan pendengar dengan catatan pesan yang disampaikan oleh narasumber bersifat fakta atau sebuah kebenaran. Isi pesan yang disampaikan haruslah berimbang. Berimbang dalam artian tidak hanya sisi baik yang ditampilkan namun kritikan juga perlu. Sebuah informasi haruslah memenuhi kaidah dan kesesuaian asas-asas jurnalistik serta menggunakan bahasa indonesia dan kalimat yang mudah dimengerti oleh audience. Menyajikan informasi hampir semua podcast menggunakan teknik wawancara yang baik dan benar diiringi dengan bahasa yang lugas dan kalimat deduktif. Dalam pesan yang disampaikan melalui podcast juga menggunakan bahasa Palembang kemudian

dipertegas menggunakan bahasa Indonesia. Pada wawancara Akhir Host akan menyimpulkan isi pembahasan informasi yang disampaikan oleh narasumber agar pesan yang diterima oleh audience atau pendengar podcast tidak terjadi disinformasi”

Dari deskriptif kualitatif hasil wawancara diatas podcast Woles Detik Sumsel dalam menyusun pesan yang baik podcast woles melakukan beberapa strategi:

1. Memberikan informasi yang fakta dan benar
2. Harus menyajikan informasi yang berimbang dan sama persepsinya dengan audience
3. Menggunakan bahasa Indonesia dan diselingi dengan menggunakan bahasa Palembang, selain itu bahasa yang digunakan lugas serta kalimat deduktif.
4. Isi pesan yang disampaikan oleh seorang narasumber akan disimpulkan oleh host atau pendamping narasumber hal ini dilakukan lantaran agar pesan atau informasi yang disampaikan tidak mengalami kesalahan persepsi atau penafsiran dari pendengar.

5.) Pemilihan Media

Media juga berpengaruh dalam strategi yang dilakukan oleh Podcast Woles. Ada dua platform dalam proses penyajiannya, yaitu secara visual dan audiable.

“Untuk media yang digunakan oleh podcast secara visual adalah aplikasi Youtube sedangkan secara audiable menggunakan aplikasi spotify dan Noise. Namun saat ini podcast Woless hanya terfokus pada media visual saja, hal ini dilakukan lantaran terkendala dari teknis. Memilih media ini lantaran memanfaatkan media digital yang ada disekitar kita seperti laptop dan handphone. Di zaman serba menggunakan internet semua masyarakat mudah untuk mencari informasi dan mengakses sosial media dengan cepat dan tak terbatas. Untuk yang paling tepat dalam media podcast yaitu beberapa aplikasi tersebut.

Dari deskriptif kualitatif hasil wawancara diatas podcast Woless Detik Sumsel dalam menentukan media dalam penayangan podcastnya ada beberapa strategi yang digunakan:

- 1.) Memanfaatkan media digital seperti handphone, laptop
- 2.) Memanfaatkan new media yaitu aplikasi youtube dan noise dalam membagikan informasi lantaran sifatnya yang fleksibel bisa didengarkan dimana saja dan kapan saja.
- 3.) Informasi yang cepat dan tanpa terbatas bagi yang mengaksesnya. Media yang dipilih adalah media tepat dalam menyajikan informasi bagi tim podcast Woless detik sumsel.

Hambatan Strategi Komunikasi Podcast Woles Detik Sumsel

Adapun hambatan yang terjadi dalam strategi komunikasi yang dialami oleh tim podcast woles adalah :

1.) Komunikator

Narasumber dalam wawancara *podcast* ada beberapa kesulitan dalam penyampaian pesan-pesannya, ada beberapa kasus narasumber tidak menguasai materi pesan dan ada beberapa narasumber belum memiliki kemampuan komunikasi yang handal.

2.) *Teknical*

Ada beberapa gangguan teknis yang sering terjadi pada penayangan *podcast*. Misal pada kualitas gambar atau suara pada saat proses editing dilakukan, sehingga menyebabkan beberapa episode tidak ditampilkan pada *chanel youtube*.

B. Hasil Strategi Komunikasi Podcast Woles dalam Episode “Mengungkap Kisah Layangan Putus Versi ASN”

Berdasarkan pemaparan Metode oleh tim Podcast Woles Detik Sumsel, maka akan dipadukan dengan temuan salah satu episode podcast woles di chanel youtube Detik Sumsel terkait dengan strategi yang telah dilakukan oleh tim podcast Woles Detik Sumsel sebagai berikut:



Sumber : Youtube Detik Sumsel

Gambar 4.5 yang tayang pada chanel youtube Detik Sumsel pada tanggal 13 Mei 2022 dengan judul “Mengungkap Kisah Layangan Putus Versi ASN di Sumsel”

Peneliti memilih episode dengan jumlah penayangan terbanyak sepanjang tahun 2022 yaitu 87.679 *views* yang tayang pada chanel youtube Detik Sumsel pada tanggal 13 Mei 2022 dengan judul “Mengungkap Kisah Layangan Putus Versi ASN di Sumsel” dipandu oleh Debut Dwn selaku host dalam episode tersebut dan dinarasumberi oleh Titis Rachmawati, S.H M.H CLA selaku kuasa Hukum Suci Darma seorang Polwan di Polda Sumsel pelapor terkait dugaan perselingkuhan sang suami.

**Tabel 4.1 Isi Gambaran Podcast Woles Detik Sumsel Episode
“Mengungkap Kisah Layangan Putus Versi ASN”**

Durasi podcast	Keterangan
Menit 01:00 – 08:13	Titis menceritakan awal mula bagaimana pertemuannya dengan Suci hingga memilih Titis sebagai kuasa hukum yang mendampingi sampai proses hukum selesai. Dalam wawancaranya Ia meminta Suci menceritakan secara detail dan terbuka terkait perselingkuhan sang suami kepadanya. Titis memberikan saran dan nasihat kepada Suci agar menyelesaikan ini secara mediasi dan berdamai, namun suci menolak dan ingin membawa kasus ini ke jalur hukum.
Menit 09:18- 10:00	Dalam wawancaranya, pada tanggal 19 April 2022 Titis akhirnya menyuruh kedua asistennya untuk mengajukan laporan ke Polda Sumsel, namun laporan tersebut ditolak dengan alasan harus membutuhkan konfirmasi dari Jaksa terlebih dahulu dan yang harus melaporkan kasus perselingkuhan ini adalah suami WS selingkuhan DKM.
Menit 11:53-	Wawancara terus berlanjut, Titis

14:00	<p>menjelaskan bahwa dirinya sedikit sibuk dengan kasus lain yang saat itu Ia tangani, sehingga pengajuan proses pelaporan sedikit tertunda. Pada tanggal 25 April 2022 Titis datang secara langsung ke Polda Sumsel untuk mengajukan laporan tersebut dan Ia kemudian diarahkan ke ruang konseling. Pada saat penerimaan laporan Titis menilai bahwa pada saat itu Ia merasa diejek lantaran pengacara senior namun dari segi teknis dan berkas yang Ia ajukan banyak mengalami kekurangan dan tidak memenuhi syarat. Akhirnya laporan tersebut ditolak.</p>
Menit 17:54 – 19:29	<p>Titis marah atas tindakan tersebut, Titis mengancam bahwa Ia akan melapor kepada media dan wartawan terkait dengan proses pelaporan yang dinilai seperti menghalang-halangi. Namun setelah berdiskusi panjang dengan pihak Polda, akhirnya menemukan titik terang dan laporanpun diterima. Pada kasus ini terdapat dua laporan yang diajukan, pertama kasus penipuan dan kedua adalah pasal kasus perzinahan yang dilakukan oleh</p>

	DKM dan WS.
Menit 21:51- 22:20	<p>Pada wawancara berlangsung, host bertanya terkait dengan kronologi awal Suci mengetahui jika suaminya berselingkuh. Kemudian Titis menjelaskan hal ini bermula saat Suci merasa curiga dengan sang suami di kehamilan pertamanya. Ia menilai sikap sang suami tidak menunjukkan rasa cinta dan sayang terhadap dirinya. Saat Ia memberikan tespack kehamilannya namun sang suami tidak begitu antusias dan merasa bangga akan hal itu. sehingga hal inilah yang menjadi pemicu kecurigaan suci jika sang suami melakukan perselingkuhan.</p>
Menit 22:47 - 24:14	<p>Ketika host bertanya kepada narasumber, apakah ada cara damai atau rujuk untuk menyelesaikan persoalan ini. Titis menjawab bahwa Ia selalu menerapkan mediasi kepada setiap kaliannya, namun jika dalam kasus ini sudah dalam konteks laporan maka kasus ini harus ditempuh jalur hukum. Titis menambahkan, alasan kuat Suci melapor ke jalur hukum adalah pernyataan Suci yang</p>

	<p>masih Ia ingat saat itu, <i>“mengapa saya harus mempertahankan hubungan dengan orang yang telah menipu saya, sedangkan konsep pernikahan seumur hidup bagi saya”</i></p>
Menit 24:37	<p>DKM diketahui sudah memiliki anak dengan selingkuhannya WS dan hasil tes DNA menunjukkan 99% memang benar anak tersebut milik DKM hasil perselingkuhan dengan WS.</p>
Menit 25:06-28:51	<p>Titis menambahkan dalam wawancara podcast tersebut, bahwa Suci telah mencari tahu gelagat sang suami sejak januari 2022 hingga saat itulah Suci berniat membongkarnya. Pada saat itu, suci tanpa sengaja melihat sang suami mengunggah cerita di akun Whatsapp milik suaminya, namun ketika Ia mengecek dan melihat status WA suami di WA miliknya status tersebut tidak muncul. Disitulah Suci merasa bahwa tidak ada yang beres dengan tingkah suaminya. Kemudian suci berusaha membuka ponsel milik suaminya dan hal ini dilakukannya secara diam-diam agar tidak</p>

	<p>diketahui oleh suaminya, hingga pada akhirnya Ia menemukan isi percakapan dengan WS selingkuhannya.</p>
Menit 29:19	<p>Tidak hanya sampai disitu, Suci mencari tahu keberadaan suami WS selingkuhan DKM. Setelah diselidiki suami WS dengan inisial Y tersebut merupakan seorang penjual jam tangan, dengan modus untuk menggali informasi Suci berpura-pura membeli jam tangan disana. Y mengetahui gelagat Suci dan akhirnya Ia menceritakan kronologi awal mula DKM dan WS melakukan perselingkuhan sampai memiliki anak.</p>
Menit 32:22 – 22:36	<p>Laporan yang dilakukan oleh Suci adalah kasus ini merupakan kasus yang tidak biasa. Suci ingin menuntut DKM dan diberikan sanksi pencabutan atau pemecatan status sebagai ASN. Suci khawatir jika ini tidak dilakukan tindak tegas, akan memberikan efek dan contoh yang buruk kepada masyarakat dan jika tidak ada ketegasan Suci menilai hal ini akan dianggap menormalisasikan perselingkuhan apalagi</p>

	notebene ASN.
Menit 35:50 – 38:12	Dalam wawancara terakhir Titis menambahkan bahwa ada beberapa alasan yang membuat Suci berani untuk speak up permasalahan ini di sosial media. Titis merasa kalau Suci saat ini berada dalam situasi emosional yang tinggi sehingga membutuhkan suport atau dukungan dari orang lain atas kasus yang menyimpannya.

Jika dikaitkan dengan temuan episode diatas dan dianalisis menggunakan teori *Public Relation* oleh Cultip dan Center dengan komponen keberhasilan strategi komunikasi terdapat 4 tahapan:

1. Defining Public Relation

Pada tahapan ini adalah mengidentifikasi masalah atau tahap apa yang melatar belakang sebuah masalah dapat terjadi atau bisa disebut dengan *situation analysis*. Tahap ini setidaknya menjawab pertanyaan “what happening now?”

Pada episode ini wawancara podcast tersebut menceritakan kronologi awal perselingkuhan yang

dialami oleh Briptu Suci Darma (25), seorang Polwan Polda Sumsel dengan sang suami inisial DKM (31) yang merupakan Aparat Sipil Negara (ASN) Pemerintahan Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI). Kronologi mencatat, hal ini bermula ketika suci berani speak up permasalahan terkait dengan perselingkuhan sang suami dengan teman sekantornya tersebut diakun sosial media twitter miliknya, kemudian unggahan tersebut viral dan menjadi berita hangat di media maya. Dalam wawancara yang berlangsung Titis, selaku kuasa hukum suci menjelaskan secara rinci bagaimana proses serta kronologi awal perselingkuhan yang dialami oleh Suci Dharma dengan sang suami DKM sehingga mengantarkan Titis menjadi kuasa hukumnya. Seperti pemaparan wawancara Titis dalam wawancara podcast Suci Dharma memilih melaporkan kasus ini lantaran Suci ingin menuntut DKM dan diberikan sanksi pencabutan atau pemecatan status sebagai ASN. Suci khawatir jika ini tidak dilakukan tindak tegas, akan memberikan efek dan contoh yang buruk kepada masyarakat dan jika tidak ada ketegasan Suci menilai hal ini akan

dianggap menormalisasikan perselingkuhan apalagi notebene ASN.

Dari latar belakang permasalahan tersebut, Maka dari itu tim podcast Woles Detik Sumsel tertarik untuk mengangkat isu perselingkuhan ini pada forum podcast miliknya.

2. Planing and Programming

Melakukan penyusunan strategi yang bisa dilakukan guna menjawab pertanyaan yang sudah ditemukan. Setiap tindakan memiliki alasan yang kuat tentang pentingnya strategi ataupun tindakan yang hendak diambil. Setelah pengidentifikasian permasalahan dari isu yang akan dibahas pada tayangan podcast Woles Detik Sumsel, tahap selanjutnya adalah menentukan perencanaan. Agar strategi berjalan dengan baik ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan dalam menyusun program podcast Woles diantaranya sebagai berikut:

a.) Teknis

Podcast berbeda dengan wawancara langsung maka hal yang paling utama dalam menyusun strategi podcast agar layak disebarakan adalah dari segi visualisasi. Karena pesan yang ingin

disampaikan lewat gambar maka harus disesuaikan dengan isi pesan mulai dari fokus gambar hingga sudut pengambilan gambar (*angle*). Selain dari segi gambar, podcast juga mementingkan dari segi kualitas audio, sangat penting memerhatikan kualitas audio agar informasi yang disampaikan oleh podcast Woless dapat didengar jelas dan tidak terjadi (*noise*) bagi pendengar.

b.) Memilih Narasumber

Memilih narasumber harus memperhatikan kualitas. Tim podcast Woless memilih narasumber dari kredibilitas seperti kompetensi, sikap, tujuan serta kepribadian.

c.) Menyusun pesan

Sebelum menyusun pesan tim podcast akan memilih isu atau trend apa yang saat ini sedang terjadi. Setelah *issue* ditemukan, kemudian akan digali ide serta sumber fakta dan keakuratan berita yang akan disampaikan pada wawancara podcast. Setelah fakta terkumpul kemudian *host*, atau pendamping narasumber akan membuat pertanyaan sesuai dengan *issue* yang akan

dibahas serta dikoordinasikan dengan narasumber dalam wawancara podcast nantinya.

d.) Memilih Media

Setelah pesan disusun kemudian tim podcast Woles memilih aplikasi youtube sebagai media yang tepat dalam program tersebut.⁴⁸

3. *Talking action and communicating*

Tahap ini adalah tahap pelaksanaan atau implementasi. Strategi yang dipilih akan diterapkan dengan memastikan bahwa pesan yang akan disampaikan dapat diterima oleh penerima pesan.

Setelah strategi yang diterapkan disusun dengan baik oleh tim podcast Woles Detik Sumsel maka tahap selanjutnya adalah pengimplementasian. Tahap ini juga bisa disebut dengan pelaksanaan. Seperti dalam wawancara podcast diatas dalam episode “**Mengungkap Layangan Putus Versi ASN**” merupakan bentuk program podcast Woles dalam membedah berita terkait dengan perselingkuhan yang dilakukan oleh oknum ASN di Sumsel. Podcast tersebut ditayangkan pada chanel youtube Detik Sumsel. Hingga sekarang jumlah

^{48 48} Wawancara: Petrus Pramono (Koordinator IT Detik Sumsel), 3 September 2022
02:43PM

viwers dari tayangan podcast ini menyentuh angka 86 ribu penonton dan 1,6 ribu jumlah penyuka podcast tersebut. Pada tayangan ini tim podcast Woles memilih Titis Rachmawati, S.H M.H CLA., selaku kuasa hukum Suci Darma korban perselingkuhan suami DKM. Titis merupakan pengacara ternama di Kota Palembang. Perempuan kelahiran 22 September 1966 tersebut telah terjun di dunia Advokat sejak tahun 1992 dan memiliki banyak pengalaman dalam menangani perkara baik litigasi maupun Nonlitigasi. Titis telah membangun kantornya sendiri pada tahun 1994 dengan Nama “Titis Rachmawati, S.H, M.H, C.L.A & Associates” dan hingga saat ini Titis telah memiliki 5 orang advokat dan 2 staff legal.⁴⁹

Secara kriteria pemilihan narasumber, Titis sebagai narasumber dalam wawancara podcast tersebut telah memenuhi kriteria komunikator yang baik terlihat bagaimana kredibilitas yang Titis miliki, mulai dari kemampuan Ia menangani kasus perselingkuhan yang dilakukan oleh oknum ASN inisial DKM dengan teman kerjanya. Dalam wawancara podcast

⁴⁹ Advosquare, <http://advosquare.com>, diakses pada 2 November 2022, pukul 19:25

tersebut Titis menceritakan secara detail bagaimana awal pertemuan Ia dengan Suci hingga kronologis perselingkuhan yang dialami oleh Suci, seperti yang dilihat pada rangkuman isi podcast diatas. Dalam menyampaikan argumentasinya Titis menyampaikan pesan secara logis serta bijak memilah dan memilah kata-kata agar tidak menyinggung dan menyudutkan pihak manapun dan ini merupakan bentuk dan sikap etitude yang baik. Selain itu kemampuan Titis dalam merangkai intonasi kata (*vocal*) yang baik diiringi dengan penyampaian bahasa yang lugas dan gestur tubuh yang baik, sehingga mampu menarik minat *audience* untuk menonton tayangan podcast tersebut.

4. Evaluating the program

Tahap ini merupakan tahap *assessment*, setelah pesan disampaikan diperlukan penilaian dan pengukuran terhadap keberhasilan penyampaian pesan terhadap keberhasilan penyampaian pesan melalui strategi dan tindakan yang telah disusun.

Setelah tayangan podcast tersebut disebar luaskan, selanjutnya adalah tahap penilaian dan pengukuran dari keberhasilan strategi yang telah direncanakan. Jika dikaitkan dengan tayangan podcast diatas maka dapat dilihat dari beberapa jumlah komentar dari pendengar podcast terkait dengan penyampaian informasi atau berita yang ditayangkan. Ada sekitar 343 komentar pada tayang podcast ini, namun peneliti mengambil beberapa diantaranya sebagai berikut:





Sumber : Chanel Youtube Detik Sumsel

Gambar 4.7 Komentar pendengar podcast episode “Mengungkap Kisah Layangan Putus Versi ASN”

Dari beberapa komentar diatas, efek yang ditimbulkan kepada audience atau para pendengar tayangan podcast ini adalah terjalin pemahaman bersama, bertambahnya persepsi baru yang sesuai serta ingin menunjukkan arah dari pesan. Efek yang ditimbulkan dari tayangan tersebut adalah rasa simpati dari pendengar lantaran Suci yang berstatus sebagai korban dan membutuhkan suport terlihat dari komentar pendengar terhadap kasus

perselingkuhan tersebut. dan beberapa komentar yang mengemukakan pendapatnya agar DKM diberi sanksi berat atas tindakannya itu.

Berdasarkan hasil analisis kualitatif deskriptif pada tayangan podcast diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi yang telah dilakukan oleh tim pocast Woles telah berjalan dengan baik dan berhasil, terbukti dari banyaknya komentar yang memberikan dukungan kepada Suci dan dapat dikatakan bahwa pesan yang disampaikan oleh narasumber dapat diterima dengan baik oleh pendengar podcast Woles Detik Sumsel.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi Komunikasi Podcast woles Detik Sumsel melakukan lima strategi dalam melawan disinformasi di era *new media*.

1.) Research (Proses Pencarian Fakta)

Dalam melakukan proses pencarian fakta *podcast* woles ADALAH perlu melakukan wawancara langsung dengan narasumber terhadap permasalahan yang diangkat agar *podcast* yang ditayangkan tidak terjadi disinformasi dan informasi yang diterima audiens adalah informasi benar dan fakta. Sehingga *podcast* tersebut menjadi program terpercaya bagi khalayak luas.

2.) Memilih Komunikator

Dalam memilih komunikator yang baik *podcast* woles memperhatikan kredibilitas dan kekuatan yang dimiliki oleh seorang narasumber. Banyak Disinformasi atau kesalahan informasi yang disengaja saat ini, menentukan seorang komunikator juga sangat penting dalam menyampaikan informasi, dengan narasumber yang memiliki kredibilitas serta memiliki pemikiran yang rasional mampu menarik audiens untuk menonton tayangan *podcast* tersebut dan menjadi program terpercaya.

3.) Mengenal khalaya

Podcast Woles menjadikan sasaran khalayak kepada masyarakat luas hal ini dilakukan guna informasi yang diberikan tidak akan ada batasnya dan semua umur dapat mengakses informasi tersebut.

4.) Menyusun Pesan

Dalam menyusun pesan podcast woles membagikan informasi yang seakurat-akuratnya dan memang benar fakta. Dalam membagikan informasi podcast woles menggunakan kaidah dan berpegang pada asas kejournalitikan sehingga setiap pesan yang disajikan tetap dalam pedoman etika jurnalistik dan sumber informasi yang jelas keberadaannya.

5.) Memilih Media

Dalam penayangannya podcast woles Detik Sumsel menggunakan media visual dan *audioble* sebagai media Sehingga dengan melalui aplikasi Youtube ini podcast woles dapat menjadi media informasi yang aman dan terpercaya bagi masyarakat luas dalam mengakses pengetahuan.

Selain itu, dapat disimpulkan juga bahwa dari hasil temuan podcast Woles Detik Sumsel dengan menggunakan model strategi *public relation* dapat dikatakan berhasil dalam melawan disinformasi dan memenuhi empat tahapan startegi yakni *Defining Public Relation , planning and programming, talking action and comuncation serta evaluating the program.*

B. Saran

Ada beberapa saran yang ingin diberikan peneliti, terkait hasil penelitian ini kepada tim podcast Woles Detik Sumsel. Tentunya saran ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan kepada publik supaya lebih baik lagi kedepannya. Diantaranya adalah:

- 1.) Tim podcas Woles memiliki kekurangan dalam segi teknis. Peneliti berharap kepada tim Podcast woles untuk menambahkan personel yang handal dan berkompeten dibidangnya serta cangkupan produksi podcast Woles Detik Sumsel lebih luas tidaknya melalui media visual saja namun seluruh media saluran *audioble* dapat didengarkan juga oleh masyakat luas.
- 2.) Diharapkan untuk menambah tim fakta dan ricek dilapangan, hal ini dilakukan sebagai bentuk upaya penyebaran informasi yang tayang pada podcast Woles Detik Sumsel adalah informasi yang memang jelas kebenarannya dan terhindar dari adanya disinformasi atau berita bohong lainnya.
- 3.) Sebagai pengguna sosial media, penulis berharap agar bijak dalam bersosial media dan mampu memilah mana yang mengandung unsur berita bohong dan mana yang tidak.
- 4.) Pada penelitian selanjutnya hasil dari penelitian ini bisa dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Setiadi. 2016. *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*.
Karawang : Ejournal AMIK BSI
- Aribowo. 2018. *Tool Kit Penanganan Hoax dan Disinformasi*. Jakarta: Mafindo
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*.
Jakarta: Rineka Cipta
- Advosquare. <http://advosquare.com>. Diakses pada 2 November 2022, pukul 19:25
- Burhan,Bungin. 2011. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Prenada Media Group
- Dahlan, al-Barry M. Pius A. Partanto. 2002. *Kamus Ilmiah Populer*
- Edi Suryadi. 2018. *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. PT. Remaja Rosdakarya
- Fenny Oktavia. 2016. *Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Dalam Memediasi Kepentingan*. PT. Bukit Borneo Sejahtera dengan Masyarakat Long Lunuk. Ejournal Ilkom Fisip UNMUL.
- Hafied Cangara. 2017. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada
- Husaini Usman. 2015. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta : Sinar Grafika Offset
- Indrayanto. 2017. *Metode Penelitian*. Palembang: CV Amanah September

Izza Namira, <http://idntimes.com/tech/trend/izza-namira/perkembangan-podcast-di-indonesia/7>), diakses pada tanggal 04 Juli 2022, pukul 22:15 WIB.

James R.Situmorang. 2012. *Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan, dan Sosial Budaya*. Ejournal Fisip Universitas Parahyangan, Vol.8, No.1

Laxy J Moleong. 2005. *Metode Kualitatif*. Bandung : Remaja Roskarya

McQuail , Denis. 1987. *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar, diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Muhammad Syamsul Muarif. 2018. *Podcast Sebagai Alternatif Media Informasi Anti Hoax*. E-Joernal Ilmu Komunikasi. Bandung : Universitas Islam Bandung

Naldi Vadillah. 2021. *Skripsi: "Strategi Komunikasi Dalam mensosialisasikan Program Website Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat (Lapor) di Kota Makasar*. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar

Rulli Nasrullah. 2014. *Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana Pramedia Group

Ni Putu Era Marsakawati. 2020. *Strategi Komunikasi : Sebuah Solusi Bagi Permasalahan Komunikasi*. Ejournal Ganesha University of Education, Vol. I No. 11

Nugroho,Catur S.sos., M.I.Kom. 2020. *CYBER SOCIETY Teknologi, Media Baru, dan Distrupsi Informasi*. Jakarta: Penerbit Pramedia Group

Hoynes William. 2006. Croteau, David and, *Media/society: Industries, Images, and Audience*, Landon: Pine Forge Press

Irfan Radika, Mochamad. 2020. *Strategi komunikasi Podcast Dalam Mempertahankan Pendengar*. hal. 98

Karunianingsih, Diyah Ayu. 2021. *Konvergensi Media Pada Podcast Radar Jogja Digital Dalam Publikasi Berita dan Perluasan Segmentasi Audiens*. hal. 65

Kusnandar, Viva Budy. 2021. *Pengguna Internet Internet Peringkat ke-3 Terbanyak di Asia*. Diakses pada tanggal 07 Desember 2021 pukul 20:00 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/14/pengguna-internet-indonesia-peringkat-ke-3-terbanyak-di-asia/>

Onong Uchjana Effendy. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Reza Pahlevi. *Persentasi Pendengar Podcast di Indonesia Terbesar Ketiga Di Dunia.* ” diakses pada 07 Desember pukul 22:19 WIB dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/17/persentase-pendengar-podcast-di-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia>

Rinda Lavircana. 2020. *E-Journal Penggunaan Podcast Sebagai Media Hiburan dan Informasi di Kota Banjarmasin*. Kalimantan: Universitas Islam Kalimantan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.

Ropingi El Ishaq. 2017. *Public Relation Teori & Praktik*. Malang: Citra Intras Selaras

Rosalina, Iga. 2012. *Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren*

Kec Karangrejo Kabupaten Madetaan. hal.3

Ryzky Budiyanto. 2018. *Peran Radio 100,1 Bersatu Kita Maju FM Sebagai Media Humas Pemerintahan Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur.* Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah

Septarina. *Studi Fenomenologi Penggunaan Podcast Sebagai Media Sarana Informasi Pada Prokopim Kota Bandung.* hal. 2

Silalahi, Rut Rismanta. 2020. *Rekonstruksi Makna Hoax di Tengah Arus Informasi Digital.* hal. 9-10

Suharsimi Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek.* Jakarta: Rineka Cipta

Syaiful Rohmi. 2018. *Teori Komunikasi: Perspektif, Ragam dan Aplikasi.* PT. Rineka Cipta: Jakarta

Terry, Flew, *New Media : An Introduction,* New York : Oxford University Press, hal. 11

Valentin Veliant. 2020. *Skripsi: Strategi Komunikasi Konten Podcast di Aplikasi Noice.* Jakarta: Universitas Indonesia I.A.Y Jakarta

Wahyu Nur Syarafina. 2021. *Strategi Komunikasi Podcast Dalam mempertahankan Eksistensi di Era Digital.* Surabaya : Universitas Surabaya.

Wendramata, Engelbertus. 2019. *Jurnaisme “Berita Palsu” & Disinformasi.* Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada
Indrayanto. 2017. *Metode Penelitian.* Palembang: CV Amanah

Yusuf Zainal Abidin. 2015. *Menejemen Komunikasi (Filosofi, Konsep dan Aplikasi)*. Bandung: Pustaka Setia.

LAMPIRAN



1. Wawancara dengan bapak Muhammad Nasir Pemimpin Redaksi Berita Media Detik Sumsel dan Podcast Woless



2. Foto Bersama Tim podcast Woless Detik Sumsel

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING I

KARTU KONSULTASI

Nama : Arisa Domiani
NIM : 1810503002
Jurusan : Jurnalistik
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Podcast Woles Detik Sumsel Dalam
Melawan Disinformasi Di Era *New Media*

Pembimbing I : Dr. Fifi Hasmawati, M.Si

No	Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
1	9/7/22	Bab 1-11 dan kerangka konsep	
2	26/7/22	dan Bab 1-11 tentang masalah ke-152.	
3	7/11/22	Bab 10-11 dan kerangka	
4	14/11/22	dan Bab 10-11 tentang upaya komunikasi	
5	2/12/22	dan Bab 11 mengenai -	

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING 2

KARTU KONSULTASI

Nama : Arisa Domiani
NIM : 1810503002
Jurusan : Jurnalistik
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi *Podcast* Woles Detik Sumsel Dalam
Melawan Disinformasi Di Era *New Media*

Pembimbing II : Muslimin, M.Kom.i

No	Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	paraf
1.	30/6 - 2022	Revisi BAB I	
2.	3/7 - 2022	ACC BAB I, Lanjut BAB II	
3.	9/7 - 2022	ACC BAB II, Lanjut BAB III	
4.	11/8 - 2022	ACC BAB III ACC Instrumen Penelitian	
5.	24/8 - 2022	Revisi BAB IV	
6.	12/10 - 2022	ACC BAB IV & Lanjut BAB V	
7.	7/11 - 2022	Revisi BAB V	
8.	14/11 - 2022	ACC seluruh BAB & Lanjut dpt ter sedang melayak.	

SK PEMBIMBING

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
NOMOR : 217 TAHUN 2022

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU (S.1)
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

- Menimbang : 1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.
2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang system Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama RI No.53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;
5. Keputusan Menteri Agama RI No.27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri Raden Fatah ;
6. Keputusan Menteri Agama RI No.232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

Pertama : Menunjuk sdr. : 1 Dr.Fifi Hasmawati, M.Si NIP : 19700726 199203 2 001
2 Muslimin, M.Kom.I NIDN : 2022107801

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : **ARISA DOMIANI**
NIM/Jurusan : 1810503002 / Jurnalistik
Semester/Tahun : VIII / 2021 – 2022
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Podcast Woles Detik Sumsel Dalam Melawan Disinformasi Di Era New Media.

- Kedua : Masa Bimbingan Berlaku Sampai Tanggal 27 Bulan Oktober Tahun 2022
Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku 6 (Enam) bulan sejak tanggal ditetapkan dan dapat di perpanjang 1 (Satu) kali jika yang bersangkutan belum dapat menyelesaikan.
Keempat : **Mohon kepada dosen pembimbing agar memberikan bimbingan secara maksimal 8 (delapan) kali pertemuan**
Kelima : Apabila dalam penetapan ini terdapat keliruan akan di tinjau ulang.

DITETAPKAN DI : PALEMBANG

PADA TANGGAL : 27 – 05 – 2022

DAN REKTOR UIN RADEN FATAH PALEMBANG
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI,



Achmad Syarifudin

TEMBUSAN :

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang ;
2. Ketua Jurusan KPI / BPI / Jurnalistik / MD / PMI;
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang ;
3. Mahasiswa yang bersangkutan.

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Arisa Domiani
NIM : 1810503002
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Podcast Wawancara Obrolan
Seputar Sumatera Selatan (WOLES) di *Chanel*
Youtube Detik Sumsel di Era *New Media*

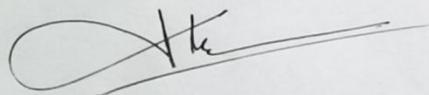
NO	Yang Diperbaiki
1	Hambatan Strategi Komunikasi Podcast Woless Detik Sumsel
2	Perbaiki dan lengkapi Judul Skripsi
3	Perbaiki batasan masalah pada skripsi
4	Perbaiki saran pada skripsi

Palembang, 13 Februari 2023



Arisa Domiani
Nim. 1810503002

PENGUJI I



Drs. Aliasan, M.Pd.I
NIP. 1961082819910111001

PENGUJI II



Anang Walian, M.Hum
NIDN. 2005048701

BIODATA DIRI



Nama : Arisa Domiani

Tempat Tanggal Lahir : Serigeni, 19 November 2000

NIM : 1810503002

Program Studi : Jurnalistik

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Desa Serigeni dusun II RT/RW 006/003
Kecamatan Kota Kayuagung, Kabupaten
Ogan Komering Ilir (OKI)

Email : Arisadomiani88@gmail.com

Riwayat Pendidikan : TK Pertiwi Kayuagung
SD Negeri 1 Serigeni
SMP Negeri 6 Kayuagung
SMA Negeri 1 Kayuagung