

Podcast sebagai Alternatif Media Informasi Anti *Hoax*

Muhamad Syamsul Muarif, Dadi Ahmadi
Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
mochsyamm26@gmail.com, dadiahmadi@gmail.com

Abstract—The presence of online radio or what we usually know as podcasts certainly makes it easier for people to obtain information. However, what needs to be concerned about is the negative impact of the development of information technology which has led to various forms of violence such as in the form of "cyber crime" and even the emergence of a new term, namely hoax, this is a problem that is often debated by netters in Indonesia. The purpose of this research is to determine the role of the Bandung podcast answer as an anti-hoax information medium. This research was compiled using descriptive qualitative methods and the location of the research conducted at the Public Relations Office of the Regional Secretariat of Bandung City. The data collection process was carried out by interview, observation, literature study. The results of this study indicate that the planning carried out by the Public Relations of the Regional Secretariat of the City of Bandung is by designing press conferences and Bandung Answering activities, the development of information publications is carried out through podcasts which in the podcast present content on developing issues or policies - policies of local government organizations, the obstacles experienced include unattractive content or material, lack of public knowledge about podcasts besides unreached listeners, for this an effort has been made including making promotional content in the form of videographics, infographics and audio spectrum besides by utilizing information media other. Evaluation is done by sending grids, this is due to the lack of data in making Bandung Answering podcast content. So it can be concluded that the Role of Answering Podcast Bandung as an Alternative to the Media Information anti hoax has been effective. This is proven by the information content contained in the Bandung Answering Podcast is very informative for the public in Bandung City, even the content sources in the Bandung Answering Podcast are purely direct exposure from sources who have competence in their fields so that the information conveyed can be accounted for to its validity.

Keywords—*Podcast, Hoax, New Media, Public Relations.*

Abstrak—Hadirnya Radio online atau yang biasa kita kenal dengan podcast tentunya mempermudah masyarakat dalam memperoleh suatu informasi. Akan tetapi, yang perlu dikhawatirkan yaitu dampak negatif dari perkembangan teknologi informasi yang kemudian melahirkan berbagai bentuk kekerasan seperti dalam bentuk "cyber crime" dan bahkan munculah sebuah istilah baru yaitu hoax, hal inilah yang menjadi suatu masalah yang seringkali diperdebatkan oleh netter di Indonesia. Tujuannya dilakukan penelitian ini untuk mengetahui peran podcast Bandung menjawab sebagai media informasi anti hoax. Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan lokasi penelitian yang dilakukan

di Kantor Humas Setda Kota Bandung. Proses pengambilan data dilakukan dengan wawancara, observasi, studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung yaitu dengan merancang kegiatan press conference dan Bandung Menjawab, pengembangan publikasi informasi yang dilakukan yaitu melalui podcast yang mana dalam podcast tersebut menghadirkan konten – konten mengenai isu – isu yang sedang berkembang ataupun kebijakan – kebijakan organisasi pemerintahan daerah, hambatan yang dialami diantaranya konten atau materi yang kurang menarik, kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai podcast selain itu pendengar yang belum terjangkau, untuk itu dilakukan suatu usaha diantaranya membuat konten promosi berupa videografis, infografis dan audio spectrum selain itu dengan memanfaatkan media informasi lainnya. Evaluasi dilakukan dengan mengirim kisi-kisi, hal tersebut dikarenakan kurangnya data dalam pembuatan konten podcast Bandung Menjawab. Sehingga dapat disimpulkan Peran Podcast Bandung Menjawab Sebagai Alternatif Media Informasi anti hoax sudah efektif. Hal tersebut terbukti dengan konten – konten informasi yang terdapat pada Podcast Bandung Menjawab sangatlah informatif bagi khalayak masyarakat Kota Bandung, bahkan sumber konten yang ada dalam Podcast Bandung Menjawab murni paparan langsung dari narasumber yang memiliki kompetensi dibidangnya sehingga informasi yang disampaikan tersebut dapat dipertanggung jawabkan ke absahannya.

Kata Kunci—*Podcast, Hoax, Media Baru, Hubungan Masyarakat.*

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi yang saat ini menjadi kebutuhan masyarakat luas adalah penggunaan internet, yaitu teknologi yang memberikan akses jaringan luas untuk memudahkan khalayak memperoleh segala informasi dengan sangat mudah serta dengan memanfaatkan sebuah media sebagai perantara untuk saling berkomunikasi ataupun bertukar informasi. Radio online atau lebih biasa dikenal dengan podcast adalah satu dari banyaknya bentuk media yang saat ini sudah sering dipergunakan untuk menyampaikan sebuah informasi oleh seseorang atau sekelompok kepada pendengar setelah memakai bahasa sebagai media pertama.

Podcast biasanya disuguhkan dalam berbentuk audio atau di sertai dengan videonya. Podcast ini bisa kita nikmati di beberapa platform internet, baik secara gratis maupun berbayar. Podcast biasanya memiliki berbagai macam

konten episode yang berbeda-beda, serta tersedia di internet dengan format file yang sama, sehingga memungkinkan pendengar untuk selalu bisa menikmati konten – konten yang terdapat pada channel podcast tersebut dengan cara yang sama. Meskipun podcast masih terbilang media baru dan bersifat auditif dalam penyebaran suatu informasi. Namun, seiring berkembangnya ilmu pengetahuan, media berbentuk podcast semakin dikenal oleh berbagai kalangan masyarakat. Hal tersebut terbukti dengan berkembangnya era digital, podcast semakin dikenal oleh masyarakat dari mulai kalangan *bloger*, *youtuber*, maupun instansi pemerintahan mulai menggunakan podcast sebagai media untuk menyebarkan suatu informasi. (Fadilah, Yudhapramesti, and Aristi 2017)



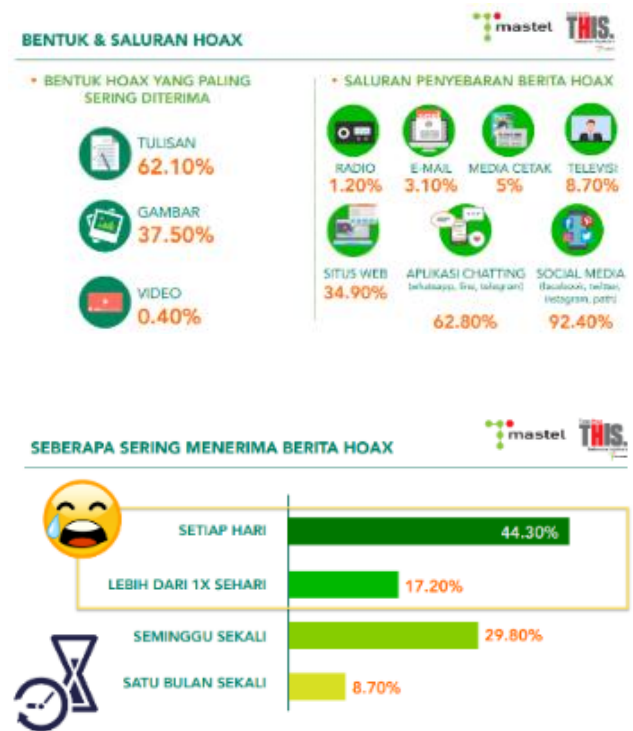
Gambar 1. Survey Perkembangan Podcast di Indonesia

Sumber: (Eka 2018)

Mengutip dari hasil data survey di atas bentuk podcast sendiri terbilang masih baru di Indonesia, sedangkan podcast sendiri sudah mulai muncul antara tahun (2004 - 2005). Pada tahun 2018 DailySocial bekerjasama dengan JakPat Mobile Survey Platform untuk melakukan survei terhadap 2023 pengguna ponsel pintar. Survey tersebut untuk mengetahui bagaimana tanggapan masyarakat Indonesia terhadap podcast. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa dari sample sebanyak 2023 orang pengguna ponsel pintar ada 67,97% yang sudah familiar dengan podcast. Selain itu juga didapatkan data alasan mendengarkan podcast adalah 65% karena konten yang bervariasi, 62,69% karena flexiblity (*on demand*) dan 38,85% karena lebih nyaman daripada konten visual. Data ini dikutip berdasarkan survei yang dilakukan oleh Dailysocial.id. (Eka 2018).

Hadirnya Radio online atau yang biasa kita kenal

dengan podcast tentunya mempermudah masyarakat dalam memperoleh suatu informasi. Akan tetapi, yang perlu dikhawatirkan yaitu dampak negatif dari hadirnya sebuah *new media* yang kemudian melahirkan berbagai bentuk kekerasan seperti dalam bentuk “*cyber crime*” dan bahkan munculah sebuah istilah baru yaitu *hoax*. Secara sederhana *hoax* dapat disimpulkan sebagai berita atau informasi yang belum tentu sumber kebenarannya bisa dipertanggung jawabkan dan biasanya bertujuan mengadu domba atau mengembangkan pendapat dan sudut pandang secara negatif kepada khalayak dalam menanggapi suatu informasi yang sebenarnya.



Gambar 2. Bentuk dan Saluran Hoax

Sumber: (Mastel 2017)

Berdasarkan data diatas, penyebaran informasi atau berita bohong (*hoax*) semakin marak di jumpai. Survei Mastel 2017 mengungkapkan bahwa masyarakat menerima *hoax* setiap hari lebih dari satu kali. Saluran yang paling banyak digunakan dalam penyebaran *hoax* adalah media sosial. Fenomena penyebaran berita *hoax* di internet semakin meningkat baik itu di platform digital seperti media sosial Instagram, *Youtube*, *Facebook*, *Dan Twitter*. Adanya akses internet memudahkan semua orang untuk mengakses segala aktivitas di dunia maya, menjadikan berita atau informasi *hoax* sangat mudah dibuat dan disebarluaskan tanpa peduli dampak yang dihasilkan dari informasi *hoax* tersebut. Sehingga fenomena *hoax* membuat masyarakat kian resah akan adanya segelintir orang atau kelompok yang disudutkan akan berita tersebut. (Juditha 2018).



Sumber: humas.bandung.go.id

Gambar 3. Podcast Humas Kota Bandung

Terlepas dari fenomena hoax upaya yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung dalam menyikapi pemberitaan hoax salah satunya yaitu dengan membuat sebuah *channel* podcast. Dari data diatas menunjukkan dengan statistik 477 *streamers*, 383 pendengar dan 47 *followers*, bahwa podcast Humas Kota Bandung memiliki potensi yang cukup menjanjikan untuk menjadi salah satu alternatif media informasi dalam menanggulangi isu – isu yang tidak relevan dengan apa yang telah di informasikan. Untuk itu, dalam penelitian kali ini yang menjadi fokus peneliti bagi penulis yaitu Peran Podcast Bandung Menjawab sebagai *new media* Informasi anti hoax Humas Setda Kota Bandung.

Berdasarkan penjelasan konteks penelitian serta fokus penelitian diatas, untuk itu peneliti mengajukan beberapa pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana perencanaan kegiatan podcast Bandung Menjawab sebagai alternatif media informasi anti hoax yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung?
2. Bagaimana pengembangan publikasi informasi yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung?
3. Bagaimana hambatan yang dihadapi podcast Bandung menjawab sebagai media anti hoax yang dilakukan oleh humas setda Kota Bandung?
4. Bagaimana evaluasi yang dilakukan Humas Setda Kota Bandung pada Podcast Bandung Menjawab?

II. LANDASAN TEORI

A. Teori Operasional Public Relations

Menurut (Cutlip, Scott. M. 2009) mengemukakan ada empat tahapan proses operasional Public Relations terdiri dari fact finding, planning and programing, communication, dan evaluation karena tahap inilah yang menjadi dasar dalam setiap kegiatan Public Relations.

1. Fact finding adalah mencari dan mengumpulkan fakta atau data sebelum melakukan tindakan. Misalnya PR sebelum melakukan suatu kegiatan harus terlebih dahulu mengetahui, misalnya: apa yang diperlukan publik, siapa saja yang termasuk kedalam publik, bagaimana keadaan publik dipandang dari berbagai faktor.
2. Planning adalah berdasarkan fakta membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi berbagai masalah itu.

3. Communicating adalah rencana yang disusun dengan baik kemudian dikomunikasikan atau dilakukan kegiatan operasional.
4. Evaluation adalah mengadakan evaluasi tentang suatu kegiatan, apakah tujuan sudah tercapai atau belum. Evaluasi itu dapat dilakukan secara kontinyu. Hasil evaluasi ini menjadi dasar kegiatan PR berikutnya.

B. Teori New Media

Teori *New Media* merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang berasumsi bahwa *new media* merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital. Dalam teori *new media*, terdapat dua pandangan yang dikemukakan oleh Pierre Levy, diantaranya yaitu:

1. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang *World Wide Web* (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.
2. Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan hanya dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrumen informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita dalam beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki. (Solomon Michael R 2011).

C. Podcast

Tahun 2004 tercatat sebagai awal kemunculan istilah podcast. Ben Hammersley menyebutkan kata “podcasting” di dalam artikelnya di guardian.com yang membahas audioblogs dan radio online. Selama hampir 7 bulan, istilah “podcasting” seolah tenggelam sampai akhirnya beberapa orang menggunakannya sebagai nama pada saat mendaftar domain seperti yang dilakukan Dannie Gregoire yang mendaftarkan domain podcaster.net. (Geoghegan and Klass 2007).

Awalnya istilah podcast cenderung identik dengan materi berformat audio. Seperti yang tertera di dalam kamus Oxford:

“A digital audio file made available on the Internet for downloading to a computer or portable media player, typically available as series, new instalments of which can be received by subscribers automatically.”

Belakangan, podcast juga mengacu pada materi dalam bentuk video. Sehingga pengertian podcast dapat mengacu pada podcast audio atau podcast video. Apple sendiri

membuat batasan podcast sebagai siaran audio dan video yang tersedia di internet untuk diputarkan pada perangkat portable atau komputer, seperti iPad, iPod, atau Mac. Singkat cerita, istilah podcast diartikan sebagai materi audio atau video yang tersedia di internet yang dapat secara otomatis dipindahkan ke komputer atau media pemutar portable baik secara gratis maupun berlangganan. (Fadilah, Yudhapramesti, and Aristi 2017).

a. Cara Kerja dan Distribusi Podcast

Produksi dan distribusi podcast terbilang cukup sederhana. Terdapat beberapa elemen yang menjadi hal utama pada podcast, yaitu materi podcast (*content*), penyedia RSS (*Really Simple Syndication*), dan penangkap (*Podcatcher*). Sedangkan untuk ukuran *file* tidak membutuhkan ukuran yang besar, berkisar antara 1 sampai 200 MB (*MegaByte*) tergantung dari *frame rate*, dan ukuran *file* tersebut. Elemen berikutnya yaitu penyedia RSS atau penyimpanan di server cloud seperti www.soundcloud.com (Geoghegan and Klass 2007).

b. Karakteristik Podcast

Karakteristik podcast menurut (Yamaguchi 2016) diantaranya sebagai berikut :

1. Produksi satu kali.
2. Produksi serial dimana “episode” baru diproduksi setiap hari, mingguan, atau bulanan.
3. Diunduh secara otomatis saat konten baru diunggah oleh “podcaster”.
4. Bisa mendengarkan kapan saja dan dimana saja.

c. Jenis – Jenis Podcast

Menurut (Yamaguchi 2016) terdapat beberapa jenis - jenis podcast yaitu :

1. Podcast pada umumnya, yakni berupa audio. Dibuat menggunakan perekam suara dan formatnya berupa .mp3.
2. Podcast yang sudah disempurnakan, yakni menggunakan audio dengan tambahan slide dan gambar. Biasanya dilakukan untuk presentasi dengan narasi dan bab. Format yang digunakan pun bermacam – macam dari format *file* mp3 atau mp4, tetapi bisa juga menjadi *file* mov dan bahkan PDF.
3. Podcast atau video podcast. Dibuat dengan camera *recorder* dan video digital serta formatnya berupa mp4 atau mov.

D. Hoax

Hoax atau yang biasa dikenal dengan sebuah istilah informasi bohong, secara sederhana hoax dapat disimpulkan sebagai berita atau informasi yang belum tentu sumber kebenarannya bisa dipertanggung jawabkan dan bertujuan mengadu domba atau mengembangkan pendapat dan sudut pandang secara negative kepada khalayak dalam menanggapi suatu informasi sebenarnya. Hal demikianlah yang kerap selalu menjadi sebuah perdebatan oleh *netter* di Indonesia.

Ada beberapa dampak yang diakibatkan dari informasi hoax, diantaranya hoax menyita waktu dan materi, hoax seringkali digunakan menjadi sebuah pengalihan informasi,

hoax sebagai alat membohongi public, dan hoax sebagai pemicu keresahan public. Untuk menginformasikan hoax, pada umumnya sebagian orang atau kelompok orang yang mempublikasikan informasi tersebut hanya untuk keuntungan pribadi saya dan lebih parahnya dilakukan dengan tingkat kesadaran serta tidak memiliki rasa tanggung jawab. (Biantoro 2016).

a. Faktor Penyebab Munculnya Konten Hoax

Berita hoax adalah berita bohong yang kebenarannya tidak dapat dipertanggung jawabkan oleh siapapun bahkan oleh pembuatnya sendiri. Menurut (Ahyad 2017) Berikut, alasan mengapa konten hoax seringkali tersebar luas di jejaring sosial :

1. Hanya sebuah humor demi kesenangan belaka. Setiap orang memiliki cara sendiri untuk membuat dirinya merasa senang. Dengan kecanggihan teknologi zaman sekarang, orang bisa melakukan hal-hal yang aneh, langka dan tidak logis. Namun menimbulkan decak kagum yang lucu dan penuh fantasi.
2. Ini hanyalah usaha untuk mencari sensasi di internet dan media sosial. Biasanya untuk merebut perhatian lebih banyak user, pemilik website dengan sengaja memberikan konten lebay sekedar untuk mencari perhatian publik.
3. Hanya untuk ikut-ikutan agar terlihat lebih seru. Ini juga merupakan salah satu strategi internet marketing dengan menyuguhkan berita yang lebay maka akan semakin banyak komentar dan like kesana sehingga kelihatan lebih hidup dan lebih ramai.
4. Untuk menyudutkan pihak tertentu (*black campaign*). Keadaan ini sering terjadi saat sedang berlangsungnya Pilkada/Pilgub/Pileg/ Pilpres. Begitulah manusia saat hawa nafsunya tinggi untuk memiliki jabatan alhasil segala cara akan di tempuhnya alias menghalalkan segala cara.
5. Sengaja menimbulkan keresahan.
6. Niatan untuk mengadu domba. Inilah yang sering terjadi pada saat ini yaitu ada oknum yang tidak bertanggung jawab melakukan penyebaran hoax hanya untuk mengadu domba tanpa kepentingan tertentu ataupun menjatuhkan kedua lawan. Dengan contoh politik yang ada saat ini lebih kepada politik adu domba.

III. HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Perencanaan Kegiatan Podcast Bandung Menjawab Yang Dilakukan Oleh Humas Setda Kota Bandung

Fact Finding Dalam hal ini kegiatan yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung yaitu dengan melakukan kegiatan monitoring berita, baik itu melalui media cetak maupun media online. Kegiatan monitoring ini merupakan kegiatan rutin yang seringkali dilakukan oleh semua divisi atau sub. Bagian yang ada di kantor Humas Setda Kota

Bandung. Kegiatan monitoring ini dilakukan untuk melihat gambaran bagaimana tanggapan atau persepsi masyarakat terkait informasi yang dipublikasikan oleh humas pemerintahan, baik itu tentang kebijakan – kebijakan pemerintahan ataupun program – program yang ada pada instansi pemerintahan tersebut. Hasil yang ditemui melalui kegiatan monitoring berita masih banyak ditemukan berita hoax yang tersebar baik tentang informasi umum dan khususnya.

Planning and Programming. Perencanaan yang dilakukan Humas Setda Kota Bandung yaitu dengan membuat suatu kegiatan diantaranya dengan mengadakan kegiatan *press conference* dan kegiatan Bandung Menjawab. Kedua kegiatan tersebut merupakan kegiatan unggulan yang dilakukan di Humas Setda Kota Bandung, selain itu merupakan suatu bentuk perencanaan yang dilakukan untuk membantah atau menanggulangi isu – isu yang sedang berkembang di masyarakat Kota Bandung, khususnya sebagai media informasi yang dapat dipercaya.

Taking Action and Communication adalah bagaimana perencanaan tersebut dilakukan. Dalam hal ini Humas Setda Kota Bandung melaksanakan dua kegiatan yaitu *press conference* dan kegiatan Bandung Menjawab. Kegiatan *press conference* merupakan kegiatan yang dilakukan ketika ada suatu berita atau informasi penting terkait isu – isu maupun kegiatan dan kebijakan yang akan disampaikan, untuk saat ini kegiatan *pers conference* dilakukan dalam kurun waktu dua minggu sekali. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa kegiatan ini bisa dilakukan kapan saja tergantung situasi dan kondisi yang sedang dihadapi. Topik yang dibahas pun terkadang berbeda-beda setiap dilakukannya kegiatan tersebut, namun untuk saat ini topik atau materi seringkali membahas perkembangan covid 19. Sedangkan kegiatan Bandung Menjawab dilakukan dalam waktu dua hari dalam satu minggu yaitu setiap hari selasa dan kamis dengan menyusun kegiatan berdasarkan topik kegiatan yang akan dibahas, topik atau kegiatan yang dibahas di Bandung Menjawab ini seringkali membahas isu-isu yang berbeda, tergantung isu apa yang sedang berkembang di lingkungan masyarakat kota Bandung. Selain itu, terkadang topik yang dibahas pun berdasarkan permintaan dari Organisasi Perangkat Daerah yang ingin mensosialisasikan program-program pemerintahan maupun kebijakan-kebijakan yang dilakukan di instansi pemerintahan tersebut.

Media publikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi berdasarkan hasil dari dua kegiatan tersebut yaitu dengan pemanfaatan media sosial berupa *instagram*, *facebook*, *twitter*. Selain itu Humas Setda Kota Bandung melakukan kerjasama kemitraan dengan berbagai media baik itu media cetak, media *online*, ataupun media sosial. Bentuk Kerjasama kemitraan yang dilakukan yaitu Humas Setda Kota Bandung mengundang beberapa awak media untuk senantiasa hadir dikegiatan Bandung Menjawab, dengan tujuan publikasi informasi yang dihasil dari dua kegiatan tersebut dapat disebarluaskan dengan seluas-luasnya.

Manfaat yang dihasilkan dari kegiatan Bandung Menjawab dan *press conference* ini tentunya dapat memberikan manfaat yang berkesinambungan baik itu bagi pihak – pihak terkait seperti menjadi wadah dalam menyampaikan atau memaparkan program maupun kebijakan bagi organisasi perangkat daerah (OPD), dan menjadi wadah informasi bagi wartawan dalam pencarian sebuah materi untuk pemberitaan, sedangkan bagi Humas yaitu sebagai wadah untuk mendapatkan informasi untuk materi pemberitaan.

Evaluating, tahap evaluasi yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung dari pencarian data atau informasi, perencanaan program hingga tahap dilaksanakannya program tersebut sudah cukup efektif untuk menanggulangi berita atau informasi hoax yang beredar di lingkungan masyarakat Kota Bandung. Sedangkan tahap evaluasi yang dilakukan yaitu Humas Setda Kota Bandung melakukan sebuah inovasi baru terkait publikasi informasi yaitu dengan pemanfaatan media sosial berupa podcast, untuk menjadi media publikasi informasi terbaru di Humas Setda Kota Bandung.

B. Pengembangan Publikasi Informasi Yang Dilakukan Oleh Humas Setda Kota Bandung.

Dalam sebuah publikasi informasi tentunya dibutuhkan suatu media, untuk menyebarkan informasi dari kegiatan yang sudah dilaksanakan. Jika sebelumnya terdapat dua kegiatan publikasi informasi yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung diantaranya yaitu melalui sisi eksternal dan internal, publikasi eksternal yang dilakukan Humas Setda Kota Bandung yaitu menjalin kerjasama dengan berbagai media cetak, media online dan media televisi dan radio. Sedangkan untuk publikasi internal dari kegiatan Bandung Menjawab hanya berupa *release*, berita atau artikel, video dan foto serta belum adanya ketersediaan informasi dalam bentuk audio informatif. Selain itu, informasi tersebut dipublikasikan melalui media biasa pada umumnya seperti *instagram*, *twitter*, *facebook*, dan media mainstream lainnya. Berdasarkan hal tersebut, maka Humas Setda Kota Bandung melakukan sebuah pengembangan atau inovasi baru dengan menghadirkan publikasi informasi dalam bentuk audio informatif yaitu podcast Bandung Menjawab.

Podcast Bandung Menjawab merupakan media informasi terbaru yang dimiliki oleh Humas setda Kota Bandung, dimana konten atau informasi yang disebarluaskan membahas mengenai isu – isu yang sedang berkembang di lingkungan masyarakat Kota Bandung serta program atau kebijakan pemerintahan Kota Bandung.



Gambar 4. Konten Podcast Bandung Menjawab

Sumber: Spotify Podcast Bandung Menjawab

Pada bagian pandangan integrasi sosial, peneliti menemukan bahwa hal yang melatar belakangi dibuatnya *channel* Podcast Bandung Menjawab yaitu sebagai suatu inovasi atau pengembangan dalam menyebarkan berbagai macam informasi, terkait topik atau materi yang sebelumnya telah dipaparkan didalam Program Bandung Menjawab dan kegiatan *press conference*. Selain itu, sebagai suatu pembeda dari media publikasi lainnya seperti media sosial *Instagram*, *Twitter*, *Facebook* ataupun *Youtube*, yang hanya berisikan release, berita atau artikel, video dan foto. Sekaligus bentuk respon Humas Pemerintahan Kota Bandung dalam menyikapi perkembangan teknologi informasi dalam upaya mengoptimalkan penyebaran layanan informasi kepada masyarakat melalui layanan audio informatif. Hal demikian menjadi suatu kemajuan bahwa Humas Setda Kota Bandung, tidak hanya menghadirkan informasi dalam bentuk artikel, video maupun foto tapi juga menghadirkan informasi dalam bentuk audio visual. Bukan hanya itu, yang menjadi kelebihan dari podcast Bandung menjawab dengan media publikasi informasi lainnya yaitu masyarakat dapat menikmati konten atau materi podcast Bandung menjawab kapanpun, dimanapun dan dalam aktivitas apapun. Untuk itu publikasi informasi jadi lebih menarik dan bervariasi.

Pada bagian pandangan interaksi sosial, peneliti menemukan bahwa factor yang menyebabkan Humas Pemerintahan melakukan pengembangan di sector publikasi informasi melalui podcast Bandung Menjawab, karena selain factor belum adanya ketersediaan informasi dalam bentuk audio informatif terdapat factor lain yang membuat Humas Setda Kota Bandung yakin untuk melakukan pengembangan atau inovasi baru dalam hal publikasi informasi. Humas Setda Kota Bandung meyakini bahwa meskipun Podcast Bandung Menjawab saat ini belum cukup populer, akan tetapi lambat laun keberadaan podcast ini akan semakin dikenal oleh masyarakat dan akan menjadi radio masa depan di masa yang akan datang. Potensi tersebutlah yang membuat Humas Setda Kota Bandung yakin dengan Podcast Bandung Menjawab, sekaligus sebagai rencana publikasi informasi jangka panjang digenerasi sekarang maupun generasi yang akan datang.

C. Hambatan Yang Dialami Podcast Bandung Menjawab

Hambatan yang di alami Podcast Bandung Menjawab

yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai podcast, serta *platform* spotify yang kurang populer selain itu bisa juga terdapat pada isi atau materi konten yang kurang menarik. Setelah diketahui bahwa terdapat berbagai macam hambatan. Tentunya hal tersebut harus segera ditangani, sehingga proses publikasi informasi dapat berjalan dengan baik. Jika hambatan atau permasalahan tersebut tidak segera ditangani, dikhawatirkan akan sangat berpengaruh dan berdampak besar bagi keberlangsungan publikasi informasi tersebut serta menyebabkan gagalnya program pengembangan publikasi informasi yang sebelumnya sudah direncanakan.

Dalam hal ini yang menjadi fokus utama Humas Setda Kota Bandung dalam menangani hambatan yang dialami yaitu dengan membuat konten promosi berupa *videografis* dan *infografis* serta memuat beberapa inti poin dari konten Podcast Bandung Menjawab, yang nantinya akan disebarluaskan melalui media sosial lainnya yang dimiliki oleh Humas Setda Kota Bandung, diantaranya media sosial *instagram*, *facebook*, *twitter*, dan *whatsapp*. Selain itu narasumber yang dihadirkan pun turut serta dalam menarik minat masyarakat untuk mendengarkan konten podcast tersebut. Semua upaya yang dilakukan oleh Humas Setda Kota Bandung bukan tidak lain yaitu untuk mengatasi hambatan – hambatan yang di alami Humas dalam publikasi informasi melalui Podcast Bandung Menjawab. Selain itu sekaligus bentuk implementasi yang dilakukan untuk mengenalkan kepada khalayak luas bahwa Humas Setda Kota Bandung telah melakukan suatu pengembangan, suatu inovasi baru dalam hal publikasi informasi. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin masyarakat mengenal Podcast Bandung Menjawab maka publikasi informasi yang dilakukan akan semakin efektif.

D. Evaluasi Yang Dilakukan Humas Setda Kota Bandung Pada Podcast Bandung Menjawab

Berdasarkan tahapan yang sudah dilakukan sebelumnya, sebuah evaluasi sangat perlu dilakukan, dimana tahapan ini merupakan suatu penilaian atau tolak ukur untuk menilai serta mengevaluasi seluruh kegiatan atau program yang sudah dilaksanakan. Dalam hal ini peran dari Podcast Bandung Menjawab sebagai alternatif publikasi informasi dari kegiatan Bandung Menjawab dapat dikatakan sudah cukup efektif, selain karena factor narasumber yang dihadirkan memiliki keahlian atau berkompten dibidangnya juga didukung dengan beberapa tahapan strategi promosi yang dilakukan, dan konten – konten yang dihadirkan pun sangat informatif.



Gambar 5. Grafik Perkembangan Podcast Bandung Menjawab

Sumber: *Podcast Bandung Menjawab*

Karena seringnya kekurangan data, maka untuk itu evaluasi yang dilakukan untuk konten materi podcast Bandung menjawab adalah memberikan kisi-kisi beserta undangan kepada narasumber yang akan menjadi narasumber selanjutnya. Dengan catatan bahwa kriteria narasumber menjadi prioritas utama dalam artian narasumber haruslah benar – benar kompeten dengan isu atau informasi yang akan dibahas di podcast Bandung menjawab.

IV. KESIMPULAN

Peran Podcast Bandung Menjawab Sebagai Alternatif Media Informasi anti hoax sudah efektif. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya pendengar yang mendengarkan podcast tersebut serta pengikut yang mengikuti podcast di platform spotify, bahkan konten – konten informasi yang terdapat pada Podcast Bandung Menjawab sangatlah informatif bagi khalayak masyarakat Kota Bandung dan pesan atau informasinya sangat mudah dimengerti. Bahkan sumber konten yang ada dalam Podcast Bandung Menjawab murni paparan langsung dari narasumber yang memiliki kompetensi dibidangnya dalam menyampaikan informasi, baik itu terkait program maupun kebijakan. Dimana informasi yang disampaikan tersebut dapat dipertanggung jawabkan ke absahannya.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Kepada para peneliti yang hendak melakukan penelitian sejenis, diharapkan dapat membaca teori – teori lain yang berkaitan dengan teori new media dan buku tentang metode penelitian sehingga dapat mempermudah peneliti dalam proses pembuatan agar sesuai dengan tema yang akan diteliti.
2. Peneliti juga menyarankan untuk peneliti selanjutnya untuk lebih memahami mengenai teori-teori public relations terutama dalam

perkembangannya dengan situasi sekarang agar mempermudah penelitian dengan jaman yang semakin berkembang seperti saat ini.

B. Saran Praktis

1. Diharapkan untuk Humas Setda Kota Bandung untuk selalu melakukan inovasi – inovasi baru pada Podcast Bandung Menjawab.
2. Diharapkan Humas Setda Kota Bandung selalu menjadi informan yang memberikan sajian konten yang positif bagi para pendengarnya dan bukan hanya memberikan apa yang para pendengar mau, tetapi juga apa yang para pendengar harus tau.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahyad, M. Ravii Marwan. 2017. “Analisa Penyebaran Berita Hoax Di Indonesia.” *Jurnal*, 16.
- [2] Biantoro, Bramy. 2016. “4 Bahaya Mengintai Dari Kabar Hoax Di Dunia Maya Halaman 5 | Merdeka.Com.” *Merdeka.Com*. 2016. <https://www.merdeka.com/teknologi/4-bahaya-mengintai-dari-kabar-hoax-di-dunia-maya.html?page=5>.
- [3] Cutlip, Scott. M., Center Allen H. & Broom.Glen. M. 2009. *Effective Public Relations*. 9th ed. Jakarta: Kencana.
- [4] Eka, Randi. 2018. “Podcast User Research in Indonesia 2018.” *Dailysocial.Id*, 16. <https://dailysocial.id/research/podcast-user-research-in-indonesia-2018>.
- [5] Fadilah, Efi, Pandan Yudhapramesti, and Nindi Aristi. 2017. “Podcast Sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio.” *Jurnal Kajian Jurnalisme* 1 (1): 90–104. <https://doi.org/10.24198/kj.v1i1.10562>.
- [6] Geoghegan, Michael W., and Dan Klass. 2007. “Recording an Audio Podcast.” In *Podcast Solutions*, 77–93. Apress. https://doi.org/10.1007/978-1-4302-0473-2_6.
- [7] Juditha, Christiany. 2018. “Interaksi Komunikasi Hoax Di Media Sosial Serta Antisipasinya.” *Journal Pekommas* 3 (1): 31. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>.
- [8] Mastel. 2017. “Survey 2017: Wabah Hoax Nasional,” 32. <https://mastel.id/hasil-survey-wabah-hoax-nasional-2017/>.
- [9] Solomon Michael R. 2011. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* - 9th ed.
- [10] Yamaguchi, Cindy. 2016. “What Is Podcasting?” *AboutTech*, 3. <http://podcasting.about.com/od/basics101/a/whatis.htm>.