

MEDIA MAINSTREAM JADI RUJUKAN MEDIA SOSIAL

Bambang Mudjiyanto¹, Amri Dunan²

Puslitbang Aptika dan IKP, Badan Litbang SDM, Kementerian Kominfo
Jl. Medan Merdeka Barat No. 9 Jakarta 10110

bamb037@kominfo.go.id¹, bambangmudjiyanto26@gmail.com¹
amri007@kominfo.go.id², amridunan007@gmail.com²

ABSTRAK

Peran media *mainstream* dan insan pers masih dibutuhkan masyarakat dan pemerintah untuk memerangi informasi ujaran kebencian dan hoaks yang disampaikan oleh media sosial. Masyarakat masih butuh informasi yang benar sesuai data, fakta, dan terverifikasi yang disajikan media konvensional di Indonesia. Media *mainstream* menjadi garda terdepan sebagai sumber informasi yang valid bagi masyarakat, menjaga persatuan dan kesatuan bangsa. Masyarakat juga harus jeli mencermati, memilih dan memilah informasi yang diterima melalui media sosial, untuk kenyamanan dan ketenteraman dalam masyarakat. Bagi pemerintah, media *mainstream* mengambil peran sebagai rumah komunikasi dan kontrol sosial serta menjadi harapan pembangunan bangsa untuk mendorong menjadi bangsa yang besar. Media *mainstream* memiliki aturan main yang sangat ketat dalam proses penyajian berita. Kelayakan sebuah informasi untuk diberitakan menjadi konsumsi publik melalui proses panjang, sehingga dapat dipertanggungjawabkan. Para jurnalis di media *mainstream* umumnya para profesional dengan pendidikan cukup memadai dan diberikan pembekalan khusus tentang etika jurnalistik, umumnya tergabung dalam serikat profesi yang diikat oleh kode etik. Jurnalis media *mainstream* bekerja mencari, mengolah, dan menyebarkan informasi dengan kerangka etis, mereka mengabarkan fakta, bukan fantasi.

Kata Kunci: Media, *Mainstream*, Rujukan, Media Sosial

PENDAHULUAN

Dalam buku terbarunya, *Hate Spin* (2016), Cherie George mengingatkan bahwa tujuan utama ujaran kebencian adalah untuk membangun dukungan kelompok internal yang bersifat eksklusif dan merupakan bentuk politik identitas. Pemintalan ujaran kebencian (*hate spin*) menjadi strategi dalam merebut kekuasaan. Keuntungan dikantongi ketika pihak lain memperlakukannya sebagai juru bicara untuk komunitasnya meskipun tidak semua pandangan terwakili. Menjadi persoalan ketika *hate spin* mengangkat isu agama yang mudah dimanipulasi untuk mengembangkan intoleransi.

Masifnya peredaran informasi palsu (hoaks) melalui media sosial hendaknya menyadarkan pengelola media arus utama untuk bekerja lebih profesional dengan standar jurnalistik tinggi. Masyarakat butuh rujukan informasi yang tepercaya dan pada sisi itulah media massa dapat menjawabnya melalui suguhan informasi terverifikasi. "Media massa harus memperjelas fungsinya sebagai penyaji fakta empiris dan kebenaran," kata pengamat media Ashadi Siregar, Selasa (7/2/2017), di Yogyakarta. Ashadi mengingatkan, fungsi utama kerja media massa adalah membuat masyarakat memiliki informasi yang memadai tentang sebuah peristiwa dan fenomena. Fungsi semacam itu hanya bisa dipenuhi jika media massa terus menyajikan fakta-fakta empiris. <https://nasional.kompas.com/read/2017/02/08/21512921/media.arus.utama.harus.jadi.rujukan?page=all> (Diakses, Tgl. 10/4/2019).

Tantangan di tengah lanskap media baru ini memang membutuhkan kerja cerdas. Manuel Castells (2007) menekankan bahwa pertarungan utama di masyarakat adalah memenangi pikiran orang-orang. Pers memiliki peran dan menyediakan ruang yang luas, di mana kekuasaan

diputuskan (Kompas, 6/2/2017. Hal. 5). Berita bohong kini menjadi persoalan yang membuat kredibilitas media serta dunia jurnalistik terpuruk. Sebagian orang meragukan berita-berita yang berseliweran karena tidak ada jaminan kebenaran dari berita itu. Di sisi lain, peran sebagai pengecek atau mengonfirmasi fakta belum banyak dialami media massa arus utama. Media massa arus utama (*mainstream*) semakin dibutuhkan ditengah serbuan media sosial (medsos). Kehadiran media *mainstream* menjadi ujung tombak menangkal informasi ujaran kebencian dan hoaks yang marak disebarakan melalui medsos. Jika saja media sosial dan media abal-abal yang tak terverifikasi yang menjadi sumber informasi utama masyarakat, akan dapat menimbulkan dampak yang merugikan, disegala aspek kehidupan sosial, ekonomi, stabilitas politik dan keamanan sebuah negara. Masyarakat Indonesia sudah jenuh dengan informasi ujaran kebencian dan hoaks yang beredar melalui media sosial. Masyarakat kian menyadari dan kritis apa yang disajikan media sosial selama ini menerima informasi yang menyesatkan, membingungkan, tidak berdasar fakta objektif, dan cenderung provokatif yang mengancam keutuhan bangsa.

PEMBAHASAN

Kapitalisme Informasi dan Masyarakat Informasi

Manuel Castell, salah seorang teoritis masyarakat jaringan, sejak tahun 1990-an sebetulnya telah mengingatkan kita semua tentang resiko dari perkembangan penggunaan teknologi informasi yang makin meluas di masyarakat. Castell (1996-1998) dalam trilogi bukunya yang terkenal, *The Information Age: Economy, Society and Culture*, telah menulis bahwa perubahan sosial yang berlangsung dewasa ini bukan lagi sekedar dipicu kekuatan modal kapitalisme, melainkan juga ditandai makin dominannya peran pengetahuan dan revolusi teknologi informasi yang kemudian melahirkan kapitalisme informasi dan masyarakat informasi.

Kapitalisme terus bergerak seiring dengan berkembang pesatnya teknologi informasi yang menempatkan pengetahuan (informasi) dan teknologi sebagai aspek penting ketika produksi massal berbasis pembagian tenaga kerja dan standardisasi Taylorisme, Fordisme, dan Keynesian mencapai akhir dari perkembangannya (Castell dalam Schmiede, hal. 334). Masuknya informasi sebagai aspek penting kapitalisme disebut Castell (1996:66) sebagai kapitalisme informasional, dengan produktivitas dan kompetisi secara fundamental bergantung pada kemampuan menghasilkan, memproses, dan mengaplikasikan informasi berbasis pengetahuan secara efisien. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, melahirkan penguasa baru yang memiliki otoritas melebihi kepala negara. *Google*, misalnya telah menjadi raja diraja. Dengan kerajaan “dunia informasi” maka *Google* telah menahbiskan (menyucikan/memberkati) dirinya menjadi raja dengan kekuasaan “melipat dunia” dengan informasinya. *Google* tidak hanya menjadi penguasa dunia informasi yang bercorak profan, akan tetapi juga dunia sakral yang selama ini menjadi otoritas kaum agamawan (Alyusi, 2016: vi-vii).

Melalui media sosial seperti *Youtube*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, *Linkedin*, *Path*, dan sebagainya kemudahan untuk saling berkomunikasi, berhubungan sosial menjadi lebih mudah dan memperoleh informasi serta membangun jaringan sosial perkawanan dan persahabatan menjadi sangat mudah diakses. Teknologi dan informasi tidak hanya berguna bagi konsumen, tetapi juga bagi produsen. Kedua hal yang menjadi aset penting dalam era revolusi teknologi informasi ini membuat proses produksi dan distribusi semakin efisien dan mendatangkan keuntungan lebih besar. Otomatisasi mesin, penyebaran informasi mengenai pasar maupun kompetitor, keintiman dengan konsumen melalui transaksi langsung via *online*, kontrol cabang perusahaan melalui jaringan komputer, dan lain sebagainya membantu memudahkan proses produksi dan distribusi. Castell (1996:92) menyebut perekonomian model ini sebagai ekonomi global dengan kapasitas

untuk bekerja sebagai suatu unit dalam skala dunia dan waktu nyata. Lebih lanjut, keuntungan dan kompetisi merupakan penentu aktual dalam inovasi teknologi dan pertumbuhan produktivitas (Castell, 1996:81).

Masyarakat informasi dari *Deklarasi World Summit on the Information Society* (WSIS) yang dilaksanakan di Genewa, 10-12 Desember 2003, bahwa masyarakat informasi yang berpusat pada masyarakat, inklusif dan berorientasi pada pembangunan adalah dimana setiap orang dapat membuat, mengakses, memanfaatkan dan berbagi informasi serta pengetahuan, yang memungkinkan setiap individu, komunitas dan masyarakat untuk mencapai potensi mereka dalam rangka mengembangkan pembangunan yang terus terpelihara dan mengembangkan kualitas hidup mereka, sebagaimana yang telah dideklarasikan di dalam tujuan dan prinsip-prinsip dari piagam PBB dan menghormati secara penuh serta menguatkan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia. Untuk mewujudkan masyarakat informasi maka perlu adanya demokratisasi informasi. Hal ini karena kebutuhan dan keinginan manusia selalu berubah dan berkembang dengan berjalannya waktu, begitu juga dengan kebutuhan akan informasi bagi masyarakat.

Untuk menjadi masyarakat informasi, suatu masyarakat harus melalui beberapa proses dan tahapan yang tidak mudah. Daniel Bell (1973), mengungkapkan bahwa masyarakat dibagi menjadi tiga macam yaitu masyarakat agraris (*agricultural*), industri (*industrial*), dan postindustri (*postindustrial*). Masyarakat *postindustri* inilah yang dikatakan masyarakat informasi. Karakteristik masyarakat postindustri adalah perubahan dari produksi barang-barang ke produksi industri jasa, penyusunan pengetahuan secara teori, dengan pengetahuan dan inovasi pelayanan sebagai strategi dan sumber transformasi dalam masyarakat. Masyarakat informasi ini dapat dijelaskan bagaimana masyarakat dalam hubungannya dengan aktivitas informasi dan komunikasi yang difasilitasi oleh kemampuan produk *Information and Communication Technologies* (ICT) modern berupa internet. Dalam hal ini, masyarakat informasi sendiri digambarkan bahwa masyarakat tersebut memiliki kemampuan dalam berinternet yaitu menciptakan, mendistribusikan, menggunakan dan memanfaatkan informasi untuk kepentingan dalam bidang ekonomi, politik dan aktivitas kebudayaan.

Martin (1995) dalam bukunya yang berjudul *The Global Information Society*, mendefinisikan masyarakat informasi adalah suatu masyarakat dimana kualitas hidup dan juga prospek untuk perubahan sosial dan pembangunan ekonomi tergantung pada peningkatan informasi dan pemanfaatannya. Dalam masyarakat seperti itu, standar hidup, pola-pola kerja, kesenangan, sistem pendidikan, dan pemasaran barang-barang sangat dipengaruhi oleh akumulasi peningkatan informasi dan pengetahuan. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya intensitas produksi informasi dan pelayanan, komunikasi yang luas melalui media dan banyak diantaranya dilakukan secara elektronik. *Information superhighway* dan *booming* informasi di dunia maya tidak saja mengakibatkan perubahan yang dahsyat dibidang pengelolaan dan peran informasi, tetapi juga melahirkan restrukturisasi fundamental terhadap posisi informasi sebagai komoditas yang dapat diperjualbelikan. Informasi tidak lagi sekedar menjadi fondasi bagi pelaku ekonomi untuk dasar menentukan pengembangan usaha, tetapi informasi itu sendiri akhirnya menjadi komoditas yang menguntungkan ketika dikemas untuk kepentingan ekonomi dan politik.

Secara garis besar, ada dua akibat yang terjadi ketika informasi berkembang menjadi komoditas yang makin menguntungkan. *Pertama*, terjadinya peleburan batas antara kepentingan ekonomi dan politik dengan peran informasi sebagai komoditas yang dapat dikemas dan diperdagangkan. Lebih dari sekedar data, saat ini informasi telah bermetaformosis menjadi senjata yang berbahaya ketika penyebaran dapat direkayasa. *Kedua*, terjadinya proses komodifikasi informasi bohong yang sengaja dikemas dan kemudian disirkulasikan melalui media sosial sebagai

bagian dari instrumen baru untuk melakukan hegemoni publik yang menjanjikan di dunia politik yang makin kehilangan etika.

Perkembangan internet dan teknologi digital membuat masyarakat dibanjiri berbagai informasi. Namun, sebagian dari informasi tersebut justru berupa berita bohong, berita palsu, atau hoaks. Penyebaran berita hoaks melalui media sosial semakin tidak terkendali sehingga ikut mendorong terjadinya ekstremisme di ruang digital. Berita hoaks digunakan sebagai strategi pertempuran politik untuk memengaruhi preferensi pemilih. Kontestasi politik dengan menggunakan penyebaran hoaks memunculkan ekstremisme di dunia digital. Di Indonesia ekstremisme digital meningkat bersamaan dengan pelaksanaan Pilkada serentak 2018. Saat itu, hoaks bertebaran untuk memengaruhi preferensi pemilih.

Hoaks sebagai Perlawanan terhadap Kinerja Media Arus Utama

Media sosial merupakan fenomena yang tak mungkin dibendung mengingat begitu pesatnya perkembangan ilmu dan teknologi. Yang bisa dilakukan adalah bagaimana menyikapinya agar bisa bermanfaat. Hoaks sebagai perlawanan terhadap kinerja media arus utama yang larut komersialisasi dan makin meninggalkan sisi idealisme. Bahkan, beberapa lembaga pers mempraktikkan diri sebagai media kampanye pemilikinya. Yang tak kalah penting, media arus utama sering memberitakan persoalan secara seragam, kurang variatif dan improvisasi dalam mengambil sudut pandang terhadap isu yang mencuat. Media *mainstream* masih sangat efektif untuk menangkal hoaks dan menjadi rujukan masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi yang benar. Sebenarnya media *mainstream* itu sudah memiliki aturan main yang sangat ketat dalam proses penyajian berita. Berita itu laik diberitakan sudah melalui suatu proses panjang hingga diputuskan untuk diberitakan. Dalam konteks ini maka suatu berita tentu sudah diketahui apakah itu benar atau hoaks. Media *mainstream* harus memperketat lagi proses seleksi berita khususnya sumber-sumber informasi yang akurat sehingga media *mainstream* tidak menjadi agen penyebar hoaks. Saat ini memang media *mainstream* masih menjadi acuan publik dalam mendapatkan informasi yang benar meskipun sudah banyak media sosial tetapi belum menjadi rujukan bagi publik akibat medsos kerap digunakan untuk menebar hoaks. Intinya sumber informasi dari media *mainstream* harus terverifikasi kevalidannya sebelum informasi itu dijadikan berita dan dikonsumsi publik luas. Dengan cara seperti ini maka media *mainstream* sudah membantu menangkal hoaks (<https://www.beritasatu.com/politik/537406-media-arus-utama-dinilai-efektif-tangkal-hoax.html>). Diakses Tgl. 10/4/2019.

Di era globalisasi informasi, keberadaan kabar bohong terus menguat. Menjelang Pilkada serentak 2018, bukan tidak mungkin kabar bohong merebak. Hal ini perlu disikapi oleh lembaga pers dengan memverifikasi kabar bohong itu. Tapi, ada yang tak kalah penting, yakni mencegah perselingkuhan antara media dan politik praktis. Di era lompatan kemajuan teknologi dan di tengah melimpahnya informasi dan mis-informasi, pers makin dibutuhkan. Pers diperlukan untuk membangun narasi kebudayaan dan peradaban baru. Termasuk juga memotret masyarakat yang bergerak efisien dan cepat, yang dilahirkan revolusi industri keempat yang berbasis digitalisasi dan kemampuan analisis data. (Kompas, 10/2/2018. Hal 1). Media arus utama sebaiknya masuk ke dalam isu-isu substantif lain bagi khalayak. Media arus utama mengambil kembali posisi sebagai agen demokrasi yang menjernihkan isu, bukan disinformokrasi yang mengeruhkan isu. Media massa secara ideal seharusnya selalu berada dipihak jurnalisme yang baik. Para jurnalis mendalami materi-materi dalam penulisan berita untuk menghasilkan informasi yang mencerahkan, optimisme,

membangkitkan harapan bagi masyarakat. Dengan cara demikian, ia bisa menjadi jembatan berbagai pandangan berbeda di tengah-tengah masyarakatnya.

Perang terhadap hoaks menjadi perbincangan hangat menjelang penyelenggaraan Pilkada 2018 secara serentak. Tidak hanya rakyat biasa yang menyeru, tetapi pucuk pimpinan di negeri ini juga mendorong masyarakat melakukan perlawanan terhadap hoaks. Pemerintah menyeru agar media massa bersatu padu melawan penyebaran hoaks. Seruan itu kini dipikul media arus utama dengan mengukuhkan diri mengemban misi jurnalisme berkualitas dan berintegritas. Mereka atau media arus utama menghindari penulisan berita yang jauh dari fakta. Dalam kondisi krisis, dimana perubahan terjadi dengan cepat atau muncul konflik, Menurut Sandra J Ball-Rokeach dan Melvin L DeFleur (1976), ketergantungan masyarakat pada media massa yang mampu memenuhi kebutuhan akan informasi spesifik meningkat. Hipotesis ini menekankan adanya hubungan erat antara media massa dan masyarakat. Jajak pendapat Kompas yang dilaksanakan (1-3 Februari 2017) menunjukkan hasil yang linear. Pada saat terjadi peristiwa yang membawa ketidakpastian, seperti bencana, kecelakaan, aksi teror, dan konflik politik, media massa pers menjadi rujukan hampir semua responden. Media itu adalah koran cetak, televisi, radio, dan situs berita dalam jaringan (daring), baik format ekstensi media konvensional maupun yang baru. (Kompas, 6/2/2017. Hal. 5).

Media massa arus utama, terutama media cetak, diharapkan cukup selektif mengutip berita dari media sosial (media daring) seperti *Twitter* dan *Instagram*. Pengambilan berita dari media sosial sering kali mudah disalahpahami pembaca. Kesalahan pembacaan itu melahirkan hoaks. Media massa arus utama diharapkan terus berkomitmen agar masyarakat kritis terhadap berita yang tersaji melalui media sosial. Gempuran media sosial yang lebih cepat menyajikan berita dari pada harian berita cetak mendorong masyarakat mendapatkan informasi instan. Masyarakat sering kali kalap dan tidak jernih membaca informasi. Akhirnya, muncullah jejaring hoaks yang menyesatkan. Bahkan, sebagian besar hoaks mengarah pada pelumpuhan nalar sehat. Sebabnya, hoaks diproduksi sekelompok orang terlatih dan mahir menggunakan media. Mereka berkumpul dan berjejaring melemparkan berita bohong guna kepentingan pribadi dan golongan. Saat mereka berbaris rapi dan terus memproduksi hoaks, kebangsaan akan lumpuh.

Rasanya tidak lengkap jika tanpa melihat kebelakang perkembangan media massa di Indonesia. Dari zaman ke zaman, media massa mengalami perkembangan yang begitu pesat seiring pula dengan kemajuan teknologi yang ada. Keberadaan media massa pun kian beraneka ragam. Dari dulu hanya dalam bentuk surat kabar, majalah, tabloid, televisi, dan radio, kini sudah menjamur media massa daring (*online*). Media massa *online* memang tengah sangat digandrungi sebagian besar masyarakat di Republik ini. Tak peduli usia, media *online* menawarkan kemudahan dan kepraktisannya dalam mengakses. Akan tetapi, media *online* bagaikan buah simalakama. Di satu sisi lebih cepat membawa berita aktual, tetapi di sisi lain sering kali kurang beretika. Dikatakan kurang beretika karena faktanya media *online* sering lalai dalam memegang sifat dasar berupa kejujuran, integritas, dan kemanusiaan. Betapa sering terlihat berita yang berisi hoaks, provokatif, parsial, pembunuhan karakter seseorang, dan memojokkan kelompok tertentu. Alasan komersial dan monetasi media sering kali membuat sang pemilik akun abai untuk cek dan konfirmasi akan kebenaran berita yang disebarkannya sehingga hal ini mengakibatkan banyak fitnah bertebaran di media sosial yang tentunya sangat merugikan.

Berita-berita dengan konten hoaks tersebut alih-alih memberi pencerahan kepada publik, tetapi menjadi pemecah belah dan pengadu domba sesama bangsa Indonesia. Oleh sebab itu, membenahi segala sesuatu yang kurang beretika, merefleksi diri dengan apa yang sudah terjadi, dan mengoreksi hal-hal culas. Kembalikan citra pers yang beretika dengan memegang prinsip kejujuran, berimbang, konfirmatif, cek, dan ricek sebelum rilis menjadi sebuah berita agar tidak ada lagi berita hoaks, provokatif, dan sejenisnya. Dengan adanya berita-berita yang akurat,

berimbang, dan mencerahkan publik, pers bukan saja menjadi penebar informasi, melainkan juga penebar kedamaian menuju persatuan bangsa yang kian kukuh lagi (Media Indonesia, 17/2/2018. Hal. 7). Media massa berperan penting dalam memberikan pilihan arah berikut konsekuensinya kepada masyarakat. Dengan cara tersebut, khalayak akan tercerahkan dengan sajian yang ada di media massa arus utama. Keberadaan media cetak tetap dibutuhkan sebagai menjadi penjernih di era tsunami informasi, termasuk maraknya berita bohong atau hoaks. Namun, itu mensyaratkan kedekatan dengan pembaca dengan sajian informasi yang obyektif dan optimis dalam upaya membangun kapabilitas pasar digital agar kelangsungan bisnis media massa arus utama tak terancam tutup. Pers Indonesia sayogyanya berkomitmen menjalankan fungsinya untuk mendidik, menghibur, mengedukasi, dan melakukan kontrol sosial. Independensi pers harus tetap dijaga untuk menjaga marwah jurnalisme itu sendiri. Pers harus mampu menjalankan perannya sebagai rumah penjernih informasi di tengah maraknya “informasi” dan berita bohong. Oleh sebab itu, pers diharapkan menjadi salah satu pilar demokrasi, sebagai pasar ide dan *watchdog*. Di tengah maraknya media sosial, pers dituntut untuk menjelaskan duduknya perkara dan mengangkat fakta yang selama ini tak terungkap. Peran pers sebagai penyuar orang yang tak bisa bersuara justru menjadi kebutuhan saat ini. Terungkapnya bencana kesehatan di Agats, Asmat, Papua, adalah salah satu peran pers yang diharapkan warga.

Pers sebagai Pilar ke Empat Demokrasi

Ilmu politik modern mengenal konsep “*Trias Politica*” dari pemikir politik Prancis, Charles Louis de Secondat Baron de Montesquieu (1689-1755). “*Trias Politica*” adalah tiga pilar demokrasi, yakni eksekutif, legislatif, dan yudikatif, yang masing-masing tercermin dalam pemerintah sebagai pengambil keputusan, anggota parlemen sebagai pembuat undang-undang, dan lembaga peradilan yang memberi pertimbangan dari sisi hukum. Kemudian Fred S. Siebert lewat bukunya *Four Theories of the Press* (1963) memperkenalkan pers sebagai pilar keempat demokrasi. Intinya, Siebert yang menulis bersama Theodore Peterson dan Wilbur Schramm, menghendaki adanya kontrol terhadap tiga pilar “*Trias Politica*” Montesquieu. Sebagai pilar keempat, ternyata media massa dianggap lembaga “*superbody*” karena bisa sekaligus mengawasi dan mengkritik tiga pilar demokrasi sebelumnya: eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Kekuasaan yang super ini menempatkan para jurnalis pada kedudukan yang terhormat meski tidak termasuk dalam hierarki kekuasaan. Jurnalis dengan “pilar keempat”-nya menjadi lembaga yang independen dan disegani. Lembaga pers dan penyiaran sebagai pengejawantahan dari media massa menjadi sangat dihormati (Nugraha, 2012: 167-168).

Saat ini Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki media terbanyak. Tercatat ada 47.000 media yang terdiri dari 2.000 media cetak, 674 radio, 523 stasiun televisi termasuk di daerah, dan 43.000 media daring (Kompas, 10/2/2018. Hal. 15). Hal ini dapat dijadikan indikator bahwa Indonesia menjaga kemerdekaan pers. Platform media mungkin akan berubah, tetapi jurnalisme akan tetap eksis. Tugas pers mengawal kebangsaan Indonesia, termasuk menyampaikan kritik dan pandangan independen. Pers, terutama media konvensional, menghadapi persaingan berat dari media daring, namun pers media cetak harus tetap optimis, karena masyarakat Indonesia masih banyak yang senang membaca media cetak. Disisi lain, jurnalis juga harus tetap jujur dan berimbang dalam menulis berita dan jujur pada profesi, terutama menolak amplop. Itu membuktikan wartawan profesi terhormat dan tidak bisa dibeli.

Masih terkait ekonomi, tantangan lain yang dialami pers adalah masalah kesejahteraan wartawan. Hasil IKP (Indeks Kemerdekaan Pers) 2017 mencatat, skor untuk gaji wartawan 13 x UMP (upah minimum provinsi sesuai Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang

Ketenagakerjaan) sebesar 56,99 atau dalam kategori rendah. Hal ini berkorelasi dengan toleransi wartawan terhadap pemberian imbalan dari narasumber, termasuk amplop. Amplop kemudian dianggap oleh sebagian wartawan sebagai pelengkap kebutuhan ekonomi. Akan tetapi, kondisi ini justru membuat publik khawatir bahwa isi berita yang disampaikan akan cenderung memihak kepada kepentingan pemberi dana.

Di Indonesia masih bersyukur, pers bisa menikmati kebebasan berekspresi, kebebasan mengemukakan pendapat, sekalipun tetap ada batasnya. Dalam arti, kebebasan itu dilakukan secara bertanggungjawab, bukan kebebasan demi kebebasan semata-mata. Sebab, kebebasan tanpa aturan, kebebasan tanpa batas, adalah anarki. Kebebasan pers, kebebasan media, pada umumnya adalah jantung dari kebebasan fundamental manusia. Setiap orang memiliki hak-terutama di negara demokrasi-kebebasan berekspresi yang dalam hal ini termasuk kebebasan untuk menyampaikan pendapat, menerima dan memberikan informasi, serta memperoleh dan mencari informasi tanpa campur tangan atau intervensi otoritas publik. Kebebasan dan pluralisme media massa arus utama sayogianya dihormati sehingga pers, media massa arus utama benar-benar menjadi pilar keempat demokrasi yang kokoh dan mengakibatkan masyarakat akan meminati media massa arus utama sebagai bahan rujukan informasi yang akurat dan valid.

Keberadaan pers sebagai kekuatan keempat demokrasi masih relevan dan mendesak untuk diselamatkan. Semakin derasnya arus hoaks di medsos justru menunjukkan bahwa masyarakat masih butuh pers yang profesional dan beretika. Hoaks mesli dilawan dengan informasi yang benar, proporsional, dan bertanggungjawab. Pers profesional lebih dapat diharapkan dalam hal ini daripada medsos tanpa bermaksud mengingkari kelemahan pers profesional terkait penegakan etika jurnalistik. Mempertahankan eksistensi pers atau media massa konvensional di sini menjadi strategi dalam konteks demokratisasi dan perwujudan ruang publik yang beradab.

Mempertahankan eksistensi media jurnalistik di sini memiliki makna resiprokal. Di satu sisi, media jurnalistik dituntut dua hal sekaligus. Mereka harus menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku masyarakat yang kian terpola untuk mengakses informasi secara digital. Problem masyarakat hari ini bukan kekurangan informasi, melainkan kelimpahruahan informasi. Disaat yang sama media jurnalistik harus mempertahankan standar jurnalisme yang baku. Mengikuti mode penyajian informasi yang serba instan, cepat, dan tanpa memperhatikan akurasi dan kelayakan ruang publik, media jurnalistik ibarat masuk dalam habitat kompetitornya: medsos. Semestinya media jurnalistik menampilkan sesuatu yang lebih baik daripada medsos. Hoaks mesti dilawan dengan jurnalisme yang beradab dan mencerahkan masyarakat.

Negara mesti hadir memberikan “proteksi”. Bukan proteksi dalam arti *rigid*, tetapi komitmen menciptakan iklim bisnis media yang sehat. Bukan dengan memberi perlakuan khusus untuk perusahaan medsos, mesin pencari, *e-commerce* asing, tetapi cukup memperlakukan mereka layaknya perusahaan media. Jika perusahaan media umumnya mesti bayar pajak, perusahaan media asing juga bayar pajak. Jika perusahaan media nasional mesti membayar royalti atau hak cipta jika menggunakan konten dari media lain, semestinya perusahaan asing itu juga membayar hal yang sama jika memanfaatkan konten media nasional. Jika perusahaan media umumnya harus berbadan hukum Indonesia sebagai syarat menjalankan bisnis media, ini juga harus berlaku untuk perusahaan media asing. Mempertahankan eksistensi media massa nasional hendaknya dilakukan dalam pengertian menciptakan iklim persaingan usaha yang seimbang dan sehat.(Kompas, 9/2/2018. Hal. 7).

Saatnya pers merefleksi dan meneguhkan posisi pers yang akan tetap berada di tengah antara negara dan rakyat. Pers akan tetap selalu menjadi teman pengawal perjalanan bangsa untuk mencapai tujuan negara yang ditegaskan dalam pembukaan konstitusi, yaitu menyejahterakan masyarakat dan hadirnya keadilan sosial. Untuk menjalankan peran itu, pers dituntut untuk tetap

berpegang teguh pada kode etik jurnalistik, meningkatkan profesionalisme jurnalis, serta menyadari kembali bahwa jurnalisme hadir adalah untuk melayani kepentingan warga, bukan kepentingan yang lain (Kompas, 9/2/2018. Hal. 6).

Kekuatan sebagai pengonfirmasi fakta ini menjadi nilai tawar media massa arus utama. Disiplin verifikasi dan akurasi adalah prinsip jurnalistik yang menjadikan media massa tetap kredibel dan dipilih publik. Seperti kata Yvonne Chua dari VERA Files Filipina (2017) memasuki era dimana banyak sekali beredar fakta alternatif, jurnalis justru harus tetap berpegang teguh pada prinsip jurnalistik, yakni disiplin ketat pada verifikasi dan pengecekan fakta. Kabar-kabar yang akhirnya tidak terbukti kebenarannya kian banyak bertebaran di media sosial. Banyak orang resah dengan fenomena ini. Segala informasi tidak benar kian menghantui karena bisa memicu putusnya pertemanan, gesekan, bahkan permusuhan. Berdasarkan data Kementerian Komunikasi dan Informatika, hingga Desember 2016, diperkirakan terdapat 800.000 situs di Indonesia yang terindikasi sebagai penyebar berita palsu dan ujaran kebencian (*hate speech*). Jajak pendapat Kompas yang digelar awal Oktober 2017 merekam pandangan anak muda terhadap hoaks. Mayoritas responden (85%) berpendapat, pemberitaan hoaks yang banyak beredar di media sosial saat ini telah sampai pada taraf yang meresahkan atau bahkan “sangat” meresahkan.

Maraknya informasi/berita hoaks yang beredar di media sosial akhir-akhir ini mengakibatkan kebingungan dan kekhawatiran dalam masyarakat. Selain mengaburkan fakta dan kebenaran, kabar-kabar bohong itu juga merenggut hak publik untuk mendapatkan informasi yang benar. Fisher (1986: 11), komunikasi dapat dipandang baik atau efektif, sejauh ide, informasi, dan sebagainya dimiliki bersama oleh atau mempunyai kesamaan arti bagi orang-orang yang terlibat dalam perilaku komunikasi. Daya tahan masyarakat terhadap hoaks sangat ditentukan oleh keberadaan sumber informasi yang lebih baik. Dalam kaitan ini, keberadaan media massa arus utama (konvensional) sangat menentukan. Media massa konvensional semestinya mengimbangi derasnya arus informasi media sosial dengan jurnalisme yang bermartabat. Sehingga masyarakat dapat membandingkan informasi yang beredar media sosial dengan media massa arus utama untuk mendapatkan informasi yang akurat. Ekstremisme di ruang digital sebenarnya dapat dinetralkan melalui pemberitaan media arus utama dengan kebijakan editorialnya.

Posisi media massa pun masih kuat dalam keseharian publik. Setidaknya delapan dari 10 responden (84%) masih menjadikan media massa yang memproduksi karya jurnalistik sebagai sumber informasi yang paling sering digunakan. Hanya (15%) yang memilih media sosial. Komposisi yang tidak jauh berbeda juga terlihat ketika responden diminta memilih media mana yang paling dipercayai. (Kompas, 6/2/2017. Hal. 5). Dalam soal kepercayaan, koran cetak menonjol diantara media lain. Hanya (6,4%) responden yang menjadikan media cetak ini sebagai sumber informasi yang paling sering dipakai, tetapi terkait kepercayaan akan kebenaran berita yang disajikan angkanya bertambah dua kali lipat lebih (14,2%). Sebaliknya, media sosial, termasuk grup percakapan seperti *Whatsapp*, justru tertinggi penyusutannya, dari (15 %) menjadi (8,9%). Namun, perubahan lanskap bermedia perlu diantisipasi seiring kian besarnya penetrasi internet di masyarakat Indonesia. Peningkatan pengguna internet di Indonesia terus membesar dan menarik masuk semakin banyak masyarakat ke dalam dunia informasi yang bisa memabukkan bagi khalayak yang belum siap.

Dalam kondisi dunia maya yang berisi konten negatif, seperti pornografi, penipuan, berita-berita bohong, dan radikalisme, hasil jajak pendapat Kompas, melalui pesawat telepon yang diselenggarakan (1-3 Februari 2017) sebanyak 548 responden, berusia minimal 17 tahun berbasis rumah tangga dipilih secara acak bertingkat di 14 kota besar di Indonesia, menyebutkan ada (41,6%) responden yang mengaku tidak bisa membedakan mana yang termasuk media massa resmi dan terikat kode etik jurnalistik dengan media abal-abal yang hanya menyebarkan berita

sensasional, bohong, dan provokatif. Semakin rendah pendidikan, semakin sulit bagi mereka memilah kedua media tersebut. (Kompas, 6/2/2017. Hal. 5).

Masifnya peredaran informasi hoaks melalui media sosial hendaknya menyadarkan pengelola media arus utama untuk bekerja lebih profesional dengan standar jurnalistik tinggi. Masyarakat butuh rujukan informasi yang terpercaya dan pada sisi itulah media massa arus utama dapat menjawabnya melalui suguhan informasi terverifikasi. Media massa arus utama harus memperjelas fungsinya sebagai penyaji fakta empiris dan kebenaran. Fungsi utama kerja media massa adalah membuat masyarakat memiliki informasi yang memadai tentang sebuah peristiwa dan fenomena. Fungsi semacam itu hanya bisa dipenuhi jika media massa terus menyajikan fakta-fakta empiris. Persoalannya jika informasi dari media sosial yang belum jelas kadang begitu saja dirujuk dan dikutip media massa arus utama dalam pemberitaan mereka. Apalagi model wawancara via platform internet secara signifikan tidak menciptakan hubungan emosional, fisik, hingga spiritual dari sang jurnalis dan narasumbernya. Perjumpaan fisik itu menciptakan semacam ‘ruh’ pada hasil reportasenya. Berita itu kemudian bergulir menjadi viral dan menjadi lingkaran setan.

Dahulu ada istilah “wartawan *press release*” untuk menggambarkan jurnalis yang bekerja dan menuliskan hanya berdasarkan edaran siaran pers, kemalasan jurnalistik macam itu kini mendapat perluasannya: komunikasi siber berbasis internet dan media sosial. Sekarang ini sudah jadi keawaman di kalangan jurnalis melakukan pencarian data dan wawancara dengan menggunakan *gadget*, seperti telepon seluler. Dialog dilakukan dengan menggunakan saluran teleponik yang gratis disediakan fitur media sosial. Yang terjadi kemudian perbincangan yang dimediasi sekaligus dibatasi jaringan yang mengandalkan kekuatan koneksi, juga kekuatan telinga menampung desibel tinggi (Media Indonesia, 9/2/2018. Hal. 1 dan 2).

Perbincangan seperti itu membuat kerja lebih efektif dan efisien, bagi sang jurnalis. Lebih murah, karena tidak membutuhkan transportasi. Lebih hemat waktu dan energi. Wawancara bisa dilakukan sambil *nongkrong* di kafe, mojak di kantor, tempat tidur atau sambil olah raga di *fitness center*. Kenyamanan seperti itu tidak cukup berlaku bagi narasumber karena ia harus bicara dan mengerahkan pikiran lewat medium yang tidak biasa, sehingga kadang alur pikirnya putus-putus ketimbang menggunakan cara atau medium pertukaran tradisional. Terlebih bila wawancara dilakukan dengan tulisan, entah via email, SMS, atau media sosial. Narasumber harus bekerja lebih, seperti layaknya mereka menulis makalah pendek dan sang jurnalis tinggal kemudian menyalinnya menjadi berita.

Di era anomali dan gejolak dewasa ini, masyarakat membutuhkan kehadiran pers dengan ciri distingtifnya: kemampuan menyajikan informasi yang proporsional dan berkualitas. Seperti yang terjadi di Amerika Utara dan Eropa belakangan ini, masyarakat yang mulai jenuh dengan media sosial yang konfliktual dan memecah belah sebenarnya mulai melirik kembali media konvensional sebagai sumber informasi (Kompas, 20/11/2017. Hal. 6). Rasa frustrasi masyarakat itu terhadap sajian-sajian media sosial menyiratkan kerinduan akan sumber informasi yang berkualitas. Maka yang perlu dilakukan media massa konvensional jelas bukan mengikuti kecenderungan media sosial, melainkan justru sebaliknya, menampilkan sesuatu yang lebih baik. Untuk itu, strategi media massa konvensional dalam mempertahankan diri di era digital adalah kembali pada esensi jurnalisme yang bermartabat dan mencerahkan masyarakat. Pers yang berintegritas, memiliki etos dan etika yang kuat, yang bisa terhindar bahkan melawan syahwat politik dalam menghadapi pilkada 2018 secara serentak. Bukan tidak mungkin pers pun dapat mereparasi atau memberi terapi yang tepat untuk menyembuhkan penyakit politik.

Guncangan Daya Hidup Media Arus Utama

Secara ekonomi, pers Indonesia masih belum bebas dari intervensi pemilik media, terutama terkait dengan kepentingan bisnis unit usaha pemilik media. Independensi media juga dipengaruhi oleh kekuatan ekonomi dari pihak luar, terutama perusahaan-perusahaan pemasang iklan. Berbagai tekanan dari pemilik media kepada redaksi biasanya akan sulit menghasilkan keragaman dalam berita. Pemimpin redaksi akan sulit menghindari tekanan dari pemilik media, terutama pada pemilik yang berafiliasi dengan kepentingan ekonomi dan politik tertentu. Keberpihakan media akibat polarisasi politik ini bisa menurunkan kepercayaan publik terhadap media tersebut. Oleh sebab itu, perlu adanya intervensi tegas dari pemerintah agar permasalahan kebebasan pers dari kepentingan pemilik media dapat diselesaikan. Pemerintah bisa mengintervensi melalui pembentukan undang-undang yang mengatur pemilik media tidak boleh masuk dunia politik. Jika memang mau masuk (politik) harus melepaskan kepemilikan mediana.

Mengutip hasil Indeks Kemerdekaan Pers (IKP) 2017, kebebasan pers di bidang ekonomi saat ini masih berada pada kategori sedang atau agak bebas, yaitu pada skor 67,08. Bidang ekonomi ini yang membuat indeks kebebasan pers agak rendah. Kemerdekaan pers di Indonesia berada dalam posisi agak bebas dengan indeks 68,96. Keadaan ini membaik dari tahun sebelumnya yang menunjukkan indeks 63,44. (Kompas, 9/5/2018. Hal. 12). Media arus utama perlu mempertahankan independensi dan profesionalisme sesuai kaedah jurnalistik dan pemberitaan, bukan malah menambah kegaduhan di masyarakat, terutama dalam menghadapi Pilkada 2018.

Perkembangan pesat media baru memberi guncangan serius daya hidup media lama. Indikasi penurunan performa industri surat kabar antara lain jatunya harga saham perusahaan surat kabar, menurunnya jumlah pembaca, merosotnya pendapatan iklan, dan surutnya sirkulasi terus-menerus. Berita tentang surat kabar yang terpaksa gulung tikar, melakukan perampingan, mengurangi frekuensi atau volume terbitan terus terdengar dari berbagai penjuru dunia. Dari sisi pendapatan iklan dan jumlah khalayak, radio dan televisi terus mengalami tren penurunan. Indonesia juga tidak terlepas dari tren global ini.

Berbagai analisis mengemukakan bahwa media arus utama dan media massa akan terus digeser oleh media sosial dan media baru. Media massa, pers, yang dikenal sebagai pilar keempat demokrasi, dianggap akan sulit bersaing dengan media sosial atau digital. Ada tiga persoalan mendasar guncangan media konvensional: *Pertama*, benar bahwa media konvensional surut karena perkembangan media digital. Namun perlu digarisbawahi, media digital yang berkembang pesat dan mengambil surplus ekonomi yang awalnya sebagian dinikmati media konvensional itu adalah media digital global. Mereka ini bukan media jurnalistik, melainkan *web* mesin pencari, medsos, dan *e-commerce*. Yang terjadi pada aras ini dengan demikian adalah pengambilalihan surplus ekonomi dari media konvensional nasional oleh media digital global berciri nonjurnalistik.

Kedua, perubahan lanskap komunikasi-informasi secara menyeluruh menciptakan iklim persaingan media yang timpang. *Google, Facebook, Twitter, Baidu, Yahoo*, dan lain-lain sesungguhnya perusahaan media. Meski teknologi yang digunakan dan model hubungan dengan khalayak yang dikembangkan berbeda, posisi media baru itu sesungguhnya sama dengan media lama: dualitas antara institusi sosial yang melayani masyarakat dengan informasi-komunikasi sekaligus institusi bisnis yang motif utamanya keuntungan ekonomi. Mereka adalah perusahaan media yang melakukan proses komodifikasi informasi dan meraih keuntungan dari pendapatan iklan.

Namun, dalam praktiknya, media baru itu belum sepenuhnya diperlakukan sebagai subyek hukum perusahaan media. Mereka hadir dengan kekuatan dan pengaruh luar biasa besar, serta secara langsung memengaruhi daya hidup media lama, tetapi belum mengalami pelembagaan

sedemikian rupa. Dalam konteks inilah tercipta iklim persaingan timpang. Media lama harus bergerak dengan berbagai aturan, batasan, dan larangan, sementara media baru beroperasi tanpa aturan dan batasan pasti.

Ketiga, media baru itu belum dapat menggantikan kedudukan dan fungsi media lama sebagai ruang publik yang beradab. Tanpa mengesampingkan peranan demokratisnya, medsos justru berkembang menjadi forum diskusi yang mengesampingkan kepantasan ruang publik dan etika komunikasi. Medsos berkembang bukan hanya sebagai sarana artikulasi kebebasan, melainkan juga sarana menuangkan sikap acuh tak acuh, prasangka buruk, dan kebencian. (Kompas, 9/2/2018. Hal. 7).

Dalam perwujudan ruang publik yang beretika dan beradab, kedudukan media konvensional belum tergantikan. Bukan dalam arti bahwa media konvensional tak punya kelemahan, tetapi kelemahan-kelemahan ini dikontrol oleh sistem yang sudah terlembaga. Ada sistem hukum dan etika yang dapat mengantisipasi dan mengendalikan praktik kebebasan yang berlebihan melalui media konvensional. Sementara antisipasi dan pengendalian atas penerapan etika komunikasi di medsos masih sulit dilakukan atau terbentur berbagai masalah: anonimitas, ambiguitas posisi sebagai ruang publik atau ruang privat, ambivalensi antara komunikasi massa dan komunikasi interpersonal, serta sifat media berbasis internet yang berkarakter transnasional dan *borderless*. Fungsi medsos sebagai ruang komunikasi belum mengalami pelembagaan secara tuntas. Hal ini pula yang menjelaskan mengapa pajak untuk pengelola medsos belum bisa diterapkan sepenuhnya dan mengapa pengelola medsos punya imunitas dalam sengketa tentang penyebaran hoaks melalui medsos.

Jurnalisme Data

Istilah jurnalisme data atau *data driven journalism* (DDJ) mulai digunakan sejak 2009. Istilah ini menggambarkan proses jurnalistik berdasarkan pada analisis dan penyaringan 'set data' untuk membuat berita (*news story*). Kegiatan jurnalisme data bertumpu pada data. Wartawan mencari bahan berita atau menentukan sudut (*angle*) berita berdasarkan data yang tersedia. Jurnalisme data merupakan salah satu trend jurnalistik era digital (jurnalistik *online*) yang muncul berkat kehadiran *big data* di internet. Jurnalistik data atau jurnalisme data (*data journalism*) adalah salah satu bentuk pemanfaatan *big data* dalam proses penulisan berita. Paul Bradshaw, dalam *Data Journalism Handbook* menyatakan, secara ringkas dan sederhana, jurnalisme data adalah jurnalisme yang dikerjakan dengan data. *Big data* merupakan kumpulan data yang muncul dengan jumlah sangat besar dan dapat diolah untuk kemudian dianalisis sesuai dengan keperluan tertentu, seperti melakukan prediksi, membuat keputusan, membaca sebuah tren, melihat tingkah laku konsumen, dan sebagainya.

Untuk industri media, penulisan jurnalistik akan terlihat lebih rinci, menarik, dan kredibel, apalagi disertai dengan penggunaan dan analisis data yang mendalam. Jurnalisme data merupakan salah satu bentuk pemanfaatan *big data* yang dapat dilakukan oleh industri media dan menjadi kebutuhan yang seolah tak bisa dipisahkan dari proses penulisan berita oleh para jurnalis (<http://www.komunikasipraktis.com/2016/11/pengertian-jurnalisme-data.html>). Jurnalisme data dapat memanfaatkan perangkat lunak (*software*) untuk menemukan hubungan antara ratusan ribu dokumen. Dengan jurnalisme data, wartawan untuk menceritakan satu kisah yang kompleks melalui infografis yang menarik. Dengan demikian, jurnalisme data adalah kombinasi antara intuisi berita dalam tradisi jurnalisme dan kemampuan menampilkan cerita berdasarkan data yang luas dan beragam.

Jurnalisme data berkembang sejak diterbitkannya buku *The Data Journalism Handbook: How Journalists Can Use Data to Improve News* (2012), hasil kolaborasi belasan jurnalis dari sejumlah media dalam sebuah lokakarya di MozFest tahun 2011 di London. Empat tahun kemudian terbitlah buku *Data Journalism: Inside the Global Future* (Tom Felle, John Mair, & Damien Radcliffe, eds, 2015) yang membahas perkembangan beberapa tahun terakhir setelah jurnalisme data diumumkan hadir dalam ranah jurnalisme dunia. Secara sederhana dikatakan bahwa jurnalisme data adalah jurnalisme yang dikerjakan dengan data. Namun, data yang dimaksud di sini bukanlah suatu data sebagaimana kita mendapatkan suatu dokumen tertentu, tetapi data dalam volume yang sangat besar. Pengolahan data tersebut kerap kali dibantu aneka program komputer sehingga jurnalisme data ini juga kerap dikenal dengan nama *computer-assisted reporting*, pelaporan dengan bantuan komputer.

Menurut Jonathan Gray, Liliana Bounegru, dan Lucy Chambers, perbedaan jurnalisme data dan jurnalisme lainnya terletak pada kemungkinan-kemungkinan baru yang terbuka ketika jurnalisme memadukan “kepekaan terhadap berita” dan kemampuan untuk menuturkan sebuah cerita yang menyentuh hati dengan skala dan informasi digital yang tersedia saat ini. Beberapa contoh disebutkan dalam buku *The Data Journalism Handbook*, seperti yang dilakukan *The Telegraph* di Inggris yang menyisir ratusan ribu dokumen terkait pengeluaran para anggota parlemen. *Miami Herald* memanfaatkan jurnalisme data untuk menganalisis bagaimana respons tak memadai dari pihak departemen sosial di Miami, AS, membuat hilangnya nyawa ratusan anak akibat kekerasan domestik. Reuters dan tim investigasinya menganalisis ribuan petisi di Mahkamah Agung AS dan mereka menemukan adanya sejumlah pengacara tertentu yang selalu menang perkara di sana. Ada juga *Wall Street Journal* yang membongkar bagaimana 1 persen dollar di AS menikmati pembayaran Medicare (semacam BPJS Kesehatan) antara 2012 dan 2013 (Kompas, 7/6/2018. Hal. 7).

Jurnalisme data dapat membantu seseorang wartawan untuk menceritakan satu kisah yang kompleks melalui infografis yang menarik. Global Editors Network menyelenggarakan Data Journalism Award setiap tahunnya sejak 2014 (www.datajournalismawards.org). Akhir Mei 2018, para juri menentukan siapa yang menjadi pemenang Data Journalism Awards. Produk jurnalistik berbasis data semakin dibutuhkan untuk menjawab tantangan dinamika arus informasi pada tahun politik 2018 dan 2019. Selain meningkatkan kualitas informasi dan menangkal berita bohong, jurnalisme data mampu mendorong terciptanya sistem pemerintahan yang transparan dan akuntabel. Jurnalisme data diharapkan bisa menggugah kesadaran masyarakat untuk terlihat lebih jauh dalam mengawasi proses pemerintahan. Keterlibatan masyarakat merupakan hak sebagai warga negara dalam pemerintahan yang menganut sistem demokrasi. Selain tuntutan terhadap jurnalisme data makin tinggi, tantangan untuk menciptakan produk atau karya yang berbasis data juga semakin kompleks karena membanjirnya kepentingan politik parsial. Kesadaran menciptakan produk jurnalistik yang berbasis data semakin meningkat di kalangan para jurnalis dan industri media. Bahkan, penyajian produk-produk jurnalistik berbasis data menjadi kebutuhan yang tak terelakkan. “Kebutuhan itu tidak hanya dirasakan oleh media konvensional, tetapi juga media digital” ujar Abdul Mana (Ketua Aliansi Jurnalis Independen Indonesia, Kompas, 15/3/2018. Hal. 12). Harus diketahui, kepentingan untuk menyajikan informasi berbasis data masih kerap dikalahkan oleh kepentingan untuk menyajikan informasi secara cepat, singkat, dan banyak mengandung perhatian pembaca.

Tugas jurnalis sudah cukup ketika membawa masalah ke permukaan dan meminta perhatian banyak pihak atas masalah yang diangkat. Jadi, jurnalisme data memang memberi kontribusi pada pemahaman masyarakat terhadap lingkungan sekitarnya dan cara menyajikan jurnalis akan membuat tumpukan data jadi lebih memiliki berita ketimbang tumpukan dokumen

atau kertas tak bermakna. Keterampilan ini baik dimiliki oleh para jurnalis masa kini dan keterampilan seperti ini harusnya membuat kegiatan jurnalisisme jadi tetap relevan serta menjadikannya lebih menarik dilakukan. Memang tidak semua jurnalis harus menjadi jurnalis data. Namun, apabila semakin banyak wartawan yang memiliki keterampilan ini, mungkin bisa mengharapkan mereka mengangkat lebih banyak data yang ada. Indonesia sudah sejak 2008 memiliki Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (UU Nomor 14 Tahun 2008) yang memberikan jaminan keterbukaan informasi publik untuk bisa diakses dan dimanfaatkan oleh siapapun. Akan tetapi, adanya UU ini tak menjamin ketersediaan data atau informasi krusial yang menyangkut berbagai sektor. Inisiatif lain dari pemerintah adalah program *open government* atau pembuatan portal satu data Indonesia (data.go.id) yang memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk dapat mengakses data-data dari pemerintah. Jurnalisisme data akan sangat bertumpu pada tumpukan data yang ada dan jurnalis ditantang untuk menemukan informasi diantara tumpukan data yang ada. Banyak informasi yang bisa digali bila jurnalis memanfaatkan data yang ada dan dibantu dengan keterampilan komputer untuk mengolahnya. Jurnalis akan menemukan sesuatu dari timbunan data yang ada.

PENUTUP

Keberadaan media arus utama (*mainstream*) diperkuat dengan melibatkan insan pers, dunia usaha, pemilik dan pengelola media serta pemerintah. Salah satu cara mencegah informasi ujaran kebencian dan hoaks yang marak terjadi adalah memperkuat media-media *mainstream*. Peralnya, proses seleksi berita di media *mainstream* sangat ketat dengan berpijak pada prinsip-prinsip jurnalistik. Media *mainstream* tetap menjadi *clearing house* dan rujukan bagi masyarakat untuk memastikan kebenaran suatu informasi. Proses *check* dan *recheck*, serta seleksi yang ketat melalui redaksi, membuat media *mainstream* masih dipercaya. Media *mainstream* menjaga dan menerapkan prinsip-prinsip verifikasi, klarifikasi, dan konfirmasi atas suatu informasi atau fakta dan tak mudah tergoa dengan berita viral.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, Shiefty Dyah. 2016. *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Bell, Daniel. 1976. *The Coming of Post-Industrial Society: A venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books.
- Castell, Manuel. 1996. "The Informational Economy and the Process of Globalization". Dalam *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publisher. Hal. 66-150.
- DeFleur, Melvin L. and Sandra Ball-Rokeach. 1975. *Theories of Mass Communication*. New York: Longman Inc., 3rd. Edition.
- Martin, William J. (1995). *The Global Information Society, Hampshire: Aslib Gower*. Maryati, K & Suryawati, J, 2003. *Sosiologi 1*. Jakarta: Erlangga.
- Nugraha, Pepih. 2012. *Citizen Journalism: Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.

Suratkabar

- Kompas, 6/2/2017. Hal. 5.
- Kompas, 20/11/2017. Hal. 6.
- Kompas, 9/2/2018. Hal. 6.
- Kompas, 9/2/2018. Hal. 7.
- Kompas, 10/2/2018. Hal 1.

Kompas, 10/2/2018. Hal. 15.
Kompas, 15/3/2018. Hal. 12.
Kompas, 9/5/2018. Hal. 12.
Kompas, 7/6/2018. Hal. 7.
Media Indonesia, 9/2/2018. Hal. 1 dan 2.
Media Indonesia, 17/2/2018. Hal. 7.

Situs Daring

<http://www.komunikasipraktis.com/2016/11/pengertian-jurnalisme-data.html> (Diakses, Tgl. 5/4/2019).
<https://nasional.kompas.com/read/2017/02/08/21512921/media.arus.utama.harus.jadi.rujukan?page=all> (Diakses, Tgl. 10/4/2019).
<https://www.beritasatu.com/politik/537406-media-arus-utama-dinilai-efektif-tangkal-hoax.html>(Diakses, Tgl. 10/4/2019).
Schmiede, Rudi. 2016. *Knowledge, Work, and Subject in Informational Capitalism*. Diakses Tgl 9/4/2019, dari:[http://ahalla-ts-fisip12.web.unair.ac.id/artikel_detail-154708-umum-Ekonomi % 20dan% 20 Kapitalisme% 20Informasi.html](http://ahalla-ts-fisip12.web.unair.ac.id/artikel_detail-154708-umum-Ekonomi%20dan%20Kapitalisme%20Informasi.html)
www.datajournalismawards.org (Diakses, Tgl. 4/4/2019).