

Jurnalisme Era Digital: Digitalisasi Jurnalisme dan Profesionalitas Jurnalisme Online

Lintang Muliawanti; Universitas Muhammadiyah Magelang;
lintangmuliawati@ummgl.ac.id

Abstracts

Rapid technological progress, encourage journalism industry contributed penetrated on digitization, with the emergence of the phenomenon of online journalism. In the era of online journalism itself, journalists are required to follow the conditions of the readers in the virtual world, where information is required for fast-paced. But on the other hand, online journalists are also required to have more skills than conventional journalists, where the skills in providing both visual and writing content are also required to be faster and creative in innovating the appearance of news and information in writing in multiplatform. The journalistic skills required for this versatility create problems that arise, namely the professionalism of journalists themselves, in which the process of collecting news, processing, and presenting news is not in accordance with the ethics of professionalism of online journalists. This paper aims to find out how the problems and professionalism of online journalism. The positive impact of the professionalism of online journalism includes being required to be more skilled in the provision of both visual and writing content, as well as being required to be faster and creative in innovating the appearance of news and information. But in addition there are other problems, first about the collection of news that is vulnerable to plagiarism. Second, about news reporting, which shifts the practice of "pre-verification" to "post-verification", and third on the aspect of presenting the news, which gave birth to the title journalism phenomenon.

Keyword: Convergence, Digital Communication, Journalistic Digitalization, Journalism, New media, and Online Professional Journalism.

Abstrak

Kemajuan teknologi yang semakin pesat dewasa ini mendorong industri jurnalisme turut merambah pada digitalisasi, dengan munculnya fenomena jurnalisme online. Di era jurnalisme online sendiri, para jurnalis dituntut untuk mengikuti kondisi pembaca di dunia maya, di mana informasi dituntut untuk serba cepat. Namun di sisi lain jurnalis online juga dituntut memiliki keterampilan lebih dibandingkan jurnalis konvensional, di mana keterampilan dalam penyediaan konten baik visual, maupun penulisan, juga dituntut untuk lebih cepat dan kreatif dalam berinovasi pada penampilan berita dan informasi dalam menulis di multiplatform. Keterampilan jurnalis yang dituntut untuk serba bisa tersebut menimbulkan permasalahan-permasalahan yang muncul yaitu mengenai profesionalitas jurnalis itu sendiri, dimana dalam proses pengumpulan berita, pengolahan, dan penyajian berita tidak sesuai dengan etika profesionalitas jurnalis online. Pada tulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana permasalahan dan profesionalitas jurnalisme online. Dampak positif dari profesionalitas jurnalisme online diantaranya dituntut untuk lebih terampil dalam penyediaan konten baik visual, maupun penulisan, juga dituntut untuk lebih cepat dan kreatif dalam berinovasi penampilan berita dan informasi. Namun di samping itu muncul permasalahan lain, pertama mengenai pengumpulan berita yang rentan akan plagiasi. Kedua, tentang pelaporan berita, yang menggeser praktik “pra verifikasi” menjadi “paska verifikasi”, dan ketiga pada aspek penyajian berita, yang melahirkan fenomena jurnalisme judul.

Kata Kunci : Digitalisasi jurnalistik, Konvergensi, Jurnalisme online, Komunikasi digital, Media baru, dan Profesionalitas jurnalisme online.

A. Pendahuluan

Dalam konteks lahirnya masyarakat informasi sebagai bentuk revolusi peradaban yang dikenal dengan revolusi komunikasi digital, manusia turut menciptakan berbagai inovasi-inovasi baru dengan ritme yang sangat pesat. Dalam teknologi penyampaian komunikasi dan informasinya, beragam inovasi seakan tak terkendali perkembangannya, di antaranya ialah munculnya fenomena digitalisasi media yang salah satunya melahirkan media sosial berupa *social network sites* dan juga *blogs* yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Semakin banyak desakan kebutuhan akan informasi dan mudahnya akses internet juga menjadikan orang-orang semakin mudah untuk berkomunikasi. Hanya dengan satu sentuh atau satu kali “klik” pada situs jejaring sosial (*social network*) tersebut, orang-orang dapat terhubung dengan orang-orang lainnya baik untuk kepentingan pribadi maupun profesional.

Pesatnya perkembangan teknologi jejaring sosial di kalangan profesional didukung dengan larisnya penjualan *gadget* seperti *smartphone* yang memudahkan orang-orang mengakses internet dan media sosialnya. Peluang tersebut dimanfaatkan oleh organisasi atau perusahaan penyedia konten berita salah satunya di dunia jurnalisme, terutama di tengah anjloknya oplah koran yang semakin hari semakin mengkhawatirkan. Media-media berita konvensional seperti tak mau kalah dalam memanfaatkan peluang dari perkembangan teknologi ini sehingga mereka menjadikan medianya menjadi *multiplatform*. Selain tetap mempertahankan media lamanya, mereka juga turut merambah ke *online* dalam berbagai bentuk. Para perusahaan penyedia media berita profesional seperti halnya Kompas dengan Kompas.com, Tempo dengan Tempo.co atau yang memang sejak awal sudah berbasis *online* seperti okezone.com dan detik.com, ditambah dengan kehadiran situs media online yang membawa angin segar dengan karakteristik dan inovasi baru seperti halnya Beritagar.id, Mojok.co, Tirto.id, Kumparan, dan sebagainya.

Media online tersebut mampu menarik perhatian masyarakat di Indonesia, dibuktikan dengan tingginya *traffic* pengunjung media online tersebut. Pada media online Mojok.co sendiri, memiliki rata-rata 50.000 *views* per harinya, dan pernah

menembus 400.000 *views* dalam satu hari dan pernah mendapatkan peringkat 317 media online nasional versi alexa.com¹. Berbagai media online pun bahkan berlomba-lomba melibatkan media sosial dalam penyampaian beritanya melalui *link* dengan menambahkan judul dan kutipan (*caption*) yang menarik baik di Facebook, Twitter, bahkan yang terakhir mereka juga mulai merambah ke video yaitu melalui Youtube.

Menurut Asough, sejak munculnya situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, sebagai alat utama untuk berita, wartawan dan organisasi, mereka telah melakukan tindakan *high-wire*, yaitu kebutuhan menggunakan media sosial untuk melibatkan *audiens* mereka dengan cara-cara baru dan inventif, sembari menjaga etika². Perkembangan media sosial terutama jejaring sosial tentu mendorong para wartawan tidak hanya terampil dalam menulis dan mengambil gambar atau fotografi, namun juga harus terampil dalam multimedia. Wartawan tidak hanya dituntut untuk terampil hanya dalam jejaring sosial Facebook maupun Twitter saja, namun juga blog, instagram dan YouTube dengan karakter media dan *audiens* nya masing-masing.

Reuter Institute menyebutkan skill yang harus dikuasai wartawan saat ini dan masa depan antara lain *Multimedia, Adobe Flash, Video editing, dan Digital Narratives*. Jurnalis akan diharuskan untuk belajar untuk bekerja dengan sebuah tim *info-graphics* atau tim desain berita visual untuk menemukan kembali cara bercerita di *platform* digital³. Hal tersebut berarti bahwa media sosial yang muncul belakangan ini dengan tampilan yang beragam memang mengubah panorama jurnalisme di Indonesia, terutama yang menyangkut proses pengumpulan berita, proses pembuatan berita, dan proses penyebaran berita.

Media jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter serta aplikasi web 2.0 seperti blog dan Google telah mengubah industri berita dan praktek jurnalisme *inside out*. Mereka menyajikan kemungkinan yang mengagumkan dan pada saat yang sama,

¹ Yohanes Widodo, "Mojok.Co : Sedikit Nakal Banyak Akal," accessed August 9, 2018, <http://newslab.uajy.ac.id/2017/12/07/mojok-co-sedikit-nakal-banyak-akal/>.

² Aveseh Asough, "The Impact of Social Media on Journalism Ethics," in *Social Media and Ethics* (Fellowship for Ethics Leadership, Abuja: CIME, 2012), 2.

³ Jennifer Alejandro, "Journalism in the Age of Social Media," in *Reuters Institute Fellowship Paper* (Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2010), 10.

memberikan risiko yang tinggi untuk kesalahan. Tantangan media sosial dan web 2.0 telah dilemparkan ke manajemen berita dan wartawan seperti yang tidak terlihat sebelumnya. Hambatan masuk telah diturunkan, dengan komputer atau *smartphone*, siapapun bisa menjadi penerbitnya sendiri. Mereka dapat mengerjakannya melalui blog, *tweet* atau facebook kapan saja, di mana saja.⁴ Kemampuan jurnalis online dalam menghadapi tuntutan kemajuan teknologi internet saat ini dimana audiens informasi yang serba cepat tentunya mengundang berbagai permasalahan.

Tujuan utama dari kajian ini adalah untuk mengetahui bagaimana permasalahan dan profesionalitas jurnalisme *online* dan media sosial di era digital saat ini yang semakin kompleks. Sebab, berbagai persoalan muncul ketika jurnalis pada media online ini menyajikan berita yang terkadang tidak akurat. Kecanggihan teknologi untuk memudahkan produksi jurnalistik bisa menjadi sebaliknya, membuat berita tidak pada posisi mencerahkan masyarakat.⁵

B. Kajian Pustaka

Beberapa konsep penting terkait jurnalisme di dunia online akan dibahas sebagai pengantar menuju pembahasan utama tentang profesionalitas pada jurnalisme online dewasa ini. Beberapa konsep penting tersebut antara lain adalah Media Baru, Jurnalisme *Online*, profesionalitas jurnalisme online, dan dampak dari digitalisasi media.

1. Media Baru (*New Media*)

Media massa berkembang begitu cepat ditandai dengan munculnya sejumlah besar media baru di tengah-tengah masyarakat. Istilah media baru atau *new media* telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. Menurut Denis McQuail, ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan,

⁴ Jennifer Alejandro, 10.

⁵ Prilani, "Content Aggregator: Problem Etis Jurnalisme Online Di Indonesia," *Jurnal Nomosleca* 3, no. 1 (2017): 518.

interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana.⁶

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Levy memandang media baru lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi dengan *World Wide Web* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada kehendak masyarakat.⁷

Hal tersebut serupa dengan yang dikatakan oleh Denis McQuail bahwa ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. Denis McQuail juga memberikan beberapa ciri mengenai internet, yaitu teknologi berbasis komputer, karakternya hibrida, tidak berdedikasi, fleksibel, potensi interaktif, fungsi publik dan privat, peraturan yang tidak ketat, kesalingterhubungan, ada di mana-mana atau tidak tergantung lokasi, dapat diakses individu sebagai komunikator, media komunikasi massa dan pribadi.⁸

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet di kehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan. Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan

⁶ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Erlangga, 2000).

⁷ Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss, *Theories of Human Communication*, 9th ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 413.

⁸ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, 43–44.

komputer saja tetapi kini dapat mengaksesnya melalui *smartphone* dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah penyedia jasa layanan telepon seluler.

2. Jurnalisme *Online*

Konsumsi berita saat ini tidak sama dengan berita sebelum adanya internet, ketika orang menyetel ke peristiwa yang terjadi di seluruh dunia melalui saluran berita televisi 24 jam. Baru-baru ini, semakin banyak pembaca, pemirsa dan pendengar yang memilih media *online* untuk mencari berita yang mereka butuhkan. Televisi, surat kabar dan radio masih ada, namun terdapat kompetisi yang tumbuh dari media *online* interaktif.⁹ Secara global, menurut survei Nielsen, jaringan sosial dan blog adalah kategori *online* paling populer saat berdasarkan peringkat rata-rata waktu yang dihabiskan pada bulan Desember, diikuti oleh game *online* dan pesan instan. Waktu di situs Facebook juga telah meningkat, dengan pengguna global menghabiskan hampir enam jam per bulan di situs jejaring sosial tersebut.¹⁰

Web 2.0 memungkinkan untuk keterbukaan, organisasi dan masyarakat ketika para pemilik *web* menciptakan *platform* bukan lagi konten yang memfasilitasi para pengguna menciptakan konten. Berbagai media sosial membuat para pengguna dapat memproduksi kontennya sendiri. Hal tersebut turut mendorong tingkat produktifitas masyarakat dalam keterlibatan dengan industri media. Media sosial telah memberikan kesempatan bagi semua penggunanya memiliki media mereka sendiri, fenomena ini disebut juga dengan *User Generated Content*. *User Generated Content* menurut definisi yang sering dikutip dari laporan OECD, *User Generated Content* adalah konten yang tersedia untuk umum di Internet, melibatkan sejumlah upaya kreatif, dan dibuat di luar rutinitas profesional dan praktek. *User Generated Content* biasanya dibuat oleh amatir, atau bukan profesional.¹¹

⁹ Jennifer Alejandro, "Journalism in the Age of Social Media."

¹⁰ "Led by Facebook, Twitter, Global Time Spent on Social Media Sites up 82% Year over Year," accessed August 8, 2018, <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2010/led-by-facebook-twitter-global-time-spent-on-social-media-sites-up-82-year-over-year>.

¹¹ Alexis Comminos, *The Role of Social Media and User-Generated Content in Post-Conflict Peacebuilding* (Washington D.C.: World Bank, 2013).

Di ranah jurnalisme, internet melahirkan jurnalisme *online* dan menawarkan saluran informasi baru berupa media *online*. Foust mencatat beberapa kekuatan atau potensi jurnalisme *online* sebagai sumber informasi utama bagi masyarakat, antara lain: pertama, audiens bisa lebih leluasa dalam memilih berita yang ingin didapatkannya (*audience control*). Kedua, setiap berita yang disampaikan dapat berdiri sendiri (*nonlienarity*). Ketiga, berita tersimpan dan bisa diakses kembali dengan mudah oleh masyarakat (*storage and retrieval*). Keempat, jumlah berita yang disampaikan menjadi jauh lebih lengkap (*unlimited space*). Kelima, informasi dapat disampaikan secara cepat dan langsung kepada masyarakat (*immediacy*). Keenam, redaksi bisa menyertakan teks, suara, gambar animasi, foto, video dan komponen lainnya di dalam berita yang akan diterima oleh masyarakat (*multimedia capability*). Ketujuh, memungkinkan adanya interaksi (*interactivity*).¹²

Sementara itu, menurut Henry Jenkins dalam proses penyebaran berita, kita melihat aneka tampilan media sosial dipergunakan, baik oleh media itu sendiri maupun para pembacanya, untuk meneruskan berita yang telah diproduksi. Di sini kita berhadapan dengan pembaca atau konsumen media yang memiliki perilaku senang berbagi dalam suasana media yang makin terkonvergensi ini.¹³ Banyak pihak melihat jurnalisme dan media sosial sebagai sesuatu yang sedang populer saat ini dan perlu terus dipromosikan sehingga membuat keduanya saling bersinergi dan berkembang pesat.

Saat ini, hampir setiap saluran berita tradisional memiliki situs di internet. Beberapa hanya mengikuti konten dari perusahaan induk, dan beberapa yang lain menyediakan materi tambahan. Situs-situs yang berkaitan ini beroperasi dengan standar praktik dan profesionalisme yang sama seperti yang dilakukan oleh induk perusahaan. Bila ditilik dari sisi sang jurnalis sendiri, *Project for Excellence in Journalism* menyatakan dalam Baran dan Dennis, bahwa disaat para jurnalis semakin serius mengenai *website*, tidak ada model yang jelas mengenai bagaimana bentuk jurnalisme *online* yang benar, dan beberapa standar masih sedikit sekali

¹² James C. Foust, *Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web*, 3rd ed (Scottsdale, Ariz: Holcomb Hathaway, Publishers, 2011).

¹³ Ignatius Haryanto, *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21* (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2014).

yang dibakukan.¹⁴ Oleh karenanya, jurnalisme *online* sendiri masih menjadi sesuatu yang enigmatik karena disamping perkembangannya yang begitu pesat, keberadaannya tidak diimbangi dengan hadirnya standar dan aturan yang mengatur, sehingga muncullah berbagai persoalan.

Lasica mengatakan bahwa persoalan etika jurnalisme *online* bisa dikelompokkan ke dalam tiga kategori. *Pertama*, pengumpulan berita: jurnalis menghadapi kondisi yang membutuhkan pertimbangan etis terkait dengan media *online*, mulai dari reporter yang menyembunyikan identitasnya di *chat room* untuk merekam dan mengutip posting dari *bulletin board* dan menyebarkannya tanpa ijin. *Kedua*, pelaporan berita: Internet meningkatkan intensitas kompetisi untuk menjadi yang pertama, sementara peristiwa masih berkembang dan fakta kunci belum diketahui. *Ketiga*, penyajian berita: pemisahan antara kepentingan redaksi dan bisnis media sering kabur karena tujuan utamanya adalah untuk bertahan hidup atau lebih dominan kepentingan bisnisnya. Redaksi *online* menghadapi persoalan iklan dan bisnis yang bisa berakibat pada kredibilitas dan independensi redaksi.¹⁵

Paparan mengenai persoalan etika jurnalisme tersebut menggambarkan bagaimana etika jurnalisme *online* sendiri menghadapi banyak dilema, terutama jika mengacu pada konsep etika tradisional, khususnya media cetak. Media tradisional, dikenal berpegang teguh pada prinsip-prinsip akurasi, verifikasi pra publikasi, keseimbangan, imparialitas dan *gate-keeping* informasi. Sebaliknya, media online lebih mengutamakan hal-hal berupa kecepatan, transparansi, parsialitas, jurnalis non profesional dan koreksi paska publikasi, hal tersebut tentunya berimbas pada profesionalitas jurnalisme online itu sendiri.

¹⁴ Stanley J. Baran and Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan Dan Masa Depan*, 5th ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2014).

¹⁵ Yohanes Widodo, "Menyoal Etika Jurnalisme Kontemporer: Belajar Dari Ohmynews," *Jurnal Aspikom* 1, no. 1 (2010): 45.

C. Pembahasan

1. Profesionalitas Jurnalisme Online

Tidak berbeda dengan media elektronik dan media cetak, wartawan media online juga dituntut harus memiliki kemampuan jurnalistik yang memadai. Yancheff menilai ukuran profesionalisme wartawan sebagai profesional yang membutuhkan banyak kompetensi (multi-kompetensi). Karakteristik performanya menekankan kekuatan penulisan dan oral, ketekunan kerja, dan pemilikan dasar pengetahuan yang mengkombinasikan aplikasi lintas disiplin.¹⁶ Tuntutan jurnalisme terhadap para jurnalis media online bukan hanya berupa ketekunan bekerja dan penguasaan atas pengetahuan, melainkan juga upaya mencapai standar integritas sesuai dengan tanggung jawab yang dibebankan kepada mereka. Para jurnalis dituntut bukan hanya menyajikan fakta, namun juga kecepatan, ketrampilan, kreatifitas yang harus dituangkan dalam berbagai *platform*.

Dalam persepsi diri jurnalis sendiri, istilah “profesional” memiliki tiga arti. Pertama, profesional adalah kebalikan dari amatir, kedua, ialah sifat pekerjaan wartawan menurut pelatihan khusus, dan yang terakhir adalah norma-norma yang mengatur perilakunya yang dititikberatkan pada kepentingan khalayak pembacanya yang tidak terlepas dari aspek etika jurnalisme online.

Kepentingan khalayak yang umum dipersepsikan oleh para jurnalis pada dasarnya mencakup tahap-tahap penting dalam rangkaian pemrosesan berita sebelum sampai di hadapan pembaca/pendengar. Beberapa aspek tersebut antara lain adalah aspek pengumpulan berita, aspek pelaporan berita dan aspek penyajian berita.

Pada era digital saat ini, aspek pengumpulan berita, konsep berita online yang mengutamakan kecepatan telah menggeser konsep-konsep tradisional jurnalisme. Salah satu pergeseran yang cukup mendasar adalah makin tipisnya batas antara media profesional dan media sosial. Jurnalisme bukan hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi tambahan, tapi juga sebagai sarana menggali informasi. Praktek seperti ini dinilai sebagai salah satu bentuk

¹⁶ Septiana Santana Kurnia, *Jurnalisme Kontemporer* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005).

inovasi dalam jurnalisme, karena jurnalis tidak hanya terpaku pada teknik pengumpulan informasi lawas, namun mampu melakukan inovasi pencarian berita sesuai perkembangan teknologi.

Karakteristik jurnalisme online yang dituntut untuk serba cepat dan *up to date*, menuntut kecepatan jurnalis pula dalam menjalankan pekerjaannya yang turut ditunjang dengan hadirnya teknologi internet yang memungkinkan pencarian data tanpa batas. Terlepas dengan kemudahan dalam mengumpulkan bahan berita atau data, mempermudah dalam mempublikasikan hasil ke publik atau meng-update berita atau artikel yang telah ditulis. Keberadaan teknologi digital dalam konteks jurnalisme juga menjadi kesempatan dan digunakan oleh beberapa orang yang tidak bertanggung jawab, sehingga menambah persoalan dalam dunia jurnalisme online. Dengan kemudahan teknologi internet dan pengaksesan kemudahan jaringan data, menjadikan dunia jurnalisme online menjadi sasaran ‘empuk’ dalam plagiasi. Kenyataannya, tidak sedikit jurnalis yang secara sadar maupun tidak sadar memiliki kebiasaan sekadar *copy-paste* (*copy-paste journalist*).

Namun disisi lain kenyataan yang terjadi juga banyaknya fenomena yang mendukung kebiasaan *copy-paste* berita ini. Kadang jurnalis memiliki perkumpulan yang didukung dengan perangkat komunikasi seperti halnya *chat group* atau *messenger*, yang digunakan untuk berbagi berita yang akan diolah menjadi berita. Kadang, media satu dengan yang lain memuat konten yang sama dengan format dan kata-kata yang sama. Hal ini tentunya menjadi pertanyaan besar mengenai originalitas dan bagaimana peran hak cipta dalam konten jurnalisme online itu sendiri.

Dalam hal pelaporan berita pada dunia jurnalisme *online*, kompetisi dalam hal kecepatan untuk mempublikasikan berita merupakan hal yang penting. Sementara peristiwa masih berkembang dan fakta kunci belum diketahui, kompetisi untuk menjadi yang pertama menerbitkan sebuah berita sering kali mendorong para jurnalis untuk melalaikan peran mereka sebagai filter untuk membedakan berita dari rumor yang belum jelas. Mike Ward menyebutkan beberapa karakteristik jurnalisme online sekaligus yang membedakannya dengan media konvensional

salah satunya yaitu *immediacy* atau kesegeraan atau kecepatan penyampaian informasi.¹⁷

Seperti gayung yang bersambut, fenomena terburu-buru di kalangan para jurnalis media online tersebut didorong oleh kenyataan di mana kehadiran internet sendiri turut melahirkan *audiens* yang tidak sabar dalam mengakses informasi, yang seolah-olah haus akan berita yang terkatual. *Audiens* pada era digital pada umumnya ingin mendapatkan informasi secara cepat dan bahkan *real time*. Hal tersebut tentunya mendorong para jurnalis untuk bergerak cepat dan seolah-olah mengesampingkan kredibilitas dari berita itu sendiri. Selain itu persaingan yang ketat antar media dalam kecepatan menghadirkan berita juga menjadi sebab kurang akuratnya berita pada berita *online*.

Profesionalitas jurnalisme online juga semakin diragukan ketika kecepatan untuk mempublikasikan berita seolah menggeser praktik verifikasi berita itu sendiri. Pada media konvensional, verifikasi pada umumnya dilakukan oleh editor sebelum publikasi atau biasa dikenal dengan verifikasi pra publikasi. Pada jurnalisme online, praktek verifikasi pra-publikasi tersebut seringkali bergeser menjadi verifikasi paska publikasi, dimana verifikasi dilakukan setelah berita dipublikasi.

Menurut Romli, tugas jurnalis online adalah menginformasikan atau mengungkap kebenaran (*truth*). Kebenaran dalam dunia jurnalistik adalah fakta (*fact*) yang disajikan secara akurat (*accuracy*). Untuk mencapai akurasi dan kebenaran itulah dibutuhkan verifikasi.¹⁸ Verifikasi yang seolah-olah diabaikan tentunya bukan tanpa alasan, namun merupakan konsekuensi langsung dari kemajuan teknologi itu sendiri di mana konten berita yang dimuat dapat diedit atau diperbaiki lagi dengan mudah, kapan dan dimana saja. Bahkan, menghapus konten berita yang sudah terlanjur diterbitkan juga bukan hal yang sulit dalam praktek jurnalisme online. Hal ini membuat para jurnalis online seolah mengesampingkan

¹⁷ Asep S.M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2012).

¹⁸ Asep S.M. Romli.

verifikasi berita yang pada gilirannya justru akan menurunkan kredibilitas media online tersebut.

Penyajian Berita dalam konteks jurnalisme online berkaitan erat dengan alasan untuk bertahan hidup dari situs-situs berita online. Hal ini menjadikan konsep berita online yang lebih mengutamakan kecepatan telah menggeser konsep-konsep tradisional jurnalisme. Salah satu pergeseran yang cukup mendasar adalah makin tipisnya batas antara media profesional dan media sosial. Jurnalisme bukan hanya memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi tambahan, tapi juga sebagai sarana menggali informasi. Realitas ini dapat disaksikan dengan semakin banyaknya turunan online dari media mainstran yang turut merambah media sosial sebagai basis sumber informasi mereka. Portal berita profesional seperti halnya Kompas.com, Tempo.com, Detik.com dan lain sebagainya turut merambah media sosial seperti Facebook, Twitter, bahkan Youtube untuk bukan saja menyebarkan berita yang mereka produksi melainkan juga untuk mendapatkan bahan-bahan untuk pembuatan berita mereka. Pemanfaatan media sosial dalam dunia jurnalisme tentunya melahirkan dampak-dampak baru dalam jurnalisme online, diantaranya adalah jurnalisme judul dan *chungking journalisme*.

Jurnalisme Judul atau *Headline Journalism* adalah sebutan lain jurnalistik *online* karena media *online* sebagai sarana publikasi jurnalistik *online* yang menjadikan judul sebagai "jualan utama" untuk mendatangkan pembaca (*reader*), pengunjung (*visitor*), atau pengguna (*user*) (RomelTea). Judul yang bombastis, tak presisi atau bahkan menjebak pembaca kian jamak kita temui di dunia maya. Konten di media sosial yang ringkas dan singkat, yang biasa dikonsumsi dengan perangkat ponsel yang berlayar kecil, membentuk pembaca dengan daya baca yang pendek. Mereka mementingkan judul sebuah berita. Karena beranggapan judul merupakan perwakilan isi berita. Judul-judul yang telah diposting tersebut lalu di *shared-link* atau dihubungkan dengan web berita formal yang telah disediakan oleh para penyedia konten berita.

Para jurnalis profesional dituntut untuk memiliki keterampilan lebih daripada jurnalis di media massa konvensional dalam penulisan judul yang menarik serta kecakapan dalam menuliskan berita dengan ringkas, terlebih dalam media sosial judul menjadi poin utama untuk menarik perhatian pembaca. Selain itu kadangkala para jurnalis baik profesional maupun amatir juga harus dapat menuliskan konten berita ataupun informasinya dengan semenarik dan sesingkat mungkin ketika harus mempublikasikan beritanya secara lengkap di *twitter* dengan metode *kultwit*, dikarenakan setiap posting dalam *twitter* hanya dapat mencakup 140 kata. Karakter berita yang dimuat dalam berbagai media sosial yang dituntut ringkas dan menarik tentunya menimbulkan berbagai masalah, karena kadang judul dan konten seolah ambigu.

Karakter berita dalam jurnalisme online yang cenderung ringkas juga turut menghadirkan *chungking journalism*, atau biasa disebut dengan jurnalis tautan. Idealnya, tautan dimanfaatkan jurnalis mengatasi keterbatasan media konvensional, namun pada kenyataannya tautan bukan untuk memberikan informasi pendukung melainkan untuk memenggal cerita. Satu berita sengaja tidak dituliskan lengkap di satu laman melainkan bersambung di laman lain yang ditautkan. Pola ini tidak memberikan tambahan informasi berarti bagi pembaca tetapi memaksa pembaca meng-klik laman berikutnya. Pola ini bertujuan meningkatkan hits suatu halaman *website*. Alih-alih memberikan keragaman perspektif, media online memanfaatkan tautan untuk sekedar meningkatkan jumlah klik dan pada setiap halaman tentunya sudah tertera iklan, yang kadang tidak hanya satu atau dua iklan saja namun beragam yang tentunya tautan ini bukan bertujuan untuk mencukupi kebutuhan informasi pembaca namun justru untuk meraup untung dari iklan yang dimuat.

2. Dampak Digitalisasi Terhadap Jurnalisme Online

Di era ketersediaan informasi seperti saat ini, ketika informasi atau berita tidak hanya hadir dari para jurnalis berita profesional, namun ketika setiap orang dapat pula menyediakan dan menyebarkan informasinya secara bebas, tentunya menghadirkan banyak pertimbangan dan persoalan. Hal tersebut terjadi dikarenakan terlalu banyaknya informasi yang ada yang saat ini sedang hangat

dibicarakan sebagai “tsunami informasi”. Meluapnya informasi atau tsunami informasi dalam jurnalisme online di media sosial tidak hanya terkait dengan permasalahan mengenai informasi yang datang saja, namun keakuratan informasi yang hadir juga semakin lama harus dipertimbangkan kembali. Terkadang informasi yang beredar merupakan hasil reka yang dibumbui oleh pembacanya sehingga seringkali ditemukan *item* informasi yang beredar tidak diverifikasi terlebih dahulu kontennya. Dalam hal tersebut, menurut Haryanto, peran wartawan tetap diperlukan dalam hal verifikasi. Wartawan harus bisa memverifikasi informasi sebelum tersebar luas, yang kemudian akan menghasilkan kebingungan. Namun pada kenyataannya, kecepatan untuk melakukan verifikasi dikalahkan oleh kecepatan dari tersebarnya informasi tersebut ke berbagai arah.¹⁹

Kecanggihan teknologi tentunya memberikan banyak sekali dampak positif dan kemudahan bagi para penyedia konten, wartawan, bahkan masyarakat juga dapat turut andil dalam penyebaran berita dan informasi dengan penggunaan media atau jejaring sosial. Tidak hanya mengenai permasalahan verifikasi dan keakuratan berita saja, namun kualitas jurnalis di media online juga sering bermasalah. Dalam menjadi jurnalis di media *online*, seseorang dituntut untuk memiliki keterampilan yang lebih beragam dibandingkan dengan jurnalis di media massa konvensional.

Munculnya fenomena jurnalisme online ini menuntut penyedia konten berita konvensional merubah dirinya menjadi *multiplatform*. Para jurnalis online dituntut untuk menguasai pembuatan berita dengan *multiplatform*, yaitu selain memiliki ketrampilan menulis juga dituntut untuk dapat menguasai multi media, *digital narrative*, *Adobe Flash*, *Video Editing*, dan lain sebagainya yang diaplikasikan kedalam berbagai *platform* berita, baik pada portal induk maupun media sosial. Jurnalisme *multiplatform* dapat menunjukkan kreativitas para jurnalis untuk mengoptimalkan jurnalisme yang sesungguhnya, yaitu dituntut untuk lebih terampil dalam penyediaan konten baik visual, maupun penulisan, juga dituntut untuk lebih cepat dan kreatif dalam berinovasi penampilan berita dan informasi.

¹⁹ Ignatius Haryanto, *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*.

Permasalahannya, penulisan berita pada media sosial juga menuntut jurnalis online untuk lebih kreatif dan terampil dalam menulis berita secara ringkas dan menarik secara judul dan tidak semua jurnalis memiliki kecakapan dalam hal yang masih relative baru dalam dunia jurnalistik tersebut. Selain itu, judul merupakan poin paling penting dan utama untuk menarik perhatian pembaca di dunia online yang serba tergesa-gesa. Kurangnya keterampilan menulis judul yang relevan di kalangan praktisi jurnalisme online ini membuka peluang besar bagi terjadinya pemberitaan yang menyesatkan pembacanya di mana isi berita tidak sesuai dengan judul yang tertera.

Selain dampak etik, dampak yang tidak kalah penting dari yang sudah disebutkan diatas adalah adalah dampak yang berkaitan dengan pembajakan. Karena atribusi yang menyangkut pengakuan terhadap karya seseorang di dunia digital ini sangat mudah untuk dikaburkan, hak cipta dari konten-konten yang dipublikasi para pengunggah konten seperti halnya video di Youtube maupun Instagram seringkali dipublikasikan oleh media televisi tanpa mencantumkan sumber secara jelas dan hanya memberi keterangan sebatas tulisan “*courtesy from Youtube*”, bahkan tanpa adanya royalti.

Sementara itu, menurut Henry Jenkins dalam proses penyebaran berita, kita melihat aneka tampilan media sosial dipergunakan, baik oleh media itu sendiri maupun para pembacanya, untuk meneruskan berita yang telah diproduksi. Di sini kita berhadapan dengan pembaca atau konsumen media yang memiliki perilaku senang berbagi dalam suasana media yang makin terkonvergensi ini.²⁰ Banyak pihak melihat jurnalisme dan media sosial sebagai sesuatu yang sedang populer saat ini dan perlu terus dipromosikan sehingga membuat keduanya saling bersinergi dan berkembang pesat.

Dengan terbukanya peran media sosial dalam bidang jurnalisme ini, jurnalisme warga memiliki ruang supaya beritanya makin tersebar. Namun, di sisi lain para jurnalis profesional juga memanfaatkan media sosial miliknya seperti halnya *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube*, dan *blog* mereka untuk mempublikasi hasil

²⁰ Ignatius Haryanto, *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*.

liputan dan tulisan mereka yang tidak naik cetak atau tidak lolos edit ke dalam media konvensional di mana mereka bernaung.

D. Kesimpulan

Digitalisasi media yang telah menysar ke dunia jurnalistik tentunya berimplikasi besar terhadap perkembangan jurnalisme di Indonesia bahkan dunia. Kecanggihan teknologi tentunya memberikan banyak sekali dampak positif dan kemudahan bagi para penyedia konten seperti halnya para jurnalis online yang dapat menunjukkan kreativitas para jurnalis untuk mengoptimalkan jurnalisme yang sesungguhnya, yaitu dituntut untuk lebih terampil dalam penyediaan konten baik visual, maupun penulisan. Selain itu, mereka juga dituntut untuk lebih cepat dan kreatif dalam berinovasi di bidang penampilan berita dan informasi. Namun di sisi lain dengan pesatnya perkembangan teknologi internet yang menuntut jurnalis untuk serba cepat ini juga memunculkan berbagai pertanyaan mengenai profesionalitas jurnalis online itu sendiri. Profesionalitas jurnalisme online yang seringkali dipertanyakan di mana jurnalisme *online* sendiri masih menjadi kompleks karena di samping perkembangannya yang begitu pesat, perkembangan tersebut tidak diimbangi dengan hadirnya standar dan aturan yang mengatur.

Persoalan-persoalan yang muncul mengenai etika jurnalisme dalam jurnalisme online sendiri dikelompokkan dalam tiga ranah, yang pertama adalah mengenai pengumpulan berita dimana seringkali jurnalis online dituntut untuk serba cepat dalam mempublikasi berita. Dengan didukung oleh kemudahan teknologi internet dan pengaksesan kemudahan jaringan data, menjadikan dunia jurnalisme online menjadi sasaran ‘empuk’ dalam plagiasi. Permasalahan yang kedua yaitu mengenai pelaporan berita, di mana dalam praktik jurnalisme online para jurnalis rentan untuk tergoda dan mengesampingkan verifikasi berita. Hal ini mendorong terjadinya pergeseran dari praktik “pra verifikasi” menjadi “paska verifikasi”, yang kenyataannya justru akan menurunkan kredibilitas media *online*. Lalu yang terakhir mengenai penyajian berita, dimana jurnalis dituntut untuk dapat menulis berita secara ringkas dalam berbagai *platform* bahkan pada media sosial yang menuntut untuk memberikan judul yang menarik. Dalam kenyataannya, arti

ringkas tersebut justru kerap melahirkan fenomena jurnalisme judul yang memberikan dampak ambiguitas antara judul dan konten berita, dan *chungking journalism* atau jurnalisme tautan yang bergeser makna menjadi bukan untuk memberikan informasi pendukung melainkan untuk memenggal cerita dengan bersambung di laman lain yang ditautkan, hal tersebut seringkali digunakan untuk sebagai ajang merauk untung dari jumlah *hits* atau klik, dimana setiap halaman terdapat berbagai iklan.

Daftar Pustaka

- Alexis Comminos. *The Role of Social Media and User-Generated Content in Post-Conflict Peacebuilding*. Washington D.C.: World Bank, 2013.
- Asep S.M. Romli. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia, 2012.
- Aveseh Asough. "The Impact of Social Media on Journalism Ethics." In *Social Media and Ethics*. Abuja: CIME, 2012.
- Denis McQuail. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Foust, James C. *Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web*. 3rd ed. Scottsdale, Ariz: Holcomb Hathaway, Publishers, 2011.
- Ignatius Haryanto. *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*. Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2014.
- Jennifer Alejandro. "Journalism in the Age of Social Media." In *Reuters Institute Fellowship Paper*. Oxford, UK: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2010.
- "Led by Facebook, Twitter, Global Time Spent on Social Media Sites up 82% Year over Year." Accessed August 8, 2018.
<http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2010/led-by-facebook-twitter-global-time-spent-on-social-media-sites-up-82-year-over-year>.
- Yohanes Widodo. "Mojok.Co : Sedikit Nakal Banyak Akal." Accessed August 9, 2018. <http://newslab.uajy.ac.id/2017/12/07/mojok-co-sedikit-nakal-banyak-akal/>.
- Prilani. "Content Aggregator: Problem Etis Jurnalisme Online Di Indonesia." *Jurnal Nomosleca* 3, no. 1 (2017).
- Septiana Santana Kurnia. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005.
- Stanley J. Baran, and Dennis K. Davis. *Teori Komunikasi Massa: Dasar Pergolakan Dan Masa Depan*. 5th ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.

Stephen W. Littlejohn, and Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*.

9th ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.

Yohanes Widodo. "Menyoal Etika Jurnalisme Kontemporer: Belajar Dari

Ohmynews." *Jurnal Aspikom* 1, no. 1 (2010).