

BAB IV

REFLEKSI KRITIS REDAKSI MEDIA ONLINE

4.1. Pergeseran Jurnalisme yang Ideal

Dalam prosesnya, setelah menempuh pendidikan di Ilmu Komunikasi di bangku perkuliahan, baik teori yang diajarkan di dalam kelas ataupun praktek langsung dilapangan. Penulis merasakan adanya pergeseran nilai jurnalistik dari konsep ideal atau yang semestinya. Konsep ideal yang penulis pelajari tentang jurnalistik tidak sepenuhnya diterapkan di lapangan oleh orang-orang yang berkecimpung di bidang ini.

Hal ini bisa dipicu oleh berbagai alasan dan kondisi, berdasarkan pengalaman penulis selama masa pendidikan dan melakukan karya bidang salah satu penyebabnya adalah kemajuan teknologi yang berkembang sangat pesat menuntut adanya gerak yang dinamis dan fleksibel bagi perusahaan media massa. Dewasa ini, dengan banyaknya media massa online yang bermunculan membuat persaingan semakin ketat, tidak hanya bagi perusahaan tetapi juga dirasakan oleh para jurnalis yang ada di lapangan. Bahkan saat ini, banyak media yang tidak mengharuskan reporter atau jurnalisnya terjun langsung ke lapangan untuk bisa menghasilkan berita. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan lainnya menjadi narasumber utama dengan alasan aktualitas meskipun harus mengorbankan dan mengesampingkan akurasi dan objektivitas berita yang dihasilkan.

Selain itu, penggunaan judul yang bombastis dan berlebihan juga sudah menjadi hal umum yang dilakukan oleh sebagian besar media online untuk menghasilkan klik dan *pageview*, yang pada akhirnya digunakan untuk mendapatkan iklan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Jakob Nielsen, secara umum bahwa pembaca media online tertarik pada judul (Romli, 2012: 55). Ini memang terbukti di lapangan bahwa masyarakat cenderung memindai berita yang ingin dibaca dengan melihat judul-judul berita. Hal ini dilakukan karena informasi yang terdapat di media online sangat banyak dan beragam sehingga judul menjadi hal pertama yang dilihat sekaligus sebagai daya tarik utama bagi masyarakat yang mengaksesnya.

Dalam pelaksanaan karya bidang di lapangan, penulis merasa banyak berita yang dirilis atau diterbitkan di media online hanyalah untuk mendapatkan trafik pembaca sehingga menggunakan berbagai cara misalnya penggunaan *clickbait* atau *feature image* (gambar utama yang muncul mendampingi judul berita) yang tidak sesuai dengan isi yang diberitakan, atau cara lain dengan memenggal fakta-fakta yang dianggap tidak berpotensi menghasilkan dan banyak cara lainnya. Hal ini tentu saja menimbulkan kontroversi akan rambu-rambu pemberitaan di media online, batasan-batasan apa saja yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Penulis berpendapat, sebenarnya konsep media online dan media konvensional tidak berbeda jauh dari segi konten atau isi sehingga seharusnya, rambu yang terdapat di jurnalistik konvensional juga bisa diterapkan di media-media baru, khususnya online sehingga informasi yang disampaikan juga memiliki kualitas, nilai dan

makna yang sama. Bahwa media merupakan alat yang memiliki fungsi informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial, baik itu media konvensional maupun media online.

Namun, menurut pengamatan penulis media online saat ini lebih banyak menyajikan informasi-informasi yang dianggap menarik oleh redaksi, seolah berdasarkan apa yang diinginkan oleh masyarakat itu sendiri. Esensi berita utama yang diangkat adalah tentang hiburan dan tujuan utamanya adalah menghasilkan trafik. Penulis merasa pencerdasan atau fungsi informasi dan pendidikan oleh pers yang juga tercantum dalam Pasal 3 UU No. 40 Tahun 1999 menjadi hal yang terbelakang. Begitu juga dengan fungsi kontrol sosial yang diharapkan mampu menjadi mata rakyat bagi pelaksanaan kebijakan pemerintah, kini menjadi bias dan rancu dengan banyaknya informasi yang ada di media online tanpa validitas dan kredibilitas yang mumpuni, karena hanya mengandalkan aktualitas berita atau *up to date*. Bisa dilihat yang biasanya menjadi fokus media online saat ini lebih banyak menyajikan informasi-informasi yang kurang bermanfaat bagi masyarakat, seperti skandal seks, berita hiburan semata, sensasi para selebriti hingga hal-hal sepele yang dikemas sedemikian rupa dan diolah menjadi berita utama. Memang tidak salah menghadirkan informasi-informasi yang terkait dengan hiburan tetapi porsi untuk informasi yang penting dan mendidik juga perlu ditingkatkan, selain itu terkait validitas fakta dan data juga perlu diperketat sehingga informasi yang dimunculkan di media online bersifat jelas dan menjernihkan bukan malah

membuat bingung dengan berbagai informasi “bodong” yang hanya mengandalkan media sosial sebagai sumber utamanya.

Penulis menilai perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini memang mengakibatkan pergeseran dalam ranah jurnalistik. Dalam tataran nilai memang prinsip-prinsip dasar yang terkandung dalam jurnalistik sejak dahulu masih tetap relevan dengan perkembangan yang terjadi. Nilai-nilai seperti kebenaran, independensi, jujur, keadilan merupakan nilai yang masih relevan dengan jurnalisme saat ini, pun dengan media online. Namun dalam tataran aplikatif di lapangan, berbagai dinamika yang terjadi mengakibatkan penerapan nilai ideal jurnalistik mengalami pergeseran yang cukup signifikan. Tidak bisa dipungkiri bahwa nilai dan etika bersifat konservatif, sedangkan inovasi dan perubahan yang terjadi bersifat progresif sehingga terjadi benturan kuat yang mengakibatkan pergeseran. Penulis menyadari masih ada banyak faktor yang belum tercantum yang mengakibatkan pergeseran terjadi, tetapi selama masa pelaksanaan karya bidang hal-hal inilah yang ditemukan penulis mengenai media online dan era digital yang saat ini sedang kita tinggali.

4.2. Media Online Sebagai Sumber Informasi Utama

Seiring dengan perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi, mengakibatkan munculnya media yang memanfaatkan teknologi internet, atau yang biasa kita kenal dengan istilah media baru (*new media*). Menurut Denis McQuail (2011: 43) media baru memiliki ciri utama adanya saling keterhubungan atau interkoneksi, akses individu sebagai penerima ataupun

pengirim pesan, interaktivitas yang semakin luwes dan sifatnya yang ada dimana-mana. Salah satu bentuk media baru yang paling banyak sekarang ini adalah media online. Media online sendiri merupakan sebuah media massa yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet (Romli, 2012).

Saat ini media online berkembang dengan sangat pesat. Tidak bisa dipungkiri lagi jika sekarang masyarakat mulai mengalami pergeseran pola dalam mengonsumsi media sebagai sumber berita dan informasi (Bungin, 2008). Jika dahulu masyarakat masih mengandalkan media-media konvensional seperti televisi, surat kabar, majalah dan radio untuk mendapatkan informasi, dimana masyarakat masih menjadi konsumen dan penerima informasi pasif yang hanya bisa mendapat informasi ketika menyaksikan membaca ataupun mendengar media yang terjadwal. Namun saat ini, dengan munculnya internet sebagai perkembangan teknologi, sangat berdampak pula pada industri media.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan sebelumnya oleh penulis dan tim karya bidang, ditemukan bahwa sebanyak 60% responden menjawab bahwa media online menjadi sumber berita dan informasi utama mereka saat ini (Gambar 1.7). Untuk itulah, penulis ingin mencoba terjun ke dunia media online melalui karya bidang yang telah rampung diselesaikan. Maka, selama masa proses berlangsung penulis semakin menyadari bahwa memang media online sekarang ini menjadi sumber informasi yang paling diminati oleh mayoritas masyarakat. Berdasarkan hasil pengamatan, penulis menemukan beberapa alasan mengapa hal ini terjadi;

1. **Praktis dan fleksibel.** Media online dengan memanfaatkan teknologi internet menjadikannya sangat praktis dan fleksibel karena memungkinkan masyarakat untuk mengakses sumber berita darimana saja dan kapan saja. Hal ini tentu menjadi keunggulan yang tidak dimiliki media-media konvensional.
2. **Konten audio visual.** Media online juga menghadirkan konten audio visual yang membuat masyarakat tertarik. Penggunaan gambar/foto, video, sound, bahkan animasi membuat isi konten di media online semakin kaya dengan penggambaran audio dan visual yang menarik.
3. **Up to date.** Tidak bisa dipungkiri, perkembangan konten yang ada di media online sangat mengutamakan kecepatan dan aktualitas, sehingga menghadirkan informasi-informasi terbaru tentang peristiwa yang terjadi di masyarakat.
4. **Informasi yang beragam.** Maraknya media online yang bermunculan saat ini menjadikan konten yang ada sangat beragam dan bervariasi. Melalui media online ini masyarakat bisa mendapatkan informasi apapun yang diinginkan dengan bahasan yang sangat banyak.

Meski dikatakan bahwa saat ini media online sangat mendominasi rasio konsumsi informasi oleh masyarakat, tetapi penulis juga menyadari bahwa keberadaan media-media konvensional yang masih ada hingga saat ini tidak bisa tergantikan. Media konvensional masih sangat dipercaya sebagai sumber informasi yang akurat karena alur berita yang dihasilkan melewati tahapan yang selektif,

berbeda dengan media online yang terkadang melewatkan proses verifikasi data demi mengejar tuntutan berita yang *up to date* (Kovacik, 2010).

4.3. Trafik Sebagai Primadona Media Online

Media online saat ini terus mengalami perkembangan yang sangat pesat, dalam waktu yang singkat keberadaan media online dinilai mampu menggeser pola konsumsi berita dan informasi yang ada di masyarakat, yang awalnya melalui media-media konvensional saat ini kita beralih pada penggunaan media online. Hal ini tidak bisa dipungkiri lagi bahwa media online menjadi komoditas barang jualan secara umum, melebihi kondisi idealnya bahwa media online juga merupakan media massa yang digunakan sebagai sumber berita untuk memberikan informasi, pendidikan, hiburan dan juga sebagai kontrol sosial seperti yang tercantum dalam UU No.40 Tahun 1990 tentang Pers.

Namun demikian, dalam proses menempuh pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro baik materi yang didapatkan dikelas ataupun pengalaman-pengalaman saat terjun ke lapangan melakukan observasi dan penelitian, penulis menemukan indikasi kuat bahwa sekarang ini media online lebih dijadikan sebagai “barang jualan” untuk perusahaan mendapatkan iklan dari jumlah trafik yang tinggi dengan menghalalkan berbagai cara, bahkan menerjang pakem dan kaidah jurnalistik secara umum.

Memang disadari oleh penulis bahwa perusahaan media online juga memerlukan pemasukan untuk keperluan operasionalnya, oleh karena itu mereka sangat gencar mengejar trafik media online agar laku dijual kepada para pengiklan. Trafik dalam media online ibarat eksemplar dalam surat kabar atau majalah, ibarat rating dalam siaran televisi, sebagai salah satu kriteria untuk konten bisa menghasilkan uang. Tetapi sangat disayangkan, praktek yang dilakukan untuk menggapai hal tersebut tidak jarang menabrak norma-norma etik jurnalistik bahkan sering kali kebablasan. Penulis dalam proses belajar di jurusan komunikasi banyak menemukan kejadian-kejadian dilapangan tentang hal tersebut. Misalnya memangkas fakta agar berita menjadi kontroversional dan menghebohkan, juga penggunaan judul-judul yang tidak sesuai dengan isi konten di media online atau yang biasa dikenal dengan istilah *clickbait*, dan lain sebagainya. Hal-hal ini dilakukan oleh perusahaan median online, tentunya untuk mendapatkan trafik yang tinggi, dan hal ini jelas memangkas “kesakralan” profesi wartawan atau jurnalis yang diharapkan mampu mendorong masyarakat menjadi lebih baik dengan menyajikan informasi-informasi yang bermanfaat. Sekaligus menjadi sarana kontrol sosial terhadap pelaksanaan kebijakan-kebijakan pemerintah terkait hidup orang banyak (Nurudin, 2013: 66).

Selama pelaksanaan karya bidang, penulis juga membuat target untuk mendapatkan sejumlah trafik sebagai salah satu indikator keberhasilan. Hal ini tentu saja tidak membuat penulis dan tim karya bidang menggunakan segala cara untuk mendapatkan trafik yang tinggi. Dalam prosesnya penulis dan tim berpikir

bagaimana caranya bisa mencapai target tersebut tanpa harus mengorbankan batas-batas jurnalistik. Dalam pembuatan judul misalnya, daripada membuat judul yang terkesan sensasional dengan penggunaan kata-kata “Heboh, Wow, Mengejutkan, dsb” penulis dan tim lebih memilih untuk membuat judul yang bersifat persuasif/mengajak atau judul yang bersifat pertanyaan. Selain itu, berbagai cara-cara yang sah juga dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang dimiliki sebagai wadah untuk pendistribusian artikel-artikel yang telah dibuat sebelumnya.

Penulis menilai, trafik yang menjadi primadona seluruh media online bukanlah hal yang salah karena ini merupakan salah satu indikator apakah sebuah media online memiliki pembaca atau tidak, baik dari jumlah maupun loyalitasnya. Tetapi seharusnya, tidak dilakukan cara-cara yang keluar batasan jurnalistik dalam rangka mendapatkan trafik ini karena akan sangat berdampak pada informasi yang beredar. Masyarakat tidak seharusnya mengonsumsi informasi-informasi yang salah atau bahkan menyesatkan hanya karena media online ingin memperoleh jumlah trafik yang memadai. Tidak layak rasanya mengorbankan masyarakat umum hanya untuk kepentingan pihak tertentu dan angka-angka di website. Oleh karena itu, penulis merasa inilah tantangan yang harus dihadapi dari perkembangan khususnya bagi para pelaku media online untuk bisa mendapatkan keuntungan dengan tetap berada dalam jalur yang baik dan benar. Perusahaan media online dan para pelaku harus bisa lebih berkreasi positif dalam rangka memberikan informasi yang baik kepada masyarakat, sekaligus bisa memenuhi kebutuhan operasionalnya.

4.4. Tuntutan Jurnalis Era Digital

Perkembangan yang terjadi saat ini menuntut segala sesuatu dari manual kearah digital, seiring dengan perkembangan pesat teknologi di berbagai bidang kehidupan sehari-hari tak terlepas pula bidang media masa. Teknologi digital kini telah menjadi bagian dari keseharian hidup masyarakat modern yang menuntut informasi baru dan cepat. Kehadiran internet juga mengubah pola hidup masyarakat yang dahulu terbiasa menunggu berita atau informasi, kini menjadi pencari berita dan informasi yang mereka perlukan (Lukmantoro, 2014: 12).

Dampak yang terjadi pada perubahan perilaku masyarakat terhadap konsumsi informasi dan berita yang disebarkan melalui digital, tentu memberikan cara baru dalam penyampaian berita oleh para perusahaan media. Saat ini, yang paling gencar dan masif perkembangannya adalah media online dengan salah satu karakteristik dan keunggulannya adalah perbaruan informasi yang sangat cepat. Melalui media online, berita dapat disebarluaskan setiap saat, kapan saja dan dimana saja.

Hal ini tentu saja berdampak kepada para pelaku media, khususnya wartawan yang semakin dituntut untuk mampu mengikuti perkembangan media digital yang sangat pesat. Disaat seperti sekarang, wartawan atau jurnlis tidak lagi hanya diharuskan memiliki kemampuan untuk menulis berita yang baik dan benar, tetapi juga harus mampu melihat peluang untuk menjadikan tulisan yang dibuat memiliki unsur wah dan menarik bagi masyarakat. Hal ini dilakukan dengan berbagai cara misalnya penggunaan judul yang bombastis seperti “Geger! Ular Raksasa Ditemukan di Riau” atau “Paling Nikmat, Kopi Pinggir Jalan ini Selau

Ramai Pengunjung. Jangan Sampe Kehabisan!”. Judul-judul berita seperti disebutkan tadi saat ini sangat mudah kita temui di berbagai media online yang ada, bahkan tidak sedikit yang memanfaatkan judul sensasional untung mendapat klik dari warganet, padahal isi artikel didalamnya sangat berbeda dari judul yang ditampilkan sehingga saat ini dikenal juga istilah jurnalisme judul.

Selama pelaksanaan karya bidang, penulis juga mencoba hal yang sama untuk memperoleh trafik melalui penggunaan judul yang *antimainstream* dan bombastis tetapi dalam kadar yang tidak berlebihan. Contohnya artikel atau tulisan berjudul “Jogja Nasional Museum Disulap Dengan Karya Seniman Dua Negara”. Penulis menilai penggunaan judul yang terlalu bombastis justru akan menghilangkan minat pembaca media online, sebab istilah *clickbait* yang mengacu pada judul penggoda sebagai sebuah skema untuk menaikkan trafik (Pogue, 2014), saat ini sudah dikenal oleh masyarakat luas. Selain itu, agar tetap mendapatkan *view* atau trafik yang tinggi di media online penulis merasa ada banyak cara-cara lain yang lebih “lurus” yang bisa digunakan sehingga tidak hanya mengandalkan pembuatan judul yang bombastis atau sensasional. Pemanfaatan media sosial misalnya, bisa menjadi alternatif dan peluang besar bagi perusahaan media online untuk memaksimalkan kunjungan yang didapat.

Selain hal teknis terkait penulisan judul maupun berita, Reuters Institute for The Study Journalism, Oxford University mengatakan bahwa saat ini suka atau tidak, jurnalis harus menyesuaikan diri dengan nuansa teknologi (*digital centric*), yakni sebuah tuntutan proses untuk bisa menangkap kecenderungan gejala yang

berkembang di masyarakat, kemudian mampu mengemasnya menjadi sebuah informasi yang berkelas dan disukai. Apa yang menjadi perbincangan umum di masyarakat mengenai berbagai hal, bisa menjadi peluang pembuatan konten yang bisa mendatangkan trafik karena apa yang diangkat dalam konten tersebut merupakan hal yang sedang hangat diperbincangkan. Mengetahui tren yang sedang masif juga menjadi salah satu tuntutan wartawan di era sekarang ini, untuk itu wartawan sendiri harus memiliki informasi yang luas dan pandai memilih mana yang berpotensi dikembangkan menjadi sebuah berita yang layak dikonsumsi oleh orang banyak.

Di era saat ini juga, jurnalis atau wartawan dituntut untuk serba bisa. Menurut Wenger & Potter dalam Lukmantoro, seorang jurnalis harus bisa bekerja efektif untuk dua atau lebih media. Hal ini merupakan akibat dari perkembangan teknologi yang terjadi, sehingga muncul perkembangan baru dalam kaitannya dengan media seperti multiplatform, konvergensi media, *cross-platform*, dan *cross-ownership*. Sebuah media cetak saat ini cenderung memiliki platform lain dalam bentuk digital, Harian Kompas misalnya yang juga memiliki media online bernama Kompas.com. Hal ini di beberapa media menuntut wartawan nya untuk bisa menulis dan mengisi rubrik-rubrik dalam dua atau lebih platform media yang berbeda dengan karakteristiknya masing-masing.

Tantangan lain bagi jurnalis atau wartawan di era digital adalah memiliki kemampuan dan keterampilan yang beragam dalam bidang jurnalistik. Misalnya selain menulis, wartawan juga diharuskan mampu untuk mengambil foto atau video

yang untuk pelengkap tulisan atau artikel yang akan dibuat. Tidak hanya itu, tuntutan mampu mengoperasikan berbagai *software* untuk editing foto dan video, membuat desain grafis bahkan keterampilan memahami dan mengoperasikan media sosial juga menjadi hal yang diperlukan di zaman yang serba digital seperti sekarang. Penulis dalam melaksanakan karya bidang juga juga dituntut melakukan berbagai hal teknis untuk bisa menghasilkan sebuah artikel. Hal ini dirasa akan menjadi tuntutan nyata bagi seluruh pelaku media khususnya wartawan untuk bisa menguasai berbagai keterampilan penunjang diluar keterampilan jurnalistik itu sendiri. Bermodal kemampuan menulis saja akan sulit bersaing dengan yang lain di era digital seperti sekarang, untuk itulah wartawan seharusnya terus membekali diri agar bisa terus menyesuaikan dan mengikuti perkembangan yang terus berlangsung.

Seiring dengan perkembangan teknologi dibidang komunikasi dan informasi, yang secara langsung juga terasa di industri media. Saat ini jurnalis atau wartawan tidak hanya dituntut untuk bisa membuat dan menghasilkan tulisan yang menarik, tetapi dituntut untuk semakin kreatif selama proses jurnalistik dari awal hingga pasca produksi, bahkan diharapkan mampu mengoperasikan berbagai *software* penunjang untuk memperkaya konten yang ada di media dengan platform digital (Lukmantoro, 2014: 63).