

## **Praktik Multimedia dalam Jurnalisme Online di Indonesia (Kajian praktik wartawan multimedia di *cnnindonesia.com*, *rappler.com*, dan *tribunnews.com*)**

**Aghnia R.S. Adzkie**  
*CNN Indonesia, Jakarta*

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi membawa jurnalisme berkembang jauh lebih pesat. Cara menyampaikan pesan melalui media pun berubah, tidak lagi monoplatform tetapi multiplatform yang mengintegrasikan tulisan, audio, dan video. Jurnalisme online yang ditopang oleh internet menuntut wartawan untuk bisa menulis, memotret, membuat berita video, bahkan berinteraksi lebih jauh dengan audiens. Seorang wartawan mesti bisa melakukan berbagai kerja tersebut sekaligus dalam satu waktu peliputan. Mereka juga harus paham karakter audiens yang akan mengonsumsi produk jurnalistiknya. Penyajian melalui berbagai platform memudahkan persebaran dan memperluas keterbacaan. Meski perkembangan teknologi masih menyisakan perdebatan terkait etika dan nilai jurnalistik, tetapi praktik multimedia terus berkembang. Tak bisa dipungkiri, wartawan multimedia menemukan tantangan seperti pengelolaan waktu, keterbatasan alat, dan adaptasi dengan lingkungan sekitar. Terlebih, pakar mengkritik karakter media online yang mengedepankan kecepatan berita. Alhasil, menjadi penting bagi wartawan multimedia untuk tetap berpedoman pada etika jurnalistik yang menekankan pada verifikasi dan akurasi berita. Dengan melakukan studi pustaka dan wawancara mendalam kepada wartawan-wartawan di tiga media yaitu *cnnindonesia.com*, *rappler.com*, dan *tribunnews.com*, artikel ini berusaha mengelaborasi implementasi multimedia dalam perkembangan jurnalisme online di Indonesia dan bagaimana dampaknya terhadap perubahan yang terjadi di ruang redaksi dan cara kerja wartawan di lapangan. Dari penelitian ini ditemukan fakta empat wartawan telah menerapkan prinsip multimedia dengan menghasilkan setidaknya dua jenis produk jurnalistik berupa teks dan video saat liputan.

**Kata kunci:** *jurnalisme online, wartawan, multimedia, ruang redaksi.*

### **Pendahuluan**

Media *online* di Indonesia semakin berkembang, masyarakat pun melirik portal berita *online* menjadi salah satu medium untuk mendapatkan informasi. AC Nielsen Indonesia mencatat, internet menduduki posisi kedua tertinggi dari

media yang paling banyak dikonsumsi. Sementara media cetak dalam bentuk koran, menduduki posisi ke empat.

Riset AC Nielsen juga menunjukkan penetrasi internet baik di dalam dan luar Pulau Jawa meningkat sejak 2010 hingga 2014. Di Jawa misalnya, meningkat sebanyak dua kali lipat mencapai 17% dan



di luar Jawa meningkat sebanyak 12%. Lebih jauh, data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJI) Indonesia menunjukkan sebanyak 88,1 juta dari 252 juta penduduk Indonesia mengonsumsi internet pada tahun 2014. Sebanyak 57% dari jumlah tersebut menggunakan internet untuk mengakses berita-berita terkini dari media *online*. Di satu sisi, penetrasi koran terutama di Jawa mengalami penurunan yang signifikan. Semula pada tahun 2010 sebanyak 15% dan turun menjadi 11% pada tahun 2014. Di luar Jawa, penetrasi koran meningkat sedikit, dari mulanya 23% menjadi 25%.

Dari data tersebut, dapat disimpulkan internet dan jurnalisme *online* layak diperhitungkan dalam perkembangan kajian jurnalistik di Indonesia. Seiring dengan hal tersebut, praktik multimedia dalam jurnalisme *online* pun berkembang. Menurut Mark Deuze, multimedia bahkan menjadi salah satu ruh dari jurnalisme *online* (2003:203-230). Pakar kajian media Universitas Amsterdam ini menggambarkan multimedia sebagai salah satu cara untuk menyajikan berita melalui beragam format seperti audio, teks, musik, foto, animasi. Tak hanya itu, multimedia dalam jurnalisme juga dimaknai sebagai proses implementasi dari prinsip interaktivitas dan *hypertextual*. Dalam penyajian berita, mereka mempertimbangkan terbukanya kesempatan bagi audiens untuk memberikan timbal balik. Pemberian konteks cerita melalui rujukan berita (*hyperlinks*) juga menjadi poin penting. Tiga media di Indonesia yang menerapkan prinsip multimedia dalam ruang redaksi di antaranya *cnnindonesia.com*, *rappler.com*, dan *tribunnews.com*. Sejumlah wartawan di tiga media dituntut untuk memproduksi sebuah berita melalui beragam medium.

Saltz dan Dickinson (2007:220) menyebutkan ruang redaksi yang menerapkan prinsip multimedia – terutama dalam media *online* – akan cenderung lebih cakap dan terampil dalam menggunakan seluruh teknologi yang dimiliki untuk memproduksi berita dalam berbagai format. Pada konteks di Indonesia, kondisi ini membawa penulis

pada pertanyaan: Bagaimana perkembangan praktik multimedia dalam jurnalisme *online* di Indonesia? Apakah wartawan-wartawan di Indonesia siap menghadapi era multimedia? Tulisan ini akan mencoba menjawab pertanyaan tersebut dengan melihat bagaimana pandangan wartawan tentang konsep multimedia serta penerapannya di media masing-masing. Selain itu, tulisan ini juga memaparkan bagaimana pola wartawan di tiga media *online* (*cnnindonesia.com*, *rappler.com*, dan *tribunnews.com*) menjalankan tugasnya sebagai wartawan multimedia.

## Metode Penelitian

Untuk mengelaborasi gagasan mengenai jurnalisme multimedia, penulis melakukan studi pustaka dan wawancara mendalam. Studi pustaka digunakan untuk melihat konteks global maupun di Indonesia mengenai perkembangan internet dan efeknya pada jurnalisme. Literatur buku dan jurnal terkait media *online* menjadi dasar argumentasi penerapan multimedia baik di luar negeri maupun di Indonesia. Studi pustaka juga menggali penelitian yang telah ada sebelumnya dan menganalisisnya dengan fenomena yang terjadi di Indonesia.

Wawancara mendalam dilakukan untuk melihat lebih dekat mengenai praktik serta berbagai tantangan yang dihadapi wartawan di era digital. Empat wartawan dari tiga media *online* di Indonesia menjadi narasumber dalam penelitian ini. Tiga di antaranya merupakan reporter yang turun ke lapangan untuk mencari berita dari media *cnnindonesia.com*, *rappler.com*, dan *tribunnews.com* sementara satu lainnya merupakan pemimpin redaksi *cnnindonesia.com*. Tiga media dipilih karena menerapkan konsep multimedia dalam ruang redaksi.

CNN Indonesia merupakan media yang berafiliasi dengan CNN Amerika Serikat. Di Indonesia, hak siar dan hak terbit dalam bentuk *online* dimiliki oleh PT Agranet Multicitra Siberkom milik Chairul Tanjung. *Cnnindonesia.com* resmi diluncurkan pada Oktober 2014 lalu



dengan menyajikan sejumlah kanal seperti nasional, politik, internasional, gaya hidup, hiburan, dan olahraga. Media ini dikelola di bawah tanggung jawab Yusuf Arifin sebagai pemimpin redaksi. Jumlah staf redaksi hingga Agustus 2015 mencapai 50 orang. Sama seperti *CNN Indonesia*, *RapplerIndonesia* berafiliasi dengan *Rappler* yang berpusat di Filipina. Media online ini mulai berakifitas di Indonesia sejak akhir tahun 2014 dan gencar mempublikasikan berita-berita sejak tahun 2015. Media ini dipimpin oleh Natashya Guitterez. Sementara itu, *Tribun Jakarta* merupakan media dari kelompok Kompas Gramedia. Media ini memiliki produk cetak dan online. Produk online, mulai berkembang sejak tahun 2010. Kini, *tribunnews.com* untuk regional Jakarta dipimpin oleh Dahlan Dahi sebagai pemimpin redaksi.

Empat reporter dari tiga media tersebut dipilih secara acak. Satu wartawan, Febriana, pernah mengenyam dunia cetak baik koran maupun majalah selama lima tahun sebelum hijrah menjadi wartawan multimedia di *rappler.com*. Sementara dua lainnya, meniti karier langsung menjadi wartawan media online di *cnnindonesia.com* yakni Ranny Virginia Utami, dan *tribunnews.com*, Rahmat Patuti. Satu wartawan lainnya di *cnnindonesia.com*, Yusuf Arifin, pernah mengenyam beragam dunia jurnalistik mulai dari cetak, elektronik seperti televisi dan radio, hingga bekerja di media online.

Penelitian dilangsungkan selama dua bulan, yakni pada Juni dan Juli 2015. Untuk menggali informasi dari keempat narasumber, penulis menggunakan metode wawancara dengan pertanyaan semi-terstruktur. Berbekal sederetan pertanyaan yang kemudian dikembangkan, penulis melakukan wawancara baik tatap muka maupun melalui surat elektronik kepada narasumber. Selain wawancara, penulis juga mengikuti aktivitas wartawan ketika meliput sebuah peristiwa di lapangan.

### Konvergensi dan Dapur Redaksi

Menarik akhirnya, konvergensi dipetakan sebagai bagian dari perkembangan teknologi komunikasi yang

selanjutnya disebut dengan era digitalisasi (Pavlik, 2001:viii; Boczkowski, 2004:209). Internet, menjadi salah satu produk perkembangan teknologi komunikasi yang menekankan konsep konvergensi. Meski fungsi teknologi menjadi penentu konvergensi, teknologi bukanlah satu-satunya faktor konvergensi terwujud dalam sebuah ruang redaksi (Bardoel dan Deuze, 2001:91-103; Boczkowski, 2004:1997-210). Para pakar memaknai konvergensi terjadi pada tiga tataran: teknologi, pekerja, dan budaya.

Pada tataran teknologi, Bardoel dan Deuze sepakat bahwa konvergensi memunculkan beragam format atau multimedia pemberitaan. Multimedia yang dimaksud meliputi teks atau tulisan, video, gambar, animasi atau infografis (Bardoel dan Deuze, 2001:91-103; Saltiz dan Dickinson, 2007:220). Hal senada juga dijabarkan Pablo J Boczkowski tentang konvergensi dalam tulisannya *The Process of Adopting Multimedia and Interactivity in Three Online Newsroom*. Boczkowski mendefinisikan konvergensi sebagai penggabungan beragam teknologi seperti cetak, televisi, telepon, dan komputer (2004:197-210).

Di Amerika, *boston.com* telah menerapkan prinsip konvergensi melalui situsnya. Dalam situs tersebut, *boston.com* menampilkan 17 konten media lokal dan juga siaran televisi dari *WGBH* (Pavlik, 2001:38). Contoh konvergensi juga diterapkan oleh situs media milik AOL/Time Warner, *CNN*. *CNN* melalui laman websitenya menyajikan berita dalam bentuk beragam seperti video, teks, galeri foto, dan lainnya. Di Inggris, studi dari Saltiz dan Dickinsion menunjukkan empat ruang redaksi mengaplikasikan konsep konvergensi melalui beragam media (multimedia) yakni *Financial Times*, *The Guardian*, *BBC*, dan *Sky News* (2007:219-220). Keempat media memanfaatkan situs online untuk mengintegrasikan seluruh konten berita berbagai format.

Pada dimensi para pekerja, Bardoel memetakan bagaimana perubahan para wartawan bekerja. Wartawan multimedia pada media online dapat memproduksi satu konten berita untuk beragam format.



Untuk itu, pola kerja wartawan multimedia berbeda dengan wartawan pada umumnya dalam konteks ketrampilan memproduksi berita berbagai format (Saltiz dan Dickinson, 2007:220). Saltiz dan Dickinson kemudian mempopulerkan istilah "versatile journalism". Istilah ini dimaknai ketika seorang wartawan multimedia dituntut cakap dan terampil untuk menghasilkan video, tulisan, dan foto dalam sekali waktu reportase. Saat meliput sebuah peristiwa atau isu, wartawan multimedia akan mengoptimalkan kemampuan teknologi komunikasi yang dipunya untuk menghasilkan beragam produk jurnalistik. Teknologi tersebut dapat meliputi kamera DV untuk mengambil video, kamera untuk mengambil foto, atau sebuah *smartphone*.

Bagi sebagian media, praktik tersebut memantik persoalan lain. Bagaimana dengan wartawan yang telah terbiasa meliput dan hanya menghasilkan satu produk jurnalistik seperti televisi saja atau tulisan saja? Redaksi *Financial Times* dan *The Guardian* akhirnya memutuskan untuk melatih para jurnalisnya memproduksi video alih-alih hanya teks (Saltiz dan Dickinson, 2007: 220). Namun, hal sebaliknya masih minim ditemukan pada media *BBC*. Dalam studi Saltiz dan Dickinson terungkap, hanya sedikit wartawan *BBC* yang juga terlatih sekaligus untuk menulis artikel panjang dan bukan hanya naskah dalam sebuah video atau audio untuk radio. Dari media-media tersebut, tak seluruh wartawan merasakan kemudahan yang sama untuk memproduksi koran, radio, dan televisi.

*Live Editor* untuk *BBC Newsgathering*, Guy Pelham, mengungkapkan kisah jurnalis *BBC*, David Shukman, ketika menghadapi banyak permintaan dari kantor untuk meliput ancaman bahaya sampah plastik yang mengapung di permukaan laut terhadap ekosistem sekitarnya (Pelham dalam Miller, 2009:26-28). Saat itu, Shukman diminta tak hanya untuk memproduksi satu video untuk satu program tetapi juga membuat audio yang akan ditampilkan pada radio *BBC*. Shukman pun mengalami kesulitan

karena waktu yang dimilikinya sangatlah terbatas.

Pelham menggarisbawahi persoalan waktu ketika seorang wartawan multimedia meliput sebuah peristiwa atau isu. Ia mengatakan, apabila seorang wartawan diberi waktu yang lebih longgar untuk bekerja, maka seluruh permintaan kantor dapat terpenuhi (Pelham dalam Miller, 2009:27). Untuk mengatasinya, Pelham menjelaskan perlunya ketangkasan dari tiap wartawan untuk bekerja secara efisien dan berkoordinasi dengan tim produksi serta tim redaksi yang berada di kantor.

Menilik dimensi lainnya dalam konvergensi, perubahan kultur terjadi dalam tata kelola ruang redaksi (Bardoel dan Deuze, 2001). Kultur bisa dimaknai perubahan lingkungan ruang redaksi yang membutuhkan koordinasi lebih jauh karena terintegrasi. Kasus *ITV News* yang telah mengorbitkan situsya, *itv.com*, pada tahun 2007 menunjukkan hal tersebut. Mantan wartawan *ITV News*, Zoe Smith, dalam tulisan *Introducing Multimedia to The Newsroom* menjelaskan jumlah staf redaksi di kantornya bertambah lantaran membutuhkan orang yang fokus mengurus multimedia dan situs *itv.com* (Smith dalam Miller, 2009:19-20). Penambahan staf redaksi berujung pada dibutuhkannya koordinasi antara tim televisi yang mengurus produksi video dan tim penulis untuk konten situs. Pada praktinya, Smith bercerita, ruang redaksi di tempatnya bekerja dulu sempat mengalami ketidakstabilan. Ia mengatakan, konsep multimedia tak semulus apa yang diinginkan. Para jurnalis kerap kali kesulitan dan tak sepaham ketika diminta untuk menghasilkan dua produk jurnalistik sekaligus: video dan tulisan.

### Kemunculan Media Online di Indonesia

Internet sebagai perkembangan teknologi komunikasi mulai dikenal di Indonesia sejak tahun 1990-an. Lim dalam Couldry dan Curran, 2003:276 mencatat sejak tahun 1990 hingga 1994, internet hanya dapat digunakan melalui



universitas atau lembaga riset. Alumnus ITB sekaligus pakar internet Onno W Purbo memanfaatkan sebuah *mailing list* bernama *apakabar* yang dibuat oleh warga Amerika, John A MacDougall, untuk bertukar informasi dan memberikan akses internet dalam dunia pendidikan dan riset (Hill dan Sen, 2005:29). Milis [apakabar@clark.net](mailto:apakabar@clark.net) ini semakin gencar digunakan pada 1996.

Dalam rentang setahun setelahnya, masyarakat di Indonesia mulai dapat mengakses internet melalui rumah yang terhubung dengan Internet Service Providers (ISPs) (Lim dalam Couldry dan Curran, 2003:276). Pengguna internet mulai menjamur hingga tahun-tahun berikutnya dan menjadi salah satu sumber persebaran informasi untuk memobilisasi massa pendemo untuk melengserkan rezim Soeharto pada tahun 1997 hingga 1998 (Lim dalam Couldry dan Curran, 2003).

Sementara itu, bisnis media *online* juga mulai muncul sejak tahun 1996. Hill dan Sen mencatat, *detik.com* dan *tempointeraktif.com* menjajal laman beritanya pada tahun 1996 (2005:30). *Tempo* mengklaim meluncurkan portalnya pada tanggal 6 Maret 1996. Selanjutnya, pada 2 September 1996, *Harian Bisnis Indonesia* menerbitkan portal beritanya (Margianto dan Syaefullah, 2011:15-19). Setahun berikutnya, *kompas.com* mulai serius menggarap situsnya sejak 22 Agustus 1997.

Kecuali *detik.com*, sederetan media *online* tersebut merupakan versi cetak baik dari koran maupun majalah masing-masing. *Detik.com* menyajikan berita yang ringkas dengan menganut konsep *breaking news* yang diterapkan media asing seperti *CNN*, *Reuters*, *Associated Press*, dan lainnya (Margianto dan Syaefullah, 2011:15-19). Alhasil, berita yang dihasilkan sepinggal-sepinggal dan terus dimainkan oleh para wartawan dalam tempo tertentu. Bahkan, sejumlah berita di *detik.com* tak memenuhi unsur kelengkapan berita.

Pada tahun 2000-an, pengusaha Hary Tanoë Soedibjo meluncurkan *okezone.com* di bawah payung PT Media Nusantara Citra Group. Selain itu, muncul

juga *vivanews.com* yang diinisiasi wartawan senior Nezar Patria bersama beberapa rekannya eks jurnalis majalah *Tempo*. Media ini menerapkan konsep tulisan jurnalistik yang lebih panjang dan komprehensif.

Pada tahun 2010, *Tribun* yang merupakan anak usaha Kelompok Kompas Gramedia mulai menjamah ranah *online* dengan meluncurkan *tribunnews.com*. *Tribun* dengan jejaringnya di seluruh Indonesia, kini memiliki sedikitnya 200 portal berita dengan kanal regional yang tersebar di seluruh Indonesia. Sementara itu, empat tahun berikutnya, *CNN* mulai melebarkan sayapnya ke Indonesia dengan membentuk *cnnindonesia.com*. Media *online* ini dimiliki oleh pengusah Chairul Tanjung di bawah bendera perusahaan yang sama dengan *detik.com*, PT Agranet Multicitra Siberkom. Pada tahun yang sama, media asal Filipina *rappler.com* mulai merambah juga ke Indonesia. Tulisan-tulisan berbahasa Indonesia mulai bermunculan di kanal tersendiri portal berita tersebut.

Yang menarik dari ketiga media terakhir adalah konsep yang ditawarkan dalam menyajikan berita. Ketiganya mengusung prinsip multimedia sebagai karakter pembeda dengan media *online* lainnya. *Cnnindonesia.com* sedari awal menerapkan konsep multimedia. Perusahaan ini merekrut wartawan muda tanpa pengalaman untuk dilatih menjadi reporter yang memiliki beragam ketrampilan untuk mengambil video, foto, sekaligus menuangkannya dalam bentuk tulisan panjang yang komprehensif. Konsep serupa diterapkan oleh *rappler.com*. Media ini memberikan kesempatan kepada tiap wartawannya untuk menyajikan berita dalam beragam format sesuai dengan kebutuhan peristiwa atau isu yang dilaporkan. Sementara itu, *tribunnews.com* yang mulanya tak mengedepankan prinsip tersebut mulai mengembangkannya satu tahun belakangan.



## Ragam Produk dalam Satu Kemasan

Dalam praktik jurnalisme *online* di Indonesia, konsep multimedia masih terbilang baru. Minimnya media yang menawarkan beragam format selain tulisan dan foto menjadi salah satu indikator belum populernya konsep ini bagi para wartawan. Pemimpin redaksi *CNN Indonesia*, Yusuf, mengaku konsep yang ditawarkan medianya terbilang anyar. Ia pun juga menegaskan kini tengah mendidik audiens media online yang terbiasa dengan gaya penulisan *detik.com*, untuk menikmati sajian yang diberikan oleh *CNN Indonesia*.

Dalam satu rubrik bernama Fokus, Yusuf melanjutkan, audiens dapat langsung mendapatkan berita yang utuh melalui beragam fitur yang ada seperti tulisan, foto, video, dan infografis. Baik tim reporter di lapangan maupun para editor di kantor akan bahu-membahu mengemas satu tema peristiwa dalam satu Fokus. Keutuhan berita menjadi poin unggulan dari *CNN Indonesia*.

*Pada dasarnya sebuah berita selalu bisa diceritakan dengan banyak medium. Audiens bisa beragam. Dia bisa menikmati berita lewat tulisan, video, foto, atau sekadar suara. Semua punya ketertarikan dan kemampuan menelaah sendiri. (Yusuf Arifin, wawancara personal, 29 Juni 2015).*

Dalam format tulisan, *CNN* menawarkan artikel panjang, mendalam, berkonteks, dan lengkap. Artinya, apabila berita memuat dua pihak yang tengah berseteru atau adu pendapat maka akan dihadirkan suara dari kedua pihak. Hal tersebut senafas dengan prinsip jurnalistik *cover both sides*. Yusuf beranggapan, selama ini media *online* banyak yang hanya mendahulukan kecepatan dan kadang mengabaikan prinsip mendasar tersebut. Padahal mestinya kualitas berita tetap mesti bisa dijaga meski dituntut oleh kecepatan memberitakan.

Hal serupa juga dilakukan oleh *Rappler*. Wartawan *Rappler Indonesia*,

Febriana, yang penulis wawancara mengatakan bahwa cara jurnalisme multimedia bekerja adalah dengan menggunakan berbagai platform tidak hanya tulisan, tetapi juga video dan audio. Model penulisannya pun tidak bisa disamakan dengan model berita-berita di media konvensional, melainkan lebih populer sebagaimana para pengguna media sosial. Keberadaan media sosial semacam *Souncloud* memudahkan bagi wartawan dan media untuk menyiarkan berita-berita yang berupa suara saja. Berita-berita yang multimedia ini menawarkan pengalaman baru kepada orang yang ingin menonton berita-berita televisi melalui *smartphone*.

Febriana juga menyebut bahwa dalam berita-beritanya, wartawan multimedia tidak bisa kaku seperti wartawan media cetak dengan menggunakan prinsip piramida terbalik. Yang lebih cocok adalah tulisan bertutur. Ini salah satu pembeda dengan media konvensional.

*Misalnya, ketika ada seminar e-commerce tentang bagaimana regulasi pemerintah merugikan pedagang online media karena harus ada NPWP dan lainnya. Yang berbeda adalah cara pendekatan dalam menulis. Misalnya kalau saya menulis untuk Koran Tempo, saya akan menulis "Regulasi Pemerintah Rugikan Pedagang Online". Kalau untuk tempo.co, saya akan menulis "Desak Pemerintah Ubah Regulasi". Untuk sekelas multimedia, orang tidak akan membaca. Saya akan menulis, "10.000 Pedagang Online Terancam Tak Berjualan Lagi karena Regulasi Pemerintah Mempersulit". Itu lebih personal dan sesuai pembaca online. (Febriana Firdaus, wawancara personal, 28 Juni 2015)*

Seperti dengan dua media tersebut, *Tribun* juga melakukan hal yang sama. Sadar bahwa di era keterbukaan, publik tidak hanya membutuhkan tulisan tetapi juga konten-konten yang berupa video, maka konten di *Tribun* kemudian



diarahkan dengan multimedia. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh wartawan *Tribun Rahmat* yang menjelaskan bahwa kondisi audiens hari ini harus dipahami karakternya dan media harus beradaptasi setelah membaca karakter tersebut. Jika luput tentu ada kemungkinan audiens akan lebih memilih media yang mampu beradaptasi lebih cepat dengan perkembangan zaman dan perilaku masyarakat dalam mengonsumsi berita. Periode ini memang ditandai dengan personalisasi atau kedekatan antara berita dengan pembacanya. Berita-berita yang mampu mengikat dan masuk ke dalam kehidupan personal pembaca yang akan mendapatkan perhatian luas.

Memproduksi berita dengan multimedia adalah sebuah keniscayaan dan mendapatkan relevansi dengan kondisi kekinian. Dulu, media menulis berita dengan proses yang panjang dan rumit. Dalam logika tulisan di media cetak misalnya, seorang wartawan dituntut untuk bisa mendengar, mencatat, melakukan abstraksi atas apa yang ia liput, baru ditulis kemudian dicetak dan disebarkan kepada pembaca. Pembaca pada tahap selanjutnya akan membaca dan menafsirkan pesan tersebut. Dari situ bisa terlihat betapa panjangnya proses yang harus dilalui. Proses panjang ini semakin tereduksi oleh kehadiran radio.

Proses panjang yang muncul dalam logika tulisan cetak dipangkas oleh fungsi suara yang melekat di radio. Ini membuat wartawan tidak perlu sesusah menulis ketika ingin menyampaikan berita. Suara sudah menjadi alat yang cukup di mana wartawan hanya memberikan penafsiran atas sebuah berita atau menyampaikan pelaporan sebuah peristiwa. Audiens sebagai penerima pesan tidak perlu menafsirkan terlalu lama sebagaimana yang terjadi ketika membaca tulisan. Dan, pemangkasan proses yang dilakukan oleh radio ini kemudian mengalami perubahan besar-besaran seiring dengan datangnya era televisi yang menandai zaman baru bagi jurnalisme.

Dengan medium televisi, seorang wartawan tidak perlu menafsirkan apa-apa. Yang paling penting adalah ia mampu merekam dan menampilkan gambar sebuah peristiwa dan tidak perlu

mengabstraksikan apapun. Apa yang perlu wartawan televisi lakukan hanyalah memberi tambahan informasi yang tidak muncul dalam gambar. Ihwal perkembangan medium penyampaian berita tersebut, Yusuf dalam wawancara personal dengan penulis memiliki kisah sendiri. Ia memberikan contoh:

*Saya pernah terkena badai di Brazil. Jika saya wartawan tulis, kita akan menceritakan seberapa besar anginnya, badan kita meliuk-liuk karena terpaan angin dan kita harus berlindung untuk menunjukkan betapa besarnya badai. Orang akan berasumsi dan menafsirkan deskripsi tersebut. Begitu masuk di radio, suara angin badai bisa terekam. Tetapi tentu saja masih akan banyak abstraksi misalnya orang masih harus membayangkan, benda-benda yang bertabrakan, dan sebagainya. Begitu di televisi, wartawan tidak perlu melakukan abstraksi lagi, ia tinggal pasang badan di tempat yang memungkinkan mengambil gambar dan bilang "saya sedang berada di Brazil dan terkena badai," selesai. (Yusuf Arifin, wawancara personal, 29 Juni 2015)*

Dari situ bisa dilihat bahwa perkembangan media membuat medium sebelumnya tersingkir, ketiganya saling meniadakan dengan proses penyampaian berita yang semakin tervisualisasi. Jurnalisme multimedia menjadi semakin relevan dengan melihat bahwa kehadiran internet, membuat medium-medium yang saling meniadakan di era sebelumnya itu justru melakukan konvergensi, saling berkaitan. Internet membuka sekian banyak kemungkinan untuk menampilkan media dalam satu layar. Perkembangan ini memungkinkan ketiganya terhubung dan mendapatkan gambaran yang terintegrasi. Hal lainnya adalah bahwa melalui internet, berita-berita bisa dikonsumsi oleh masyarakat kapan saja. Berbeda dengan media cetak yang mesti melakukan pencarian secara konvensional



terlebih dahulu. Radio dan televisi juga susah untuk dilacak aksesnya kecuali audiens menyediakan waktu khusus untuk menyimak seluruh berita-beritanya.

Tidak hanya mengenai medium, tanggung jawab dalam menulis berita juga mengalami pergeseran. Ia tidak hanya berhenti ketika sampai pada penyampaian sebuah berita, tetapi sebuah wawancara di era multimedia juga mesti tahu dan menampilkan apa yang bisa dilakukan selanjutnya setelah membaca berita-berita tertentu. Wartawan *Rappler* mengakui adanya pergeseran tersebut.

*Wartawan new multimedia tidak hanya berhenti pada apa yang dia tulis tapi lebih dari itu. Kalau ada kelaparan di Afrika, media konvensional akan mengatakan "1.000 Orang Kelaparan di Afrika" tapi kalau new multimedia akan menulis "What we can do for them, why they are suffering". Kenapa mereka sampai menderita kelaparan dan cari akar masalahnya. Misalnya saja terjadi karena korupsi. Nah kita membuat orang akan berpikir, "oh ini emergency."* (Febriana Firdaus, wawancara personal, 28 Juni 2015)

### Tantangan Wartawan Multimedia

Di era transisi jurnalisme antara media konvensional dan media yang multiplatform, tantangan mula-mula tentu berupa kesiapan *skill* dan mental seorang wartawan. Ini membutuhkan kerja tersendiri karena kurikulum pendidikan di sebagian besar sekolah-sekolah jurnalistik di Indonesia belum mengakomodasi perkembangan seperti yang disebutkan di atas. Model penulisan berita masih terfragmentasi pada jenis-jenis media tertentu saja baik itu media cetak, radio, maupun juga televisi semata. Artinya butuh usaha yang lebih keras agar wartawan bisa memahami bahwa medium yang mereka hadapi sudah jauh berubah dan terintegrasi satu sama lain.

Pemimpin redaksi *CNN Indonesia*, Yusuf, mengakui hal tersebut. Sebagai media yang belum lama berdiri di

Indonesia, ia menyebut bahwa *CNN Indonesia* banyak merekrut anak muda di bawah usia 30 tahun karena generasi baru yang ada tidak terbebani dengan pemahaman wartawan dengan yang terfragmentasi di satu medium tertentu. Ini beda misalnya, dengan wartawan-wartawan lama yang akan lebih susah dan butuh waktu lebih panjang untuk beradaptasi dan mengenal medium yang baru. Karena itu sejak awal *CNN Indonesia* menekankan bahwa wartawannya mesti memiliki kemampuan yang lengkap, tidak hanya misalnya, menulis saja, atau membuat video saja. Tapi tentu saja, kemampuan yang lengkap tersebut tidak berarti harus ahli dalam semua hal. Itu akan dilatih dengan pelatihan-pelatihan di internal media.

Di *Tribun*, wartawan *online* diberikan pelatihan untuk membuat video dan pengajarnya langsung didatangkan dari *Kompas TV* yang notabene satu perusahaan media yang sama. Hal ini dilakukan untuk memberikan pemahaman yang utuh agar wartawan yang selama ini membuat berita tulisan bisa membuat berita video dengan standar teknik-teknik pembuatan video. Wartawan *Tribun*, Rahmat, menyebut bahwa ia sempat khawatir bahwa ia hanya akan diminta untuk membuat berita video. Padahal ia merasa bahwa alasan awal menjadi wartawan dalam benaknya adalah menulis berita. Namun redaktornya menyebut bahwa ia tetap bisa menulis berita. Video berita adalah salah satu strategi agar berita-berita yang ada sampai ke audiens dengan beragam latar belakang.

Kekhawatiran senada juga dirasakan oleh wartawan *CNN Indonesia*, Ranny. Selain memiliki gambaran awal bahwa menjadi wartawan berarti menampilkan produk jurnalistik berupa tulisan, Ranny mengaku menghadapi kesulitan ketika *CNN Indonesia* menuntut wartawannya untuk bisa melakukan berbagai hal sekaligus. Di awal memang ia diberikan pelatihan dasar mengenai penulis, pengambilan video, foto dan gambar. Di pelatihan tersebut diajarkan juga teknik mengambil gambar terutama agar kualitas gambar tetap terjaga meskipun dalam praktiknya nanti hanya akan menggunakan kamera *handphone* untuk



merekam. Di awal-awal, meski sudah mendapatkan pelatihan, Ranny masih merasa kebingungan dalam beradaptasi bekerja secara multimedia ini.

*Bingung harus mendahulukan yang mana, video atau teks. Kadang kantor minta kita untuk mendahulukan teks. Di satu sisi, kita juga harus mengambil gambar untuk video. Kita ambil gambar untuk online dan TV juga berada waktu. Belakangan, ternyata lebih mudah bikin naskah video daripada tulisan karena jauh lebih sedikit dan hanya intinya saja. Kalau untuk tulisan harus panjang dan detail. Ada background-nya juga.*  
(Ranny Virginia Utami, wawancara personal, 1 Juli 2015).

Lepas dari kesulitan-kesulitan yang dihadapi, pada dasarnya memberikan pemahaman jurnalisme multimedia yang terintegrasi kepada wartawan-wartawan muda relatif tidak terlalu sulit. Yusuf menyebut bahwa kondisi wartawan saat ini berbeda jauh dengan ketika ia menjalani awal karier kewartawanan yang mengalami transisi menulis dari mesin ketik dan berpindah ke komputer. Sementara wartawan sekarang sudah berjalan dengan logika komputer yang sudah terkoneksi dengan internet.

*Ketika internet sudah masuk dalam kehidupan sehari-hari, orang terbiasa menulis blog, mengambil gambar pakai iphone atau handphone lain. Mereka juga terbiasa merekam. Itu sebetulnya sudah dilakukan oleh anak-anak sekarang tanpa harus menjadi wartawan.* (Yusuf Airifn, wawancara personal, 28 Juni 2015)

Dengan dasar yang sudah ada tersebut, pada tahap selanjutnya yang diperlukan adalah memberikan standar-standar jurnalistik yang lebih ketat kepada para wartawan. Sebagai contoh adalah pemahaman bahwa setiap peristiwa tidak bisa sertamerta diangkat sebagai sebuah

berita dan dilaporkan ke publik. Sebuah peristiwa mesti memiliki nilai berita agar ia layak dan relevan untuk diberitakan. Itupun belum cukup karena standar lain penulisan juga mesti dipenuhi, misalnya saja seperti prinsip 5 W (*what, why, when, where, who*) dan 1 H (*how*) agar berita yang ditampilkan bisa muncul secara lengkap dan utuh. Prinsip verifikasi dan keberimbangan juga mesti dipenuhi sehingga berita yang disampaikan ke publik terjamin akurasi.

Ketika hal-hal tersebut dipenuhi, tantangan awal yang dihadapi oleh wartawan multimedia belum selesai. Ia juga mesti menghadapi media dan wartawan yang belum mengimplementasikan cara kerja multimedia. Wartawan *Rappler*, Febriana, misalnya, sering mendapatkan sinisme dari teman-teman wartawan yang lain ketika sedang bertugas di lapangan. Sinisme ini beberapa kali juga berubah menjadi ejekan. Pangkalnya sederhana, ia merekam video dengan menggunakan kamera sendiri dan tidak membawa *camera person*. Ini tentu masih menjadi keanehan terutama bila dibandingkan dengan cara kerja wartawan di televisi yang biasanya ke lapangan membawa reporter dan *camera person*.

### **Bekerja dengan Detail dan Terintegrasi**

Seperti disebutkan di awal, menjadi seorang wartawan multimedia memiliki beberapa perbedaan mendasar dengan wartawan di media konvensional. Seorang wartawan multimedia mesti mengembangkan segenap kemampuan terbaiknya tak terkecuali menjadi reporter sekaligus editor dalam waktu yang sama. Ia mesti bisa segera paham melalui medium apa sebuah berita lebih tepat untuk disampaikan kepada audiens. Ranny menceritakan bahwa ketika melakukan liputan di lapangan, karena tuntutan untuk membuat teks sekaligus video, ia mesti bersaing dengan wartawan-wartawan televisi dengan kamera besar. Sementara ia hanya menggunakan kamera *handphone*. Karena itu untuk menyampaikan detail sebuah berita video, ia menonjolkan pada gambar suasana dan



narasi isu. Berbeda dengan wartawan televisi dan fotografer yang lebih sering menggunakan zoom untuk menonjolkan detail video.

Pernah waktu itu, saya ambil video saat demo gugatan hasil Pemilihan Presiden di Mahkamah Konstitusi. Sebagai video journalist, jadi saya ambil gambar sendiri dan tidak ada camera person. Pada dasarnya, semua orang bisa melakukan hal yang sama. Bisa ambil video dan foto sendiri apalagi sudah ada gadget. Tapi yang jadi tantangannya adalah bagaimana mengambil video dan foto yang layak untuk menjadi berita? Nah waktu di MK, saya selfie dan ambil gambar, pegang kamera dan melaporkan peristiwa. (Ranny Virginia Utami, wawancara personal, 1 Juli 2015)

Hal yang senada juga dilakukan oleh Rahmat yang dibekali peralatan untuk membuat berita video dan tulisan. Di lapangan ia harus punya kemampuan untuk merekam sebuah peristiwa sekaligus melakukan edit video karena ia mesti segera mengirim bahan-bahan video begitu sudah melakukan liputan. Naskah berita video menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam proses tersebut. Selain itu, berita video tersebut juga mesti bisa dijadikan sebagai berita tulisan sehingga saling melengkapi.

Sementara di *Rappler*, integrasi tidak hanya dilakukan dengan tulisan dan video tetapi juga media sosial. Febriana menjelaskan bahwa tidak semua laporan peristiwa ditulis sebagai sebuah berita utuh. Terutama berita-berita yang sifatnya *breaking news*, ia kerap hanya melakukan laporan langsung melalui *twitter* (*live tweet*). Prinsipnya, apa yang cepat sampai ke pembaca itu yang didahulukan. Sementara sembari melakukan hal tersebut ia juga merekam wawancara dan jika tidak ada banyak waktu untuk mengambil video, rekaman itu akan ditampilkan di jejaring sosial *Souncloud* yang nanti akan ditampilkan juga dalam tulisan beritanya. Sehingga dalam satu

tampilan langsung bisa berbagai platform. Dengan berita yang tidak hanya berupa tulisan, multitafsir dari pembaca bisa diminimalisir. Hal ini penting agar pembaca juga bisa menguji berita-berita yang ditampilkan.

Apa yang tidak kalah penting dilakukan oleh wartawan multimedia adalah berhubungan dengan narasumber dan pembaca. Ini juga mesti sudah dipikirkan karena pembacalah yang menghidupi media dan menjadi tanda apakah sebuah model penyampaian berita diterima atau tidak.

Wartawan multimedia juga harus engage dengan pembacanya. Misalnya, saya adalah wartawan yang menulis isu korupsi tetapi saya tidak hanya menulis saja melainkan bergabung dengan anak ICW (*Indonesia Corruption Watch*), saya datang ke acaranya dan ngobrol isunya apa, dan kesulitannya apa ketika berhubungan dengan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Setelah itu, saya juga datang ke KPK dan menyampaikannya. Dari situ, saya terlibat. Kalau hanya datang ke sebuah acara, membuat berita, dan pulang, itu bukan wartawan multimedia. (Febriana Firdaus, wawancara personal, 29 Juni 2015)

Hal lain yang menjadi perhatian wartawan multimedia adalah independensi. Dalam membuat sebuah berita, wartawan tidak mungkin lepas dari bias atau pandangan-pandangan tertentu. Latar belakang wartawan senantiasa menentukan seperti apa pandangan-pandangan yang ia miliki dan faktor apa saja yang membentuk cara berpikrinya. Di *Rappler*, hal ini penting untuk ditampilkan di awal sehingga pembaca bisa mengukur sejauh apa bias wartawan berpengaruh ke dalam tulisan atau produk jurnalistik yang ia hasilkan. Karena itu, *Rappler* memfasilitas wartawan-wartawannya dengan kolom khusus opini wartawan dan dari sana kita bisa mengukur seperti apa sikap atau



pandangan wartawan untuk kasus tertentu. Misalnya dalam kasus hukuman mati, agama, politik, atau isu lainnya. Tentu saja opini dan produk jurnalistik adalah dua hal yang berbeda karena dalam sebuah produk jurnalistik, keberimbangan menjadi hal yang mendasar.

### Menatap Masa Depan dan Problem Etika

Dengan menyimak tantangan awal dan bagaimana cara kerja wartawan multimedia, bisa diajukan kesimpulan awal bahwa praktik ini hanya menunggu waktu saja sebelum menjadi arus utama dalam industri media di Indonesia. Poin penting yang patut diperhatikan adalah perkembangan ini membawa kita pada diskusi selanjutnya mengenai etika jurnalistik. Banyak pendapat yang mengatakan bahwa karakter jurnalisme *online* saat ini membuat etika jurnalistik kerap diabaikan. Aturan-aturan semacam pedoman media siber yang dikeluarkan oleh Dewan Pers tidak diindahkan. Hasrat untuk mendapatkan klik dan perhatian dari pembaca membuat berita-berita dikeluarkan dengan prinsip asal cepat.

Yusuf merasakan kekhawatiran semacam itu. Sebagai pemimpin redaksi di *CNN Indonesia*, ia menilai banyak wartawan muda yang cenderung abai terhadap kelengkapan berita 5 W dan 1 H. Hal ini terjadi karena sebagian wartawan menilai yang lebih penting adalah menyebarluaskan berita. Padahal yang utama adalah menyebarluaskan berita yang bertanggungjawab, dengan akurasi dan verifikasi yang bisa diuji. Itu problem mendasar yang dihadapi oleh wartawan yang besar di era internet seperti saat ini.

*Misal dalam kasus pembunuhan Engeline, masak ada headline yang mengatakan 'Ini Foto Pembunuh Engeline'. Ini kan menyalahi aturan dalam dunia kewartawanan. Yang semestinya harus ada bukti dulu baru bisa dikatakan pembunuh Engeline. Tapi karena wartawan ini tidak terbiasa mengikuti 5W+1H, tidak paham etika wartawan, ia mudah sekali menulis "ini foto pembunuh*

*Engeline". Kalau salah gimana? Tidak ada yang mengatakan dia pembunuh Engeline. Yang ada adalah dia tersangka pembunuh Engeline. Itu terjadi di banyak pemberitaan.*(Yusuf Arifin, wawancara personal, 28 Juni 2015)

Ranny, menyebut bahwa untuk masalah etika ini memang pada akhirnya kembali pada diri masing-masing. Menurutnya, seorang wartawan memang ada yang memegang teguh etika jurnalistik dan tidak memiliki niat untuk memelintir sebuah berita dengan menginterpretasikan sendiri jawaban narasumber. Tapi ia tidak memungkiri banyak wartawan yang melakukan hal seperti itu di lapangan. Sementara itu Febriana menyebut bahwa kehadiran multimedia justru akan membantu mengenai masalah etika tersebut. Sebab tidak hanya tulisan yang dimunculkan wartawan, tetapi juga arsip rekaman dan juga video. Dengan begitu, kualitas sebuah berita dan etika wartawannya bisa diuji.

*Misalnya, kalau hanya berita media online itu tidak ada rekamannya dan videonya, tidak ada yang bisa dibuktikan kalau misal dituntut. Sementara kalau menggunakan multimedia, semua dihadirkan jadi justru bisa lebih mudah dibuktikan. Ini juga ketika saya akan mentranskrip, harus lebih hati-hati dan memperhatikan titik koma seperti yang ada di rekaman. Kalau itu ditayangkan di video dan soundcloud tapi beda seperti kutipan di artikel, justru akan mempermalukan wartawannya dan kita sendiri dirugikan. Akurasi justru lebih tinggi.* (Febriana Firdaus, wawancara personal, 29 Juni 2015)

Jika memperhatikan hal-hal tersebut, tantangan dan peluang bagi wartawan multimedia memang terbentang luas. Jurnalisme *online* yang menjadi dasar bagi keberadaan media multiplatform terus berkembang baik secara teknologi,



maupun jumlah pembacanya. Problem etika ini tidak hanya menjadi persoalan seorang wartawan tetapi juga menjadi tanggungjawab berbagai lembaga yang bersangkutan, misalnya saja Dewan Pers, dalam merumuskan aturan atau pedoman yang bisa mengikuti perkembangan zaman. Peran publik dalam mengawasi wartawan dan media juga dibutuhkan karena bagaimanapun juga, kepentingan publik adalah esensi dari jurnalisme.

### Kesimpulan

Jurnalisme multimedia adalah sebuah keniscayaan. Perkembangan teknologi informasi membuat cara memproduksi berita berubah secara drastis. Pada tahap selanjutnya hal ini mensyaratkan kesiagaan wartawan untuk mengikuti perkembangan zaman. Dengan kata lain, tuntutan seorang wartawan juga berubah. Ia tidak hanya harus bisa menulis berita, memotret, membuat berita video. Seorang wartawan mesti bisa melakukan berbagai kerja tersebut sekaligus juga harus paham karakter pembaca seperti apa yang akan membaca atau melihat berita-berita yang dibuat.

Dari studi pustaka dan wawancara mendalam dalam artikel ini, penulis

memiliki kesimpulan bahwa wartawan di Indonesia bukan tidak menyadari bahwa jurnalisme multiplatform sudah datang. Mereka sudah menyadari, namun ada hambatan yang dihadapi. Paling besar adalah mengenai proses adaptasi. Pangkalnya tentu karena tidak mudah mengubah cara pikir membuat berita di era media konvensional – yang terfokus di masing-masing produksi, entah tulisan saja, atau video saja – menjadi terintegrasi dalam era media baru.

Sebagai penutup, jurnalisme memiliki tujuan untuk melayani kepentingan bersama. Ini artinya, meski cara memproduksi berubah, medium yang digunakan berubah, yang tidak boleh diabaikan adalah kepentingan bersama. Media *online* sering dianggap mengabaikan kepentingan publik dengan menampilkan berita-berita secara cepat namun minus verifikasi dan akurasi. Hal yang pada tahap selanjutnya bisa menyesatkan opini publik. Wartawan di era multimedia, tentu tidak boleh mengabaikan etika jurnalistik dan prinsip-prinsip dasar jurnalistik. Dengan demikian, jurnalisme baru benar-benar bisa bermanfaat bagi kepentingan publik.



### Daftar Pustaka

- Bardoel, Jo dan Deuze, Mark. (2001). "Network Journalism": *Converging Competencies of Old and New Media Professionals*. Australian Journalism Review. Volume 23 (2). December 2001.
- Boczkowski, Pablo J. (2004). *The Processes of Adopting Multimedia and Interactivity in Three Online Newsroom*. International Communication Association. Volume: June 2004. Pp 197-213.
- Deuze, Mark. (1999). *Journalism and The Web: An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment*. Gazette VOL. 61(5). Pp 373-390.
- Deuze, Mark. (2003). The web and its journalisms: considering the consequences of different types of newsmedia online. *New Media and Society*. Vol5 (2). Pp 203-230.
- Deuze, Mark. (2004). *What is multimedia journalism?* Journalism Studies. 5:2. Pp 139-152.
- Hill, David dan Sen, Krishna. (2005). *The Internet in Indonesia's New Democracy*. New York: Routledge.
- Lim, Merlyna. (2003). *The Internet, Social Networks, and Reform in Indonesia* dalam Coludry, Nick dan Curran,
- James. (2003). *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*. Maryland: Rowman and Litdefield.
- Margianto, J. Heru dan Syaefullah, Asep. (2011). *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia*. Jakarta: Aliasnsi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia.
- Pavlik, John. (2000). *The Impact of Technology on Journalism*. Journalism Studies. 1:2. Pp 229-237.
- Pelham, Guy. (2009). *Multimedia Reporting in the Field* dalam Charles Miller (ed). 2009. *The Future of Journalism*.
- Saltzis, Konstantinos dan Dickinson, Roger. (2007). *Inside the Changing Newsroom Journalists' Response to Media Convergence*. Aslib Proceedings, Vol. 60 Iss: 3. Pp 216-228.
- Smith, Zoe. (2009). *Introducing Multimedia to the Newsroom* dalam Charles Miller (ed). 2009. *The Future of Journalism*.

### Situs

Nielsen Indonesia. (2014). *Nielsen: Konsumsi Media Lebih Tinggi di Luar Jawa*. Diakses di <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html> pada tanggal 8 Agustus 2015.



