

JURNAL KOMUNIKASI

Volume 1, Nomor 2, April 2007

ISSN 1907-848X

Halaman 97 - 188

DAFTAR ISI

Editorial

**Pers dan Teknologi Media:
Dejurnalisasi di Tengah Konvergensi**
Didik Supriyanto - Iwan Awaluddin Yusuf
(97 - 109)

**Citizen Journalism:
Ketika Berita Tidak Hanya Memiliki Satu Muka**
Zaki Habibi
(110 - 120)

Aplikasi Nilai-nilai Jurnalisme Warga pada Radio Komunitas
A. Darmanto
(121 - 132)

**Kegagalan Jurnalisme Profesional
dan Kemunculan Jurnalisme Publik**
Puji Rianto
(133 - 145)

Jurnalisme Publik pada Media Penyiaran Publik
Masduki - Bambang Muryanto
(147 - 154)

Praktik "Jurnalisme Syariah" di Radio MQ FM Yogyakarta
Abdul Rohman
(155 - 162)

Jurnalisme Bencana: Sebuah Tinjauan Etis
Muzayin Nazaruddin
(163 - 177)

Mewaspadaai Praktik Jurnalisme yang Memproduksi Keburukan
Ana Nadhya Abrar
(179 - 188)

Pers dan Teknologi Media: Dejurnalisasi di Tengah Konvergensi

Didik Supriyanto¹ - Iwan Awaluddin Yusuf²

Abstract

This article studied the latest issues of media convergence that was facilitated by the internet and mobile technology, and also its influence on conventional media. Further, the discussion developed around the implications of media convergence towards principles and practices of conventional journalism. Although some principles that were related with basic ethics continued to be maintained in accordance with the universal journalism values: accurate, objective, fair, balance, and neutral, but in practice, the presence of online journalism reduced the conventional journalism techniques. The change happened due to the role of the journalist, gatekeeper, the medium, and the audience's behavior. To clarify discussions, the author will explain Detikcom's experiences in managing online news site as an actual case.

Key words:

Internet, online journalism, media convergence, Detikcom

Pendahuluan

Sejak Gutenberg menemukan mesin cetak tahun 1440-an, hingga kini terdapat lima jenis media yang mampu menampung beroperasinya prinsip-prinsip jurnalisme secara efektif. Kelima jenis media itu adalah cetak, radio, televisi, internet, dan *mobile* (teknologi telepon seluler). Semula orang menduga, munculnya jenis media baru akan menggantikan dan bahkan mematikan jenis media sebelumnya. Ternyata munculnya radio tidak mematikan media cetak, demikian juga munculnya televisi tidak menghentikan kegemaran orang mendengarkan radio. Ketiga jenis media itu memiliki karakteristik tersendiri dengan kelebihan dan kelemahan masing-masing sehingga saling melengkapi. Inilah yang menyebabkan ketiga media itu sanggup bertahan bersama-sama secara harmonis. Namun ketika pertanyaan besarnya adalah apakah ketiga jenis media konvensional itu akan eksis bersama internet dan *mobile*, mengingat kedua jenis media yang terakhir tidak saja mampu menyaingi cetak, radio, dan televisi, tetapi juga memiliki kelebihan lain yang tidak dimiliki oleh ketiganya? Bukankah kekuatan teks (cetak), audio (radio) dan audio-visual (televisi) kini sudah secara efektif ditampung oleh internet dan *mobile*?

Awalnya banyak yang meragukan kemampuan internet menyingkirkan media cetak, apalagi radio dan televisi karena sifat internet yang tidak praktis dan mahal.

¹ Wakil Pemimpin Redaksi *Detikcom*

² Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, peneliti di Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMBP) Yogyakarta.

Kenyataannya, asumsi bahwa internet tidak praktis hanya bertahan beberapa tahun. Internet dahulu dinilai tidak praktis karena dalam mengoperasikan dibutuhkan komputer, ruang khusus untuk komputer, serta jaringan telekomunikasi yang handal. Kini perkembangan perangkat keras teknologi komputer sudah menciptakan komputer jinjing-portable (laptop) yang bisa dibawa ke mana-mana sebagaimana orang menenteng koran. Teknologi Wi-Fi juga memungkinkan akses internet secara mudah di berbagai tempat yang menyediakan titik-titik *hotspot* untuk menikmati fasilitas tersebut. Munculnya teknologi broadband juga memudahkan orang mengakses internet di mana saja dengan teknologi *mobile*. Bila teknologi AMPS (generasi pertama/1G) yang muncul pada awal 1990-an sekadar melampaui keterbatasan fungsi telepon yang statis menjadi dinamis, serta hanya menampilkan suara, maka pada teknologi GSM (generasi kedua/2G) yang bergerak pada pertengahan dekade 1990-an, teknologi seluler tidak hanya mampu mejadi wahana tukar informasi dalam bentuk suara tetapi juga data, berupa teks dan gambar (SMS dan MMS). Karena murah, akses teknologi *mobile* generasi kedua ini berkembang pesat di Indonesia, sehingga memasuki 2000-an, *handphone* menjadi perangkat hidup (*gadget*) sehari-hari.

Sejak tahun 2006, masyarakat di Indonesia sudah bisa menikmati layanan audio-visual yang lebih canggih dengan teknologi generasi ketiga (3G). Ada juga pilihan koneksi internet ke aplikasi seluler dengan sistem UMTS, WiFi, dan WiMax. Kabar terbaru berkaitan dengan kecepatan akses seperti ditulis AW Subarkah dalam *Kompas*, 29 Juni 2007 menyebutkan, beberapa jaringan operator seluler sudah memiliki jaringan paling cepat yang dikenal dengan *high-speed downliik packet access* (HSDPA) atau yang sering disebut dengan 3,5G, yaitu generasi yang merupakan penyempurnaan dari 3G. Terakhir, tidak lama lagi, vendor maupun operator seluler siap dengan teknologi *next generation network* (NGN) atau 4G (*Bernas*, 2 Juli 2007).

Pada babakan inilah apa yang disebut konvergensi media akan mencapai titik maksimal. Lewat segenggam *handset*, orang di berbagai penjuru dunia bisa mengakses informasi secara cepat dan lengkap sesuai kebutuhan. Komunitas pers menjadi pihak pertama yang memanfaatkan teknologi ini dengan menampilkan informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, dan visual. Konsekuensinya, model-model jurnalisme *via* internet dan teknologi seluler yang mengusung kecanggihan teknologi ini juga membawa pengaruh bagi praktik kerja jurnalisme *mainstream* (cetak, radio, dan televisi). Dari sisi audiensnya pun tak ketinggalan terkena imbasnya. Dampak sosial atas penyebaran informasi secara massif dan diikuti oleh interaksi yang tinggi di antara pemasok informasi dan pengguna informasi (sampai batas-batas di antara mereka tidak jelas) selalu menjadi kajian yang menarik untuk didiskusikan. Pola interaksi masyarakat niscaya akan berubah, namun perubahan itu masih berada dalam batas-batas kontinum sebagaimana teknologi media dan jurnalisme mengalaminya.

Tulisan ini mencoba menelaah perkembangan terbaru konvergensi media yang difasilitasi internet dan teknologi *mobile* serta pengaruhnya terhadap media-media konvensional. Pada bahasan selanjutnya didiskusikan implikasi konvergensi media terhadap prinsip-prinsip dan praktik kerja jurnalisme konvensional yang selama ini dianggap "baku". Untuk memperjelas pembahasan, penulis memamparkan pengalaman *Detikcom* dalam mengelola situs berita *online* sebagai contoh aktual.

Pers dan Teknologi Media

'Pers' dalam Bahasa Belanda sama dengan 'press' dalam Bahasa Inggris, artinya "menekan", "mengepres". Istilah ini mengacu pada cara kerja mesin cetak tradisional Abad XV di Eropa. Mesin itu semula digunakan untuk mencetak pamflet dan brosur, kemudian berkembang untuk mencetak koran dan majalah. Semula, pers dalam arti sempit adalah komunikasi massa lewat barang cetakan. Seiring dengan perkembangan teknologi media komunikasi massa, pers dalam arti luas adalah komunikasi massa lewat media cetak dan elektronik. Pengertian ini senada dengan definisi pers menurut Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers yang menyebutkan "*Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi, baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia*".

Dalam sejarah perkembangan pers dicatat, paskapenemuan mesin cetak oleh Johannes Gutenberg, perkembangan teknologi media membutuhkan waktu tak kurang dari 5 abad untuk menemukan teknologi media jenis baru bernama radio, yang untuk pertama kalinya mengudara di Amerika Serikat pada 1920. Jika hasil mesin cetak Gutenberg membuat geger Eropa pada Abad XVI karena gagasan-gagasan Martin Luther dengan cepat menjadi wacana publik, tanpa ia sadari; maka teknologi radio memungkinkan seluruh penjuru dunia mengetahui proses berlangsungnya Perang Dunia II. Tak heran bila Sutan Sjahrir mendengar dari radio bahwa Jepang telah menyerah dari Sekutu. Apa yang dialami Sutan Sjahrir mendorong Sukarni dkk untuk menculik Soekarno-Hatta ke Rengasdengklok dan memaksanya untuk segera memproklamasikan kemerdekaan Indonesia.

Sesungguhnya tepat 100 tahun sebelum stasiun radio pertama berdiri, ditemukan teknologi fotografi. Inilah instrumen pertama yang dapat menangkap dan merekam ulang realitas visual melalui proses mekanis dan kimiawi. Sekitar tahun 1880 teknologi fotografi mencapai derajat kesempurnaan sehingga dapat digunakan untuk memproduksi foto-foto dalam media cetak. Kesempurnaan teknologi fotografi ini berlanjut pada penemuan gambar-gerak (*motion picture*) menandai lahirnya teknologi media yang mampu melampaui radio dan cetak yang memiliki keterbatasan jangkauan dalam hal usia atau bahasa, nasionalisme, atau adat-budaya.

Teknologi film ini belum efektif mengemban fungsi pers dengan prinsip jurnalistiknya: akurat, objektif, fair, seimbang dan tidak memihak, oleh karena itu datang teknologi televisi yang mulai menggoyahkan cetak, radio dan film di Amerika Serikat pada 1950-an. Kemampuan televisi dalam menyajikan fakta secara apa adanya dalam bentuk audio dan visual menyebabkan jurnalisme televisi berkembang sangat pesat dalam waktu singkat. Puncak dari kejayaan jurnalisme televisi tercapai pada Perang Teluk I tahun 1991, saat orang di seluruh penjuru dunia bisa mengikuti secara detil dari menit ke menit proses 'pembebasan' Kuwait dari tentara Irak yang dilakukan oleh pasukan AS dan sekutunya. Dari Perang Teluk I inilah pengaruh CNN mulai diperhitungkan dan mendunia.

Hadirnya televisi memaksa radio memformat acara-acara yang lebih spesifik untuk ditujukan kepada audiens khusus, baik dari sisi wilayah maupun strata sosial pendengar. Sementara media cetak (khususnya surat kabar) yang berjaya berabad-abad, akhirnya mengalami penurunan oplah karena laporan jurnalistik televisi jauh lebih faktual sehingga memaksa media cetak untuk bermain pada tataran pendalaman berita dengan mengedepankan *feature* serta tulisan-tulisan semi ilmiah. Namun sampai akhir Abad XX perkembangan televisi tidak menyebabkan orang meninggalkan koran, majalah, dan radio. Selain faktor kebiasaan membaca koran/majalah dan mendengarkan radio yang tidak bisa ditinggalkan begitu saja, dua jenis media ini memang memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh televisi, yakni sifat kepraktisannya, dan juga sifat dokumentatifnya, khususnya untuk koran/majalah.

Internet dan Media Partisipasi

Perkembangan teknologi jaringan komputer yang fantastis pada awal dekade 1990-an mendorong lahirnya teknologi internet. Secara sederhana, internet bisa dipahami sebagai sebuah cara atau metode untuk mentransmisikan bit-bit data atau informasi dari satu komputer ke komputer yang lain, dari satu lokasi ke lokasi yang lain di seluruh dunia. Kelebihan teknologi yang mulai marak pada 1995 ini adalah kemampuannya menjangkau seluruh penjuru dunia dalam waktu yang serentak. Internet juga memberikan ruang yang nyaris tak terbatas bagi setiap orang untuk menyimpan, mengirimkan, atau membuka akses informasi tersebut kepada siapa saja. Dengan dikenalkannya teknologi *World Wide Web (WWW)* oleh Tim Berners-Lee, internet dapat menampilkan "halaman-halaman" yang tidak hanya berisi teks, tetapi juga gambar, grafik, animasi, dan suara yang menarik serta penuh warna sehingga mampu menampilkan layanan multimedia yang bersifat audio-visual (data, citra, dan suara). Internet tidak saja dapat menyajikan data yang bersifat teks dan gambar, tetapi juga sinergi audio dan visual (Dominick., dkk, 2004: 43). Sifatnya yang dinamis dan interaktif membuatnya lebih menarik dibanding sumber media informasi lain.

Tabel.1
Kekuatan dan Kelemahan Berbagai Jenis Media

No	Kategori	Mobile	Online	Televisi	Radio	Cetak
1	Jangkauan	+++	+++	++	++	+
2	Kedatangan	+++	+++	+++	+++	+
3	Dokumentasi	++	+++	+	+	++
4	Interaksi	+++	+++	++	++	+
5	Impresi	++	++	+++	++	+
6	Kepraktisan	+++	++	+	++	+++
7	Ruang	+++	+++	+	+	+
8	Waktu	+++	+++	++	++	+

Teknologi internet kemudian menyebabkan terjadinya banjir data atau *information overload*, padahal tidak semua informasi itu dibutuhkan. Dalam kaitan ini Baudrillard (1995) mengatakan, masyarakat saat ini hidup dengan banyak informasi setiap hari tetapi dengan makna yang semakin susut. Bahkan tak jarang mereka tersesat dalam tumpah ruah informasi antara yang nyata dan palsu (Baudrillard, 1998: 7; Preston, 2001: 90). Sementara itu, Niel Postman (1993; 1995) pernah menyindir bahwa pada kondisi demikian, masyarakat terjebak mencari informasi sebagai komoditas tanpa jelas relasinya dengan kebutuhan hidup mereka yang sesungguhnya. Kenyataan ini misalnya terlihat ketika internet memasuki Indonesia sepanjang 1996-2000, banyak orang yang cemas dan was-was, karena informasi dari internet banyak yang tidak jelas di tengah-tengah kebutuhan masyarakat akan informasi yang akurat. Internet juga dinilai mengundang bahaya karena giat menjajakan kekerasan. Situs-situs yang bernuansa gelap, sadis, dan berhubungan dengan penyimpangan seksual betebaran di dunia maya. Kekerasan yang ditampilkan bersifat simbolik sampai fisik, seperti teks dan gambar dari skala *no blood* (kekerasan tanpa darah) hingga ke penyiksaan menuju kematian. Banyak *homepage* khusus penyedia tayangan video yang menampilkan adegan kekerasan dan pembunuhan menyimpang. Foto-foto yang berisi kematian dan pembunuhan akibat perang juga banyak dicari orang lewat internet. Di Indonesia misalnya, saat terjadi peristiwa kerusuhan di Sampit atau rentetan tragedi DOM Aceh, terdapat situs-situs yang khusus memperlihatkan foto kepala terpenggal, usus manusia terburai, tubuh membusuk dikerubungi lalat dan foto-foto mengerikan lainnya (Yusuf, 2005: 81).

Di sisi lain sejarah juga mencatat peran internet yang bisa dimanfaatkan oleh para aktivis anti-Soeharto telah efektif memunculkan gagasan reformasi dan menggerakkan mahasiswa yang berujung pada tumbanganya Orde Baru pada 21 Mei 1998 (Sen dan Hill, 2001: 227; Budiman, 2002). Masuknya lembaga pers dalam memanfaatkan internet untuk jurnalisme telah membantu masyarakat dalam memanfaatkan teknologi ini secara maksimal. Karena internet mampu mewartakan teknologi cetak, radio dan televisi, maka saat meletus Perang Teluk II, orang tidak lagi mau menghabiskan waktunya untuk menonton televisi, tetapi memilih mengikutinya via internet. Sebab informasinya tidak saja di-*update* setiap saat tetapi juga paling lengkap: teks, audio, dan audio-visual.

Kelebihan lain internet sebagai media komunikasi adalah kemampuannya dalam mengubah alur komunikasi yang searah (dari komunikator ke komunikan) menjadi dua arah (dari komunikan ke komunikator). Sifat interaktif inilah yang menyebabkan internet menjadi media yang memperlebar ruang-ruang demokrasi, sebab masyarakat tak lagi sekadar objek pemberitaan tetapi juga bisa jadi subjek. Dalam konteks jurnalisme, masyarakat bisa berpartisipasi untuk menjadi 'wartawan' dengan pasokan-pasokan informasi yang dimilikinya. Mereka tak hanya bisa mengoreksi pesan-pesan yang dinilai salah, tapi juga mengontrol media yang memang punya peluang untuk berbuat semau-maunya dengan dalih kebebasan pers yang dimilikinya.

Akhirnya teknologi internet memungkinkan munculnya media-media alternatif untuk menandingi media *mainstream* yang kerap ditumpangi oleh kepentingan-kepentingan bisnis dan politik. Ditambah lagi biaya operasional menyampaikan

informasi lewat internet jauh lebih murah jika dibandingkan dengan media cetak, radio apalagi televisi. Bahkan secara kelompok, media internet dapat melibatkan masyarakat luas untuk menjadi 'reporter' seperti yang dilakukan oleh *OhMyNews.com* di Korea Selatan. Pada sisi lain, secara individu aktivitas mencuatkan informasi yang dilakukan *blogger* kian menunjukkan penerapan fungsi-fungsi pers yang mulai meraih kredibilitasnya di mata masyarakat. Jangan-jangan dua hal tersebut merupakan gejala awal bahwa profesi jurnalis pada masa mendatang akan hilang di muka bumi seperti sudah dimulai lenyapnya simbol jurnalisme yang berupa pena dan kian tidak populernya istilah 'kuli tinta'. Pada konteks inilah jurnalisme yang kokoh dengan berbagai teori-teori konvensionalnya mengalami reduksi atau dengan istilah lain mengalami proses dejurnalisasi. Tak berlebihan jika John Vernon Pavlik dalam buku *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspective* (1996) menulis subjudul bombastis, "Jurnalis: Spesies yang Terancam".

Pengaruh terhadap Pers

Pers bebas dan segala turunannya adalah fenomena komunikasi yang terjadi pada masyarakat liberal. Karena itu, pada masyarakat yang kebebasan individunya belum terakomodasi dengan baik, tidak mungkin pers akan tumbuh dan berkembang. Begitu hadir mereka akan ditekan oleh pemegang otoritas (baik otoritas formal maupun nonformal), bahkan masyarakat pun menganggap pers sebagai perusak tatanan sosial. Kehadiran pers bebas tak hanya dianggap mengancam posisi pemegang otoritas, tetapi juga dicurigai perusak harmoni sosial. Ini juga berlaku pada media internet. Pemanfaatan internet secara luas merupakan konsekuensi dari kebebasan pers masyarakat liberal yang menghendaki seluas-luasnya kebebasan menyampaikan pendapat tanpa dihalang-halangi kontrol pihak lain sebagaimana konsep *public sphere* yang diusung Habermas (Green, 2002: 118). Apalagi dari segi karakter informasinya, media internet menghasilkan jutaan informasi yang susah dikontrol, bahkan tidak mungkin dapat dikontrol (Boczkowski, 2004).

Pers bebas adalah suatu tradisi. Ia tidak hadir begitu saja, butuh puluhan dan bahkan ratusan tahun untuk meraih dan mempertahankannya. Tradisi itu dibangun atas kesadaran bahwa kebebasan pers adalah sesuatu yang diberikan masyarakat kepada institusi pers. Pemberian itu, suatu saat bisa dicabut kembali bila orang-orang pers tidak bisa memfungsikannya secara benar. Oleh karena itu para pengelola pers berkeras mengatur sendiri bagaimana pers bekerja agar kebebasan itu tidak lepas dari genggamannya. Inilah yang melatari lahirnya prinsip-prinsip jurnalisme, kode etik dan kode perilaku, apapun medianya.

Sebagai institusi sosial, pers berkembang berdasarkan prinsip-prinsip jurnalisme yang diemban oleh para pengelolanya. Bill Kovach dan Tom Rosenstiel (2001) menyebutkan sembilan prinsip dasar jurnalisme, yaitu (1) kewajiban jurnalisme adalah pada kebenaran; (2) loyalitas pertama jurnalisme adalah kepada warga masyarakat; (3) intisari jurnalisme adalah disiplin dan verifikasi; (4) para praktisinya harus menjaga independensi dari sumber berita; (5) jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan; (6) jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik maupun

dukungan terhadap warga; (7) jurnalisme harus berupaya membuat hal yang penting, menarik dan relevan; (8) jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional; (9) para praktisinya harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka. Karena jurnalisme adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menyebarluaskan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya, maka prinsip-prinsip jurnalisme tersebut dikemas dalam bentuk lima kata kunci pegangan operasional jurnalisme sehari-hari, yaitu akurat, objektif, fair, seimbang, dan tidak memihak.

Meskipun prinsip-prinsip jurnalisme tersebut dirumuskan berdasarkan pengalaman sejarah pers Eropa dan AS, namun tidak perlu disangsikan lagi, bahwa prinsip-prinsip itu juga dipegang teguh oleh para pengelola pers di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Bahkan, seperti ditulis oleh Abdurrachman Surjomihardjo dkk (2002), ketika *Medan Prijaji*, yakni koran pertama yang diterbitkan oleh pribumi pada 1907 di Betawi, prinsip-prinsip jurnalisme itu langsung dioperasionalkan oleh RM Tirto Adhi Soerjo, sehingga 'sang pemula' ini sempat dibuang penguasa Belanda ke Lampung. Demikian juga koran sezamannya di Semarang yang dipimpin oleh JPH Pangemanan, *Warna Warta*, redaktornya berkali-kali diadili karena tulisan-tulisannya menyerang pemerintah kolonial. Ini agak berbeda dengan koran-koran yang diterbitkan orang Tionghoa dan keturunan Belanda yang lebih mengedepankan berita perdagangan dan kriminalitas.

Kini, lupakan sejenak romantisme televisi, radio, atau surat kabar. Abad ini kita sudah memasuki tren media baru yang bernama internet. Perkembangan teknologi internet akhirnya memunculkan jurnalisme online. Momen paling bersejarah dalam jurnalisme online adalah penemuan *World Wide Web (WWW)* atau lebih dikenal dengan nama *web* oleh Tim-Berners-Lee sehingga internet dapat menampilkan "halaman-halaman" yang tidak hanya berisi teks, tetapi juga gambar, grafik, animasi, dan suara yang menarik serta penuh warna sehingga mampu menampilkan layanan multimedia yang bersifat audio-visual dengan sinergi data, citra, dan suara (Vivian, 2002: 217-218; Baran, 1999: 417). Namun secara nyata, praktik jurnalisme online dimulai ketika Mark Drudge yang terkenal lewat *Drudge Report*-nya membongkar skandal perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton dengan Monica Lewinsky atau yang sering disebut "monicagate" (Grossman, 1999; sebagaimana dikutip Abrar, 2003: 47). Berita skandal ini mulai menjadi perbincangan publik ketika sebuah *e-mail* dikirimkan ke 50 ribu pelanggan pada tanggal 18 Januari 1998 (Santana, 2005: 136).

Pavlik (2001) menyebut jurnalisme online sebagai "contextualized journalism" yang mengintegrasikan tiga model komunikasi, yaitu kemampuan multimedia berdasarkan *platform* digital, kualitas-kualitas interaktif komunikasi online, dan fitur-fitur yang dapat ditata dengan berbagai variasi (*costomizable features*). Dalam kaitan ini, Rafaeli dan Newhagen (sebagaimana dikutip Santana, 2005: 137) mengidentifikasi lima perbedaan utama yang ada di antara jurnalisme online dan media massa tradisional: (1) kemampuan internet untuk mengombinasikan sejumlah media; (2) kurangnya tirani penulis atas pembaca; (3) tidak seorang pun dapat mengendalikan perhatian khalayak; (4) internet dapat membuat proses komunikasi berlangsung sinambung; dan (5)

interaktifitas web. Dengan berbagai ciri yang melekat pada jurnalisme online di atas, maka dapat dikatakan bahwa secara nyata terdapat perbedaan yang cukup menyolok pada jurnalisme online dibanding media konvensional.

Pengalaman *Detikcom*

Detikcom merupakan fenomena media online yang cukup unik dengan ciri khas tersendiri karena berdasarkan sejarah belum pernah ada media online yang sangat populer kecuali terafiliasi dengan media yang sudah mapan, seperti *Washingtonpost.com*, *CNN.com*, *BBC.com* dan lain-lain. Di AS memang ada *Salon.com*, tetapi media tersebut lebih mengedepankan analisis, sementara *Detikcom* sejak berdirinya memosisikan dirinya sebagai *newsdotcom*. Sejak dionlinekan pertama kali tanggal 9 Juli 1998, *Detikcom* sempat menghadapi pesaing sejenis dengan modal yang lebih besar, seperti *Astaga.com*, *Satunet.com*, *TempoInteraktif*, dan *Kompas Cyber Media (KCM)*. *Astaga.com* dan *Satunet.com* kini sudah berganti format, sementara *TempoInteraktif* dan *Kompas Cyber Media (KCM)* masih tetap eksis, namun dengan tingkat pengakses yang relatif kecil, belum sebanyak pengakses *Detikcom*.

Detikcom sebetulnya bukan situs berita pertama di Indonesia. *TempoInteraktif* mengawali kegiatan jurnalisme di internet dengan menyerupai *Salon.com*. Baru belakangan, setelah situasi politik berubah, *TempoInteraktif* mengubah formula pemberitaannya. Sedangkan *Kompas Cyber Media (KCM)* merupakan perkembangan lebih lanjut dari *Kompas.com* yang merupakan versi internet dari Kompas edisi cetak. Popularitas *Detikcom* tercapai secara fenomenal karena situs tersebut muncul pada momen yang tepat dengan formula pemberitaan yang pas.

Sebagaimana diketahui, secara umum internet pertama kali masuk Indonesia tahun 1994 dan mulai beroperasi massal dua tahun kemudian. Saat itu internet identik dengan pornografi dan gosip politik. Kehausan masyarakat Indonesia untuk mengakses gambar-gambar porno bisa dipuaskan oleh internet sehingga banyak pihak yang memperingatkan agar berhati-hati dengan internet. Sementara ketertutupan politik menyebabkan hadirnya berbagai milis (salah satunya yang terkenal *Indonesia-L*) yang membahas isu-isu politik. Namun informasi politik yang muncul di dunia internet sering tidak berdasarkan fakta, akibatnya internet identik dengan gosip politik. Dalam situasi perkembangan teknologi internet yang dipersepsikan demikian, *Detikcom* muncul. Persepsi buruk terhadap internet menjadi tantangan tersendiri bagi para pendiri *Detikcom*. Dengan modal pengalaman jurnalistik di *Majalah Tempo*, *Harian Berita Buana*, *Harian Republika* dan *Tabloid Detik*, serta pemahaman yang matang tentang teknologi internet sebagai media komunikasi interaktif, para pendiri *Detikcom* menerapkan prinsip-prinsip kerja jurnalisme di internet. Situs *www.detik.com* yang hadir di tengah-tengah gonjang-ganjing perpolitikan nasional lalu menjadi pilihan masyarakat yang tengah membutuhkan informasi yang cepat dan dapat dipercaya.

Berikut beberapa formula yang diterapkan dalam pemberitaan *Detikcom*. *Pertama*, berita cepat tayang dan bahkan *real time*. Karena internet memang mampu memperpendek jarak antara peristiwa dan berita. Pada saat peristiwa berlangsung, beritanya bisa dipublikasikan secara luas. *Kedua*, berita ditayangkan kapan saja, dari

mana saja, tanpa memperhitungkan luas halaman dan durasi, karena internet memang tidak memiliki problem ruang dan waktu dalam mempublikasikan informasi. *Ketiga*, berita diformat dalam bentuk singkat padat karena informasi terus mengalir dan berubah sewaktu-waktu. Namun kelengkapan informasi tetap terjaga karena antara berita yang satu dengan berita yang lain bisa dikaitkan (*linkage*) hanya dengan satu klik. *Keempat*, kerap kali berita disampaikan secara menghibur untuk menghilangkan kejenuhan atas banyaknya informasi. *Kelima*, untuk menjaga kepercayaan pembaca, ralat, *update*, dan koreksi dilakukan secara eprodik dan konsisten. Ini sekaligus memanfaatkan kekuatan interaktif internet.

Manajemen Redaksi Detikcom

Meskipun radio sudah ada sejak sebelum Republik Indonesia lahir, dan televisi sudah beroperasi pada tahun 1960-an, namun jurnalisme radio dan televisi sesungguhnya tidak berkembang dengan baik di Indonesia. Ini karena kedua jenis media tersebut sangat ketat dikontrol oleh pemerintah. Baru setelah Orde Baru tumbang, jurnalisme radio dan televisi berkembang pesat, bersamaan pula dengan jurnalisme online yang dipraktikkan oleh *Detikcom*, *Astaga*, *Satunet* dll. Bedanya, bila operasionalisasi jurnalisme pada radio dan televisi, para pengelolanya bisa dengan mudah belajar dari pengalaman serupa di negara lain, maka untuk jurnalisme online, para pengelola dan jurnalis *newsonline* harus mencari model-model kerja sendiri.

Untuk mewartakan peristiwa yang sedang berlangsung, jurnalis *Detikcom* dituntut memiliki kemampuan memilih sudut pandang berita secara cepat. Pemahaman teori dasar jurnalistik (unsur dan nilai berita) belum cukup, karena jurnalis harus juga memiliki kepekaan atas arah peristiwa dan pemberitaan. Masalah kedua adalah bagaimana bisa melaporkan berita secara cepat ke koordinator liputan/redaktur yang berada di kantor. Di sini jurnalis dituntut untuk membuat laporan yang logis, data yang akurat, serta mampu menyampaikan kutipan-kutipan yang menarik perhatian. Telepon seluler sangat mempermudah kerja jurnalis, namun perangkat tersebut tidak ada artinya tanpa diimbangi oleh kemampuan menyusun laporan cepat. Selanjutnya para redaktur di kantor harus menyaring laporan yang masuk dengan memperhatikan berbagai hal agar berita yang ditayangkan itu tetap mengacu pada prinsip-prinsip jurnaslime: akurat, objektif, fair, seimbang, dan tidak memihak

Para pengelola media cetak, radio atau televisi tidak tahu persis berapa pembaca, pendengar atau pemirsa yang mengikuti berita yang dipublikasikan. Paling *banter* mereka hanya menggunakan jumlah oplah sebagai patokan, atau survei pendengar dan pemirsa. Ini berbeda dengan dengan *newsonline*, sebab semua proses yang terjadi di internet terdata dengan rapi, sehingga berapa orang yang mengklik atau membaca satu halaman berita bisa dihitung jumlahnya setiap saat. Pada titik inilah redaktur bisa mengetahui secara pasti berita macam apa yang sedang dibutuhkan pembaca. Oleh karena itu dalam beberapa isu, *newsonline* sering membuat berita yang jauh berbeda dengan apa yang muncul di cetak, radio dan koran. Dari perilaku pembaca, para redaktur/penulis juga mengetahui, kalau ada peristiwa besar yang menyedot perhatian, maka pembaca akan mengejar terus perkembangan peristiwa tersebut dan cenderung

mengabaikan peristiwa lain. Akibatnya sering terjadi dalam satu hari berita *Detikcom* hanya didominasi oleh satu atau dua isu tertentu.

Berbeda dengan media cetak, radio dan televisi, *newsonline* tidak mengenal rapat redaksi untuk menentukan isi berita dan posisi berita. Berita yang masuk kantor dari jurnalis di lapangan datang mengalir sesuai perkembangan. Di sini reporter dan penulis/redaktur mempunyai peran kunci untuk menentukan suatu peristiwa itu layak diberitakan atau tidak. Dengan demikian, tanggungjawab mereka atas pemberitaan yang ditayangkan jauh lebih tinggi daripada mereka yang bekerja di cetak, radio, atau televisi untuk level yang sama. Dalam sistem kerja yang demikian, kesalahan atau penyalahgunaan fungsi jurnalis bisa saja terjadi. Oleh karena itu agar independensi redaksi/jurnalis terjaga maka kontrol antarredaktur sangat penting. Sifat interaksi internet juga membuka ruang yang lebih besar buat pembaca untuk ikut mengontrol berita-berita *Detikcom* yang dirasa telah melanggar prinsip-prinsip jurnalisisme

Situs *Detikcom* dirancang untuk diakses secara gratis oleh pembaca. Oleh karena itu, sejak kemunculan pertamanya, para pengelola memikirkan bagaimana agar *newsonline* ini mendapat dukungan iklan. Untungnya, meski belum ada kepastian berapa orang yang akan mengakses, rupanya perusahaan distributor prosesor merek *Intel Pentium* bersedia mempertaruhkan dananya untuk memasang *banner* di *Detikcom*. Dengan demikian, sejak pertama kali muncul, *detikcom* sesungguhnya sudah mendapat dukungan dana dari pemasang *banner* iklan.

Seiring dengan meningkatnya jumlah pengakses *Detikcom*, maka kalangan industri internet dan komputer menjadi pelanggan utama pemasang *banner*. Memasuki tahun ketiga, pangsa iklan *Detikcom* melebar ke lingkungan bisnis perbankan dan jasa keuangan yang mulai menerapkan teknologi internet dan *mobile* untuk pengembangan pasarnya. Selanjutnya memasuki tahun kelima, industri otomotif dan produk kesehatan mulai ambil bagian, dan memasuki usia ketujuh banyak intitusi pemerintah yang memasang beragam pengumuman di *Detikcom*.

Sampai saat ini, harga pemasangan *banner* di *Detikcom* masih dihitung secara flat, minimal per dua pekan, maksimal per tahun. Namun memasuki tahun 2007, harga *banner* akan dihitung berdasarkan jumlah *page views* atau jumlah klik atas *banner* yang terpasang. Dengan harga per *views* atau per klik tertentu, maka pemasangan iklan dapat menetapkan terget tersendiri berapa pengakses yang diinginkan untuk melihat atau mengklik *banner* yang dipasangnya. Model pembayaran *banner* seperti ini juga dimaksudkan untuk mengurangi jumlah *banner* di halaman depan yang kian padat, padahal mulai tahun kelima para pengakses *Detikcom* sudah banyak yang menghindari halaman depan, tapi langsung ke halaman kanal untuk mengakses berita tertentu yang diinginkannya.

Detikcom yang mengusung berita-berita terkini secara *real time* ternyata mengundang para pengelola media lain, baik cetak, radio, maupun televisi untuk memanfaatkannya. Bagi koran daerah, biaya untuk menanggung wartawannya yang beroperasi di Jakarta jauh lebih mahal jika dibandingkan dengan berlangganan memanfaatkan berita *Detikcom*. Ketidakpuasan atas materi berita yang diproduksi kantor berita di Indonesia, juga jadi alasan untuk beralih ke *Detikcom*. Sayangnya,

sindikasi berita ini tidak diikuti oleh banyak koran daerah, meskipun mereka secara terang-terangan atau terselubung juga memakai berita *Detikcom*. Lebih-lebih lagi, banyak radio dan televisi lokal, baik di Jakarta maupun di daerah yang tanpa merasa bersalah mengambil tanpa izin berita *Detikcom* untuk dibacakan kepada pendengarnya atau dipasang pada running teks. Jangankan radio dan televisi lokal, televisi Jakarta pun tidak malu-malu mengambil berita *Detikcom* yang mampu datang lebih cepat daripada laporan wartawannya yang ada di lapangan.

Seiring dengan perkembangan teknologi *mobile*, *Detikcom* juga memasarkan produknya untuk dijajakan lewat telepon seluler. Memasuki tahun 2001, *Detikcom* mulai memasarkan foto dan teks berita singkat lewat teknologi MMS dan SMS. Namun pemasaran foto, baik foto peristiwa maupun profil tokoh, ternyata tidak menarik minat masyarakat sehingga segera dihentikan. Sedangkan penjualan berita singkat via SMS terus berlanjut sampai sekarang baik dengan sistem langganan (*push*) maupun ketengan (*pull*). Selanjutnya, dengan munculnya teknologi GPRS di *mobile*, maka teks lengkap berita *Detikcom* bisa diakses lewat telepon seluler.

Menanggapi kritik pengakses atas banyaknya *banner* yang tampil di situs *Detikcom*, tahun 2004 dibangunlah *DetikPortal.com* yang merupakan layanan berbayar. Dengan demikian, bagi pengakses yang tidak mau terganggu dengan banyaknya *banner* di *Detikcom* bisa berlangganan *DetikPortal* untuk mengikuti berita-berita yang dimuat *Detikcom*. Dari sisi konten, pelanggan *DetikPortal* juga mendapatkan nilai tambah, karena situs ini menyediakan konten tambahan berupa berita-berita daerah yang ada di puluhan media lokal, juga beberapa konten khusus yang ada diterbitkan koran atau majalah khusus. Inilah praktik sindikasi yang dikerjakan *Detikcom* selain menjual konten ke media/perusahaan lain. Selain dapat mengakses *DetikPortal* lewat internet, para pelanggan *DetikPortal* juga bisa mengakses *Detikcom* lewat telepon seluler yang mempunyai fasilitas GPRS. Ini merupakan praktik sederhana konvergensi, di mana konten *Detikcom* bisa diakses lewat internet dan *mobile*. Ke depan praktik konvergensi media akan menjadi keharusan dunia media karena mempermudah pelanggan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan (dari sekian banyak informasi yang tersedia) lewat beragam jenis media (cetak, radio, televisi, internet, dan *mobile*) yang meraka pilih sesuai situasi dan kondisi.

Teori konvergensi media menyatakan bahwa berbagai perkembangan bentuk media massa terus terjadi sejak awal penemuannya (Santana, 2005: 135). Setiap model media terbaru cenderung menjadi perpanjangan atau evolusi dari model-model pendahulunya. Internet yang dengan segala sisi interaktifnya menjadi medium yang mampu mengkonversikan seluruh karakteristik dari media sebelumnya. Meski demikian, menurut Hilf (2000; sebagaimana dikutip Santana; 2005; 135) esensi perubahan bukanlah terletak pada substansinya, melainkan mode-mode produksi dan perangkatnya.

Penutup

Perkembangan teknologi media yang cepat dengan kemampuan konvergensinya atas media-media yang sudah ada sebelumnya, secara perlahan tapi pasti akan berdampak pada praktik jurnalisme. Meskipun prinsip-prinsip yang berkaitan dengan etika dasar tetap dipertahankan sesuai nilai universal jurnalisme: akurat, objektif, fair, seimbang, dan tidak memihak, namun dalam praktiknya, kehadiran jurnalisme *online* sedikit banyak mereduksi teknik-teknik jurnalisme konvensional yang selama ini berlaku. Perubahan itu tampak dari peran jurnalis, fungsi *gatekeeper*, karakteristik medium, hingga perilaku audiensnya.

Teknologi media yang melibatkan internet dan *mobile* terus mengalami perkembangan dengan tren yang dapat diprediksi. *Pertama*, internet dan *mobile* yang selama ini hanya diisi oleh konten berupa teks dan gambar, akan berkembang menjadi teks, gambar, suara dan gambar bergerak (audio-visual) karena konten seperti itu diperkirakan lebih banyak menyedot perhatian masyarakat untuk mengaksesnya. *Kedua*, berkaitan jenis konten yang berubah tersebut, maka model dan sistem kerja jurnalis juga akan berubah sesuai dengan karakter media *online*. Dalam pengertian, jika sebelumnya masih mungkin jurnalis cetak, radio, dan televisi, bergerak sendiri-sendiri, ke depan karena jenis medianya sudah berhasil diintegrasikan, maka setiap jurnalis perlu memiliki ketrampilan untuk mengemas informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan gambar bergerak (audio-visual) secara sinergi. *Ketiga*, karena perkembangan teknologi komunikasi dan menjamurnya blog (*weblog*) dengan berbagai fiturnya memungkinkan setiap orang yang bisa menulis, mengoperasikan alat-alat perekam audio visual dapat mengirimkannya secara cepat ke kantor-kantor media, maka karya-karya mereka yang tak berprofesi jurnalis pun, akan mewarnai media. Inilah ancaman nyata bagi profesi jurnalis: Jangan-jangan pada masa mendatang profesi jurnalis tidak diperlukan lagi karena setiap orang sudah bisa menjalankan fungsi-fungsi jurnalistik? Kita tunggu saja.

Daftar Pustaka

- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Baran, Stanley J. 1999. *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. London: Myfield Publishing Company.
- Boczkowski, Pablo J. 2004. "The Development and Use of Online Newspapers: What Research Tells Us and We Might Want to Know". Dalam Lievrouw Leah and Sonia Livingstone (ed). *The Handbook of New Media*. London: Sage Publications.
- Baudrillard, Jean. "The Virtual Illusion: Or the Automatic Writing of the World" dalam *Theory Culture & Society: Explorations in Critical Social Sciences*. Volume 12, No. 4, November 1995.

- _____.1998. *Selected Writings*. Mark Poster (ed). Cambridge: Polity Press.
- Budiman, Hikmat. 2005. *Lubang Hitam Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius
- Dominick, Joseph R, Fritz Messere, and Barry L. Sherman. 2004. *Broadcasting, Cable, the Internet, and Beyond*. Boston: McGrawHill.
- Green, Lelia. 2002. *Communication, Technology, and Society*. London: Sage Publications.
- Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel. 2001. *The Elements of Journalism*. New York: Three Rivers Press.
- Pavlik, John V.. 2000. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University.
- _____.1996. *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspective*. Boston: Allyn and Bacon.
- Postman, Neil. 1993. *Technopoly, The Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage Books.
- _____.1995. *Menghibur Diri Sampai Mati: Mewaspada Media Televisi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Preston, Paschal. *Reshaping Communications: Technology, Information, and Social Change*. London: Sage Publications.
- Santana, Septiawan. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sen, Krishna dan David T Hill. 2001. *Media, Budaya dan Politik di Indonesia*. Jakarta: ISAI
- SKH Bernas*, Senin 2 Juli 2007
- Subarkah, AW. "Meredupnya CommunicAsia 2007". *Kompas*, 29 Juni 2007. Hlm. 45.
- Surjomihardjo, Abdurrachman. 2002. *Beberapa Segi perkembangan Sejarah Pers di Indonesia*. Jakarta: Kompas.
- Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers.
- Vivian, John. 2002. *The Media of Mass Communication*. Boston: Allyn and Bacon.
- Yusuf, Iwan Awaluddin. 2005. *Media, Kematian, dan Identitas Minoritas: Representasi Etnik Tionghoa dalam Iklan Dukacita*. Yogyakarta: UII Press.

