

JURNALISME DATA RESISTENSI RUANG SIBERDI ERA POST TRUTH

Khaerudin Imawan

Universitas Swadaya Gunung Jati

e-mail: imawan7@gmail.com

Abstrak

Istilah berita palsu atau *hoax* dan *post truth* telah semakin lazim dalam wacana publik selama beberapa tahun terakhir. Era media baru dengan beragam media sosial, membuka ruang praktik misinformasi begitu massif. Produk jurnalisme yang menjadi referensi informasi kerap menjadi sasaran kambing hitam yang dianggap terlibat telah memproduksi dan menyebarkan *hoax*. Ada aktor yang beroperasi dibalik maraknya *hoax* dan suburnya gejala *post truth*. Publik ruang maya dengan bebas mendapatkan informasi dalam bentuk teks, image foto dan video yang diyakini sebagai kebenaran, walaupun sama sekali tidak dapat dibuktikan secara fakta sebagai kebenaran mutlak. Makalah ini berupaya membedah realitas masyarakat ruang maya dan institusi media yang di dalamnya terdapat peran jurnalis yang berada dibalik data redaksi. Keduanya melakukan resistensi terhadap maraknya *hoax* dan gejala *post truth*. Ada upaya untuk melakukan negosiasi terhadap produk jurnalisme, dengan melahirkan model baru yang diistilahkan sebagai Jurnalisme Data. Jurnalisme yang berupaya mendapatkan sumber material dari *big data* yang valid, diolah dalam bentuk infografis dan videografis sebelum akhirnya dipublish.

Kata Kunci: *hoax*, *post truth*, ruang siber, resistensi, jurnalisme data

Abstract

The term fake news or hoax and post truth has been increasingly prevalent in the public discourse over the last few years. The Era of new media with a variety of social media, open space of the practice of misinformation is massive. The product of journalism which is becoming a reference information often became the target of a scapegoat who is considered to be involved has been producing and spreading the hoax. There are actors who operate behind the rise of the hoax and the proliferation of the symptoms of post truth. Public virtual space to freely get information in the form of text, image photo and video which is believed as the truth, although completely can not be proved in fact as the true absolute. This paper seeks to dissect the realities of society in the virtual space and media institutions in which there is the role of the journalist behind the data editor. Both the resistance to the rise of the hoax and the symptoms of post truth. There are efforts to make the negotiations to the products of journalism, with the birth of a new model termed as Journalism Data. Journalism that seeks to get the source material from big data that are valid, and processed in the form of infographics and videografis before finally published.

Keyword: hoax, post truth, cyber space, resistance, journalism data

1. Pendahuluan

Penangkapan terhadap sejumlah aktor produsen berita *hoax* kelompok “Saracen” pada 30 Agustus 2017 silam,

membuka ruang gelap bagaimana berita palsu diproduksi dan disebarluaskan secara massif melalui ruang maya. Saracen merupakan nama sebuah sindikat

kelompok yang diduga sebagai pelaku kejahatan siber. Kelompok ini memiliki keahlian beroperasi dengan cara membeli akun media sosial yang sudah mempunyai banyak pengikut. Setelah itu, mereka menyebarkan berita bohong yang diproduksi melalui akun tersebut. Kerap melontarkan *hate-speech*, mempolitisasi isu SARA ataupun merusak tatanan toleransi di Indonesia. Setelah aksi [kelompok Saracen](#) terbongkar, Direktorat Tindak Pidana Cyber Crime Bareskrim Polri kembali mengungkap kelompok serupa. Modusnya pun sama; penyebaran kabar bohong (hoax) dan ujaran kebencian melalui media sosial. Salah satu yang diungkap polisi di Jakarta, (26 Februari 2018) adalah kelompok Muslim Cyber Army (MCA). Mereka kerap melempar isu yang provokatif di media sosial seperti isu kebangkitan PKI, penculikan ulama, dan penyerangan terhadap nama baik presiden, pemerintah, serta tokoh-tokoh tertentu. Fenomena praktik produksi berita hoax dengan tujuan *hate-speech* berlatar belakang kepentingan politik dan kelompok tertentu, kemudian menggejala seperti virus yang menyebar secara massif. Praktek tersebut tidak hanya dilakukan oleh kelompok terorganisir yang ingin membuat kekacauan, melainkan pula memicu individu secara

personal untuk melakukan hal serupa. Mereka mereproduksi berita-berita hoax lainnya, dalam bentuk artikel, foto bahkan video.

Praktik produksi dan penyebaran informasi hoax, kemudian mempengaruhi pola pikir dan tindakan publik yang dengan mudah meyakini informasi atau berita yang diunggah melalui media sosial adalah berita benar, meski secara faktual belum dapat dibuktikan secara mutlak. Publik kemudian menjustifikasi kebenaran tersebut dan tanpa mempertimbangkan logika akal sehat, memposting bahkan membagikan produk hoax tersebut ke ruang maya. Dilihat banyak pengikut, disukai, mendapat banyak komentar, bahkan material informasi tersebut kembali direproduksi dan dishare disertai hastag hingga viral menyebar melalui ruang maya. Gejala dan perilaku seperti inilah yang disebut dengan gejala *post truth*. Fenomena *post truth* hadir dalam situasi pelik yang merupakan eksek dari keleluasaan media digital. Nezar Patria, anggota Dewan Pers menyatakan, bahwa *post truth* adalah kondisi yang terjadi ketika informasi bohong atau palsu (*hoax*) dipakai untuk menyalakan bara emosi dan sentimen publik. Memanfaatkan sirkulasi media digital yang begitu kencang dan luas, informasi palsu menunggangi sekaligus mengelaborasi

suatu peristiwa yang terjadi sehingga kesan “nyata” dari informasi tersebut begitu kuat.

Istilah *post-truth* menurut penjelasan Kamus Oxford digunakan pertama kali tahun 1992. Istilah itu diungkapkan oleh Steve Tesich di majalah *The Nation* ketika merefleksikan kasus Perang Teluk dan kasus Iran yang terjadi di periode tersebut. Tesich menggarisbawahi bahwa “kita sebagai manusia yang bebas, punya kebebasan menentukan bahwa kita ingin hidup di dunia *post truth*. Istilah tersebut sendiri sebenarnya sudah dipakai sebelum 1992, namun dalam pengertian yang sedikit berbeda dan tidak berimplikasi pada makna kebenaran yang menjadi tidak relevan. Sementara itu Ralph Keyes dalam bukunya *The Post-truth Era* (2004) dan comedian Stephen Colber mempopulerkan istilah yang berhubungan dengan *post truth* yaitu *truthiness* yang kurang lebih sebagai sesuatu yang seolah-olah benar, meski tidak benar sama sekali.

Selain ditandai dengan merebaknya berita hoax di media sosial, era *post truth* juga ditandai dengan kebimbangan media dan jurnalisme khususnya dalam menghadapi pernyataan-pernyataan bohong dari banyak pihak yang memiliki kepentingan terhadap kekuasaan negara. Kasus selama pemilu presiden Amerika

2016, menjadi bukti bahwa semakin sering media menyiarkan berita-berita bohong soal Donald Trump, hal itu justru bisa membuat nama Trump semakin populer dan kebohongan-kebohongannya tersebar luas. Produk jurnalisme seperti terjebak pada pasar bebas tanpa kendali *framing* dalam menghadapi ruang maya. Internet sebagai medum yang digunakan untuk memfasilitasi kecepatan informasi memiliki pengaruh pada kualitas produk jurnalime. Karenanya, era masyarakat digital menjadi tantangan baru bagi media dan para jurnalis, untuk menghadirkan produk jurnalistik yang berkualitas, dalam menghadapi praktik hoax dan massifnya gejala *post truth*.

Bebasnya produk berita hoax dan massifnya gejala *post truth* membuat Jurnalisme Online semakin lebih jauh menuai kritikan akibat kurangnya standar atau etika profesional. Semakin banyak ditemukan produk-produk media massa yang masih hanya mengandalkan *interview* dari narasumber tanpa memiliki data-data lengkap. Profesionalisme cara kerja jurnalis di era digital mengalami tantangan dimana faktor kecepatan dan kemudahan komunikasi menjadikan jurnalis sendiri cenderung mengabaikan peran profesionalisme mereka. Dari data Dewan Pers di tahun 2015, sedikitnya 500 laporan pengaduan yang diterima terkait

pelanggaran kode etik. Tahun 2016, laporan pengaduan mengalami kenaikan selama setahun diterima oleh Dewan Pers sekitar 800 laporan. Sementara di akhir 2017 mencapai lebih dari 1.000 aduan. Bentuk pelanggaran yang sering dilakukan jurnalis adalah tidak melakukan konfirmasi dan hanya melalui *interview* sepihak dalam menulis berita, sehingga kebenaran dari berita tersebut patut dipertanyakan. Pola kerja jurnalis seperti ini menjadi gejala *post truth* di era digital seperti saat ini. Di era *post truth*, batas antara kebenaran dan kebohongan, kejujuran dan ketidakjujuran, fiksi dan nonfiksi menjadi semakin kabur. Menyampaikan ketidakbenaran kepada publik menjadi suatu tantangan, permainan, dan bisa berakhir menjadi kebiasaan. Di era *post truth*, kebenaran jurnalistik mulai diambil alih oleh berita-berita bohong, berita-berita yang tidak jelas kebenarannya. Selama ini pemilik modal dan para penguasa lah yang disebut-sebut paling dominan dalam mengancam kebebasan pers dan profesionalisme jurnalisisme.

2. Media Online dan Prilaku Konsumen

Revolusi internet berkembang pesat dan seolah menyingkirkan media massa *mainstream* lainnya. Kemudahan mengakses internet, dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, yang

dibutuhkan hanyalah jaringan internet dan perangkat komputer, laptop dan smartphone. Muncul pula media massa baru, yaitu media online. Media online sebagai media partisipatif dimana setiap orang dapat berinteraksi dan mencari informasi didalamnya. Media online memungkinkan orang untuk mendapatkan informasi (konsumer), dan sebagai pembuat informasi itu sendiri (produser). Berbeda dengan televisi (audio & visual), radio (audio), dan media cetak (teks), media online mampu menyatukan semuanya mulai dari konten audio visual, audio, teks, hingga grafis. Dalam hal ini bukan hanya medianya saja yang mengalami perubahan tetapi di dunia jurnalisisme juga. Munculnya internet menciptakan jenis jurnalisisme baru yang dikenal dengan nama jurnalisisme online.

Kehadiran Jurnalistik online sering menjadi sorotan belakangan ini karena sering mengesampingkan prinsip-prinsip jurnalisisme seperti mengesampingkan akurasi berita dengan alasan faktor kecepatan (*speed*). *Interactivity* dalam jurnalisisme online sangat terbuka lebar sehingga audience dapat melakukan kontrol penuh. Dalam media online para audience tidak hanya berperan sebagai konsumen tetapi dapat juga berperan sebagai produser, hal ini memungkinkan audience untuk berinteraksi baik sebagai

sesama konsumen ataupun sebagai sesama produser. Komunikasi dari publik kepada jurnalis dalam jurnalisme online sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Pola ini pula yang mempengaruhi hasil jurnalistik kian mudah diproduksi hanya melalui wawancara. Selain itu, faktor kebiasaan atau perilaku pembaca media online yang juga berkontribusi bagi perkembangan produksi berita jurnalistik.

Dalam *filter bubble*, hanya ada sedikit ruang bagi masyarakat untuk menambah wawasan dan pelajaran. Padahal kreativitas sering dipicu oleh pertemuan gagasan dari berbagai disiplin ilmu dan budaya. Kombinasi pemahaman tentang memasak dan fisika berhasil menciptakan panci antilengket dan stovetop induksi. Dalam hal politik; individu yang hanya terpapar suatu berita, akan meneguhkan pandangannya pada suatu kandidat atau pilihan tertentu. Efek sampingnya ia tidak mungkin akan melihat kebenaran pada kandidat lain. Personalisasi yang terlalu akut, mencegah kita untuk berhubungan dengan pengalaman, gagasan baru sehingga dapat menghancurkan pikiran dan menumbuhkan prasangka yang mengubah cara kita memikirkan dunia dan diri kita sendiri. (Kharisma dhimas Syuhada:2017).

Bagaimana kemudian soal etika dan hukum harus meregulasi aktifitas kita di dunia maya? Masyarakat dan sebagian elit masih gagap dalam menyikapi liarnya informasi di media sosial. Banyak pihak menganggap masyarakat masih mencoba menyesuaikan diri, entah berhati-hati atau jatuh bebas dalam euforia teknologi informasi. Publik masih mencari keseimbangan (ekuilibrium) baru terkait standar etis dan moralitas di dunia maya. Padahal sejatinya etika umum dan standar moralitas yang berlaku sehari-hari sudah bisa dibawa dan memandu laku interaksi di media sosial. Begitu juga tentang hukum di dunia maya, meski sejumlah produk regulasi dilahirkan untuk mengisi kekosongan hukum pada medium baru, nyatanya hukum pidana lama masih menjadi untuk mengatur interaksi di dunia maya.

3. Resistensi Jurnalisme DataMedia di Era *Post Truth*

Perkembangan teknologi yang semakin pesat ditandai dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di dunia, sesuai laporan *State of Connectivity Global Internet Access pada tahun 2015* mengungkapkan, jumlah pengguna internet di dunia telah mencapai angka 3,2 miliar. Di era *big data*, penetrasi internet yang tinggi bersamaan dengan datangnya

jurnalis dalam menerapkan standar jurnalisme berbasis data, karena jurnalis harus bisa mudah mengakses data terkait ketika ia menulis liputannya. Bagaimana jurnalis di Amerika Serikat menerapkan jurnalisme berbasis data saat meliput kasus Obamacare, layanan kesehatan dari pemerintah, 2013 lalu. Pemerintah membuka data sumber keuangan dokter-dokter di Amerika Serikat untuk memastikan tidak ada dokter yang menagih biaya kesehatan yang mahal terhadap pasien. Data ini kemudian bisa dikutip dan diolah ulang oleh jurnalis. (Wahyu Dhyatnika :2016).²

Jurnalisme berbasis data juga selaras dengan standar jurnalisme sains (*science journalism*): pentingnya memverifikasi ulang sebelum menerbitkan liputan. Jurnalis juga harus memverifikasi adakah penelitian yang mendukung klaim narasumber, sebagaimana yang dilakukan ketika menulis jurnalisme sains. Dengan memverifikasi ke hasil penelitian, jurnalis juga membantu menjangkau hasil penelitian para akademisi ke khalayak luas. Ia menilai selama ini peneliti seperti terlalu lama bertengger di menara gading, terisolasi jauh dari jangkauan masyarakat.

² Wahyu Dhyatnika, perwakilan dari Aliansi Jurnalis Independen (AJI), [Mendiskusikan Pentingnya Implementasi Big Data dalam Jurnalistik](#). 15 November 2016

Dengan menerapkan kerja jurnalisme sains, jurnalis bantu menjembatani jarak yang jauh itu. Jurnalis juga ia anggap perlu punya kemampuan mengolah datanya tidak hanya dalam bentuk tulisan, tapi juga ke dalam bentuk visual. “*Find the right data, clean and analyze, visualize data,*”. Pasalnya, pembaca media sekarang kerap lebih senang dengan tampilan visual, seperti yang disajikan oleh infografis. Informasi yang padat jadi mudah dicerna ketika diolah dalam grafis yang menarik. Jurnalis sebab itu sebaiknya tak hanya punya kemampuan menulis, tapi juga mengolah grafis.

4. Big Data Evlousi Infografis dan Videografis Tren Masa Kini

Seringkali kita mengakses media *online* hanya tersajikan oleh gambar dan berbasis cerita fakta dari berbagai pandangan. Hal ini tentunya menjenuhkan, publik butuh sesuatu yang mencerahkan dalam penyampaian informasi berbasis jurnalisme. Dengan jurnalisme data, info grafik, video grafik serta diagram menjadi hal baru dalam lika-liku era digital khususnya media *online*. Data menjadi sumber utama dalam penyusunan *story telling* sehingga penggalian informasi ‘*biasanya*’ dilakukan secara lengkap dan mendalam. Visualisasi membantu menyajikan data secara menarik serta

mudah dipahami karena terbantu unsur info grafik yang informatif.

Melalui buku berjudul Panduan Jurnalisme Data yang diinisiasi *European Journalism Centre* dan *the Open Knowledge Foundation* menyebutkan :

“Data-driven journalism is the future. Journalists need to be data-savvy. It used to be that you would get stories by chatting to people in bars, and it still might be that you’ll do it that way some times. But now it’s also going to be about poring over data and equipping yourself with the tools to analyze it and picking out what’s interesting. And keeping it in perspective, helping people out by really seeing where it all fits together, and what’s going on in the country”. (Tim Berners-Lee, founder of the World Wide Web).³

Dalam satu makalah yang ditulis Mirko Lorenz (dimuat dalam prosiding “*Data-driven journalism: what is there to learn*”) pada satu konferensi DDJ tahun 2010, Jurnalisme data memiliki pendekatan lebih luas. Ia tumbuh seiring ketersediaan data terbuka (*open data*) yang bisa diakses oleh publik dan dapat diolah lewat peranti lunak terbuka (*open source*). *Jurnalisme data akan menjadi tulang punggung utama*

³ Sir Tim Berners-Lee menemukan World Wide Web pada tahun 1989. Adalah seorang ilmuwan komputer Inggris. Ia dilahirkan di London, dan orang tuanya adalah ilmuwan komputer awal, bekerja di salah satu komputer paling awal. <https://webfoundation.org/about/vision/history-of-the-web/>

jurnalisme di era digital, karena teknik ini memungkinkan publik mengakses data mentah dengan utuh, tanpa perantara dari pakar, pemerintah atau pengamat. (Jonathan Stray:2015).⁴

Masa depan mengenai jurnalisme data menjadi lebih mutakhir (*sophisticated*) seiring dengan banjirnya data di internet kerap disebut *big data*, yang memicu perkembangan *tools* untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Analisisnya akan bergantung pada kejelian terhadap angka dan kemahiran menggunakan *tools* pada komputer. (Justin Mayo:2015). Lalu, apakah yang dimaksud dengan *big data* ? *Big data* menjelaskan sekumpulan data yang mempunyai kapasitas besar dan tersimpan dalam suatu *server*. Kelompok riset dan studi *META Group Research* (2001) menyebutkan bahwa istilah *big data* tidak hanya dicirikan oleh besaran atau volume data, tapi juga oleh dua hal lain disebut 3V termasuk kecepatan (*velocity*) dan keragaman (*variety*). Volume berhubungan dengan ukuran data. Dalam konteks *big data*, ukuran minimal sudah level terabit (bukan lagi megabit atau gigabit). Kecepatan terkait aras

⁴ <https://pindai.org/2016/06/27/jurnalisme-data-dan-big-data/> mengutip dari <https://datajournalismhandbook.org/>

pertumbuhan data, yang menunjukkan seberapa sering volume data itu bertambah atau diperbarui. Sementara keragaman terkait jenis format data. Maka tidak heran ketika kitamencari dokumen melalui internet, akan tersedia berbagai format data seperti doc, xls, pdf dan sebagainya.

Era digital membawa penetrasi pengguna internet semakin tinggi, sehingga berdampak pada datangnya informasi dan data yang melimpah. Hal tersebut memberikan kesempatan dan tantangan baru bagi berbagai industri. Salah satunya adalah industri media yang kerap mengalami terpaan arus informasi secara berlebih atau *information overload*. *Big data* menjadi salah satu pendekatan teknologi yang paling sering disinggung. Pemanfaatan *big data* jadi krusial, sebab kumpulan data yang muncul dengan jumlah sangat besar sejatinya dapat diolah untuk dianalisis di berbagai keperluan seperti melakukan prediksi, membuat keputusan, membaca sebuah tren, melihat tingkah laku konsumen dan lain sebagainya.

Pertanyaannya, siapakah yang bertugas untuk menganalisis big data dalam sebuah bisnis atau perusahaan, misalnya? Ada yang menyebutnya sebagai analis data (data analyst) atau ilmuwan data (data scientist). Meski mirip, tapi profesi keduanya berbeda pada beberapa

perusahaan. Analis data sebenarnya dikenal sebelum ada istilah big data. Mereka adalah orang-orang yang bertugas untuk mengamati data dan mencari pola dari data yang dikumpulkan dari pelbagai sumber untuk menentukan kondisi dari sebuah entitas bisnis. Analis data berusaha untuk menerjemahkan data tersebut agar dapat dipahami oleh para pemimpin perusahaan. Sementara ilmuwan data bertugas melakukan eksperimen-eksperimen guna menemukan hal-hal baru yang bisa bermanfaat untuk entitas bisnis. Ilmuwan data setidaknya memiliki tiga kemampuan, yaitu 1) Memahami logika bisnis perusahaan (seperti yang dilakukan analis data); 2) Mengolah data dengan pendekatan statistik dan matematis untuk mengetahui pola data beserta algoritmanya; 3) Menggunakan peranti (tools) untuk mengolah dan menganalisis data. Kendati penerapan big data saat ini lebih banyak diterapkan pada situs e-commerce, media seperti New York Times melalui nytlabs.com belakangan sudah mulai melakukan riset media dengan pendekatan big data. Di jajaran tim riset dan pengembangan medianya, mereka telah menempatkan seorang ilmuwan data. Mereka juga telah menciptakan beberapa peranti analisis yang mampu mengolah sekumpulan data menjadi informasi dan visualisasi yang lebih mudah dipahami.

Misalnya mereka mengembangkan *prototipe delta* yang berfungsi untuk memvisualisasikan navigasi dan durasi waktu pengunjung saat membaca halaman web nytimes.com beserta relasinya.

Di industri media, penulisan jurnalistik akan lebih rinci, menarik, dan kredibel bila disertai penggunaan dan analisis data yang kuat. Pun demikian, perlu ketelitian dalam memilah data saat akan digunakan sebagai sumber acuan, baik untuk penelitian maupun penulisan berita. Jurnalisme data sangat ampuh untuk menajamkan *angle* seorang jurnalis sebelum menayangkan berita. Cara kerja jurnalisme data pada umumnya sama seperti pada umumnya, yakni merumuskan pertanyaan, menemukan data, mendapatkan data, memilah data, menganalisis, dan mempresentasikan data. Sebuah laporan investigatif penggunaan *big data* sangat berguna bagi jurnalis saat menjawab hipotesis dari pertanyaan yang ingin dipecahkan. Apabila dari hasil data ditemukan hipotesis terbantahkan, berarti jurnalis tersebut bisa langsung mengubah arah tulisan mereka.

Jurnalisme data itu butuh cara kerja yang berbeda dari yang biasa dilakukan, narasinya pun tidak tunggal, malah pembaca sendiri yang diharuskan mengambil kesimpulan. Proses pengerjaan berita di newsroom pun, bila dari big data hipotesis sudah

terbantahkan, jurnalis jadi tahu kapan harus mengubah pertanyaannya. Proses pengerjaan jadi lebih efisien,” (Wahyu Dhyatmika:2017).⁵

Masih banyak sumber data (berupa situs website) di tanah air yang belum *real-time* pengumpulan datanya. Sehingga saat melakukan jurnalisme data, sang jurnalis butuh waktu yang banyak untuk mengumpulkan data yang diperlukan satu per satu. Beberapa situs data yang sering diandalkan disediakan oleh pemerintah untuk diakses oleh publik, misalnya [Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika \(BMKG\)](#), dan [Badan Pusat Statistik \(BPS\)](#). Data-data tersebut disajikan dalam satu halaman saja dalam bentuk infografis desain, dengan data yang ditampilkan seluruhnya oleh pemilik media. Publik bisa menarik sendiri narasi sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Pada tahun 2016, APJII mencatat tingkat penetrasi internet yang sudah mencapai angka 132,7 juta pengguna mengakibatkan timbulnya data yang melimpah. Kondisi ini telah menjadi tantangan baru bagi industri media untuk menyaring data yang masuk agar tidak berlebihan dan tetap relevan. Kekuatan data

⁵Wahyu Dhyatmika, perwakilan dari Aliansi Jurnalis Independen (AJI), [Mendiskusikan Pentingnya Implementasi Big Data dalam Jurnalistik](#), 15 November 2016

sangat diperlukan oleh seluruh industri, termasuk media. Agar industri dapat menghadapi tantangan, maka data yang disajikan harus kredibel. (Tony Seno Hartono, National Technology Officer Microsoft Indonesia).⁶

Infografik sudah banyak dipakai dalam aneka rupa media massa. Kehadiran infografik bahkan disebut sudah menjadi salah satu warna baru bagi jurnalisme. Lalu, apakah infografik itu? "Jurnalisme saat ini tidak berpusat pada teks dan foto semata, tetapi terus berkembang seperti dalam bentuk jurnalisme infografik yang fokus pada aspek visual. (Rikard Bagun:2014).⁷ Infografik merupakan cabang dari ilmu desain grafik yang fokus pada penyajian data untuk memperkuat informasi. Tujuan dari visualisasi data ini adalah menyajikan informasi dengan lebih ringkas, jelas, dan efektif. Nama lain untuk infografik adalah informasi bergambar. Teknik ini kerap dipakai untuk menggambarkan suatu informasi yang dipadu dengan gambar sehingga tampilannya lebih menarik. Jurnalisme selalu mengikuti perkembangan zaman,

⁶Tony Seno Hartono, National Technology Officer, Microsoft Indonesia.
<https://dailysocial.id/post/mendiskusikan-pentingnya-implementasi-big-data-dalam-jurnalistik/>

⁷<https://nasional.kompas.com/read/2014/08/20/10384111/Infografik.Jurnalisme.dan.Indonesia.dalam.Infografik>

termasuk perkembangan dan kemajuan teknologi digital. Infografik merupakan pemadatan informasi serta ruang ilmu dan pengetahuan sehingga menjadi lebih ringkas dan jelas. Pembaca tak saja membaca teks, tetapi juga mendapatkan sajian data dalam bentuk visual sehingga memudahkan memahami kandungan informasinya. Infografik menjadi penting bagi media, karena metode ini bisa menjadi cara untuk menyajikan informasi dan data dengan cara menarik, tidak monoton teks atau foto. Infografik juga memadukan pemotretan, olah digital gambar, disertai kajian ilmiah yang mendalam. Infografik merupakan perpaduan antara karya seni digital dan olah data kajian ilmiah.

Memang tak ada kewajiban seorang jurnalis untuk menganalisis data. Namun, jika data itu dapat dikumpulkan dan diolah secara cepat, maka hal tersebut perlu dilakukan untuk menguatkan opini penulis. Analisis data maupun analisis big data sekalipun tetap memerlukan konteks yang akan menumbuhkan wawasan bagi pembaca. Dalam hal ini, seorang yang punya kompetensi spesialis pada jurnalisme data, ia dikenal sebagai jurnalis data. Analisis data dapat berguna untuk mengungkapkan alur cerita dalam tulisan. (Sarah Cohen, 2002). Analisis data sebagai cara pandang baru dalam menjelaskan

sebuah masalah. Melalui analisis data, setidaknya wartawan bisa menggeser fokus utama profesi dari seseorang yang paling pertama melaporkan sebuah berita menjadi seseorang pertama yang melaporkan apa yang sesungguhnya terjadi. (Randy Krum : 2013).⁸

Selain infografis yang menampilkan image foto dengan kombinasi data-data atau angka-angka, tren jurnalisme saat ini juga menganggap pentingnya videografis. Paling tidak ada 4 catatan yang dapat mengungkap pentingnya videografis seperti dikutip Randy Krum, dalam bukunya “Cool Infographic“, menyatakan sebagai berikut :

1. Otak Terbatas untuk Informasi Tak Terbatas

Jutaan informasi ditembakkan ke dalam pikiran manusia setiap detiknya, dan “*Our brain is limited for unlimited information*”. Informasi di sekitar kita tak terbatas, sedangkan kemampuan manusia dalam menerima dan menyaring informasi tentu sangat *limited*. Oleh sebab itu perlu penyederhanaan informasi yang singkat, padat dan “*to the point*” menjadi kebutuhan di era data saat ini.

⁸ Randy Krum, *Cool Infographics: Effective Communication with Data Visualization and Design*, ISBN: 978-1-118-58230-5, Oct 2013

Inilah salah satu sebab pentingnya videografis.

2. Dari 10 Informasi, yang Melekat Hanya Satu

bahwa dari 10 informasi yang kita terima, kemungkinan besar hanya 1 informasi yang benar-benar kita ingat. 1 informasi tersebut melekat dan tak mudah dilupakan. Faktor-faktor yang membuatnya gampang diingat karena unik, mudah dicerna, faktual, dan memiliki visual mengagumkan. Ini hanya mampu dilakukan oleh infografis & videografis.

3. Tidak Banyak Kata-kata, Namun Visualnya Indah

Videografis memiliki kriteria tersebut. Dalam videografis visual dan auditori manusia benar-benar dimanjakan. Visual mengamati *motion image*, sedangkan auditori kita mendengarkan informasi yang tersampaikan. Dua teknik penyampaian ini membuat informasi lebih banyak masuk ke otak manusia.

4. Presentasi tanpa Perlu Kehadiran Presenter

Motion image (gambar bergerak) merupakan salah satu cara atraktif menarik audiens sehingga mereka melihat, membaca dan mendengarkan informasi apapun. Gambar yang bergerak dan dilengkapi dengan data

juga memudahkan audiens memahami informasi, apalagi informasi tersebut menunjukkan fakta sebenarnya. Keberadaan *motion image* dalam video membantu presenter untuk menyampaikan presentasinya. Ini juga membantu presenter supaya bisa dilihat jutaan kali, tanpa perlu kehadiran presenter di panggung presentasi. Dan video yang telah tersedia di internet membuat audiens bisa mendownload atau berbagi informasi ke jutaan orang lainnya melalui *Youtube*, *Vimeo* atau website lainnya. Apalagi saat ini merupakan era dimana manusia tidak mampu lepas dari gadget. Hampir semua informasi dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Semakin menarik sebuah informasi, makin mendapat perhatian dan makin sering dibagi di jejaring sosial. Maka, mempelajari teknik pembuatan videografis wajib dipelajari dan videografis layak menjadi alternatif teknik presentasi Anda dimanapun dan kapanpun. Itulah pentingnya videografis saat ini, mudah-mudahan mampu membuka wawasan Anda.

5. Cara Kerja Jurnalisme Data Mendorong Transparansi

Jurnalisme berbasis data akan memiliki peluang besar di era media

online saat ini untuk menyajikan data dan fakta. Karena produksi visualisasi dengan basis data data semakin mudah dan lebih dapat diakses. Khususnya generasi digital, Tentu saja data driven jurnalisme harus menyesuaikan dengan tema sehingga dapat memberikan wawasan baru. Perusahaan media diuntungkan dengan pola penyajian data driven ini, walaupun harus merubah cara produksi. Jurnalisme berbasis data adalah topik yang bisa menjadi sangat penting untuk jurnalisme di masa depan. Namun, penyebaran dan penggunaan data-driven jurnalisme masih belum merata. Beberapa perusahaan penerbitan sudah menggunakan jurnalisme berbasis data yang disajikan dalam format online. Jurnalisme berbasis data adalah jenis kegiatan jurnalistik yang berbeda. Biasanya, wartawan memiliki topik untuk diproses dan dengan demikian melakukan penelitian untuk mencari data-data primer. Jurnalisme berbasis data mengasumsikan sejumlah besar data mentah, yang tidak disortir dan mencoba untuk menemukan fakta hal yang menarik untuk membuat laporan berita yang bersumber dari data tersebut. Dengan demikian, cara kerja jurnalisme berbasis data adalah kebalikan dari cara kerja jurnalisme yang biasa dikenal sebagai cara *mainsteram*.

Meskipun para jurnalis telah menggunakan data dalam tulisan berita mereka selama mereka liputan, jurnalisme data melebihi jurnalisme tradisional karena memiliki lebih banyak data. Jurnalisme data berhasil menerapkan laporan berbasis ilmu sosial yang dibantu komputer untuk melakukan investigasi. Jurnalis menciptakan aplikasi berita dan fitur interaktif yang membantu orang memahami data, menjelajahnya, dan bertindak berdasarkan wawasannya sendiri. Bisnis baru model ini muncul dimana data adalah bahan mentah yang memberi keuntungan, dampak, dan wawasan, diciptakan bersama dengan audiens yang sebelumnya hanya menjadi konsumen pasif.

Jurnalis di seluruh dunia menyambut baik dengan tantangan baru mereka untuk menceritakan kisah menarik dengan memanfaatkan sejumlah besar data tentang perangkat, bisnis, dan jaringan pemerintah dalam kehidupan sehari-hari. Sementara potensi jurnalisme data sangat besar, perangkat dan tantangan yang dihadapi di seluruh media juga sangat tinggi, dari literasi digital hingga kompetisi sumber daya di dalam struktur redaksi. Ancaman global untuk kebebasan pers, keamanan digital, dan akses data terbatas, menciptakan kondisi kerja yang sulit bagi para jurnalis di banyak negara.

Namun, sekolah jurnalisme memiliki tantangan untuk menawarkan keunggulannya di bidang jurnalisme data. Beberapa hal yang sudah jauh-jauh diprediksi diantaranya sebagai berikut:

1. Akan lebih banyak lagi sumber daya strategis untuk media.
2. Melahirkan alat yang lebih baik untuk mendemonstrasikan keterampilan mengolah data.
3. Beragam aplikasi berita akan booming sebagai cara utama bagi orang untuk menggunakan jurnalisme data.
4. Jurnalisme data menjadi digital pertama yang menyajikan data-sentris dan mobile-friendly.
5. Akan lebih banyak perangkat lunak jurnalisme, tetapi tetap bahwa hubungan manusia dan berita masih penting.
6. Jurnalis harus perlu lebih banyak mempelajari ilmu sosial dan statistik.
7. Jurnalisme data akan dibutuhkan untuk standar akurasi dan koreksi yang lebih tinggi.
8. Kompetensi dalam keamanan dan perlindungan data akan menjadi lebih penting.
9. Audiens akan menuntut lebih banyak transparansi pada

pengumpulan dan penggunaan data pembaca.

10. Konflik akan muncul ke permukaan dalam bentuk pemalsuan data, dan etika.
11. Kolaborasi akan muncul dengan perpustakaan dan universitas sebagai arsip, mahasiswa dan dosen.
12. Setiap individu dapat memprediksi berdasarkan data dan kenyataan.
13. Kanal berita yang lebih beragam akan menghasilkan jurnalisme data yang lebih baik.
14. Lebih memusatkan perhatian pada data untuk menghindari skeptisisme.

Jurnalisme berbasis data dapat dikategorikan ke dalam empat langkah kerja yakni, mencari data, mempertanyakan keabsahan data, memvisualisasikan data dan mengevaluasi data. Menemukan data dapat mencakup keterampilan teknis atau kontak yang baik. Jika tidak ada data yang dipublikasikan, tidak ada kemungkinan untuk memulai kerja jurnalisme berbasis data. Memvisualisasikan dan mengevaluasi data diperlukan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang data yang akan dipublikasikan kepada pembaca. Jurnalisme data juga mendorong

gerakan open data dari banyak organisasi atau lembaga kredibel penyedia data yang semestinya memiliki motivasi untuk transparan. Sayangnya, data-data tersebut belum sepenuhnya menjadi data yang dengan mudah dapat diakses. Semua data harus dikonversi untuk dapat diakses dengan internet dan dalam format yang dapat dibaca oleh *search engine*. Ini akan mempermudah akses dan langkah-langkah dalam mengevaluasi data. Seperti data-data yang dapat diketahui publik dan diakses secara gratis. Open Data Network muncul untuk mendorong kemajuan informasi dan meningkatkan kepercayaan pada pemerintah ditengah meningkatnya apatisisme politik dari beragam kebijakan. (Johanna Fulda and Stefanie Neubert).⁹

Untuk mendukung cara kerja jurnalisme data, maka seorang jurnalis berupaya mengarsipkan data mentah yang mendasari investigasi mereka, untuk mempublisnya dengan dengan metodologi dan kode etik yang digunakan dalam analisis yang mengarah pada kesimpulan yang dipublikasikan. Jurnalisme data juga menceritakan kisah dengan angka, untuk menemukan cerita di dalamnya. Memperlakukan data sebagai sumber

⁹ Johanna Fulda and Stefanie Neubert, *Which obstacles does Data-Driven Journalism have to overcome?* LMU Munich (Johanna.Fulda,Stefanie.Neubert)@campus.lmu.de

untuk melengkapi saksi mata, pejabat, dan ahli. Sayangnya tidak sedikit jurnalis yang menggunakan data dalam memperkaya laporan mereka, tidak dapat mendefinisikan diri mereka sendiri sebagai jurnalis yang mengutamakan data tidak lagi sekedar wawancara. Padahal, jurnalisme data adalah praktik menemukan cerita dengan menggunakan angka untuk menceritakan kisah. Seperti dikatakan Meredith Broussard, seorang asisten profesor bidang jurnalisme di Temple University.

“Untuk menjadi jurnalis data yang baik, ada baiknya memulai dengan menjadi jurnalis yang baik. Mengasah keterampilan bercerita, bereksperimen dengan berbagai cara untuk menceritakan sebuah kisah, dan memahami data. Kita cenderung berpikir bahwa data kebenaran yang tidak berubah secara empiris dan berdiri secara independen. Bukan data yang dibangun secara sosial. Untuk mengetahui satu persatu sangat penting untuk memahami orang-orang yang membuat kumpulan data. Berpikir tentang apa yang banyak orang lakukan, dan ditengah banyak orang yang berfikir tentang persoalannya masing-masing, Disitu anda justru sudah mulai menceritakan sebuah kisah,” (Johanna Fulda and Stefanie Neubert).¹⁰

¹⁰ Ibid.

Apakah jurnalisme data adalah momok dan bukan sesuatu yang menarik bagi jurnalis? Ternyata tidak. Dalam sebuah survei yang dirilis oleh European Journalism Centre pada 2011 tentang kebutuhan pelatihan jurnalisme data, sebanyak 134 dari sampel 200 pekerja dan penggiat media menyatakan mereka sangat tertarik dengan jurnalisme data, kendati bentuk jurnalisme ini masih baru bagi mereka. Hasil survei itu menyimpulkan tiga pokok soal tantangan pelatihan jurnalisme data; (1) perlunya pendekatan sistematis untuk merancang kurikulum jurnalisme data, (2) jurnalis dan penerbit harus sama-sama belajar menganalisis data, dan yang (3) perlunya sebuah tim untuk melakukan analisis data.

Belakangan ini, jurnalisme data mulai dipakai di Indonesia, sebagai upaya adaptasi atas perkembangan jurnalisme secara global. Sekalipun kita sudah sangat mampu dan paham atas teknik, perangkat, dan metode dalam menganalisis dan memvisualisasikan data, namun selalu ada tantangan untuk mencari data lebih besar, aplikasi baru yang perlu diuji, dan teknik-teknik baru menerapkan pendekatan berbedaa, yang fungsinya menumbuhkan partisipasi dari orang-orang yang menjadikan informasi itu penting.

Jurnalisme data menjadi kebutuhan kekinian bagi jurnalis dalam melakukan

peliputan. Kemajuan teknologi dan informasi telah memudahkan para jurnalis untuk menyerap data yang tersebar di internet. Namun, data-data di internet haruslah benar-benar memenuhi standar validitas. Disinilah perlu keterbukaan pemerintah dalam menyediakan data-data pembangunan untuk publik. Pemerintah idelanya aktif dalam penyediaan data secara terbuka kepada publik. Hal ini bisa jadi ukuran komitmen transparansi pemerintah mulai dari kinerja, anggaran hingga proses penentuan kebijakan. Memang, pemerintah sudah memiliki portal untuk mengumpulkan seluruh data, mulai tingkat kelurahan hingga provinsi di tiap lembaga dan kementerian. Akan tetapi data-data yang disediakan memang sangat terbatas, dikarenakan dasar regulasi berupa Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik belum sepenuhnya dapat mengadopsi kepentingan pencarian data driven yang dibutuhkan jurnalis.

6. Kesimpulan

Ditengah arus berita hoax yang semakin massif dengan beragam cara produksi dan kepentingannya masing-masing yang begitu kompleks, mulai dari kepentingan ideologi, ekonomi dan politik, membuktikan cara-cara kerja menguasai arus informasi masih terlihat dominan. Piranti teknologi dan ruang

siber membuka secara lebar bentuk-bentuk konflik kemanusiaan melalui kontestasi arus informasi untuk saling mendominasi. Kondisi ini berdampak pada perubahan cara pandang dan perilaku manusia yang dikatakan sebagai generasi milenia, menembus batas norma dan etika bahkan hukum. Gejala *post truth* diperkuat oleh suplay material berita atau sumber informasi hoax. Cara-cara di mana misinformasi dapat memiliki dampak negatif di tengah masyarakat. Dengan mempertimbangkan aspek politik, teknologi, dan konteks kemasyarakatan. Dunia *post truth* muncul sebagai hasil dari kecenderungan penurunan modal sosial masyarakat, pertumbuhan ekonomi yang tidak merata, meningkatnya polarisasi, menurunnya kepercayaan terhadap ilmu pengetahuan, dan semakin difraksinasi lanskap media media *mainstream* dan media baru saat ini.

Menyadari bahwa di era *post truth*, batas antara kebenaran dan kebohongan, kejujuran dan ketidakjujuran, fiksi dan nonfiksi menjadi semakin kabur. Menyampaikan ketidakbenaran kepada publik menjadi suatu tantangan, permainan, dan bisa berakhir menjadi kebiasaan. Di era *post truth*, kebenaran jurnalistik mulai diambil alih oleh berita-berita bohong, berita-berita yang tidak jelas kebenarannya. Selama ini pemilik

modal dan para penguasa lah yang disebut-sebut paling dominan dalam mengancam kebebasan pers dan profesionalisme jurnalis. Solusi bagi krisis *post truth*, yang pertamakali dilakukan adalah secara simultan dan akurat mengoreksi kesalahan informasi, dan menunjukkan secara efektif ketidaklogisan dalam berargumentasi untuk menekan praktik-praktik disinformasi atau hoax. Kritik terhadap media massa *mainstream* dan media baru, untuk terus resisten terhadap produk hoax dan memerangi gejala *post truth* ditengah masyarakat. Caranya, meningkatkan akurasi produk jurnalisik dengan mempopulerkan Jurnalisme Data. Praktik jurnalistik berbasis *big data* dari sumber yang memiliki kredibilitas tinggi, menganalisanya dengan valid dan menyuguhkannya dalam bentuk infografis dan videografi kepada publik.

Referensi :

- Boussalis, Constantine. Coan, Travis G. 2017. *Elite Polarization and Correcting Misinformation in the "Post-Truth Era"*. Journal of Applied Research in Memory and Cognition 6 (2017) 405–408
- Dhimas Syuhada, Kharisma. White, Adian (Ed). 2017. *Ethic in the News: EJN Report on Challenges for Journalism in the Post-Truth Era*. London: Ethical Journalism Network (EJN).
- Gray, Jonathan. Chambers, Lucy. Bounegru, Liliana. 2012. *The Data Journalism Handbook*. Beijing Cambridge. Tokyo Published by O'Reilly Media.
- Lewandowsky, Stephan. 2017. Ecker, Ullrich K.H. Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era, Journal of Applied Research in Memory and Cognition 6 (2017) 353–369.
- Loosen, Wiebke Reimer, Julius. De Silva, Schmidt Fenja. 2017. *Data-Driven Reporting –an On-Going (R)Evolution? A Longitudinal Analysis of Projects Nominated for the Data Journalism Awards 2013–2015*. Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 41 | Mai 2017.
- Nuril Salma, Aqida. 2017. Professionalism of Journalism in 'Post-Truth' Digital Era: A Structural Functionalist Approach
- Neubert, Stefanie. Fulda, Johanna. xxxx. *Which obstacles does Data-Driven Journalism have to overcome?* LMU Munich. @campus.lmu.de.