

Tren Dan Fenomena Jurnalisme Data Pada Media Online Di Indonesia

Oleh:

I Komang Agus Widiantara
STAHN Mpu Kuturan Singaraja
awitaraa@gmail.com

ABSTRACT

Currently online media is in the spotlight because many are producers or spreaders of hoaxes. One of the efforts of online media against hoaxes is to adopt data-based journalism innovations. Data journalism has emerged as a trend that deserves the attention of media around the world. Data journalism is a genre of journalism as a result of collaborative disciplines of journalism, statistics, graphic design and computers. This journalism innovation has been adopted by international online media since 2010 and has now begun to be adopted by Indonesian online media.

However the use of data in this journalistic work makes a number of experts consider there is no novelty in the practice of "data journalism", except in visualization. Various experts argue that the difference in data journalism practices lies in how the data becomes the core story in journalistic work. However, sometimes the data often complements the story in a story.

keywords: *data journalism, hoaxes, online media*

ABSTRAK

Saat ini media online menjadi sorotan karena banyak yang menjadi produsen atau penyebar *hoax*. Salah satu upaya media online melawan *hoax* dengan mengadopsi inovasi jurnalisme berbasis data. Jurnalisme data muncul sebagai tren yang patut mendapat perhatian media di seluruh dunia. Jurnalisme data merupakan genre jurnalisme hasil kolaborasi disiplin ilmu jurnalisme, statistik, desain grafis dan komputer. Inovasi jurnalisme ini diadopsi media-media online internasional sejak 2010 lalu dan saat ini sudah mulai diadopsi media online Indonesia.

Meski demikian penggunaan data dalam karya jurnalistik ini membuat sejumlah pakar menganggap tidak ada kebaruan praktik dari "jurnalisme data", kecuali dalam visualisasi. Berbagai pakar berpendapat perbedaan praktik jurnalisme data terletak pada bagaimana data tersebut menjadi inti cerita dalam karya jurnalistik. Meski demikian, terkadang data seringkali menjadi pelengkap cerita dalam sebuah pemberitaan.

kata kunci: *jurnalisme data, hoax, media online*

I. PENDAHULUAN

Penyebaran berita hoaks selama ini tidak hanya dilakukan oleh media abal-abal atau tidak terverifikasi oleh dewan pers. Hal tersebut juga berpotensi terjadi pada media profesional atau *media mainstream*. Pengabaian terhadap akurasi dan disiplin verifikasi menjadi penyebabnya. Berkaca dari praktik produksi dan penyebaran informasi palsu sangat jelas 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 eksekusi 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 muata dari informasi tersebut terasa kuat dan valid.

Saat ini media online menjadi sorotan karena banyak yang menjadi produsen atau penyebar *hoax*. Salah satu upaya media online melawan *hoax* dengan mengadopsi inovasi jurnalisme berbasis data. Jurnalisme data muncul sebagai tren yang patut mendapat perhatian media di seluruh dunia. Jurnalisme data bisa dipahami sebagai praktik sosio-diskursif: bukan hanya produksi artefak jurnalismenya (*data-driven*) yang membentuk gagasan jurnalisme data, tetapi juga upaya diskursif semua aktor yang terlibat dalam *newsroom* (De Maeyer *et al.* 2014). Jurnalisme data menjadi lebih mutakhir seiring dengan banjirnya data di internet yang 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 (Utomo, 2015).

Walaupun tren *big data* tengah berkembang pesat di Indonesia, tren jurnalisme data di Indonesia masih belum terlalu terdengar. Padahal, jurnalisme data merupakan salah satu bentuk pemanfaatan *big data* yang dapat dilakukan oleh industri media dan menjadi kebutuhan yang seolah tak bisa dipisahkan dari proses penulisan berita oleh para jurnalis. Selain melalui wawancara dan investigasi, penggunaan data yang valid dapat menjadi fakta kuat dalam sebuah berita (Microsoft, 2016).

Jurnalisme data dan implikasinya terhadap praktik jurnalisme saat ini merupakan fenomena menarik untuk diteliti. Apalagi belum banyak penelitian yang mengkaji jurnalisme data di Indonesia. Karya tulis ini menguarai tren dan penerapan jurnalisme data pada media online di Indonesia. Kajian ini mencoba mengurai fenomena informasi hoax yang menjadi

musuh bersama di tengah lalu lintas informasi publik. Kehadiran jurnalisme data diharapkan dapat mereduksi munculnya informasi hoaks di ranah komunikasi massa.

II. PEMBAHASAN

2.1 Jurnalisme Online dan *Big Data*

Jurnalisme online merupakan proses kerja jurnalisme yang dilakukan di media online atau media siber, merupakan istilah yang merujuk pada media berbasis internet. Peraturan Dewan Pers Nomor 1/Peraturan-DP/III/2012 tentang Pedoman Pemberitaan Media Siber menjelaskan bahwa Media Siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers. Menurut Kovach & Rosenstiel (2012) data yang melingkupi jejaring informasi di media siber kian padat, luas, dan dalam. Web menyajikan potensi liputan lebih kaya, pemahaman yang lebih baik, sehingga produksi liputannya jauh lebih menantang.

Jurnalisme online memiliki ruang kreativitas mengembangkan konten berbasis data. Apalagi saat ini terdapat himpunan sejumlah besar data (*big data*) yang dapat diakses secara terbuka di internet. Menurut Lewis & Westlund (2014) *big data* adalah fenomena sosial, budaya, dan teknologi –gabungan limpahan data digital yang kompleks, hadirnya teknik analisis, mitos tentang wawasan berbasis data, dan kritik yang berkembang tentang konsekuensi keseluruhan dari praktik *big data* untuk demokrasi dan masyarakat. Organisasi berita dan wartawan berusaha memahami, bertindak, dan memperoleh nilai dari data besar selama eksplorasi di bidang algoritma, perhitungan, dan kuantifikasi.

2.2 Perkembangan Jurnalisme Data

Laporan jurnalistik dengan menggunakan data bukanlah hal baru. Simon Rogers (2011: 12), mantan jurnalis data *the Guardian* yang kini bergabung dengan Google, menyebut perawat Inggris Florence Nightingale juga sebagai jurnalis data. Nightingale, yang bertugas dalam perang Inggris di Krimea—dulu Uni Soviet, sekarang Ukraina—merilis data jumlah kematian tentara Inggris dalam perang itu pada 1858. Kalau mau ditelusuri lebih jauh, *The Manchester Guardian* mempublikasikan liputan pertama dengan data mengenai biaya sekolah dan jumlah siswa di Manchester dan Salford, Inggris pada 1821. Pada 1970an muncul istilah “jurnalisme presisi” untuk menjelaskan proses pengumpulan data secara ilmiah menggunakan statistik. Data tersebut dianalisis dan dijadikan narasi dalam sebuah

artikel berita (Gray, 2012:19). Pada 2000an, terminologi “jurnalisme data” mulai berkembang untuk merujuk proses liputan berita berdasarkan statistik. Data inilah yang kemudian disajikan ke audiens melalui beragam bentuk seperti infografik, gambar, teks, video, peta atau bentuk apa pun yang sesuai dengan narasi data.

Panjangnya sejarah penggunaan data dalam karya jurnalistik ini membuat sejumlah pakar menganggap tidak ada kebaruan praktik dari “jurnalisme data”, kecuali dalam visualisasi. Meski demikian, sejumlah pakar lainnya belum sependapat. Liliana Bounegru, merangkum pendapat sejumlah pakar lain, menyebutkan bahwa perbedaan praktik jurnalisme data terletak pada bagaimana data tersebut menjadi inti cerita dalam karya jurnalistik.

Data hanya menjadi pelengkap cerita. Model semacam ini banyak ditemukan di kanal harian *Beritagar.id* yang mengusung konsep jurnalisme data. Misalnya seperti artikel “Penyiaran Digital, Aturan Lambat Dikejar Tegang”. Artikel tersebut menampilkan grafik terkait jumlah kejadian bencana di Indonesia media 2015-2019 yang bisa memanfaatkan keberadaan TV sebagai media informasi. Namun, sayangnya data yang diuraikan belum bisa merepresentasikan tersebut. Sementara itu, praktik jurnalisme data yang kini berkembang, sudah melibatkan teknologi tertentu dalam proses analisis dan publikasi karya jurnalistik. Jenis seperti ini banyak bermunculan dalam kanal artikel Lokadata di *Beritagar.id*. Contoh lain yang melibatkan proses investigasi mendalam, misalnya seperti liputan “Panama Papers” dan “Paradise Papers”. Dalam sebuah wawancara pribadi dengan mantan *Head of Data* di *The Guardian*, Helena Bengtsson, pengolahan data “Panama Papers” membutuhkan penyimpanan dengan enkripsi khusus dan dalam kapasitas yang besar. Pengolahannya pun melibatkan tim yang tidak sedikit. Peliputan seperti ini, tidak mungkin bisa dilakukan tanpa perkembangan teknologi dan keterampilan dari wartawan yang meliput.

Jurnalisme data adalah warisan dua praktik jurnalisme yang lebih tua: infografik dan pelaporan dibantu komputer (*computer-assisted reporting/CAR*). Selanjutnya, praktik ini dapat dikaitkan dengan perubahan teknologi lainnya, seperti adopsi komputer di *newsroom*, peningkatan akses terhadap sumber dan arsip elektronik, data terbuka dan pengembangan *World Wide Web* (Knight, 2015; Appelgren, 2017). Meski demikian menurut Knight (2015), seperti banyak inovasi lain dalam produksi berita, ada banyak ketidaksepakatan mengenai apa sebenarnya istilah “jurnalisme data”. Jurnalisme data dan jurnalisme berbasis data (*data-driven journalism*) juga secara rutin digunakan sebagai sinonim, sementara istilah yang lebih tua, *CAR* telah hilang seluruhnya.

Praktik jurnalisme data ini mirip *CAR* yang populer di Amerika Serikat pada era 1960-an, ketika para jurnalis menganalisis beragam pusat data catatan publik dengan menggunakan metode-metode sains. Jurnalisme data kemudian mengembangkan semangat itu seiring kehadiran media daring, yang sanggup menyajikan laporan analisis data secara interaktif, lebih menarik, dan lebih luas. Lautan data menjadi prasyarat utama praktik ini. Hal yang sama pentingnya dengan fakta yang diangkat adalah aspek visual. Di sini, media menampilkan kombinasi desain menarik dengan narasi redaksi yang jelas untuk memberi audiens pengalaman yang kuat (Wendratama, 2015:21-22).

Dari segi alur kerja, ada dua cara memulai jurnalisme data. *Pertama*, kumpulan data menyediakan banyak informasi bagi topik berita yang sudah dirancang di *newsroom*. *Kedua*, kumpulan data berfungsi sebagai titik awal keseluruhan berita. Setelah data diperoleh, tim data akan membersihkan data dan menganalisisnya berdasarkan pertanyaan yang perlu dijelaskan dalam berita. Beberapa media menggunakan *crowdsourcing* dalam memproses data. Jika diperlukan, satu set data disilangkan dengan set data lainnya, untuk membuat data baru dari kumpulan data yang ada. Setelah analisis, maka dibuat visualisasi dan grafik, baik oleh tim data atau bersama dengan departemen lain di dalam organisasi berita. Hasil analisis data dipublikasikan bersamaan dengan berita berbasis data, baik secara bersamaan maupun setelah alur berita dimulai. Organisasi berita menekankan alur sebagai berikut: visualisasi dan analisis data menjadi bagian dari berita, tertanam dalam alur berita, atau bukan pada inti berita (Aitamurto *et al.*, 2011:10-11).

Singkatnya, alur kerja dapat dibagi menjadi beberapa tahapan sebagai berikut: (1) Mengidentifikasi inti berita dan peran potensial data dalam berita; (2) Mengidentifikasi dan mendapatkan kumpulan data yang tepat untuk menanggapi pertanyaan jurnalis; (3) Memodifikasi data agar siap untuk dianalisis (misal memperbaiki kesalahan pada kumpulan data); (4) Menganalisis data dengan alat yang tepat, dan menyandingkan satu data dengan data lain jika relevan; (5) Memproduksi berita: teks, visualisasi, elemen interaktif; (6) Penerbitan kumpulan data yang digunakan; dan (7) Mengajak pembaca untuk berpartisipasi dengan menggunakan kembali data, mengomentari dan berbagi cerita melalui aplikasi di media sosial, serta mengirimkan lebih banyak konten melalui aplikasi media sosial (Aitamurto *et al.*, 2011:11).

Langkah-langkah yang bisa dilakukan dalam proses jurnalisme data menurut Constantaras (2016:8) antara lain: (1) Kompilasi data yang dimulai dengan identifikasi pertanyaan yang memerlukan data, atau kumpulan data yang perlu dipertanyakan; (2)

Membersihkan data untuk menghilangkan kesalahan dan mengubah data menjadi format yang konsisten dengan data lain yang digunakan; (3) Melihat konteks data agar memiliki kredibilitas dan tidak bias dengan melihat sumbernya, siapa yang mengumpulkannya dan kapan waktunya, apa tujuannya, bagaimana cara mengumpulkannya, dan siapa yang bisa menjelaskan datanya; (4) Mengombinasikan data dengan berita, kadang berita bagus dapat ditemukan dalam kumpulan data tunggal, namun sering juga gabungan data; dan (5) Mengomunikasikan data dengan visualisasi berbentuk peta, grafik, infografik atau animasi. Jurnalisme data sangat penting, karena mengumpulkan, menyaring, dan memvisualisasikan yang terjadi di luar apa yang bisa dilihat mata akan semakin meningkatkan nilai informasi. Inti proses jurnalisme data yang dikembangkan berbagai media hampir sama, dimulai dengan berburu dan mengumpulkan data, kemudian melakukan analisis untuk menjadikan data lebih terstruktur, serta mengolah dan mempresentasikannya dalam bentuk karya jurnalisme.

2.3 Jurnalisme Data di Media Online

Penggunaan data dalam karya jurnalistik sudah dimulai oleh *Majalah Prisma*, *Harian Kompas*, dan *Majalah Tempo* puluhan tahun yang lalu. Tim penelitian dan pengembangan *Harian Kompas*, misalnya, mulai melakukan *polling* Pemilu pada 1970an. Hingga penulisan ini, baik *Tempo* maupun *Kompas* masih mempraktikkan hal tersebut dengan struktur organisasi yang sama: tim riset dan tim redaksi.

Sementara itu, praktik jurnalisme data awalnya tidak diadopsi oleh media-media daring (online) di Indonesia. Jurnalisme data dianggap bertentangan dengan “ruh” jurnalisme daring yang mengedepankan kecepatan. Padahal, proses pengumpulan dan analisis data membutuhkan waktu yang lebih lama. Alhasil, keduanya pun bentrok. Namun, pesimisme ini ditantang oleh media baru *Katadata.co.id* yang berdiri pada 2012. *Katadata.co.id* punya tim redaksi dan tim data. Tim redaksi murni melakukan reportase lapangan dan penulisan berita, sementara tim data mengolah data menjadi beragam bentuk, baik dalam grafik yang muncul di dalam narasi berita, atau dalam rubrik khusus seperti Analisis dan Bicara Data. Tim data tidak dituntut untuk mewawancarai narasumber dan melakukan proses reportase. Lebih jauh, *Katadata.co.id* punya portal agregasi data, yakni Databoks, yang mengompilasi beragam data dari berbagai sumber dan menyajikannya dalam bentuk grafik interaktif.

Pada 2016, muncul *Tirto.id*, yang berbasis artikel dan infografik. Sebagaimana *Katadata*, *Tirto.id* juga memiliki struktur tim riset dan redaksi. Tim riset

menganalisis dan menulis data keras untuk tayang di rubrik Periksa Data. Mereka juga mengembangkan riset mandiri, seperti laporan visual mengenai generasi Z yang dirilis pada akhir 2017. Sementara itu, tim redaksi *Tirto.id* fokus pada liputan lapangan dan mendapat suplai data dari tim riset.

Beritagar.id, yang berdiri pada 2015, menerapkan struktur organisasi yang sedikit berbeda. Selain memiliki tim data dan redaksi, *Beritagar.id* juga memiliki jurnalis data. Jurnalis data, menurut standar sekolah jurnalistik di Universitas Columbia, perlu terampil dalam mengambil data (*scraping*), analisis, hingga visualisasi. Selain itu, berbeda dari analis data atau anggota tim data lainnya, jurnalis data juga perlu menguasai reportase seperti mewawancarai narasumber atau menulis berita. Menurut Scott Klein dari ProPublica, jurnalis data mesti bisa mengartikulasikan data menjadi narasi. “Kamu bisa mewawancarai orang, dan kamu juga bisa ‘mewawancarai’ *spreadsheets* (alat analisis data).” Selain ketiga media tersebut, penggunaan data mulai menjamur pada 2018, seperti yang dilakukan oleh *Kumparan.com* atau *CNBCIndonesia.com*. bahkan *detik.com* juga mulai menambahkan analisis data ke dalam liputan dan artikel berita mereka.

III. KESIMPULAN

Kehadiran data dalam karya jurnalisme merupakan salah satu upaya melawan hoaks karena melalui data validitas informasi sebuah media massa dapat diuji. Jurnalisme data merupakan genre jurnalisme hasil kolaborasi disiplin ilmu jurnalisme, statistik, desain grafis dan komputer. Inovasi jurnalisme ini diadopsi media-media online internasional sejak 2010 lalu dan saat ini sudah mulai diadopsi media online Indonesia. Jurnalisme data sangat penting, karena mengumpulkan, menyaring, dan memvisualisasikan yang terjadi di luar apa yang bisa dilihat mata akan semakin meningkatkan nilai informasi.

Meski demikian penggunaan data dalam karya jurnalistik ini membuat sejumlah pakar menganggap tidak ada kebaruan praktik dari “jurnalisme data”, kecuali dalam visualisasi. Berbagai pakar berpendapat perbedaan praktik jurnalisme data terletak pada bagaimana data tersebut menjadi inti cerita dalam karya jurnalistik. Meski demikian, terkadang data seringkali menjadi pelengkap cerita dalam sebuah pemberitaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghnia Adzkia. 2019. Cerita Pakai Data, Bukan Asal Bicara. Diakses 24 September 2019. Dari <http://www.remotivi.or.id/amatan/505/Cerita-Pakai-Data,-Bukan-Asal-Bicara>
- Aitamurto, T., Sirkkunen, E., & Lehtonen, P. (2011). *Trends In Data Journalism*. Diakses pada 24 September 2019. http://virtual.vtt.fi/virtual/nextmedia/Deliverables2011/D3.2.1.2.B_Hyperlocal_Trends_In%20Data_Journalism.pdf
- Badri, Muhammad. 2017. Inovasi Jurnalisme Data Media Online di Indonesia. Prosiding Hasil Penelitian Media Cetak dan Media Online. Jakarta. Oktober 2017. 356-378.
- Gray, Jonathan, et al. (Ed). (2012) *The Data Journalism Handbook*. 2nd edn. Sebastopol, CA: O'Reilly Media Inc. Sumber : <https://datajournalismhandbook.org/handbook/one>
- Microsoft. (2015). *Microsoft Tekankan Pentingnya Pengolahan Jurnalisme Data yang Efisien bagi Industri Media*. Diakses pada 25 September 2019, dari <https://news.microsoft.com/id-id/2016/11/14/microsoft-tekanan-pentingnyapengolahan-jurnalisme-data-yang-efisien-bagi-industri-media/>
- Wendratama, E. (2015). *Jurnalisme Data Jaminan Kesehatan Nasional: Panduan Melakukan Jurnalisme Data tentang Jaminan Kesehatan Nasional*. Jakarta: MediaLink
- Utomo, Y.W. (2015). *Statistika, Komputer, dan Jurnalisme Masa Depan* Diakses pada 24 September 2019 <http://sains.kompas.com/read/2015/06/15/13021221/Statistika.Komputer.dan.Jurnalisme.Masa.Depan>