

MEDIA SOSIAL DAN ANTITESIS JURNALISME SOCIAL MEDIA AND JOURNALISM ANTITESIS

Hidayat Surya Abadi

Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam
Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email : soeryamuhammad@gmail.com

ABSTRACT

The internet entered a new era in the last few decades, through the development of social media. Its broad character without limits of space and time, makes it easily accessible and gives influence to anyone. On the one hand, this condition is very good. But on the other hand, the development of hoax is increasingly, being intensified by irresponsible people. This is where the role of mass media with the basis and rules of journalism is required to guard the flow of information that develops in the community. Various journalistic rules, including verification, must be a weapon to counteract hoax news. In order for the spirit of journalism to hold fast to the truth and focus on community development, it can be maintained.

Keywords: -

ABSTRAK

Perkembangan internet memasuki era baru beberapa dekade terakhir, melalui perkembangan media sosial. Karakternya yang luas tanpa batas ruang dan waktu, membuatnya mudah diakses dan memberi pengaruh kepada siapa saja. Di satu sisi, kondisi ini sangat bagus. Namun di sisi lain, perkembangan berita hoax semakin gencar dilakukan orang-orang tak bertanggung jawab. Disinilah peran media massa dengan dasar dan kaidah jurnalismenya, dituntut mengawal arus informasi yang berkembang di masyarakat. Berbagai kaidah jurnalistik, termasuk diantaranya verifikasi, harus bisa menjadi senjata menangkal berita hoax. Agar semangat jurnalisme yang berpegang teguh kepada kebenaran dan berfokus kepada pengembangan masyarakat, bisa tetap terjaga.

Kata-kata Kunci: -

PENDAHULUAN

Babak utama di tahun politik 2019, sudah kita lewati bersama. Namun imbas dan efeknya masih terasa hingga beberapa bulan setelahnya. Persaingan politik yang sudah biasa, dan menjadi agenda lima tahunan, terasa sangat kuat sekali dampaknya di jagad maya media sosial kita. Saling hujat, kecam, blokir

akun, fitnah, juga hoax, sehari-hari mengisi linimasa setiap pemilik akun media sosial. Padahal di dunia “nyata”, beberapa orang di sebuah desa di kawasan perbatasan kabupaten Sidoarjo dan Kabupaten Mojokerto, yang sempat penulis temui menjelang hari H pencoblosan, mengatakan tak terlalu ambil pusing dengan persaingan di gelaran pilpres atau

pileg tahun ini. Sesuatu yang kontradiktif.

Media sosial, menjadi salah satu pembahasan utama dalam kajian komunikasi dan jurnalistik, belasan tahun terakhir. Penggunaanya terus bertambah secara signifikan. Dukungan piranti smartphone yang mobile, semakin mengukuhkan posisi media sosial sebagai salah satu "kebutuhan primer" pada era sekarang, terutama bagi kalangan menengah ke atas. Akses informasi, sosialisasi, eksistensi diri, hingga transaksi barang dan jasa secara online, menjadi alasan utama seseorang memiliki dan membutuhkan media sosial.

Seperti dilansir websindo, berdasarkan data hasil penelitian yang dilakukan We Are Social perusahaan media asal Inggris, bekerja sama dengan Hootsuite, per Januari 2019, total pengguna Internet di Indonesia ada 150 juta pengguna aktif, atau sekitar 56% dari total jumlah penduduk Indonesia. Dari sekian itu ada 142,8 juta pengguna yang akses melalui perangkat mobile. Sejalan dengan itu, penggunaan media sosial otomatis dilakukan pengguna internet. Masih data per Januari 2019, total pengguna media sosial mencapai 150 juta. Jumlah pengguna media sosial ini mencapai 56% dari jumlah total penduduk Indonesia, dengan pengguna berbasis mobile device mencapai 130 juta. Tidak heran jika semua platform media sosial akhirnya fokus untuk optimalisasi aplikasinya di perangkat mobile.

Dampak meningkatnya pengguna media sosial, diantaranya pada sektor informasi. Media massa konvensional berbasis cetak hingga elektronik, sudah mulai dikesampingkan, atau kalau tidak

ingin dikatakan mulai ditinggalkan. Dengan media sosial, seseorang seperti memiliki media sendiri. Tak perlu harus punya koran, televisi, radio, atau media massa konvensional lainnya, agar dirinya tetap eksis. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media sosial berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan personal branding.

Dalam perkembangannya, media sosial tak hanya menjadi instrument aktualisasi diri, namun juga penyebaran konten informasi dan berita. Dengan banyaknya jumlah pengguna media sosial, sangat produktif dan membangun, jika konten informasi yang disebar melalui media sosial tersebut positif. Namun jika sebaliknya, maka potensi destruktifnya juga sangat besar. Taruhlah contoh kasus di awal penulis sampaikan. Bagaimana "perang dunia maya" antara pendukung capres satu, terjadi dengan pendukung capres lainnya. Atau pendukung caleg satu dengan caleg yang lain. Ironisnya, hal itu masif terjadi setiap hari menjelang gelaran pilkada serentak, bahkan setelahnya. Ada konflik yang serius antara sesama warga negara, meski mayoritas masih nampak di ranah media sosial.

Meski demikian, hal itu tidak boleh dianggap sebelah mata. Dalam pesatnya perkembangan teknologi informasi, dunia maya adalah sekaligus dunia nyata kita. Sejumlah kasus konflik di media sosial, akibat konten informasi atau postingan yang menyinggung pihak lain, terbukti

berujung pada konflik sesungguhnya. Kasus perkuliahian pelajar di Bogor, yang akhirnya menewaskan salah satu diantaranya, pada Maret 2019. Termasuk penembakan seorang warga di Sampang Madura, akibat beda pilihan capres, adalah dua contoh nyata bagaimana konflik yang awalnya ada di media sosial, menjadi konflik sesungguhnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan studi pendekatan kualitatif, dengan melakukan observasi, wawancara mendalam dan studi pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kehadiran media sosial sudah menjadi keniscayaan akan perkembangan teknologi informasi. Meski tidak secara langsung, namun media sosial bisa menjadi “ancaman” bagi jurnalis di media konvensional. Kecepatan akses informasi dan distribusi, sangat jauh lebih cepat dari media massa. Hal tersebut bisa dimaklumi, sebab ada kaidah, tahapan dan proses, yang harus dilalui media massa, sebelum mempublikasikan kegiatan jurnalistik, menjadi produk jurnalistik, atau produk pers.

Media Sosial, Sebuah Keniscayaan

Media sosial menjadi konsekuensi dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Taruhlah misal, sejak era jejaring pertemanan friendster dan aplikasi chat MIRC menjadi tren di Indonesia pasca tahun 2000-an, perkembangan media sosial di semakin pesat.

Revolusi komunikasi telah membentuk sebuah generasi dan

duniannya sendiri. Suatu fenomena yang belum pernah kita saksikan sebelumnya. Kemajuan teknologi informasi telah melahirkan apa yang disebut Tapscott sebagai “media literate kids”, anak-anak yang melek media. Generasi yang tumbuh dalam lingkungan media digital.

Sebagaimana konsekuensi dua sisi perkembangan teknologi. Media sosial juga mengalami hal serupa. Pemanfaatan yang baik dan benar, akan menghasilkan sesuatu yang positif dan membangun. Sementara penggunaan dan pengelolaan yang salah, juga mengakibatkan pola negatif bahkan destruktif.

Network society, jaringan interaksi sosial yang tak terbatas sekat demografi, budaya, agama, kelas sosial, dan lainnya, membuat media sosial yang berbasis jaringan internet memiliki keunggulan signifikan dalam hal jangkauan. Pemilik akun media sosial, sangat mudah memiliki teman baru, relasi bisnis baru, bahkan jodoh. Kawan lama, rekanan kerja, dan hubungan dengan keluarga jauh, yang sebelum era internet dan media sosial, masih dilakukan konvensional, kini bisa dengan mudah diwujudkan, melalui sentuhan jari-jari pada perangkat komputer atau gadget.

Kelebihan lain misalnya untuk melancarkan usaha dagang, tutorial online, bimbingan belajar online, dan masih banyak kemudahan-kemudahan lain dalam menambah wawasan keilmuan dan pengalaman. Termasuk diantaranya pula, mempromosikan keahlian diri, sekaligus kebutuhan eksistensi sosial pemiliknya.

Namun seperti dikatakan di awal, ada sisi berbeda dari media sosial, yakni sisi negatif, yang

cenderung kontra produktif bahkan destruktif. Akhir Juli 2016, misalnya. Saat kerusuhan bernuansa SARA terjadi di Tanjung Balai, Sumatera Utara. Rentetan kerusuhan disertai pembakaran rumah ibadah, kendaraan, serta tiga rumah warga, berawal dari postingan seorang pengguna media sosial, yang berbau provokatif.

Konflik berbau SARA itu sebenarnya dipicu permintaan seorang warga non muslim kepada takmir sebuah masjid, agar mengecilkan suara toa masjid. Hal itu sebenarnya sudah diselesaikan dengan mediasi di kantor kelurahan. Namun saat mediasi ada seorang pengguna medsos, mengunggah foto provokatif, hingga memancing aksi kerusuhan lebih besar. Ironisnya, unggahan konten provokatif itu, tak disertai penyeimbang, alias konten yang menimbulkan kesan damai dan menenangkan semua pihak.

Postingan foto, video, berita, status, bahkan laporan kejadian yang diunggah pemilik akun media sosial, menjadi konsumsi sebagian besar masyarakat sehari-hari. Seperti survey yang dilansir situs kompas.com, lebih dari separuh penduduk di Indonesia telah "melek" media sosial. Ini adalah temuan riset dari We Are Social, perusahaan media sosial asal Inggris, bersama dengan Hootsuite. Dalam laporan "Digital Around The World 2019", terungkap bahwa dari total 268,2 juta penduduk di Indonesia, 150 juta di antaranya telah menggunakan media sosial. Dengan demikian, angka penetrasinya sekitar 56 persen. Hasil riset yang diterbitkan 31 Januari 2019 lalu itu memiliki durasi penelitian dari Januari 2018 hingga Januari 2019. Terjadi peningkatan 20 juta pengguna

media sosial di Indonesia dibanding tahun lalu. Generasi milenial yang umum disebut generasi Y serta generasi Z mendominasi penggunaan media sosial. Pengguna media sosial di Indonesia paling banyak berada pada rentang usia 18-34 tahun. Pengguna pria lebih mendominasi, di mana pada rentang usia 18-24 tahun, jumlahnya mencapai 18 persen, lebih unggul dari pengguna wanita dengan persentase 15 persen.

Bisa kita bayangkan, jika pengguna internet dan media sosial sudah lebih dari separuh populasi penduduk di negara kita, maka mereka yang terpapar informasi dari media sosial, tentu lebih banyak dari angka survey tersebut. Khususnya bagi mereka yang tidak memiliki media sosial, dan hanya menerima dari pemilik akun medsos.

Sosial media sering menjadi piranti pertama yang menginformasikan sebuah peristiwa. Di era digital seperti sekarang, media sosial adalah salah satu alat favorit untuk menyuarakan pendapat masyarakat. Di Twitter, Facebook, dan Instagram misalnya, anda dapat mengunggah sebuah peristiwa yang tersaji tepat di depan mata. Informasi yang anda unggah, dapat tersebar secara real time kepada para pengikut. Meski media sosial kini menjadi medium favorit masyarakat untuk mengabarkan suatu peristiwa, namun penggunaan medsos untuk keperluan penyebaran informasi dinilai memiliki dampak buruk, dikarenakan informasi di medsos cenderung belum terbukti kebenarannya. Hal itu dapat menjadi bias di tengah-tengah masyarakat dan akhirnya berpotensi melahirkan bias dan distorsi informasi.

Jurnalisme Warga

Dalam sebuah artikel yang berjudul *Journalism in a New era*, Elizabeth Filippouli, founder sekaligus CEO, Global Thinkers and Global Thinkers Forum, mengatakan :

"Journalists and mainstream media have found themselves in a very difficult situation. They have realized the need to change, that they are actually forced to change. Journalists do not control the message anymore. In the old days they would decide on what is newsworthy, important. The entire world would watch, listen to them in awe, swallowing unquestionably every single word they'd utter"

Apa yang ditulis Elizabeth, April 2013 silam setidaknya sudah terbukti. Kasus tutupnya sejumlah surat kabar di Amerika, menjelaskan bahwa media massa mainstream berupa koran, tak mampu terus bertahan dengan gempuran internet, media online dan terakhir aplikasi media sosial yang terintegrasi di dalamnya.

Media sosial yang muncul belakangan ini memang mengubah panorama jurnalisme di Indonesia. Terutama yang menyangkut proses pengumpulan berita, proses pembuatan berita, dan proses penyebaran berita. Kerugian timbul apabila pemberitaan yang muncul dari pelbagai outlet media sering tampil secara bias, mengesampingkan isu-isu penting untuk publik, tetapi mengedepankan kepentingan para pemilik media. Belum lagi isi media makin menghindari dari risiko menjadi jurnalisme yang baik, mengurangi upaya melakukan kerja jurnalisme investigasi.

Ketika CNN memperkenalkan TV berita 24/7 pada tahun 1981, kekuatan pelaporan langsung dari medan perang membuat penonton terpana, terpesona, terpaku di depan layar TV mereka. Namun, situasi berubah saat ini. Dimana video web, dan video smartphone ada di mana-mana. Breaking news dilontarkan ke dunia maya melalui Twitter atau Facebook oleh siapa saja, yang menjadi reporter menggunakan smartphone menangkap berita eksklusif yang ada di depan mereka.

Berbicara tentang jurnalisme warga atau citizen journal, tidak bisa lepas dari konsep yang memayunginya yaitu Online Journalism. Mark Deuze, profesor dari University of Amsterdam dan ahli media digital, mengkonstruksi 4 tipe online journalism, berdasarkan keterkaitan dengan editorial mainstream media, dan konektivitas pada publik di satu sisi, serta unmoderated dan moderated communication disisi lainnya. Keempatnya antara lain :

Pertama "Mainstream News Sites." Web yang dimiliki media konvensional yang biasanya hanya berupa versi online dari media konvensional. Di Indonesia bisa dibilang saat ini telah dimiliki oleh konvensional media, contohnya kompas.com, liputan6.com, mediaindonesia.com, suaramerdeka.com, dan lainnya.

Kedua, "Index and Category Sites". Tipe online media ini digunakan untuk menghubungkan pembaca dengan news site yang ada di internet. Contohnya adalah yahoo!, google.com, AOL. Kategori ini melibatkan editor yang memonitor breaking news, forum diskusi, dan monitor chat. Selanjutnya ada "Meta and Comment

Sites". Tipe ini berupa situs informasi, data dan hasil penelitian yang berkaitan dengan jurnanisme dan media. Contohnya poynter.org dan weblog yang dioperasikan oleh para pengkritisi media bisa masuk dalam kategori ini.

Keempat "Share and Discussion Sites". Tipe terakhir ini berisi tentang situs yang fokus pada kepentingan publik, berupa komunikasi partisipator yang minim pengeditan dan moderator. Situs berisi posting berita, informasi dan analisis yang dibuat pemilik situs. Dari keempat tipe ini citizen journalism masuk dalam kategori ke 4 yaitu share dan discussion sites.

Ada beberapa istilah yang dikaitkan dengan konsep CJ (di Indonesia biasa disebut jurnanisme warga) diantaranya public journalism, civic journalism, advocacy journalism, citizens media participatory journalism, participatory media, open source reporting, distributed journalism hingga grassroot journalism.

Shayne Bowman & Chris Willis (2003) mendefinisikan citizen journalism sebagai ".....the act of citizens playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing, and disseminating news and information". Ini artinya warga memiliki hak untuk menjadi pencari, pemroses dan penganalisa berita untuk kemudian dilaporkan kepada masyarakat luas melalui media. Sementara Wood and Smith, mendefinisikan netizens (sebutan untuk citizen journalist) sebagai sekelompok warga yang aktif memberikan kontribusi berita seiring dengan perkembangan internet. Menurutnya netizen harus memahami nilai - nilai kerja kolektif dan aspek-aspek yang harus dimiliki dalam

menjalankan proses komunikasi publik.

Dengan berbagai definisi dan pandangan itu, lantas apakah yang dilakukan oleh warga dalam hal menginformasikan melalui media sosial dan pelaporan dalam konteks citizen journalism, juga merupakan produk jurnalistik? Terkait hal ini, sejumlah praktisi jurnalistik memiliki pendapatnya sendiri-sendiri. Ketua Aliansi Jurnanisme Independen (AJI) Kota Semarang, Edi Faisol, mengatakan dalam sebuah seminar literasi media di Semarang, bahwa Informasi atau sebuah produk berita yang terdapat dan disebarakan melalui media sosial (medsos) seperti facebook, twitter dan lainnya bukan merupakan karya jurnalistik media. Dan hal ini akan rawan digugat oleh pihak lain yang merasa dirugikan. Membanjirnya informasi dari medsos tak bisa dibatasi, karena dalam 1 menit saja, dihasilkan 98.000 cuitan twitter, 1.500 unggahan blog, 168 juta surel ,600 video baru di youtube. Sehingga menurutnya, perlu bijak untuk memanfaatkan medsos ini.

Senada, ketua dewan pers Yoseph Stanley Adi Prasetyo menegaskan ada perbedaan mencolok antara produk yang dihasilkan lembaga pers dan media sosial (medsos). Perbedaannya, pers menghasilkan berita sedangkan medsos hanya bersifat informasi yang kebenarannya belum tentu bisa dipertanggungjawabkan. Pers pasti ada wartawan, ada tanggung jawab jurnalistik, ada prosedur, sedangkan medsos tidak ada.

Namun demikian, agak berbeda dengan fenomena citizen journalism, yang berkembang akhir-akhir ini. Pakar media sosial, Nu'man Luthfi memberikan pendapat yang

agak longgar mengenai aktifitas jurnalisisme warga tersebut. Kemunculan media sosial membuat orang-orang mendapat sumber lain informasi, tidak melulu dari media massa dalam jaringan, cetak maupun elektronik. Menurutnya, hal itu merupakan konsekuensi dunia digital, dimana setiap orang bisa jadi pembuat berita sekaligus penyebar berita.

Media sosial yang terbuka untuk umum menumbuhkan citizen journalism atau jurnalisisme warga, sehingga mereka yang tidak berprofesi sebagai wartawan turut memberikan informasi kepada publik. Meski demikian, aktifitas jurnalistik model ini tentu berbeda dengan apa yang dianut oleh media jurnalistik, terutama berkaitan dengan akurasi informasi. Citizen journalism, bisa berupa opini atau laporan peristiwa.

Selanjutnya Nu'man memberikan beberapa kiat agar mereka yang tertarik mengikuti jurnalisisme warga ini mendapat kepercayaan, sebagai berikut:

1. Konten orisinal

Menurut Nukman, konten yang orisinal merupakan hal yang harus dipenuhi oleh para citizen journalist.

2. Etika public

Etika publik yang paling harus diperhatikan menurut Nukman adalah mengenai kejujuran. Penulis tidak boleh berbohong mengenai informasi, baik berupa teks maupun foto. Hal itu untuk membangun kredibilitas. Kredibilitas tidak bisa dibangun dari satu-dua tulisan, melainkan perlu waktu hingga tahunan.

3. Format cerita

Para jurnalis warga disarankan untuk membuat tulisan berformat cerita. Minimal dengan kaidah 5W+1H

(what, who, when, where, why dan how) seperti layaknya jurnalis media.

4. Konsisten

Menjaga konsistensi mempublikasikan berita bagi para jurnalis warga perlu dilakukan bila mereka ingin dikenal. Usahakan mengunggah tulisan sesuai dengan waktu yang disanggupi, misalnya seminggu sekali. Bila perlu, siapkan beberapa tulisan untuk diunggah dalam waktu yang berbeda.

5. Spesialisasi Bidang

Sebaiknya, usahakan fokus mengenai bidang tertentu, sesuai dengan keahlian atau yang diminati, agar mendapat nama di pembaca.

6. Media Sosial

Manfaatkan media sosial untuk mempromosikan tulisan. Misalnya, ketika sudah mengunggah tulisan di blog atau platform citizen journalism, bagikan tautan tulisan di Twitter, Facebook, maupun WhatsApp agar banyak orang yang membaca.

Media Sosial, Antitesis Jurnalisisme?

Pertanyaan dalam judul diatas, sepintas merupakan sesuatu yang klise. Namun demikianlah kenyataan yang ada dalam fenomena dunia media dan jurnalisisme kita saat ini. Sebelum mengulasnya lebih jauh, mungkin kita dapat berpijak dahulu pada konsep jurnalisisme yang ada. Sebab pada kenyataannya, seringkali konten negatif yang disampaikan melalui media sosial, seperti contoh kasus peristiwa bernuansa SARA di Tanjung Balai, tidak serta merta diimbangi dengan postingan yang positif dan mendamaikan. Kondisi ini menjadi sangat rawan, dan terbukti menciptakan konflik antar warga.

Lalu sebenarnya sebegitukah, media sosial “mengalahkan” konsep jurnalisisme? Sehingga informasi yang

belum tentu kebenarannya dan beredar di masyarakat, lebih mudah dipercaya, dibanding menunggu berita “resmi” dari media massa, dengan seluruh proses jurnalistik yang dilewati. Ada elemen mendasar dalam proses produk jurnalistik. Sebab menurut Bill Kovach dan Tom Rosenthal, jurnalisisme hadir untuk membangun masyarakat. Jurnalisisme ada untuk memenuhi hak-hak warga negara. Jurnalisisme ada untuk demokrasi. Keduanya menyatakan dalam *Elements of Journalism* yang terdiri sembilan butir, yakni :

1. Kewajiban pertama jurnalisisme adalah pada kebenaran
2. Loyalitas pertama jurnalisisme adalah kepada masyarakat
3. Intisari jurnalisisme adalah disiplin verifikasi
4. Praktisi jurnalisisme harus menjaga independensi terhadap sumber berita
5. Jurnalisisme harus menjadi pemantau kekuasaan
6. Jurnalisisme harus menyediakan forum kritik maupun dukungan masyarakat
7. Jurnalisisme harus berupaya keras untuk membuat hal penting menarik dan relevan
8. Jurnalisisme harus menyiarkan berita komprehensif dan proporsional
9. Praktisi jurnalisisme harus diperbolehkan mengikuti nurani mereka

Ada anggapan sementara pihak, apakah sikap masyarakat yang mudah berbagi informasi tidak sedang turut berpartisipasi dalam mengkreasi kecemasan massal ataupun kebohongan bersama? Di sini, unsur dasar jurnalisisme dibutuhkan yakni verifikasi. Di sini

peran wartawan tetap diperlukan. Wartawan harus bisa memverifikasi informasi sebelum tersebar luas agar tidak terjadi kebingungan di kemudian hari.

Hal itu sangat beralasan. Mengingat bagaimana selama ini media sosial “turut membangun” banyak berita bohong atau hoax, pemelintiran fakta dan pernyataan, bahkan hingga fitnah. Dalam keterangan rilisnya atas survey yang telah dilakukan pada Februari 2017 terkait maraknya informasi palsu atau hoax di Indonesia, Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel) menyebutkan media sosial menjadi sumber utama peredaran hoax. Proses survei dilakukan secara online dan melibatkan 1,116 responden. Sebanyak 91,8 persen responden mengatakan berita mengenai Sosial-Politik, baik terkait Pemilihan Kepala Daerah atau pemerintah, adalah jenis hoax yang paling sering ditemui, dengan persentase di media sosial sebanyak 92,40 persen. Selain itu, 62,8 persen responden mengaku sering menerima hoax dari aplikasi pesan singkat seperti Line, WhatsApp atau Telegram.

Sementara DailySocial.id mencoba mendalami karakteristik persebaran hoax dari sudut pandang penggunaan platform. Bekerja sama dengan Jakpat Mobile Survey Platform, media teknologi yang berfokus pada informasi, opini, dan discovery itu, menanyakan kepada 2032 pengguna smartphone di berbagai penjuru Indonesia tentang sebaran hoax dan apa yang mereka lakukan saat menerima hoax. Beberapa temuan data yang didapatkan antara lain :

- Informasi hoax paling banyak ditemukan di platform Facebook

(82,25%), WhatsApp (56,55%), dan Instagram (29,48%).

- Sebagian besar responden (44,19%) tidak yakin memiliki kepiawaian dalam mendeteksi berita hoax.
- Mayoritas responden (51,03%) dari responden memilih untuk berdiam diri (dan tidak percaya dengan informasi) ketika menemui hoax.

Fenomena seperti ini tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga di beberapa Negara lainnya. Menjelang pemilihan presiden Amerika Serikat beberapa waktu lalu, berita-berita yang paling banyak beredar di media sosial Amerika Serikat adalah berita abal-abal. Minimnya literasi digital juga dialami negara maju yang masyarakatnya berpendidikan tinggi. Sekitar 59 persen konten yang dibagikan di media sosial tidak pernah di-klik atau dibuka, tetapi hanya dibaca sepiantas lalu.

Terlebih, di dalam media sosial tidak ada prosedur penyaringan layaknya di media konvensional (arus utama) seperti koran, majalah, radio, dan televisi. Segala jenis konten langsung ditampilkan apa adanya, bahkan banyak yang telah dibumbui demi sensasi dan bombastisnya sebuah informasi. Banjir informasi di media sosial mengarahkan netizen justru mencari konten yang membenarkan pemikirannya, bukan yang memberi sudut pandang berbeda.

Bahkan ironisnya, dengan kecenderungan ini, juga karena tuntutan bisnis, media-media online akhirnya latah mengikuti arus dengan membuat berita-berita berjudul bombastis. Fenomena ini terkenal dengan nama "*clickbait*".

Fenomena *clickbait* mencuat dalam dunia digital khususnya media online, tujuannya hanya satu untuk menarik pembaca atau warganet masuk ke sebuah situs web dan mendulang apa yang disebut sebagai *page view* atau jumlah klik yang masuk. Mark Bulik, editor senior The New York Times mengatakan secara tersirat bahwa ada perubahan strategi pembuatan judul dalam memasuki era digital. Namun, bagi The New York Times, Bulik mewanti-wanti agar judul yang muncul tidak membuat pembaca merasa tertipu saat membaca dan menuntaskan sebuah artikel. Menurut Bulik, ukuran *clickbait* adalah saat pembaca merasa tertipu.

Clickbait merupakan manipulasi. Abhijnan Chakraborty, dari Indian Institute of Technology Kharagpur, dalam papernya berjudul "Stop Clickbait: Detecting and Preventing Clickbaits in Online News Media" mengungkapkan bahwa *clickbait* mengeksploitasi sisi kognitif manusia yang disebut *curiosity gap*.

Judul *clickbait* memantik konsekuensi emosional itu. Pembaca yang mengklik artikel merupakan pembaca yang ingin memuaskan sisi emosional. Yang menarik, meskipun *clickbait* dianggap manipulasi atau jebakan, korbannya justru sadar bahwa mereka telah tertipu. Namun, beruntung, sudah ada beberapa aplikasi mencoba membantu warganet untuk mendeteksi adanya informasi atau berita yang punya kecenderungan *clickbait*. Kecenderungan yang dilakukan media massa itu sangat mudah dipahami, mengingat masyarakat mudah sekali terpapar informasi awal yang menarik, layaknya arus berita hoax yang gencar.

Kembali ke konteks berita hoax.

Dengan banyaknya kasus penyebaran hoax yang terjadi melalui media massa, maka sebenarnya, konteks antitesis terhadap jurnalisme memang terjadi. Jika kita berangkat dari asumsi bahwa pengertian jurnalisme adalah semacam paham pencarian hingga publikasi kebenaran informasi, maka konten penulisan hingga penyebaran berita bohong hingga fitnah, tentu saja menjadi hal yang kontradiktif. Hal yang sama berlaku dalam menilai konteks produk jurnalistik, yang berkewajiban melalui berbagai tahapan, sebelum bisa dipublikasikan dengan tanggung jawab penuh media maupun wartawan yang menulisnya.

Lebih lanjut bisa kita lihat, konten yang diproduksi oleh pengguna media sosial, berupa informasi, foto, hingga video, tak jarang sangat bertentangan dengan kode etik jurnalistik. Taruhlah misal foto kecelakaan, pencabulan anak dibawah umur, hingga penghakiman pelaku kejahatan oleh warga, seringkali kita saksikan melalui video atau foto di linimasa media sosial. Meski demikian, di sisi lain, konten visual itu juga dimanfaatkan media massa mainstream, untuk menarik pembaca atau pemirsanya, meski tentu dengan kaidah jurnalistik yang ada, misal dengan menyebutnya "video amatir", hingga membuat blur konten visual yang tidak boleh ditayangkan.

Berita bohong ini menjadi persoalan yang membuat kredibilitas media serta dunia jurnalistik terpuruk dan sepertinya, jurnalis-me berjalan lamban sementara hoaks menyebar dengan sangat cepat. Sebagian orang meragukan berita-berita yang

berseliweran karena tidak ada jaminan kebenaran dari berita itu. Disisi lain, peran sebagai pengecek atau pengonfirmasi fakta belum banyak dialami media massa arus utama. Kekuatan sebagai mengon-firmasi fakta ini menjadi nilai tawar media massa arus utama. Karena, disiplin verifikasi dan akurasi adalah prinsip jurnalistik yang menjadikan media massa tetap kredibel dan dipilih publik.

Memasuki era di mana banyak sekali beredar fakta alternatif, jurnalis justru harus tetap berpegang teguh pada prinsip jurnalistik, yakni disiplin ketat pada verifikasi dan pengecekan fakta. Cara kerja pengecekan fakta misalnya, pernyataan yang meragukan di media sosial itu dengan cepat dicek kebenarannya dengan verifikasi dan klarifikasi kepada sumbernya atau melalui saluran resmi lainnya. Setelah dipastikan benar atau palsu, Jurnalis pengonfirmasi fakta menuliskannya ke dalam sebuah berita dan diterbitkan kembali. Kemudian pernyataan mencuri gakan itu disimpan sebagai data, yang suatu saat bisa dijadikan bahan perbandingan pemberitaan selanjutnya.

Akhirnya, hal yang membuat berita bohong menjadi berbahaya karena ia meruntuhkan premis utama dalam jurnalistik, yakni akal sehat. Jika akal sehat tidak memenangi pertarungan ini (melawan berita bohong), apakah jurnalis harus menyerah?. Disinilah pentingnya produk jurnalistik media massa, yang membawa marwah elemen-elemen jurnalisme, tetap dihadirkan di tengah masyarakat. Pelebaran sayap media massa cetak atau elektronik, dengan membuat media online, tetap harus kita sangka baik, bahwa tentu salah

satunya dilakukan untuk mengimbangi cepatnya informasi yang beredar melalui media sosial yang berbasis internet. Meski sementara ada yang menganggapnya “pelebaran sayap” media massa mainstream itu merupakan praktik monopoli media bahkan konglomerasi. Hal itu adalah konsekuensi yang harus diterima. Apalagi memang, salah satu ruh utama dari kehidupan media massa adalah perolehan iklan. Dengan merambah dunia digital internet yang cakupannya mendunia, iklan lebih mudah masuk dan dinikmati banyak orang, hingga akhirnya bisa menghasilkan profit bagi media bersangkutan.

Melihat perkembangan luar biasa atas kegiatan jurnalistik yang dilakukan pengguna media sosial, beruntung sejak 2008, pemerintah membuat undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik atau UU ITE. Meski kemudian masih banyak evaluasi yang dilakukan terhadap undang-undang itu, setidaknya bisa memberi angin segar kepada masyarakat dan mengurangi kekhawatiran mereka akan pengaruh berita hoax.

Lantas bagaimana dengan konsep jurnalisme warga, atau citizen journalism, yang perkembangannya juga sangat pesat? Apakah kontennya juga merupakan kontradiksi dari produk jurnalistik?. Dua pertanyaan itu, tentu saja harus dijawab dengan sangat hati-hati.

Beberapa media massa mainstream, justru menampung karya masyarakat melalui bermacam rubrik jurnalisme warga. Bahkan beberapa diantaranya memberikan honorarium, bagi warga yang beritanya ditayangkan maupun dimuat. Penulis

berpikir apa yang dilakukan media massa arus utama dalam menyikapi perkembangan jurnalisme warga tersebut, layak diapresiasi. Meski bukan sebagai pembenaran atas karya jurnalistik warga, yang belum tentu memenuhi kaidah kode etik jurnalistik, namun setidaknya media massa bersangkutan bisa menyunting berita, atau memberikan arahan kepada para pelaku jurnalisme warga. Masih banyak persoalan lain yang ditemui dalam melihat persoalan antara jurnalisme dan media sosial. Namun, ini memang suatu pertanda munculnya era baru dalam dunia media komunikasi, menantang masyarakat untuk lebih mendalaminya, dan mencoba memahami serta kembali pada esensi utamanya: untuk apa komunikasi diciptakan? Untuk memudahkan manusia berhubungan dengan manusia lain, untuk lebih “memanusiakan manusia” atau malah menuju pola dehumanisasi.

KESIMPULAN

Perkembangan media sosial yang berbasis jaringan internet, tak dapat dipungkiri. Pesatnya perkembangan itu, ditandai dengan terus meningkatnya pengguna media sosial, khususnya di Indonesia. Berbagai dampak tentu ditimbulkan dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dampak positifnya adalah setiap pengguna media sosial bisa berinteraksi lebih luas, tak terbatas ruang dan waktu. Sementara efek negatifnya yakni tidak terfilternya informasi yang beredar disana.

Harus ada penyeimbang dalam menyikapi kebebasan informasi yang seringkali “keluar batas”, dari nilai maupun kaid-

kaidah jurnalistik. Maraknya berita hoax, dan ratusan ribu situs yang mempublikasikannya, menjadi alasan kuat bahwa media massa yang membawa marwah jurnanisme, harus tetap bertahan.

Berita hoax, saling caci maki, bahkan fitnah yang terjadi di media sosial, merupakan antitesis dari konsep jurnanisme, yang salah satu pilarnya adalah berpegang kepada kebenaran.

Selain dibutuhkan ketahanan dari media massa arus utama, untuk terus bertahan dengan marwah jurnanisme, diharapkan masyarakat meningkatkan pola literasi media, yang didukung upaya pemerintah dengan memberikan undang-undang ITE, untuk meminimalisir berita hoax yang terjadi. Selain itu, media massa arus utama yang telah mengakomodir karya jurnanisme warga, juga diharapkan bisa memberikan masukan positif, agar warga yang aktif memberitakan informasi melalui media massa mainstream, bisa lebih mengerti kaidah-kaidah jurnalistik, agar karya jurnalistiknya ikut menjadi bagian dari konsep jurnanisme yang membangun.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Berkman, I Robert and Christopher A. Shumway. 2003. *Digital Dilema: Ethical Issues for Online Media Professionals*. Iowa State Press

Bowman, S. and Willis, C. "We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information." 2003, *The Media Center at the American Press Institute*

Dian Muhtadiah Hamna, Dian, *EKSISTENSI JURNALISME DI ERA MEDIA SOSIAL*, Jurnalisa Vol 03 Nomor 1/ Mei 2017

Haryanto, Ignatius. 2014. *Jurnanisme Era Digital; Tantangan Industri Media Abad 21*. Jakarta: Kompas

Ibrahim, Idi Subandy, 2011, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*, Yoyakarta, Jalasutra, hal 102

• Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel. 2006. *Sembilan Elemen Jurnanisme*. Jakarta: Yayasan Pantau

Kovach, Bill dan Tom Rosenstiel. 2012. *Blur; Bagaimana Mengetahui Kebenaran di Era Banjir Informasi*. Jakarta: Dewan Pers

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Nasution, Zulkarimein. 2015. *Etika Jurnanisme; Prinsip-prinsip Dasar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Wood, F Andrew and Matthew J Smitt. 2005. *Online Communication*. London. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers

Artikel dari website

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-internet/>

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>

<https://bogor.kompas.com/read/2019/03/18/12272721/saling-ejek-di-media-sosial-berujung-maut-satu-pelajar-tewas>

<https://news.detik.com/berita/d-4503214/pengakuan-idris-yang-tembak-mati-subaidi-karena-beda-pilihan-pilpres>

<https://www.merdeka.com/peristiwa/kerusuhan-di-tanjungbalai-bukti-media-sosial-jadi-pisau-bermata-dua.html>,

"Separuh Penduduk Indonesia Sudah "Melek" Media sosial"

<https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/19140037/separuh->

penduduk-indonesia-sudah-melek-
media-sosial. diakses 27 juli 2019
Journalism In a New Era, Elizabeth
Filippouli
https://www.huffpost.com/entry/journalism-in-a-new-era_b_3808928?guccounter=1,
diakses 27 Juli 2019

Daftar Media Cetak Amerika Yang
Gulung Tikar,
<https://dunia.tempo.co/read/502699/daftar-media-cetak-amerika-yang-gulung-tikar>

“Produk Medsos Bukan Karya
Jurnalistik Media”
<https://www.suaramerdeka.com/news/baca/181206/produk-medsos-bukan-karya-jurnalistik-media>

“Dewan Pers: Produk Medsos Bukan
Berita”,
<https://nasional.sindonews.com/read/1170362/15/dewan-pers-produk-medsos-bukan-berita-1484212683>

“berminat Jadi Citizen Journalism? Ini
Tipsnya”
<https://www.antaraneews.com/berita/614214/berminat-jadi-citizen-journalist-ini-tipsnya>

“Survei : Media Sosial Jadi Sumber
Utama Penyebaran Hoax”
<https://www.liputan6.com/tekno/read/2854713/survei-media-sosial-jadi-sumber-utama-penyebaran-hoax>

“Laporan DailySocial: Distribusi Hoax
di Media Sosial 2018”
<https://dailysocial.id/post/laporan-dailysocial-distribusi-hoax-di-media-sosial-2018>

“Clickbait, Jebakan Judl Berita yang
Menipu Pembaca”,
<https://tirto.id/clickbait-jebakan-judul-berita-yang-menipu-pembaca-cF7b>

Rum Ahmad Yusuf , “Media Sosial
Menekan Jurnalisme”,
<http://harian.analisadaily.com/opini/>

news/media-sosial-menekan-jurnalisme/538872/2018/04/16