

INOVASI JURNALIS DARING DALAM KOLABORASI TIM CEK FAKTA SELAMA PEMBERITAAN PILPRES 2019

Dian Tri Hapsari
diantrihapsari@upnvj.ac.id
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Jakarta

Article Info

Keyword:

Online Media, Social Media, Hoaxes, Diffusion of Innovations, Media Literacy

Abstract

The development of information through social media gave birth to the phenomenon of decrease quality information with easy spread of hoaxes. This research analyzes the formation collaboration of the fact check team from several elements of the media community such as the Indonesian online Media Association (AMSI), the Alliance of Independent Journalists (AJI), the Indonesian Anti-Defamation Society (Mafindo), and 24 mainstream online medias in Indonesia during the 2019 Presidential Election news. This reserch argues that the collaboration is a diffusion of innovation over the changing digital culture system of Indonesian society. Seeing this phenomenon, this article argues the importance of collaborative innovation among elements of mass media in strengthening mass media institutions as a gatekeeper for reliable information sources and media literacy amid the rapid development of digital news and newsrooms. This qualitative research aims to remind the importance of media activists to continue collaborating in innovation digital space such as the fact check team activities to increase media literacy in the disruption era. The conclusion of this research states that process diffusion of innovation of collaborating fact checking by the media community has changed journalist work to do high quality logic of journalism. Media innovation that promotes data journalism is a main foundation for combating hoax in the digital media in order to establish democratic public sphere.

Copyright © 2020 Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia digital secara global telah mempengaruhi bagaimana teknologi mengubah cara masyarakat dalam berbagi informasi. Media sosial adalah salah satu contoh teknologi yang meningkatkan pengguna sebagai sumber informasi. *The Project for Excellence in Journalism 2009* (dalam Westerman 2012: 171) melaporkan jaringan media sosial menjadi bagian penting dalam pendistribusian berita. Westerman (2012) berpendapat bahwa tren meningkatnya penggunaan media sosial untuk mencari sumber informasi membuat media massa juga ikut menggunakan platform media sosial seperti di mikro blog *twitter* dalam penyebaran judul berita. Pernyataan Westerman tersebut merupakan bahasan penting artikel ini. Penulis memberi perhatian terhadap peningkatan teknologi komunikasi baru telah mengubah juga budaya masyarakat Indonesia dalam mencari dan membagikan sumber informasi. Pengguna media sosial (*netizen*)

sebagai *gatekeeper* dari produsen ke konsumen arus informasi pemberitaan di era digital. Saluran baru ini memberikan potongan informasi baru yang tidak tersedia di saluran yang memiliki legitimasi seperti media massa arus utama.

Data dari survey Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) menunjukkan media sosial di Indonesia digunakan untuk mencari sumber informasi topik serius; sebanyak 50,26 persen masyarakat mencari sumber informasi berita sosial dan lingkungan, 41,6 persen untuk membaca informasi agama, 36,94 persen untuk mencari berita politik (katadata, 2018). Perkembangan media digital kontemporer saat ini banyak membuat perubahan cara berkomunikasi, cara mencari berita informasi, bahkan kehidupan sosial dan politik yang lebih luas di Indonesia. Statistik resmi menyebutkan penetrasi internet di Indonesia masih relatif rendah. Namun kenyataannya, kekuatan media partisipatoris yang bergerak dari bawah sangat lazim.

Corresponding Author:

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Jakarta
Jl. RS. Fatmawati Raya, Pd. Labu, Kec. Cilandak, Kota Depok, Jawa Barat 12450
Email: diantrihapsari@upnvj.ac.id

Media sosial adalah kategori saluran umum dan aplikasi yang menyoroti kolaborasi untuk membuat dan mendistribusikan konten. Kolaborasi ini tidak hanya terdiri dari penciptaan konten bersama, tetapi juga mendiskusikan konten untuk meningkatkan pemahaman bersama tentang suatu isu tertentu. Dengan demikian, media sosial dibangun di atas karakteristik fundamental Web 2.0: mereka adalah situs untuk memanfaatkan kecerdasan kolektif (O'Reilly & Battelle, 2009). Namun pertanyaan besarnya terhadap fenomena ini adalah bagaimana masyarakat umum membuat suatu penilaian atas kredibilitas sumber informasi. Contoh platform media sosial yang saat ini digemari masyarakat dapat disebutkan sebagai berikut *Path, Facebook, YouTube, Flickr, Instagram*, dan *Twitter*. Di antara nama-nama yang disebutkan tersebut, Twitter (<http://www.twitter.com>) memegang peranan besar sebagai media sosial untuk informasi. Twitter adalah layanan micro-blogging yang dimulai pada Maret 2006 (twitter.com). Tampilan koneksi micro-blogging telah memengaruhi penilaian pembaca terhadap kredibilitas sumber tentang persepsi yang dirasakan pemilik halaman (Westerman, Spence & Van Der Heide, 2012: 199)

Di sisi lain, perluasan penggunaan media sosial tersebut juga membangkitkan momentum harapan baru dan meningkatkan partisipasi politik dan pemberdayaan masyarakat di Indonesia. Masyarakat Indonesia tergolong sebagai pengguna media sosial paling aktif sedunia. Pada Januari 2017, pengguna internet di Indonesia diperkirakan sebanyak 132,7 juta jiwa, termasuk 92 juta menggunakan media sosial melalui telepon genggam dan 106 juta penduduk Indonesia memiliki akun Facebook. Sementara itu, ada 20 juta penduduk Indonesia yang memiliki akun Twitter, yang merupakan jumlah pengguna nomor tiga tertinggi di dunia. Sebesar 70 persen populasi daring penduduk Indonesia berada di bawah usia 35 tahun dengan sebagian besar frekuensi penggunaan media sosialnya hampir setiap hari (*We are Social*, 2017).

Besarnya potensi media sosial menjadi sumber informasi politik telah mendorong optimisme pemberdayaan digital dan pembaruan ruang publik hingga memfasilitasi jurnalisme warga sebagai bentuk partisipasi publik terhadap transparansi. Namun,

perkembangan arus informasi melalui media sosial juga melahirkan fenomena penurunan kualitas informasi dengan meningkatnya penyebaran berita bohong atau yang disebut sebagai hoax. Selain juga peningkatan keberadaan kelompok-kelompok radikalisme baru melalui media online (Lim, 2017: 3).

Fenomena tersebut dapat dilihat jelang Pilkada DKI 2017 yang diwarnai aksi demonstrasi yang diikuti oleh ribuan orang. Aksi demonstrasi terkait pernyataan Gubernur DKI Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) yang dianggap menista agama itu menurut BBC merupakan salah satu Pilkada yang paling memecah belah warga Jakarta (Christine, 2017). Gelombang aksi demonstrasi besar-besaran ini bukan hanya menjadi pemberitaan di media massa namun juga di ranah media sosial. Para demonstran secara aktif menayangkan aksi-aksi mereka melalui tayangan video, meme, foto, teks dalam akun media sosial mereka melalui tagar #Aksi212, #AksibelaIslam, #Aksi411, #AksibelaQuran, #tangkapAhok, dan #penjarakanAhok. Sementara itu, pendukung Ahok menuduh para pemrotes sebagai bentuk rasisme yang nilai-nilainya tidak sesuai dengan nilai-nilai dasar NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia). Sebagian pendukungnya bahkan memuji Ahok sebagai orang suci dan seorang martir yang menjadi korban politisasi agama. Para pendukung Ahok memberikan label lawan mereka dengan sebutan nama kearab-araban, radikal, tidak Bhineka Tunggal Ika, fundamentalis, intoleransi hingga teroris (Lim, 2017).

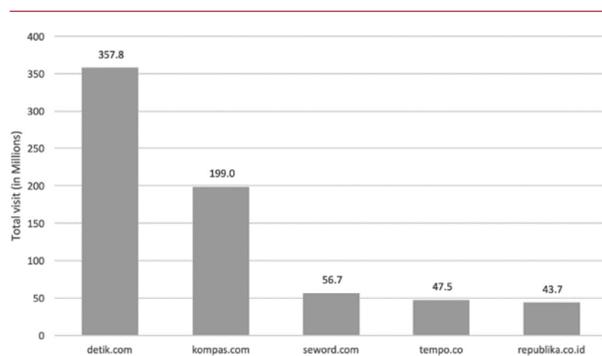
Kemampuan media baru yang dapat memfasilitasi pengguna sebagai produsen dan penyebar informasi kepada khalayak dimanfaatkan kelompok-kelompok politik tertentu untuk membangun narasi sesuai tujuan politik mereka. Merlyna Lim (2017) menganggap pegiat kampanye pro dan anti-Ahok menciptakan dan mengelola situs web yang memberikan informasi satu sisi, sekaligus beberapa situs web tersebut dengan sengaja mempublikasikan konten dan disinformasi. Sebagai contoh, beberapa situs web pro-Ahok sebenarnya adalah parodi situs web Islam. Contohnya termasuk *arrahmahnews.com* (plesetan dari situs *arrahmah.com*), *voa-islamnews.com* (plesetan dari situs *voa-islam.com*), dan *pkspuyengan.com* (sebuah plesetan dari *pkspiyungan.com*) yang sekarang sudah tidak aktif lagi. Selama kampanye Pilkada, situs-situs Islam

digunakan untuk menyebarkan pandangan konservatif dan sektarian yang anti-Ahok.

Pro-Ahok websites	Anti-Ahok websites
http://www.seword.com	http://www.posmetro.info
http://www.gerilyapolitik.com	http://www.saracenews.com
http://www.beraninews.com	https://pembawaberita.com
http://www.itukoran.com	http://www.muslimbersatu.net
http://www.cerianews.com	http://www.mediaopini.com
http://www.benderanews.dub	http://berita.islamedia.id
http://www.pemataneews.com	http://www.opinibangsa.id
http://www.funisia.net	http://www.idnusa.com
http://www.beritakepo.com	http://www.mimbamerah.net
https://www.berita168.com	http://www.portal-islam.id
http://www.infoteratas.com	http://www.portal-pijungan.com
http://www.pkspuyengan.com	http://portalpijungann.blogspot.com
http://arrahmahnews.com	http://www.arrahmah.co.id
http://voa-islamnews.com	http://www.voa-islam.com
https://aksiberita.blogspot.ca	http://www.mediabangsaku.com
https://beritatribunews.wordpress.com	http://informasiova.blogspot.ca

Tabel .1. Daftar Perwakilan Situs Kampanye Selama Pilkada DKI 2017 (Sumber : Lim, 2017: 8)

Sebagian besar situs web ini dibuat hanya beberapa bulan sebelum Pilkada dan dengan cepat mendapatkan popularitas yang bahkan melebihi dari situs media arus berita utama. Contohnya adalah *seword.com* yang dibuat oleh seorang partisipan relawan pro-Ahok pada November 2015. Situs baru partisan ini menarik lebih banyak pengunjung antara Oktober 2016 dan Maret 2017 (56,7 juta) dibandingkan *Tempo* dan *Republika* yang merupakan media berita nasional (lihat Tabel 2). Sumber utama lalu lintas untuk *seword.com* adalah platform media sosial, khususnya Facebook (95,6 persen).



Tabel.2. Perbandingan Kunjungan *Seword.com* dan Media Mainstream Lainnya Periode Oktober 2016–Maret 2017. (Sumber: Lim, 2017: 8)

Berdasarkan hasil studi yang dilakukan Merlyna Lim (2017) penulis melihat bahwa tingkat pemahaman literasi digital masyarakat Indonesia masih kurang, yang diindikasikan adanya kecenderungan memilih dan membagikan informasi yang disesuaikan dengan keyakinan mereka sehingga mudah terjebak dalam pemberitaan yang disesuaikan oleh minat dan keinginan mereka tanpa melihat lebih jauh kredibilitas sumber beritanya (Rianto, 2019: 25). Jurnalisme daring dan im-

plikasinya terhadap jurnalisme data saat ini merupakan fenomena menarik untuk diteliti di tengah peningkatan ancaman penyebaran hoaks oleh kelompok-kelompok tertentu yang biasa terjadi pada musim Pemilu sejak tahun 2014. Kehadiran data dalam praktik jurnalisme merupakan salah satu upaya melawan hoaks di ranah komunikasi massa karena melalui data validitas informasi sebuah media massa dapat diuji. Dalam era disrupsi digital ini penyebaran hoaks tidak hanya dilakukan oleh media abal-abal tetapi media mainstream arus utama juga berpotensi apabila mengabaikan akurasi dan disiplin verifikasi data (Badri, 2017: 358).

Artikel ini berpendapat bahwa munculnya teknologi baru di Indonesia merupakan hubungan yang kompleks antara platform media sosial sebagai agen perubahan politik dan penggunaannya. Sementara dampak teknologi baru pada media arus utama memungkinkan terjadinya konsentrasi lanskap kepemilikan yang semakin oligopolistik. Dua hal tersebut menjadi landasan dalam penelitian ini sehingga diperlukan kelengkapan data pendukung untuk menganalisa masyarakat media sebagai *gatekeeper* informasi terpercaya di era disrupsi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengajukan pertanyaan tentang bagaimana inovasi jurnalisme daring mempraktikkan jurnalisme data selama pemberitaan Pilpres 2019? Dengan tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisa inovasi jurnalisme daring melalui peningkatan kapasitas data.

KAJIAN PUSTAKA

Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang fokus pada persoalan penurunan kualitas berita di tengah percepatan arus informasi yang tumbuh di tengah kemunculan media sosial sebagai sumber informasi. Data penelitian ini sebagian besar bersumber dari data sekunder yang diperoleh dari kompilasi sumber-sumber internet dan media daring terkait, serta laporan lembaga riset lain, baik itu bersifat laporan atau statistik deskriptif. Studi dokumen atau teks berupa pemberitaan media massa mengenai aktivitas kolaborasi Tim Cek Fakta selama periode Pilpres 2019 dan fenomena Pilkada DKI 2017. Peneliti juga melakukan wawancara

dengan Pengamat Hubungan Internasional dari LIPI Nanto Sriyanto selaku salah satu narasumber dalam kegiatan nonton Bareng Tim Cek Fakta Debat Capres 2019, di kantor Google Indonesia di Jakarta pada Agustus 2019. Penelitian ini menerapkan prinsip metode studi kasus untuk menghasilkan deskripsi analitis yang fokus pada satu contoh saja yaitu kolaborasi yang dilakukan Tim Cek Fakta sebagai bentuk inovasi atas persoalan penurunan kualitas pemberitaan (Blaxter, Hughes, Thight 2006: 104).

Kajian Konseptual

A. Internet Bentuk Baru Ruang Publik Masyarakat Indonesia Era Digital

Internet memungkinkan informasi menyebar tanpa butuh modal besar dan infrastruktur yang mahal. Di Indonesia kehadiran situs-situs daring menunjukkan bagaimana model baru bisnis berita bisa muncul. Contoh yang paling menonjol adalah detik.com. Situs daring pertama yang didirikan pada tahun 1998 oleh empat orang warga Jakarta. Dua di antaranya merupakan jurnalis yang sebelumnya bekerja di media cetak DeTik. Situs ini memungkinkan berita-berita cepat, pendek dan ringan. Jika jurnalisme adalah mengenai siapa, mengapa, bagaimana, di mana dan kapan, detik.com tanpa malu-malu memproduksi konten yang berisikan hanya siapa, kapan dan di mana. Karakter beritanya mengurangi konteks yang menjawab 'bagaimana dan mengapa'. Inilah bentuk baru penyampaian berita dan merebut pangsa pasar iklan dari perusahaan media arus utama yang lebih besar. Menurut Tapsell (2017) internet mengalihkan agensi kepada rakyat biasa menjauh dari elit media yang terhubung dari penguasa (Suharto). Namun, bukan hanya media daring yang membentuk pasar, generasi baru pemilik media televisi juga memetik untung dari periode keterbukaan yang lebih besar ini dan mereka muncul sebagai tokoh kunci dalam industri media di Indonesia yang subur berkembang.

Dalam artikel ini penulis juga sependapat dengan Ross Tapsell (2017) yang mengatakan bahwa tahun 2004 sebagai awal dari era digital di Indonesia. Sejak 2004 media sosial mulai berkembang di Indonesia, khususnya situs-situs yang berbasis di Amerika Serikat - seperti YouTube (2005), Facebook (2006), Twitter

(2008) dan Path (2010) - yang secara cepat berdampak pada lanskap media di Indonesia. Media sosial menyediakan ruang baru para individual terutama anak muda berpartisipasi sebagai konsumen informasi, produksi informasi hingga mendistribusikan gagasan dan pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Cara masyarakat bersosialisasi di media sosial sebagai aktifitas partisipan budaya dan hal ini dimanifestasikan dalam bentuk afiliasi, ekspresi, kolaborasi, distribusi dan sirkulasi (Lim, 2013: 5).

Keterbukaan informasi juga memengaruhi cara rezim berkuasa, pada tahun 2004 bertepatan untuk pertama kalinya masyarakat Indonesia melakukan pemilihan langsung Presiden secara demokratis dengan ditetapkannya Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) sebagai Presiden pada waktu itu. Di bawah kepemimpinan SBY, Tapsell (2017) menyebutkan industri media juga memasuki masa "periode konsolidasi". Perusahaan yang meraup keuntungan signifikan memperluas dan membeli perusahaan media lain yang diambang kebangkrutan yang membuat konsentrasi industri ini semakin meruncing sementara kampanye politik melalui platform-platform media partisipatif mulai muncul sepanjang masa kepresidenannya. Penulis yang pada waktu itu berprofesi sebagai jurnalis radio di Radio Republik Indonesia (RRI) juga mengalami revitalisasi pemancar dan studio jaringan berita nasional Pro3 RRI sebagai Pusat Pemberitaan RRI pada masa kepemimpinan SBY. RRI yang pada masa orde baru dikenal sebagai media corong pemerintah, pada era pasca-reformasi juga ikut mengalami perubahan sebagai media penyiaran. Hal tersebut berarti bahwa RRI pada masa kepemimpinan SBY bukan lagi sebagai media corong pemerintah namun sebagai Lembaga Penyiaran Publik turut serta membangun peradaban demokrasi dari Sabang sampai Merauke. RRI secara aktif membuka saluran partisipasi dialog publik yang juga memfasilitasi suara rakyat dari seluruh lapisan masyarakat Indonesia - tidak hanya masyarakat perkotaan namun juga masyarakat daerah perbatasan - dalam mengkritisi kebijakan publik pemerintahan. RRI berusaha mengakomodasi suara rakyat melalui siaran dialog interaktif untuk membangun daya kritis masyarakat di tengah makin bertambahnya media siaran swasta yang belakangan terlibat sebagai media partisipan.

Namun juga harus diakui bahwa di sisi regulasi mengenai kepemilikan media di Indonesia sangat lemah atau malah tidak dapat ditegakan. Sehingga pemilik media di Indonesia umumnya bisa dengan mudah bersiasat di era digital dengan banyak kebebasan. Dengan cepat mereka bukan lagi sekedar pemilik surat kabar atau stasiun televisi tetapi menjadi konglomerat multiplatform yang besar. Konglomerat digital menggunakan kemajuan teknologi baru untuk menciptakan kerja pengumpulan berita multiplatform yang lebih efektif sementara di saat yang sama membeli kompetitor. Maka dari itu, digitalisasi tidak dengan sendirinya memungkinkan ranah media arus utama yang beragam. Sebaliknya digitalisasi membuat industri media makin terkonsentrasi dan menjadi ruang penting tempat para elite menggunakan kekuasaannya (Tapsel, 2017: 13).

Sebagai hasil dari struktur media arus utama yang oligopolistik ini maka bertambahlah kekayaan dan kekuasaan politik para raja media. Ditambah dengan makin langsungnya hubungan dengan perusahaan media dengan partai politik, liputan politik di media arus utama Indonesia menjadi lebih partisan pada era digital karena lahirnya sifat sistem multioligarki. Namun demikian, peran oligarki telah menjadi sentral bagi operasi kekuasaan di Indonesia. Ilmuwan politik Amerika Jeffrey Winters (2011) mendeskripsikan kaum oligarki sebagai aktor-aktor yang memerintah dan mengontrol konsentrasi sumber daya material secara massif yang dapat digunakan untuk mempertahankan atau memperluas kekayaan pribadi dan posisi sosial mereka yang eksklusif. Penulis beranggapan pada era pasca-reformasi, institusi-institusi demokratik justru memperkuat kekuasaan oligarki media, menurut pendekatan Winters (dalam Tapsel, 2017: 16) disebabkan oleh tiada batasan yang inheren antara aktor politik dengan pemilik modal dalam menjinakan kaum oligarki di Indonesia oleh sistem demokrasi elektoral.

Tapsell (2017) berpendapat bahwa teknologi “media baru” juga sangat penting dalam memuluskan atau menyokong transisi politik dan masyarakat Indonesia yang lebih demokratis. Bentuk-bentuk komunikasi daring di Indonesia berperan sentral dalam menyebarkan pesan-pesan reformasi karena medium baru

internet memungkinkan pesan subversif disebar dengan menghindari sensor negara. Hal ini yang memungkinkan mengapa saat ini masyarakat Indonesia lebih lazim menggunakan media baru seperti internet sebagai media arus utama yang didalamnya terdapat berbagai platform media sosial untuk memproduksi, menyebarkan dan sekaligus sebagai konsumen informasi. Namun pernyataan yang dikembangkan oleh Tapsel terhadap teknologi “media baru” tersebut justru berbeda dengan fenomena yang berkembang akhir-akhir ini. Peneliti melihat perbincangan di media sosial mengenai Pilkada 2017 telah terpolarisasi menjadi bulan penuh penistaan agama. Polarisasi ini kelanjutan dari pilpres 2014 dimana pertarungan dua kandidat Jokowi dan Prabowo terlihat secara terbuka oleh masing-masing pendukung di platform media sosial seperti Facebook dan Twitter. Situs media sosial digunakan sebagai pengguna untuk melatih kebebasan berbicara namun di sisi lain juga mendorong masyarakat untuk melakukan kebebasan membenci.

B. Ruang Publik Habermas Pada Era Media Digital di Indonesia

Saat ini media digital adalah pusat dari berbagai diskusi mengenai kekuasaan oligarki dalam masyarakat Indonesia kontemporer. Digitalisasi memungkinkan terjadinya konsentrasi dalam lanskap media arus utama di Indonesia menjadi semakin oligopolistik. Perusahaan media semakin menjadi kuat dalam membangun konglomerasi media. Anggota keluarga yang menjabat posisi kunci di dalam konglomerasi media digital tersebut dapat saja mempengaruhi berita-berita dan konten editorial untuk mendorong agenda politik pemiliknya. Sehingga mereka sangat krusial dalam mempengaruhi produksi berita dan informasi pada media arus berita utama.

Namun kaum oligarki bukan hanya satu-satunya kelompok yang agensi politiknya diperkuat oleh digitalisasi. Media digital juga menjadi ruang kunci kontestan kekuatan-keuatan warga biasa untuk mengendalikannya. Media digital memungkinkan warga mendongkel kuasa pesan-pesan elite hingga mengubah jalannya berbagai peristiwa politik di Indonesia selama 15 tahun terakhir. Kesadaran masyarakat terhadap media partisipatif membuat warga membelokan arus berita

untuk menciptakan situasi “kontra oligarki” baik melalui pembagian media sosial, pengerahan massa untuk mengklik artikel berita, meme, atau video buatan setempat.

Salah satu hubungan utama antara internet, ruang publik, dan industri budaya bahwa internet, sebagai saluran komunikasi terdesentralisasi dan mengglobal, peran internet nampaknya dapat mendemokrasi baik lingkup publik dan budaya industri. Di dunia modernisasi dan digital, siapa pun dapat membuat diri mereka didengar di “ruang net” untuk pertukaran informasi dan memberi audiens kebebasan memilih. Pertumbuhan informasi dapat dilihat sebagai membebaskan atau bersifat represif. Di satu sisi, penggunaan bentuk-bentuk baru teknologi informasi dapat memfasilitasi pengembangan ruang publik komunitarian kecil. Atau di sisi lain, teknologi informasi dapat mengarah pada bentuk-bentuk kontrol baru dan mengikis kerajinan kritis membaca dan menulis. Sejak lahirnya, media massa selalu bias dan karena itu tidak ada media tunggal yang bisa memberikan representasi yang sepenuhnya tidak memihak. Ini tidak berubah dengan datangnya era informasi, tetapi internet memang membuat media saingan lebih mudah diakses (Szabo, 2007: 7).

Di saat pemilik media juga menjadi pemain kuat politik di Indonesia, internet juga muncul menjadi bentuk baru media partisipatif warganet. Banyak masyarakat, baik individu maupun kelompok, menantang pesan-pesan elit dari permukaan internet. Kehadiran milis, grup chat dan blog berperan krusial terhadap kemunculan politik internet di Indonesia pada periode transisi demokrasi akhir 1990an hingga awal 2000an. Seperti yang dikatakan ilmuwan lain Davil T. Hill dan Khrisna Shen (2007), kemunculan awal komunikasi melalui internet di Indonesia memberikan fokus pada dua isu yaitu: (i) pembentukan kelompok berita e-mail oleh mahasiswa radikal dalam beberapa tahun terakhir pada rezim Suharto yang dirancang untuk bertindak sebagai sumber alternatif berita dan informasi; dan (ii) berlanjutnya signifikansi Internet dalam pembentukan 'ruang publik' di Indonesia pasca-Soeharto (Hill & Shen, 2007: 127).

Hill dan Shen (2007) mengacu secara konseptual pada ruang publik Habermas. Internet bisa dicontohkan

sebagai ruang dalam suatu masyarakat yang independen, baik dari kekuasaan negara dan pengaruh korporat, di mana informasi dapat dengan bebas mengalir dan perdebatan tentang masalah-masalah publik, hingga kepedulian masyarakat. Bagi Habermas ruang itu adalah sekelompok kecil intelektual sastra dan politik yang membaca koran dan isu-isu yang diperdebatkan di kedai-kedai kopi di London sejak pada abad ke-18. Baginya, penyebab utama erosi ruang publik abad ke-20 adalah televisi, di mana sistem yang kurang diskursif, lebih terpusat yang telah menggantikan pers publik yang pluralis dan kritis sebagai sumber utama informasi dan ide politik dan sosial. Pandangan Habermas tersebut diambil dalam tiga cara dalam studi media. Pertama, ada penelitian empiris pada khalayak yang menunjukkan semakin pentingnya televisi dari pada media cetak; kedua, analisis struktural dan tekstual dari televisi yang mereproduksi pandangan pesimistis Habermas tentang televisi sebagai sistem sentralisasi 'kontrol pengetahuan'; dan yang ketiga adalah perspektif ekonomi politik media yang menunjukkan peningkatan konsentrasi kepemilikan tidak hanya televisi tetapi juga media cetak. Sementara sifat komunikasi televisi dan hubungannya dengan akuntabilitas publik dalam demokrasi tetap menjadi pertanyaan terbuka, ada bukti empiris yang jelas untuk menunjukkan penyebaran televisi di Indonesia pada 1980-an dan awal 1990-an, serta konsentrasi kepemilikan surat kabar yang meningkat selama periode yang sama (Hill dan Sen, 2007:127).

Hill dan Sen (2007) pada dasarnya ingin menyampaikan pesan kemungkinan pemikiran Internet di Indonesia secara tepat seperti dalam contoh pada abad ke-18 dari ruang publik Habermas yang berwujud kedai kopi. Hal ini tidak sepenuhnya sembrono untuk menyatakan bahwa 'kafe cyber', warNet, dan 'ruang obrolan' merujuk pada fungsi penting dari berbagi informasi, opini, gosip dengan cara yang bersamaan. Sekaligus menegaskan bahwa publik menggunakan internet sebagai tindakan perlawanan simbolis dan sumber informasi bawah tanah yang penting. Dalam konteks tahun 1990an Indonesia di mana kondisi sistem politik yang tidak representatif dan media yang sangat terbatas, Internet dapat menjadi ruang di mana keluhan yang memuncak dapat disuarakan secara luas dan berevolusi

menjadi opini publik kolektif (Hill & Shen, 2007: 128). Inilah warisan anak muda perkotaan yang akrab dengan teknologi di mana para pengguna platform media baru itu dilatih oleh para aktivis internet akhir 1990an seperti Budi Rahardjo dan Ono Purbo (Tapsell, 2017: 66).

Munculnya teknologi platform media sosial dan penggunaannya di Indonesia telah memainkan peran penting dalam mengubah politik dan masyarakat Indonesia. Sejarah kemunculan konten media baru yang lebih partisipatif melalui platform daring yang lebih personal sesungguhnya belum begitu lama. Berawal dari remaja perkotaan seperti Jakarta sejak tahun 2007 menggunakan Facebook dalam mencari “teman” yang belum pernah mereka temui. Masyarakat Indonesia mulai menulis secara terbuka dan rutin tentang diri sendiri, tentang satu dan yang lain, tentang makanan, agama hingga politik (Tapsel, 2017: 190).

Tidak diragukan, media digital telah melahirkan konfigurasi hubungan-hubungan kekuasaan baru yang dinamis. Peran oligarki yang telah diuraikan oleh penulis dalam menguasai peran media arus utama dan politik Indonesia kontemporer semakin memperbesar peranan pemilik media dalam mengendalikan pemberitaan. Relasi itu sangat krusial guna memahami masyarakat Indonesia di era digital. Namun media digital telah menjadi ruang yang menegaskan divergennya masyarakat Indonesia melalui platform-platform media digital dengan cepat pula menjadi sentral dalam cara warga biasa berupaya mengendalikan pesan dan perubahan.

C. Inovasi Jurnalisme Data dan Literasi Digital oleh Industri Media Massa

Dengan situasi yang tidak menentu dan menyimpan potensi bahaya arus informasi, kajian topik media digital di Indonesia bukan tugas yang mudah dan memiliki sumbangan penting bagi kedewasaan berdemokrasi. Terlebih dengan perkembangan media digital masih terus mencari bentuk dan berkembang dengan sangat cepat di salah satu negara majemuk dan luas secara geografis, seperti Indonesia. Sejumlah peneliti atau ilmuwan tanah air pasca reformasi (Badri 2017; Turnomo 2019) melihat Indonesia sebagai negara kajian menarik bagi diskusi tren perkembangan industri media baru.

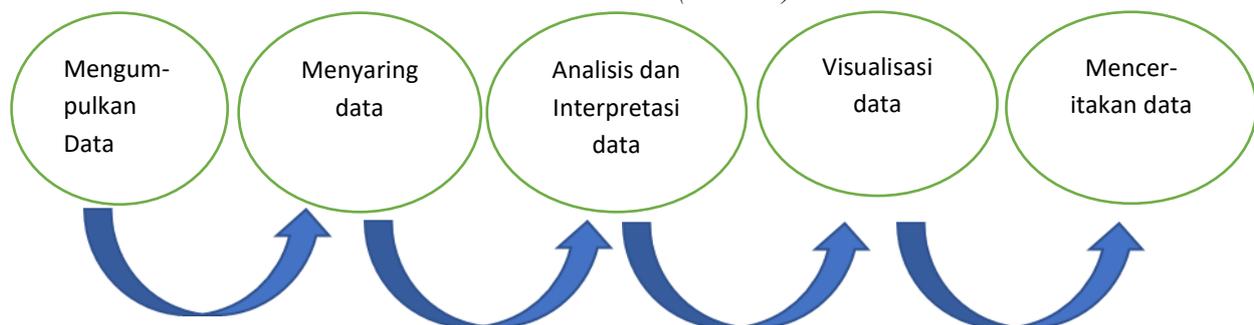
Jurnalisme daring merupakan proses kerja jurnalis di media berbasis internet atau media siber. Peraturan Dewan Pers No 1 Peraturan-DP/III/ 2012 mengenai pedoman mengenai pemberitaan siber menjelaskan bahwa media siber adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik serta memenuhi persyaratan UU Pers dan standard perusahaan pers yang ditetapkan Dewan Pers. Jurnalisme daring memiliki ruang kreatifitas mengembangkan konten berbasis data. Saat ini terdapat himpunan data besar (*big data*) yang dapat diakses secara terbuka di Internet. Menurut Lewis dan Westlund (2014), *big data* adalah fenomena sosial, budaya, teknologi atau 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 (dalam Badri, 2017: 359). Organisasi berita dan wartawan berusaha memahami, bertindak dan memperoleh nilai dari data besar selama eksplorasi di bidang algoritma, perhitungan dan kuantifikasi.

Dalam teori komunikasi difusi inovasi yang dikembangkan oleh Rogers (1995) secara khusus membahas penyebaran perubahan informasi melalui sistem sosial, termasuk sejauh mana internet dimasukan dalam pengumpulan informasi oleh konsumen. Studi Rogers memberikan argumen yang solid dari dalam ruang redaksi yang melibatkan perubahan dalam penggunaan dan sikap wartawan terhadap teknologi komunikasi baru. Pendekatan ini secara eksplisit akan memungkinkan para peneliti untuk menarik relevansi dengan difusi inovasi lain, khususnya dalam sistem sosial yang didefinisikan secara sempit seperti para jurnalis profesional. Rogers (1995) mencatat bahwa mengadopsi atau tidak mengadopsi suatu bentuk inovasi bukan tindakan yang instan namun melibatkan proses. Setidaknya ada lima tahap proses dalam mengadopsi inovasi teknologi komunikasi baru, yaitu: (1) Pengetahuan tentang sesuatu, atau paparan terhadap inovasi; (2) Pesuasi; (3) Keputusan untuk mengadopsi atau menolak; (4) Pelaksanaan; dan terakhir (5) Penguatan konfirmasi (Garrison, 2001: 222).

Jurnalisme data (*data-driven journalism*) meru-

pakan salah satu inovasi jurnalisme berbasis Internet. Jurnalisme data awalnya digunakan oleh media online The Guardian pada tahun 2010 saat mengolah ribuan dokumen rahasia perang Afganistan yang mereka dapatkan dari platform wikileaks. Mereka mengembangkan laporan multimedia yang diperkuat grafik interaktif dari 90.000 lebih kumpulan data (Badri, 2017: 357). Jurnalisme data saat ini juga mulai digunakan oleh media online di tanah air seperti Tempo.co, Tirta, katadata.co, lokadata.id.

Badri (2017) menjelaskan proses kerja jurnalisme data menjadi lima tahapan: (1) mengumpulkan data dari berbagai sumber sesuai kebutuhan topik berita, (2) menyaring data untuk memisahkan dan membersihkan data, (3) melakukan analisis dan interpretasi data melalui perangkat computer untuk melihat perbedaan, trend, korelasi, dan sebagainya (4) memvisualkan data yang disajikan dalam grafik interaktif maupun statis, (5) menceritakan data bersama narasi berita.



Gambar 1. Proses Produksi Jurnalisme data (Sumber: Badri, 2017: 362)

Gagasan jurnalisme data seiring dengan kompetensi literasi digital yang dibutuhkan untuk menghadapi industri kreatif yang semakin kompleks dan terwujudnya suatu masyarakat yang memiliki pengetahuan inklusif dan kecakapan dalam bertahan hidup. Literasi digital juga sangat penting dalam kerangka demokrasi karena mendorong keterlibatan warga secara bermakna. Paul Mihailidis mengatakan bahwa “*media literacy is the path toward more active and robust civic engagement in the 21st century*” (literasi media adalah jalan menuju keterlibatan warga negara yang lebih aktif dan kuat di abad ke-21) (Rianto, 2019: 26). Mc Nair (2003) menyebutkan jika

kualitas demokrasi ditentukan oleh kualitas informasi yang diterima masyarakat (*well-informed society*), maka kemampuan warga negara dalam menganalisa, menginterpretasi dan menggunakan media akan memberikannya kapasitas yang lebih baik (Rianto, 2019: 26).

TEMUAN DAN DISKUSI

Jalur cepat informasi bebas hambatan membawa masyarakat Indonesia ke abad multimedia, sementara kenyataan dan konvergensi teknologi di ruang redaksi memberikan dampak yang besar terhadap jurnalisme. Dampaknya tidak hanya terjadi pada pola bisnis media modern, tetapi juga pada soal laba, struktur kepegawaian, serta beban kerja redaksi. Teknologi media baru juga berpengaruh pada definisi tentang wartawan dan bagaimana berita itu akan disampaikan kepada khalayak (Hirst & Patching, 2005: 2). Abad 21 membawa perubahan besar dalam jurnalisme. Pola berita satu arah dari seorang wartawan mengirim sebuah pesan (*message*) melalui sebuah media kepada khalayak (*audience*) kini sudah berubah. Mclellan dan Porter

(2007) berpendapat bahwa orang-orang yang bergerak di bidang pemberitaan untuk beradaptasi mulai merumuskan kembali keempat elemen pemberitaan yaitu: (1) Wartawan mulai mengubah diri mereka; ruang redaksi yang dulu menjadi tempat pelarian para individualis kini berubah menjadi ruang redaksi yang lebih terbuka, beragam, toleran dan kolaboratif; (2) Wartawan mulai mengubah bentuk dan sifat dari pesan mereka; wartawan mulai meningkatkan seluruh kreativitas untuk menciptakan produk yang inovatif yang menempatkan berita dalam suatu konteks yang lebih luas dan berarti; (3) Wartawan menggeser media mereka ke multimedia: berita-berita yang dibuat akan disebarluaskan melalui berbagai platform media massa seperti web, televisi, radio, media cetak. Wartawan yang baik berusaha menemukan cara untuk menciptakan sarana dan

teknik untuk melakukan tugasnya; (4) Khalayak bukan lagi sekedar pemirsa, pembaca atau pendengar mereka juga sekarang adalah produsen berita. Di sini sesungguhnya peran wartawan dituntut menemukan cara dalam melibatkan audience dalam mencari kebenaran yang adil dan kontekstual akurat (Ishwara, 2011: 11).

Kesadaran yang tinggi oleh para jurnalis media daring arus utama dalam melawan berita palsu selama musim Pemilu ditunjukkan dengan membentuk Tim Cek Fakta. Tim tersebut merupakan gabungan dari beberapa elemen seperti Asosiasi Media Siber Indonesia (AMSI), Aliansi Jurnalis Independen (AJI), Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo), serta Google Initiative. Kontribusi utama dari kegiatan tersebut adalah dengan melakukan monitor dan pengecekan fakta selama berlangsungnya pemilihan umum 2019. Sebanyak 24 media daring arus utama di Indonesia dan Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (Mafindo) melakukan kolaborasi cek fakta. Tim Cek Fakta data melakukan pemantauan arus informasi, data, dan fakta selama debat Paslon Pilpres. Selain itu Cek Fakta ini juga didukung oleh tim ahli dari sejumlah lembaga yang memiliki kompetensi sesuai tema debat, seperti Puslit Politik LIPI, Puskapol UI dan Amnesty International yang hadir dalam Nonton Bareng Debat Capres (Wawancara dengan Sriyanto selaku Narasumber Nonton Bareng Tim Cek Fakta Debat Capres 2019). Dalam lima kali ajang debat, Tim Cek Fakta berupaya melindungi publik dari informasi sesat, klaim palsu, ataupun derajat ketepatan pernyataan kontestan debat (Kahfi, 2019).



Gambar 2: Aktifitas Kolaborasi Cek Fakta Data oleh Jurnalis Media Online Nasional Selama Acara Debat Pilpres 2019, di Kantor Google Jakarta. Sumber: Tempo.co (2019)

Kegiatan kolaborasi antara media online pada tahun 2019 untuk mengecek fakta bersama ini menurut

pengamatan penulis merupakan yang pertama kali dilakukan dan yang terbesar sepanjang perkembangan jurnalisme tanah air. Ruang redaksi digital bersama ini berkantor di Google Indonesia, lantai 45 Gedung Pacific Century Place, Jakarta. Setiap media daring arus utama yang terlibat dalam kolaborasi cek fakta dalam memberitakan seputar pemilu memberikan tautan *microsite* (**Cek Fakta**) yang dapat diklik langsung oleh pembaca. Sehingga masyarakat secara langsung dapat mengecek kebenaran yang disampaikan oleh paslon dalam debat Capres 2019 di artikel pemberitaan secara *online*. Seperti yang terlihat dalam tautan berita *cnnindonesia.com* pada cek fakta debat pilpres 2019. Situs online tersebut secara *realtime* melakukan fungsi jurnalistik dengan klarifikasi data dari berbagai sumber lewat program cek fakta. Cek fakta ini dilakukan selama debat pilpres berlangsung sehingga pembaca bisa langsung memeriksa kesesuaian setiap pernyataan peserta debat pilpres dengan data sebenarnya.



Gambar 3: Model Tautan Cek Fakta Data pada Kandidat Debat Capres 2019, *cnnindonesia.com* (Sumber: CNN Indonesia (2019) <https://www.cnnindonesia.com/laporanmendalam/nasional/20190117/cekfakta-debat-capres-perdana-2019/index.php>)

Peneliti menilai digitalisasi telah mengubah cara kerja jurnalis tanah air lebih cepat untuk menyebarkan informasi sesuai kebenaran data, dengan adanya cek fakta data ini maka media massa daring menjalankan logika jurnalisme yang berkualitas. Acara Debat Capres pada Pilpres 2019 yang disiarkan oleh TV nasional secara langsung mendorong jurnalis media daring melakukan proses cek dan ricek secara langsung saat program acara debat berjalan sehingga tidak memberikan tempat bagi rumor yang dikatakan oleh peserta debat. Fungsi jurnalistik yang dilakukan media daring memberikan kemasan berita yang berbeda untuk pembaca dengan pemirsa yang menyaksikan acara debat Pilpres melalui media TV nasional yang menyiarkan acara tersebut secara langsung.

Pengamatan penulis juga melihat pengecekan fakta tidak hanya berlangsung pada acara debat Presiden dan Wakil Presiden. AMSI dan AJI didukung oleh Mafindo dan Google News Initiative juga menggelar program cek faka selama penyelenggaraan Pemilihan Umum dan Pemilihan Presiden yang berlangsung 16-17 April 2019. Puluhan pemeriksa fakta melakukan pengecekan fakta di sejumlah Tempat Pemungutan Suara (TPS) di seluruh Indonesia dengan didukung 15 AMSI wilayah (seperti Jakarta, Jayapura, Mamuju, Ambon, Jogjakarta, Medan, Padang, Pekanbaru, Bandung, Palembang, Solo, Surabaya, Pontianak, Denpasar, Manado), diperkuat oleh 24 media daring anggota AMSI dan Mafindo, serta melibatkan para pemeriksa fakta yang tergabung dalam jejaring alumni pelatihan cek-fakta yang digelar AJI bersama Google News Initiative. Mereka ini bekerjasama untuk memeriksa potensi hoaks, kabar bohong dan disinformasi yang beredar di dunia maya sepanjang penyelenggaraan pemungutan suara. Ketua Umum AMSI Wenseslaus Manggut menjelaskan alasan di balik program ini:

"Cek fakta ini membuat dunia jurnalisme kita kembali dipercaya oleh publik. Inisiatif ini juga menolong publik menyaring informasi yang beredar, membantu mereka memilah mana yang benar, mana yang keliru, dan mana yang hoaks belaka. Kami berharap program cekfakta ini mengembalikan kebenaran ke ruang bersama." (Tempo.co, 17/04/2019)

Selain didukung oleh relawan dan tenaga profesional, pengecekan fakta ini juga menggunakan teknologi aplikasi Check untuk inisiatif serupa di Amerika Serikat, Meksiko, Brasil dan India. Tim cek fakta di Indonesia menemukan dan memeriksa ratusan klaim yang beredar di media sosial dengan kata-kata kunci yang terkait integritas dan kredibilitas penyelenggaraan pemilu. Misalnya: antrian pemilih, politik uang, serangan fajar, intimidasi pemilih, kinerja KPU dan lain-lain. Pemilahan klaim di media sosial dibantu oleh puluhan mahasiswa dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN), Universitas Indonesia, dan sejumlah kampus di Jakarta. Irene Jay Liu, Kepala Google News Lab untuk Asia Pasifik, menegaskan bahwa model kolaborasi cek fakta di Indonesia bisa menjadi contoh di

seluruh dunia dalam pemeriksaan informasi untuk memenuhi kebutuhan berita di masyarakat:

"Kerja Cekfakta.com dalam melawan misinformasi saat ini, dan selama masa pemilu yang baru lewat, bisa jadi inspirasi dan model kolaborasi jurnalis dan media untuk kepentingan publik. Google News Initiative merasa terhormat untuk bisa mendukung upaya terus menerus dari inisiatif cekfakta ini." (Tempo.co, 17/04/2019)

Singkatnya Cara kerja pemeriksaan fakta ini dibagi menjadi beberapa tahapan seperti berikut ini; setelah klaim dinilai relevan dengan kepentingan publik, para pemeriksa fakta mulai bekerja, melakukan verifikasi, mencari asal muasal klaim, mencocokkan dengan sumber data primer, dan memastikan konteks dari klaim tersebut. Setelah diperiksa, klaim tersebut diberikan status final, yakni: benar (true), salah (false), sesat (mislead), tidak ada kesimpulan (inconclusive) atau tak tuntas (disputed). Hasil periksa fakta itu kemudian diolah menjadi artikel untuk dimuat di media daring anggota AMSI dan dipublikasikan di situs cekfakta.com. Tim media sosial CekFakta yang didukung oleh International Center for Journalists (ICFJ) kemudian menyebarluaskan artikel-artikel tersebut agar bisa diakses publik secara luas (Tempo.co, 2019)

Ketua Umum AJI Abdul Manan menegaskan pentingnya program ini untuk melayani kebutuhan publik dalam informasi yang memiliki kredibilitas ditengah disinformasi yang dilakukan oleh sejumlah kepentingan kelompok selama Pemilu:

"Esensi jurnalisme adalah disiplin verifikasi. Dengan inisiatif cek fakta, jurnalis kembali menjalankan fungsi utamanya dalam melayani kepentingan publik yakni menyediakan informasi yang faktual, kredibel dan akurat. Ini teramat penting di era media sosial, ketika hoaks, kabar kibus dan disinformasi beredar di mana-mana, dan lebih-lebih lagi, di masa pemilu ketika publik amat membutuhkan rujukan yang bisa dipercaya. Karena itu, inisiatif cek fakta ini menjadi salah satu upaya signifikan jurnalis dan media untuk melawan disinformasi yang banyak berseliweran selama pemilu." (Tempo.co, 17/04/2019)



Gambar 3: Suasana Kerja Pemeriksa Fakta Pilpres yang tergabung dalam koalisi cekfakta.com di Soehanna Hall, Energy Building, SCBD Jakarta, Rabu 17 April 2019 (Sumber: Tempo.co, 2019)

Gerakan-gerakan sosial anti keberagaman dan sektarianisme yang dipengaruhi oleh kondisi politik akhir-akhir ini telah memengaruhi perubahan cara kerja jurnalisisme modern sebagai bentuk tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat. Hajatan pesta demokrasi 5 tahunan mendorong difusi inovasi dengan melakukan kolaborasi *gatekeeper* antara jurnalis media daring dengan sejumlah kelompok masyarakat dalam sebuah newsroom bersama di kantor Google Indonesia, Jakarta. Proses difusi inovasi berkaitan dengan gagasan, tindakan atau barang yang dianggap baru oleh seseorang dan masyarakatnya (Bungin, 2006: 152).

Dalam konteks ini, tujuan kolaborasi yang inovatif itu untuk melakukan cek fakta data secara bersama-sama demi mengawal keberlangsungan demokrasi di tanah air.

Sedangkan Mohammad Khairil Haesy selaku anggota Komite Cek Fakta Mafindo menjelaskan alasan program ini harus terus dilakukan di masa mendatang:

“Kami mendukung inisiatif cek fakta ini karena makin maraknya info keliru di masyarakat. Penyebaran hoaks yang massif membutuhkan kehadiran banyak artikel periksa fakta. Program ini membuat keberadaan informasi yang terverifikasi makin banyak di publik. Ke depan, kami berharap program seperti ini terus diadakan, terutama untuk pemilihan umum berikutnya.” (Tempo.co, 17/04/2019)

Meningkatnya frekuensi penggunaan sumber daya online yang ditemukan dalam penelitian ini

menunjukkan bahwa adopsi teknologi interaktif dimulai secara bertahap seperti yang disebutkan Rogers (dalam Garrison, 2001: 222). Pengumpulan informasi di ruang redaksi yang terjadi pada Pilpres 2019 adalah indikasi evolusi digitalisasi oleh jurnalisisme daring di tanah air. Studi yang dilakukan penulis mengenai cek fakta data ini merupakan inovasi yang mengikuti perubahan sosial masyarakat. Dinamika cara kerja wartawan daring tanah air dalam melacak berbagai tugas pengumpulan informasi dari analisis data hingga pencarian catatan daring merupakan bagian dari literasi media untuk pemberdayaan masyarakat digital.

Penggunaan sumber informasi daring yang didokumentasikan oleh wartawan sebagai sumber-sumber yang diolah dalam cek fakta merupakan alat jurnalistik yang baru dan berharga. Literasi media semacam itu sangat dibutuhkan agar khalayak lebih kritis terhadap isi media, sekaligus peran aktif masyarakat agar dapat menentukan sendiri informasi yang dibutuhkan dari media. Aktifisme demikian sejalan dengan definisi media literasi yang diajukan oleh Potter dalam artikelnya yang berjudul Action Coalition for Media Education, sebagai dorongan pemikiran kritis dan kebebasan berekspresi, menganalisa sistem media dan menginspirasi partisipasi aktif dari masyarakat. (Potter, 2010: 677).

Tim Cek Fakta yang merupakan kolaborasi media daring, lembaga swadaya masyarakat dan lembaga swasta tersebut merupakan proses difusi inovasi yang dapat mereduksi dampak negatif dari persebaran informasi media baru.

KESIMPULAN

Ledakan penggunaan media sosial di Indonesia telah mengubah cara mencari informasi secara dramatis. Masyarakat tidak lagi mengandalkan informasi dari media arus utama. Media sosial dapat dengan mudah dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi untuk menjangkau dan mempengaruhi pemilih, seperti yang terlihat pada kasus Pilkada DKI 2017. Alih-alih memfasilitasi kebebasan berekspresi, media sosial dapat juga mendorong pengguna untuk mempraktikkan kebebasan mereka untuk membenci. Pada kondisi semacam itu, individu mengolah hak mereka untuk menyuarakan pendapat mereka

sementara secara aktif membungkam orang lain, dan memberikan kesuburan berkembangnya narasi sektarian dan rasisme.

Pada dinamika seperti itu, pemanfaatan media sosial sebagai alat politik oleh warganet yang anti-keberagaman berpotensi memperdalam perpecahan dan memperkuat permusuhan di antara kelompok-kelompok sosial di masyarakat Indonesia. Di luar isu alat politik, perkembangan media sosial menjadi sebuah harapan baru bagi perkembangan isu-isu keadilan, kesetaraan, dan pluralisme. Kendati penetrasi Internet di Indonesia terbilang masih kecil dan sebagian besar di daerah perkotaan, teknologi digital baru memiliki dampak mendalam pada perubahan struktur masyarakat hingga politik sepanjang sejarah Indonesia.

Tingginya akses informasi masyarakat melalui media sosial menunjukkan bahwa media massa tradisional tidak lagi menjadi sumber informasi utama bagi masyarakat. Sebelumnya, banyak ilmuwan pada akhir 1990an dan awal 2000an melihat media baru internet terpisah dari media lama atau tradisional seperti cetak, televisi dan radio. Namun yang terjadi sekarang adalah internet berkonvergensi dengan platform-platform media tradisional. Sehingga, pemisahan antara media daring, televisi dan cetak menjadi mubazir, karena baik media teknologi baru dan media tradisional saat ini sudah melebur menjadi satu.

Konvergensi tersebut juga melahirkan difusi inovasi yang dilakukan jurnalis media daring nasional selama pesta demokrasi 2019 lalu. Para jurnalis media online mainstream berinovasi dalam melawan berita palsu dengan membentuk Tim Cek Fakta. Kolaborasi antara AMSI, AJI, Mafindo, serta Google Initiative tersebut telah mengubah cara kerja jurnalis tanah air dalam menjalankan logika jurnalisisme yang berkualitas. Acara Debat Capres pada Pilpres 2019 yang disiarkan oleh TV nasional secara langsung mendorong jurnalis media daring melakukan jurnalisisme berbasis data dengan proses cek dan ricek. Kolaborasi tersebut juga merupakan inovasi yang memperkuat literasi media yang kehadirannya penting bagi kondisi ruang publik yang demokratis.

DAFTAR PUSTAKA

- Badri, M. (2017). *Inovasi Jurnalisme Data Media Online di Indonesia. The 4th Indonesia Media Research Awards&Summit. Trend Pola Konsumsi Media di Indonesia 2017*. Surabaya: Serikat Perusahaan Pers
- Blaxter, L., Hughes, C., Thight, M. (2006). *How to Research: Seluk Beluk Melakukan Riset*. Terjemahan oleh: Sitepoe, A.R.E. Jakarta: PT Index
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Jakarta
- Garrison, B. (2001). Diffusion of Online Information Technologies in Newspaper Newsrooms. *Journalism and New Technologies Journal Volume: 2 issue: 2*, page(s): 221-239. Sage Publications
- Hill, D.T & Sen, K. (2007). The Internet in Indonesia's New Democracy. *Democratization*, 7:1, 119-136
- Hirst, M & Patching, R. (2005). *Journalism Ethics: Arguments and Cases*. New York: Oxford University Press.
- Ishwara, L. (2011). *Jurnalisme Dasar*. Jakarta: Kompas.
- Lim, M. (2013). Many Clicks but Little Sticks: Social Media Activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia Vol 43/4*.
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies Vol 39(3)*.
- O'Reilly, T., & Battelle, J. (2009). *Web Squared: Web 2.0 Five Years On. Special Report, Web 2.0 Summit*, Co-produced by O'Reilly & Techweb
- Potter, J.W. (2010). The State of Media Literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media Volume 54 2010. Issue 4*

- Rianto, P. (2019). *Literasi Digital dan Etika Media Sosial di Era Post Truth*. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 8 No 2, Desember 2019*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Rogers, E.M. (1995) *Diffusion of Innovations* (4th Ed). New York: The Free Press.
- Singer, J.B. (1998). Online Journalists: Foundations for Research into Their Changing Roles. *Journal of Computer-Mediated Communication, Volume 4, Issue 1*.
- Szaboó, A. (2007). *The Impact of the Internet on the Public Sphere and on the Culture Industry. A study of blogs, social news sites and discussion forums*. Finlandia: Thesis Master University of Vaasa. <https://www.tritonia.fi/fi/eopinnytteet/tiivistelma/2472/The+Impact+of+the+Internet+on+the+Public+Sphere+and+on+the+Culture+Industry.+A+study+of+blogs%2C+social+news+sites+and+discussion+forums> s 13 Desember 2018
- Tapsel, R. (2017). *Kuasa Media di Indonesia Kaum Oligarki: Warga dan Revolusi Digital*. Tangerang Selatan: Marjin Kiri.
- Westerman, D., Spence, P.R., Van Der Heide, B. (2013). A social network as information: The effect of system generated reports of connectedness on credibility on Twitter. *Journal of Computers in Human Behavior 28 (2013) 199–206*.
- Winters, J.A. (2011). *Oligarchy*. New York: Cambridge University Press.
- CNN Indonesia (2019). Cek fakta Debat Capres Perdana 2019 <https://www.cnnindonesia.com/laporanmendalam/nasional/20190117/cekfakta-debat-capres-perdana-2019/index.php> diakses pada 20 Juni 2019
- Debora, Y. (2016). Kronologi Kasus Dugaan Penistaan Agama <https://tirto.id/kronologi-kasus-dugaan-penistaan-agama-b457> diakses pada 19 November 2018
- Dhyatmika, W. (2019). Amsi dan AJI Gelar Ajang Cekfakta Pemilu Bersama Google. <https://nasional.tempo.co/read/1196720/amsi-dan-ajigelar-ajang-cekfakta-pemilu-bersama-google> diakses 20 Juni 2019
- Franciska, C. (2017). Tentang Ahok, Anies, dan Pilkada Jakarta yang dibumbui 'seribu hoax' <https://www.bbc.com/indonesia/trensosial-39618703> diakses pada 19 November 2018
- Kahfi (2019). Tekan Persebaran Hoaks, Tim Cek fakta Gabungan Pantau Konten Digital <https://kabar24.bisnis.com/read/20190417/15/912831/tekan-persebaran-hoaks-tim-cek-fakta-gabungan-pantau-konten-digital> diakses pada 20 Juni 2019
- Setyowati, D. (2018). Pengguna Internet Indonesia Paling Suka Chatting dan Media Sosial <https://katadata.co.id/berita/2018/02/19/pengguna-internet-indonesia-paling-suka-chatting-dan-media-sosial> diakses pada 19 November 2018
- We Are Social and Hootsuite (2017). Digital in 2017: Global Overview <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview> diakses pada 19 November 2018 pukul 17.05 WIB
- Wawancara dengan Nanto Sriyanto selaku Narasumber Nonton Bareng Tim Cek Fakta Debat Capres 2019, Jakarta Agustus 2019