

Budaya Data

KEGADUHAN yang dibuat media sosial kian menjadi-jadi. Cikalanya, ada sebagian masyarakat yang laru dalam dinamika media sosial yang awalnya dibangun untuk sosial media. Kondisi "darurat" ini diperparah lagi oleh semakin dekatnya momen tahun politik 2019.

Beruntung di barisan media massa muncul kesadaran jurnalisisme data untuk menampilkan reportase berdasarkan budaya data (*data culture*). Menuju Open Data Lab, budaya data adalah prinsip yang ditetapkan dalam proses praktik sosial, baik di sektor publik dan swasta yang mengharuskan semua staf dan pembuat keputusan untuk fokus pada informasi yang disampaikan oleh data yang ada, dan membuat keputusan serta perubahan sesuai dengan informasi tersebut.

Prinsipnya, budaya data harus melalui Journey of Data Culture yang meliputi mempertanyakan sesuatu, menggali data, menganalisis data, dan menceritakan (*asking questions, gathering data, analyzing data, dan telling*). Analisis data yang dilakukan juga mempunyai nilai sendiri, yakni *what happen* (*descriptive analytics*), *what did it happen* (*diagnostic analytic*), *what will happen* (*predictive analytic*), *how can we make it happen* (*prescriptive analytics*) (www.labs.webfoundation.org).

What happen mengandung kronologi peristiwa, tak sekadar menulis ujung atau pangkalnya. Dengan demikian, sebuah berita

Askurifai Baksin

Pengajar Ilmu Jurnalistik Fikom Unisba
Praktisi multimedia



yang berdasarkan data memberikan informasi kepada khalayak. Dalam kajian ini sumber data sering disebut dokumen. Dokumen umumnya statis, tidak mudah berubah. Dokumen ini oleh jurnalis diolah menjadi data yang bersifat dinamis, kemudian menjadi informasi dan akhirnya menjadi pengetahuan. Dengan demikian nilai *what happen* berupa upaya jurnalis untuk melakukan *descriptive analytics*, yakni proses data analitis untuk mendapatkan gambaran umum dari data yang sudah dikumpulkan.

Nilai kedua *what did it happen* yang memerinci apakah perjalanan dari dokumen menjadi data lantas menjadi informasi berita dan menjadi pengetahuan itu berlaku untuk publik? Inilah mengapa materi berita harus bersifat aktual, publisitas, dan universal sehingga sebuah berita harus melalui proses analisis diagnosisnya. Standar karakteristik media massa tetap melekat pada nilai kedua ini.

Nilai berikutnya adalah *what will happen*, apakah yang akan terjadi. Nilai budaya data ketiga ini intinya seorang jurnalis harus mampu memprediksi apa yang akan terjadi dengan pemberitaan yang ditulis. Dulu John Naisbit terkenal dengan

buku *Mega Trend 2000*. Buku ini terbit sebelum memasuki tahun 2000 lalu dan terkenal saat itu dengan "2K". Buku Naisbit kala itu menjadi rujukan para pemimpin berbagai negara melihat kecenderungan dunia setelah tahun 2000. Apakah Naisbit seorang peramal (*forecaster*)? Bukan, ternyata pengakuan John Naisbit dia mampu menulis buku tersebut karena membaca sebanyak 72 koran dari berbagai negara. Di sini terlihat bagaimana seorang John Naisbit mampu menulis *Mega Trends 2000* karena mendapatkan data dari koran sebanyak 72.

Jadi, *analytics predictive* adalah data *analytics* yang memisahkan hasil prediksi tentang sesuatu yang akan datang. Contoh dari *analytics predictive* adalah sistem rekomendasi yang dipakai di situs *e-commerce* Amazon. Dari data penggunaan dan pembelian maka bisa diperkirakan barang apa saja yang pengunjug sekiranya tertarik untuk membeli. Pada analitis jenis ini mulai diperlukan *machine learning* untuk menafsirkan data yang telah dikumpulkan sehingga tidak bisa langsung melakukan operasi penjumlahan atau rata-rata seperti pada analisis deskriptif. Analitis

prediktif bisa dibilang setingkat lebih tinggi dari analitis deskriptif karena prosesnya lebih kompleks dan rumit. Meskipun demikian, *analytics deskriptif* tetap diperlukan antara lain sebagai benchmark. Pada kasus sistem rekomendasi untuk menunjukkan bahwa algoritma rekomendasi sudah memberikan hasil maksimal (openbigdata.wordpress.com).

Nilai terakhir budaya data adalah *how can we make it happen* (analitis preskriptif). Nilai terakhir ini merupakan proses analisis yang menghasilkan jawaban atas pertanyaan kenapa sesuatu terjadi serta memberikan saran terhadap kondisi yang kemungkinan akan terjadi di masa yang akan datang. Karena kemampuannya inilah analitis preskriptif sangat diperlukan oleh *top-level* manajemen dalam mengambil keputusan. Dalam prosesnya sulit untuk membuat sistem yang menggunakan analitis preskriptif, mengingat algoritmanya harus benar-benar dapat melihat yang tak terlihat dari hasil dua analisa sebelumnya. Selain itu juga mempertimbangkan semua opsi untuk pengambilan keputusan. Untuk mencapai hal ini *machine learning* sudah pasti menjadi hal yang mutlak digunakan. (openbigdata.wordpress.com).

Jenis-jenis data

Menurut Dinita Andriani Putri (Open Data Lab) jenis data yang umum ditemui dibagi menjadi data tidak terstruktur, data semiterstruktur, dan data

terstruktur. Data yang diperlukan pada jurnalisisme data adalah data terstruktur. Jika ada data yang masih tidak terstruktur maupun yang semi terstruktur maka seorang jurnalis harus mampu mengolahnya untuk menjadi informasi. Itulah pentingnya jurnalis memahami penggunaan *software* Excell. Dengan program ini jurnalis bisa mengolah data secara benar. Proses mengolah dokumen yang ada di pemerintah disebut *scrapping*, atau kalau jurnalis menyebutnya "pembersihan data", yakni proses mengolah dokumen proyek menjadi data untuk keperluan pemberitaan.

Bagaimana seorang jurnalis bisa mendapatkan data untuk kegiatan politiknya? Sesuai dengan Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) muncul istilah data terbuka, yakni data yang tersedia dengan bebas bagi setiap orang untuk diakses, digunakan, diubah, dan dibagikan untuk tujuan apa pun...." (<http://open-definition.org>). Contoh pemerintah memiliki lembaga bernama LKPP (Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah). Melalui LKPP seorang jurnalis bisa mendapatkan dokumen lelang. Akan tetapi, dokumen ini belum bisa dijadikan bahan berita sebelum dilakukan *scrapping*. Untuk itulah seorang jurnalis mau tidak mau harus memahami penggunaan Excel yang memiliki 14 rumus untuk bisa "membersihkan data". Selamat datang budaya data.***