

Menjaga Kualitas Jurnalisme

AWAL tahun 2023 ditandai dengan berakhirnya masa terbit beberapa media cetak nasional di Indonesia. Yang juga cukup mengejutkan, ditutupnya siaran radio BBC Indonesia, dan BBC di berbagai negara. Padahal, radio ini banyak sekali pendengarnya, karena program-programnya menarik.

Era digital memang telah membawa banyak perubahan. Berita atau informasi yang semula harus diperoleh dengan berbayar, melalui koran dan majalah, atau harus memiliki televisi atau radio, kini bisa diakses dengan mudah melalui internet.

Biaya internet yang semakin murah bahkan gratis di beberapa ruang publik (dengan adanya *free wi-fi*) ditambah dengan makin canggihnya media sosial, semakin menantang eksistensi media massa dan jurnalisme.

Kini, orang bisa membuat berita dan menyebarkan langsung dari telefon seluler (ponsel) yang dimilikinya. Karena itu, kerap muncul pertanyaan, apakah keberadaan media massa dan jurnalisme masih diperlukan?

Akurasi

Menilik proses jurnalistik di media massa, kita tahu, reporter harus ke lapangan, lalu menuliskan berita yang



Arba'iyah Satriani

Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Bandung

kemudian dikirimkan kepada redaktornya di kantor. Tahap selanjutnya penyuntingan, baru kemudian berita bisa dipublikasikan.

Bandingkan proses tersebut dengan kondisi saat ini ketika seseorang melihat sebuah kebakaran dalam perjalanan yang dilewatinya, lalu ia langsung memotret atau merekamnya dan segera memublikasikannya di akun media sosialnya. Tentu saja, proses jurnalistik di media massa jadi memakan waktu panjang. Sebaliknya melalui media sosial, siapa pun hanya perlu beberapa menit untuk menyebarkan informasi yang sama.

Dalam dunia media massa, kecepatan memang salah satu "panglima" yang harus diikuti. Sebuah media massa dianggap bagus jika mampu menyajikan informasi secara cepat. Namun, proses verifikasi informasi tetap harus dilakukan meskipun kita mengejar kecepatan. Pasalnya, informasi yang diberitakan juga harus akurat.

Kenyataannya, kecepatan sering berbanding terbalik dengan akurasi. Banyak yang

mengejar kecepatan tetapi terjerembab dengan validitas informasi yang disampaikan. Karena itulah, proses verifikasi membutuhkan waktu.

Di sisi lain, proses verifikasi inilah yang membedakan antara media massa arus utama dengan *citizen journalism* (jurnalisme warga) yang dilakukan oleh para pemilik akun media sosial.

Fakta ini menunjukkan, media massa dan jurnalisme tetap mempunyai tempat dan masih bisa eksis di era digital ini. Namun kita juga tak memungkiri, seperti dinyatakan di awal, kini semakin banyak media massa arus utama yang tutup atau beralih menjadi sepenuhnya *online*, akibat merugi atau alasan lain. Hal ini menandakan, keberadaan media internet beserta semua kecanggihannya memang menjadi tantangan besar bagi keberlangsungan media massa.

Persoalan

Masalah yang dihadapi media massa bukan sekadar persaingan dengan konten media sosial. Ada juga persoalan keengganan pembaca

media untuk membayar konten media. Padahal saat ini media massa *online* sedang menuju ke sana.

Selama ini, pembaca terbiasa memperoleh semua informasi secara gratis. Jadi, saat diminta untuk mengeluarkan sejumlah uang berlangganan (meskipun mungkin hanya seharga kopi di kedai internasional atau seharga satu porsi makan siang di kafe) untuk memperoleh informasi, terasa berat.

Kondisi pembaca yang enggan membayar informasi yang ingin dibacanya tak hanya terjadi di Indonesia. Seperti diungkapkan dalam artikel yang dimuat di situs *wan-ifa.org* berjudul "*News as a commodity: how newspapers can survive the digital age*", warga negara di India dan Mesir bahkan di beberapa negara maju, juga enggan membayar isi media yang mereka baca. Hal ini karena masih banyak pilihan lain untuk memperoleh informasi serupa seperti misalnya dari mesin pencari.

Dari sisi kepentingan penerbit, pembaca yang berlangganan media massa *online* akan membantu pengelolaan media agar terbebas dari intervensi politik dan ekonomi. Independensi media menjadi penting supaya informasi yang disebarkan tetap bisa menjadi *guidance*

bagi masyarakat. Namun fakta di lapangan berbeda.

Karena itu, penulis artikel tersebut, Collette Davidson, mengatakan, ada dua cara yang bisa dilakukan media massa untuk menyiasatinya.

Pertama, dilakukan kompromi oleh penerbit dengan membuat konten yang disebut *freemium*. Artinya, sebagian isi media berbayar dan sebagian lainnya digratiskan.

Kedua, menasar target yang sangat unik (*super-niche*) dan berharap para pengiklan akan bersedia untuk membayar keunikan tersebut. Apakah kedua hal itu bisa dilakukan di Indonesia? Perlu dilakukan analisis lebih lanjut.

Namun intinya, para penerbit harus melakukan strategi jitu dalam mengatasi tantangan dunia digital ini. Pasalnya, kebebasan bermedia massa di Indonesia sangat penting apalagi menjelang Pemilu 2024. Masyarakat perlu mendapat informasi yang benar agar bisa menentukan pilihan yang baik bagi kehidupan mereka.

Karena itu independensi media massa di era digital perlu dijaga. Edukasi masyarakat mengenai kondisi yang dihadapi media massa pun harus dilakukan sehingga situasi demokratis di negeri kita tetap bisa dijaga. Selamat Hari Pers Nasional. ***