



Inovasi Kebijakan Redaksional dalam Menerapkan Jurnalisme Data pada Media Daring Alinea.id

Rizki Febianto

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Indonesia

E-mail: rizkifebianto288@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-03-13 Revised: 2024-04-17 Published: 2024-05-01 Keywords: <i>Online journalism; Data journalism; Diffusion innovation; Editorial Policy; Alinea.id.</i>	Data journalism is an innovation of changing trends in the news structure of online media. At the beginning of its development, the online media carried out concise, sensational reporting practices, and only concerned with the large number of clickers and viewers. This raises a problem, where online journalism is seen as unable to display its quality. Until finally data journalism emerged, bringing changes in news writing trends to become deeper, comprehensive, and include various data to support the quality of news content. This qualitative research uses the theory of innovation diffusion introduced by Everett M Rogers to explain how the process of adopting data journalism in online media, as well as how the innovations are carried out to support its application. The case study was conducted on the online media Alinea.id because this media applies data journalism as the basis for the news information. Policy innovation made by Alinea.id to support data journalism, namely the application of Alinea tools, which can be a reference for the editorial staff to determine the news and enrich the news topic of data journalism. In the aspect of presenting the data, Alinea also makes innovations by presenting the content of the Alinea Interactive Report (AIR), which is an innovation from presenting data which previously were only in the form of diagrams and images.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-03-13 Direvisi: 2024-04-17 Dipublikasi: 2024-05-01 Kata kunci: <i>Jurnalisme Daring; Jurnalisme Data; Difusi Inovasi; Kebijakan Redaksional; Alinea.id.</i>	Jurnalisme data merupakan inovasi dari perubahan tren struktur pemberitaan pada media daring. Pada awal perkembangannya, media daring melakukan praktik pemberitaan yang ringkas, sensasional, dan hanya mementingkan banyaknya jumlah clickers dan viewers. Hal tersebut menimbulkan permasalahan, di mana jurnalisme daring dipandang tidak mampu menampilkan kualitasnya. Hingga akhirnya muncul jurnalisme data, membawa perubahan tren penulisan berita menjadi lebih dalam, komprehensif, dan menyertakan berbagai data untuk mendukung kualitas isi berita. Penelitian kualitatif ini menggunakan teori difusi inovasi yang dikenalkan oleh Everett M Rogers untuk menjelaskan bagaimana proses adopsi jurnalisme data pada media daring, serta inovasi yang dilakukan untuk mendukung penerapannya. Studi kasus dilakukan pada media daring Alinea.id karena media tersebut menerapkan jurnalisme data sebagai dasar informasi pemberitaannya. Inovasi kebijakan yang dilakukan Alinea.id untuk mendukung jurnalisme data meliputi penerapan Alinea tools, yang mampu menjadi referensi bagi jajaran redaksi untuk menentukan pemberitaan serta memperkaya topik pemberitaan dari jurnalisme data. Pada aspek penyajian data, Alinea juga menerapkan inovasi dengan menghadirkan konten Alinea Interactive Report (AIR), sebuah inovasi dari penyajian data sebelumnya yang hanya berupa diagram dan gambar.

I. PENDAHULUAN

Seiring pesatnya perkembangan zaman, berkembangnya media juga dipengaruhi oleh teknologi yang berkontribusi terhadap terciptanya keberagaman sebuah media. Hal ini merupakan salah satu ciri dalam media baru sebagaimana dijelaskan McNamus (Dalam Teori Komunikasi, Sejarah, dan Terpaan Media Massa, Severin, Werner dan Tankard, 2005), yaitu terdapat perubahan terkait ketersediaan media, di mana sebelumnya langka dengan akses yang

terbatas menuju media yang melimpah serta aksesnya hampir tidak terbatas.

Dalam sisi industri, alat produksi menjadi semakin canggih, biaya produksi media pun semakin murah, sehingga berdampak pada massalnya kemunculan media. Media cetak seperti surat kabar contohnya, dapat dengan mudah ditemui, atau telepon genggam yang hampir menjelma jadi kebutuhan dasar setiap orang untuk melakukan komunikasi dan berbagai kegiatan sosial.

Teknologi juga berperan bagi sebuah perusahaan media untuk mampu memproduksi lebih dari satu bentuk atau jenis media, kondisi ini yang disebut dengan konvergensi media. Di mana sebuah industri media cetak, bisa juga memproduksi media dalam bentuk lainnya. Masyarakat pun jadi memiliki berbagai opsi untuk mereka mengonsumsi informasi di media dalam berbagai bentuk, dari mulai media cetak, media yang mengandalkan audio atau suara seperti radio, media yang mengandalkan audio-visual seperti televisi, dan lain sebagainya. Teknologi juga memiliki andil yang sangat besar atas munculnya media baru yakni media siber atau media daring yang menggunakan internet.

Internet yang mentransformasikan dirinya sebagai tempat berisi informasi dengan berbagai bentuk dan dapat berasal dari berbagai belahan dunia ini, memudahkan masyarakat untuk dapat mencari informasi yang mereka perlukan kapan pun serta melalui perangkat apa pun. Hal tersebut sangat kontras dengan media konvensional, di mana seperti media cetak dan elektronik yang memerlukan kehadiran khalayaknya pada saat itu juga untuk dapat mengakses informasi yang ada pada media tersebut. Berdasarkan survey dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi pengguna internet di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Pada 2018, dari sekitar 264 juta penduduk di Indonesia, sekitar 171 jutanya adalah pengguna Internet, atau sekitar 64,8% penduduk Indonesia menggunakan internet, jumlah tersebut merupakan peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya, di tahun 2017 pengguna internet di Indonesia berjumlah 143 juta orang, di tahun 2016 berjumlah 132 juta orang.

Penggunaan internet di Indonesia memiliki banyak keragaman, salah satunya ialah mencari sebuah informasi yang tidak bisa didapat di lingkungan terdekat. Hal tersebut bisa dilakukan dengan mengakses media daring. Media daring sendiri merupakan sebuah situs di internet yang menyajikan berita terbaru tentang berbagai hal, yang biasanya dikasifikasikan dengan kategori-kategori tertentu, seperti berita olahraga, ekonomi, teknologi, dan lain sebagainya. Dalam sejarahnya di Indonesia, media daring awalnya hanya merupakan perwujudan dari media cetak yang ada di Indonesia. Para perusahaan media hanya menyalin isi dari media cetak yang mereka miliki ke situs berita *online* milik mereka tanpa adanya perubahan atau perbedaan sama sekali. Hal tersebut dapat terjadi bukan tanpa alasan,

karena pada waktu itu internet belum *popular* di Indonesia dan juga dianggap belum dapat memberikan profit ke perusahaan.

Penelitian dari Nugroho, Putri, dan Laksmi (2012) dapat digunakan untuk menjelaskan permulaan dan perkembangan media daring di Indonesia. Republika menjadi media pertama yang memiliki versi daringnya pada tahun 1995. Tak lama kemudian, pada tahun yang sama, majalah Tempo juga merilis format daringnya dengan nama Tempointeraktif.com. Pada tahun 1998, berbarengan dengan saat-saat jatuhnya pemerintahan Soeharto, hadir Detik.com sebuah media daring yang tidak memiliki versi cetak dan fokus pada pengembangan konsep jurnalisme daring.

Selain berperan terhadap munculnya jenis media baru, yakni media daring, perkembangan teknologi dan internet juga turut andil dalam berkembangnya dunia jurnalistik. Para jurnalis dapat dengan mudah mencari data atau informasi yang mereka perlukan lewat internet. Lewat berbagai aplikasi dan fitur di internet mampu memudahkan jurnalis memproduksi dan mendistribusikan produk mereka. Menurut Ambardi (2017), hal ini telah mengubah putaran pemutakhiran berita dalam sehari- semalam. Perputaran berita di media cetak memakan waktu 12 sampai 24 jam untuk pemutakhiran berita, sedangkan televisi umumnya memakan waktu 6 jam untuk pemutakhiran berita, yang ditampilkan dalam buletin pagi, siang, sore, dan malam. Berkat teknologi digital, sebuah media daring bisa memutakhirkan pemberitaan setiap saat, melakukan pelaporan peristiwa secara *real time*, berjalan langsung mengikuti perkembangan peristiwa. Begitu pun juga dengan proses pendistribusian produk yang terdiri dari banyak opsi, mengingat banyaknya platform di internet. Akibatnya, jumlah informasi yang diproduksi dan berlalu-lalang menjangkau publik mengalami peningkatan luar biasa.

Pertumbuhan jumlah informasi dan data sejak munculnya teknologi digital juga meningkat pesat, sebuah data pun menjelma menjadi informasi yang dapat dengan bebas dikonsumsi oleh publik. Kolaborasi antara jurnalisme, perkembangan teknologi, serta pertumbuhan arus informasi dan data pun mampu menciptakan inovasi bagi dunia jurnalistik, salah satunya adalah jurnalisme data, yakni kegiatan jurnalistik yang menggunakan data dalam produk jurnalistik yang dibuatnya. Jurnalisme data mirip seperti reportase investigasi, namun secara teknis kedua hal tersebut berbeda. Jurnalisme

data menggunakan metode ilmiah dalam pembuatan tulisannya, seperti riset survey, analisis konten, dan survey lapangan.

Berkat jurnalisme data, terjadi perubahan tren penulisan berita pada media daring. Pada studi terdahulu tentang logika jangka pendek jurnalisme daring yang dilakukan oleh Puspita (2015), menunjukkan bahwa jurnalisme daring mengikuti struktur logika jangka pendek dalam budaya kerjanya, yang berimplikasi pada praktik pemberitaan yang ringkas, berkelanjutan, sensasional, dan hanya mementingkan banyaknya jumlah *clickers* dan *viewers*. Hal tersebut menimbulkan permasalahan, di mana jurnalisme daring dipandang tidak mampu menampilkan kualitasnya.

Tuntutan kecepatan dan kompetisi membuat produk jurnalistik daring abai terhadap akurasi sebuah berita. Persoalan akurasi merupakan salah satu faktor yang mendapat perhatian lebih pada beberapa literatur dan kajian ilmiah terhadap jurnalisme daring. Padahal Kovach dan Rosenstiel (Dalam Ciptadi dan Armando, 2018) sudah mengingatkan bahwa esensi dari jurnalisme adalah disiplin verifikasi. Haryatmoko (Dalam Ciptadi dan Armando, 2018) juga menjelaskan bahwa perlombaan kecepatan dalam menyajikan berita berdampak pada rendahnya akurasi sebuah berita.

Akan tetapi, seiring berjalannya waktu, berdasarkan penelitian terdahulu berjudul "Upaya Agensi Melawan Logika Jangka Pendek Jurnalisme Daring" (Ciptadi dan Armando, 2018), mulai hadir media daring yang tidak mengikuti logika jangka pendek dan membawa perubahan tren penulisan berita menjadi lebih dalam, komprehensif hingga menyertakan berbagai data untuk dapat mendukung kualitas isi berita. Perkembangan jurnalisme data di Indonesia memang belum sepesat di Amerika atau negara-negara di Eropa. Namun, praktik jurnalisme dengan pendekatan jurnalisme data telah dilakukan beberapa tahun belakangan. Media daring di Indonesia mulai mengadopsi inovasi jurnalisme data dengan memanfaatkan sumber terbuka dari himpunan data besar (*big data*) dan melakukan riset mandiri. Organisasi berita juga tampak memberikan dukungan bagi perkembangan jurnalisme data di Indonesia (Hartinah, 2018).

Alinea.id merupakan salah satu media daring di Indonesia yang menerapkan kegiatan jurnalisme data sebagai dasar informasi pemberitaannya. Produk jurnalisme data yang mereka produksi dan distribusikan tersedia

dalam bentuk tulisan, foto, video, diagram, hingga infografis yang berkaitan dengan beberapa rubrik dengan cakupan berbagai isu serta pengemasan yang terbilang cukup kreatif.

Liputan yang dilakukan Alinea.id mencakup tiga hal esensial yang para jajarannya redaksinya anggap penting bagi semua orang, yakni fakta, data, dan kata. Mereka meyakini, pertalian ketiga hal tersebut akan menghasilkan wawasan yang baik bagi semua pembacanya, dan juga penting saat mereka mengambil keputusan. Walaupun tergolong baru, Alinea.id mampu mengalami peningkatan jumlah pembaca yang cukup signifikan. Dari *traffic data* yang peneliti dapatkan dari Alinea.id, pembaca dalam rentang waktu 1 Maret 2018 hingga 2 Mei 2020 sebanyak 7,5 juta pembaca mengalami kenaikan hingga 171% dari tahun ke tahun. Jumlah pembaca baru dari total jumlah pembaca secara persentase sebesar 42,1% dan jumlah pembaca yang kembali datang (pembaca setia) sebanyak 57,9%.

Dari latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengkaji perkembangan media daring tanah air yang menitikberatkan kebijakan redaksional dalam menerapkan jurnalisme data. Alinea.id dipilih sebagai studi kasus dalam penelitian ini. Penulis tertarik mengkajinya dengan menggunakan teori difusi inovasi (Roger, 1995). 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. Menurut Rogers (2003), difusi merupakan proses ketika inovasi dikomunikasikan lewat saluran-saluran tertentu dan dalam waktu-waktu tertentu di antara anggota suatu sistem sosial. Difusi menurut Rogers juga dapat merupakan suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial. Sementara inovasi menurut Rogers merupakan suatu ide, praktik, atau benda yang dianggap suatu individu atau kelompok masyarakat sebagai hal yang baru. Anggapan baru terhadap suatu gagasan, praktik atau benda oleh sebagian orang atau kelompok, belum tentu juga itu dianggap sesuatu yang baru pada sebagian yang lain. Baru atau tidaknya hal tersebut tergantung dari bagaimana suatu individu atau kelompok merasakannya.

Jadi, difusi inovasi merupakan proses penyebaran serapan ide, praktik, benda atau hal-hal baru lain guna merubah suatu sistem sosial di kelompok atau masyarakat yang terjadi terus menerus dari satu tempat ke tempat yang

lainnya, dari suatu waktu ke waktu berikutnya, dari satu bidang tertentu ke bidang lainnya dalam suatu kelompok sistem sosial.

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 (Hapsari, 2020: 57). Pada studi sebelumnya yang dilakukan oleh Badri 2019 (dalam Hapsari 2020: 58) menjelaskan bahwa inovasi memiliki proses untuk dapat diadopsi, proses keputusan inovasi terdiri dari lima tahapan yaitu: (1) pengetahuan, (2) persuasi, (3) keputusan, (4) implementasi, dan (5) konfirmasi.

II. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengeksplorasi dan juga memahami makna dari suatu permasalahan sosial yang dialami sejumlah individu atau suatu kelompok. Peneliti akan menggunakan jenis penelitian studi kasus, menurut Yin (2006), studi kasus digunakan sebagai suatu penjelasan komprehensif yang berkaitan dengan berbagai aspek seseorang, suatu kelompok, suatu organisasi, suatu program, atau suatu situasi kemasyarakatan yang diteliti, diupayakan dan ditelaah sedalam mungkin. Studi kasus dilakukan pada media daring Alinea.id, karena media ini menerapkan jurnalisme data sebagai dasar informasi pemberitaannya. Dipilihnya media ini juga karena Media yang menerapkan jurnalisme data di Indonesia belum lah banyak, beberapa diantaranya terdapat Katadata dan Tirto yang menerapkan jurnalisme data seperti Alinea.id. Peneliti memilih Alinea.id, selain karena keunikannya, namun juga karena Alinea.id merupakan media dengan usia termuda yang menerapkan jurnalisme data, yakni sejak 2018. Dengan usianya yang muda, Alinea.id merupakan media yang melakukan adopsi jurnalisme data yang paling terbaru, sehingga penelitian terkait bagaimana proses adopsi jurnalisme data dapat dilakukan, mengingat proses adopsi yang mereka lakukan belum lah terjadi terlalu lampau.

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber informasi ialah informan yang dianggap berkompeten serta memiliki relevansi dengan masalah yang tengah diteliti. Ketentuan untuk menjadi informan dalam penelitian ini memiliki

beberapa kriteria, di antaranya yaitu terlibat dalam kegiatan jurnalisme data, memiliki pengalaman di bidang yang ia tekuni, terlibat secara aktif terhadap lingkungan kerja yang menjadi sasaran penelitian, bersedia untuk terlibat diwawancarai secara mendalam (*indepth interview*) serta setuju untuk mempublikasikan hasil wawancara.

Dari kriteria tersebut, peneliti telah mewawancarai 1 orang *key informan* dan 5 orang informan pendukung, di antaranya yaitu:

1. Wakil Pemimpin Redaksi (Key Informan)
2. Redaktur Pelaksana (Informan Pendukung)
3. Redaktur/Editor (Informan Pendukung)
4. Reporter (Informan Pendukung)
5. Pembaca Alinea 1 (Informan Pendukung)
6. Pembaca Alinea 2 (Informan Pendukung)

Sehingga, penelitian ini akan menganalisis kebijakan redaksional Alinea.id dalam menjalankan jurnalisme data sebagai dasar informasi pemberitaannya, serta bagaimana proses difusi inovasi dari jurnalisme data dalam kebijakan redaksional mereka.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan menggunakan model Setelah peneliti mendapatkan jawaban dari key informan dan informan pendukung mengenai adopsi jurnalisme data pada Alinea.id, bagaimana penerapannya, dan juga bagaimana kebijakan redaksionalnya untuk mendukung praktik jurnalisme data, peneliti melakukan pembahasan dengan cara menganalisis dengan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini mengangkat judul Inovasi Kebijakan Redaksional Dalam Menerapkan Jurnalisme Data Pada Media Daring Alinea.id. Alasan peneliti mengangkat judul ini karena jurnalisme data merupakan inovasi dari tren pemberitaan pada media daring, di mana sebelum konsep jurnalisme data diterapkan, perkembangan media daring di Indonesia menimbulkan persoalan dalam praktik jurnalistiknya. Jurnalisme daring dipandang tidak mampu menampilkan kualitas yang setara dengan jurnalisme cetak dalam menerapkan standar, prinsip, dan etika jurnalistik.

Hampir semua media daring di Indonesia mengikuti apa yang disebut logika jangka pendek dalam budaya kerjanya, yang berimplikasi pada praktik pemberitaan yang ringkas, berkelanjutan, sensasional, dan hanya mementingkan banyaknya jumlah clickers dan viewers. Hal yang diutamakan adalah kecepatan. Unsur kecepatan

dimaknai sebagai keinginan pembaca. Sehingga siapa yang cepat, dia yang akan mendapatkan jumlah pembaca yang tinggi. Tuntutan kecepatan dan kompetisi membuat produk jurnalistik daring abai terhadap prinsip dan juga etika jurnalistik. Padahal Kovach dan Rosenstiel (dalam Ciptadi dan Armando, 2018) sudah mengingatkan bahwa esensi dari jurnalisme adalah disiplin verifikasi. Haryatmoko (dalam Ciptadi dan Armando, 2018) juga menjelaskan bahwa perlombaan kecepatan dalam menyajikan berita berdampak pada rendahnya akurasi sebuah berita. Persoalan akurasi merupakan salah satu faktor yang mendapat perhatian lebih pada beberapa literatur dan kajian ilmiah terhadap jurnalisme daring.

Alinea.id merupakan salah satu media daring di Indonesia yang menerapkan jurnalisme data sebagai dasar informasi pemberitaannya. Produk jurnalisme data yang mereka produksi dan distribusikan tersedia dalam bentuk tulisan, foto, video, diagram, hingga infografis yang berkaitan dengan beberapa rubrik dengan cakupan berbagai isu serta pengemasan yang terbilang cukup kreatif. Untuk mengkaji bagaimana jurnalisme data masuk di Alinea, peneliti mengkajinya menggunakan teori difusi inovasi. Difusi inovasi merupakan proses penyebaran serapan ide, praktik, benda atau hal-hal baru lain guna merubah suatu sistem sosial di kelompok atau masyarakat yang terjadi terus menerus dari satu tempat ke tempat yang lainnya, dari suatu waktu ke waktu berikutnya, dari satu bidang tertentu ke bidang lainnya dalam suatu kelompok sistem sosial. Rogers (2003) menjelaskan bahwa proses difusi inovasi terdiri dari 4 elemen pokok, di antaranya yaitu:

1. Inovasi, menurut Rogers inovasi merupakan suatu ide, praktik, atau benda yang dianggap sebagai hal yang baru. Anggapan baru terhadap suatu gagasan, praktik atau benda oleh sebagian orang atau kelompok, belum tentu juga itu dianggap sesuatu yang baru pada sebagian yang lain. Inovasi dalam penelitian ini adalah praktik jurnalisme data. Badri (dalam Hapsari, 2020) menyebut jurnalisme data merupakan salah satu inovasi jurnalisme berbasis Internet. Jurnalisme data merupakan kegiatan jurnalisme yang menggunakan data dalam produk jurnalistik yang dibuatnya. Jurnalisme data mirip seperti reportase investigasi, namun secara teknis kedua hal tersebut berbeda. Jurnalisme data menggunakan metode ilmiah dalam

pembuatan tulisannya, seperti riset survey, analisis konten, dan survey lapangan.

2. Saluran komunikasi, merupakan media untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Saluran komunikasi dapat disesuaikan dengan maksud dan tujuan, bila bertujuan memperkenalkan inovasi ke masyarakat dan tersebar luas, berarti saluran komunikasi yang tepat ialah media massa. Sedangkan bila ditujukan untuk mengubah perilaku atau sikap dari penerima secara personal, berarti saluran komunikasi yang lebih tepat ialah dengan saluran interpersonal.

Pada Alinea.id, penyampaian pesan-pesan terkait inovasi penerapan jurnalisme data dilakukan menggunakan saluran interpersonal. Pertama kali disampaikan pada saat perekrutan reporter atau editor untuk bergabung di Alinea.id, pada tahap wawancara akhir calon reporter atau editor akan dijelaskan soal penerapan jurnalisme data yang akan dilakukan Alinea.id. Lebih lanjut, salur komunikasi interpersonal dilakukan pada saat rapat rutin satu minggu sekali dan rapat besar satu bulan sekali, disana akan dijelaskan lebih jauh terkait penerapan jurnalisme data, terutama yang dilakukan oleh tim selisik.

1. Jangka waktu, proses keputusan inovasi sejak individu mengetahui hingga mengambil keputusan untuk menerima atau menolak inovasi tersebut. Pengambilan keputusan tersebut sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Di mana dimensi waktu terlihat dalam proses pengambilan keputusan inovasi, keinovatifan seseorang di mana ia relatif lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi, dan kecepatan pengadopsian inovasi tersebut dalam suatu sistem sosial. Bagi jajaran redaksi Alinea.id untuk memutuskan mengadopsi jurnalisme data sebagai dasar informasi pemberitaannya tidaklah terlalu lama. Keinovatifan jajaran redaksi Alinea.id *relative* cepat. Begitu mereka bekerja di Alinea, mereka langsung mengadopsi penerapan jurnalisme data. Kebijakan-kebijakan redaksional untuk mendukung penerapan jurnalisme data pun juga cepat dibuat.
2. Sistem sosial, merupakan kumpulan unit yang secara fungsional berbeda dan terikat kerjasama untuk menyelesaikan suatu permasalahan untuk mencapai tujuan bersama. Sistem sosial disini adalah seluruh tim Alinea.id yang terlibat dengan praktik jurnalisme data di Alinea. Dari mulai pemimpin

redaksi hingga reporter, memiliki tujuan bersama untuk menjadikan Alinea.id sebagai portal berita berpengaruh yang membawa jurnalistik dari segi konteks maupun jurnalistik dari segi data.

Dalam proses adopsi jurnalisme data di Alinea.id, semua tahapan sesuai dengan teori difusi inovasi, dari mulai tahap pengetahuan (*knowledge*), persuasi (*persuasions*), keputusan (*decisions*), implementasi (*implementation*), dan konfirmasi (*confirmation*) berlangsung tanpa adanya kendala. Alinea.id telah mengadopsi jurnalisme data sebagai dasar informasi pemberitaannya. Keputusan pengadopsian tersebut juga dari hasil penelitian yang dilakukan, banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak, memberi penguatan dan keyakinan bagi Alinea.id untuk terus mengadopsi praktik jurnalisme data.

Dari penelitian yang telah dilakukan, diketahui juga terdapat inovasi-inovasi pada kebijakan redaksional Alinea.id yang dilakukan untuk mendukung jurnalisme data. Peneliti melihat terdapat dua inovasi utama. Pertama diterapkannya *Alinea tools*, sebuah *tools* yang memiliki banyak fungsi seperti memberikan gambaran soal persepsi dan sentiment pengguna internet, menunjukkan data-data detail seperti demografi dan usia pembaca media daring, minat mereka terhadap suatu isu, dan lain sebagainya. Hal tersebut berguna untuk menjadi referensi bagi jajaran redaksi dalam menentukan pemberitaan yang akan ditayangkan, serta memperkaya topik pemberitaan dari jurnalisme data, karena dengan adanya *Alinea tools* maka pengumpulan data tidak hanya mengandalkan reporter di lapangan. Peneliti pun melakukan konfirmasi dengan mengecek kala data di Alinea.id, dan memang didapatkan banyak data-data yang dihasilkan lewat *Alinea tools*.

Inovasi yang kedua ada pada aspek penyajian data. Alinea menghadirkan sebuah konten bernama AIR (Alinea Interactive Report). Penyajian data dalam AIR dikemas dengan kreatif dan menarik, memiliki fitur animasi didalamnya, membuat gambar-gambar atau tulisan-tulisan yang dapat bergerak jika para pembaca mengkliknya. AIR merupakan inovasi dari penyajian data yang sebelumnya hanya berupa diagram dan gambar. Biasanya AIR akan terbit sekali dalam satu bulan. Data-datanya biasa dicari oleh reporter dan editor dari tim selisik. Penentuan topik yang akan dimuat dalam AIR juga ditentukan dengan rapat rutin yang dilakukan oleh tim selisik, yang memang biasa

membuat konten dengan penyajian data yang detail dan mendalam.

Sesuai dengan konsep penelitian kebijakan redaksional, inovasi-inovasi tersebut yakni *Alinea tools* dan AIR dihadirkan atas kebijakan dari jajaran redaksi Alinea.id. Di mana faktor terbesar yang mempengaruhi bagaimana kebijakan redaksional sebuah media bisa berupa sikap, posisi dan pandangan media itu sendiri. Dalam kebijakan redaksional Alinea.id, mereka menyesuaikan dengan visi dari media mereka, yakni menjadi portal berita berpengaruh yang membawa jurnalistik dari segi konteks maupun jurnalistik dari segi data. Sehingga dengan kebijakan penerapan *Alinea tools* dan AIR, diharapkan mampu mendukung visi tersebut. *Alinea tools* dan AIR hadir untuk mengoptimalkan penerapan jurnalisme data Alinea.id.

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam konsep penelitian lainnya, Alinea.id melakukan praktik komunikasi massa. Alinea.id merupakan contoh organisasi media massa, reporter dan jajaran redaksi Alinea.id berperan sebagai komunikator, mengirimkan pesannya yang bersifat umum, kepada komunikan, yakni pembacanya yang tersebar di berbagai wilayah. AIR merupakan salah satu pesan massa yang coba disampaikan Alinea.id sebagai organisasi media massa kepada pembacanya. AIR juga menunjukkan bahwa

Alinea.id merupakan bagian dari media baru, sebagaimana yang telah dijelaskan dalam konsep penelitian, salah satu ciri media baru adalah pesannya yang bersifat fleksibel, tidak hanya berupa tulisan, namun juga terdapat gambar, grafik, dan animasi di dalamnya. Selain itu, *Alinea tools* juga masuk ke dalam ciri media baru, yakni interaktivitas, di mana media baru memiliki sistem komunikasi manusia-mesin, sama halnya dengan *Alinea tools* yang merupakan bagian dari mesin yang dioperasikan oleh redaksi Alinea.id.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini dilakukan berdasarkan adanya perubahan tren pada pemberitaan media daring. Hadirnya praktik jurnalisme data membawa perubahan pada pemberitaan media yang sebelumnya mengikuti struktur logika jangka pendek dalam budaya kerjanya, yang berimplikasi pada praktik pemberitaan ringkas, berkelanjutan, sensasional, serta hanya mementingkan banyaknya jumlah clickers dan viewers, berubah menjadi lebih dalam, komprehensif dan menyertakan

berbagai data untuk mendukung kualitas isi tulisan. Jurnalisme data sebagai sebuah inovasi mulai diadopsi oleh beberapa media daring di Indonesia. Peneliti menggunakan teori difusi inovasi yang dikenalkan oleh Everett M Rogers untuk menjelaskan bagaimana proses adopsi jurnalisme data pada media daring, serta bagaimana inovasi kebijakan redaksional yang dilakukan untuk mendukung penerapan jurnalisme data. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, di mana salah satu syarat untuk memilih suatu kasus atau objek yang diteliti adalah kasus atau objek tersebut harus memiliki kekhasan. Maka dari itu peneliti memilih media daring Alinea.id sebagai objek penelitian, karena Alinea.id memiliki kekhasan berupa adanya *tools* bernama *Alinea tools* yang dapat membantu penerapan jurnalisme data pada Alinea.id.

Secara sederhana, dalam teori difusi inovasi, sebuah inovasi untuk dapat diadopsi melewati proses dengan lima tahapan yaitu:

1. Tahap pengetahuan, Alinea.id memahami bahwa jurnalisme data adalah inovasi pemberitaan media di mana sebelumnya tren pemberitaan adalah yang ringkas dan sepele- sepele dalam memberitakan suatu peristiwa. Alinea.id paham bahwa dengan adanya jurnalisme data maka dapat memenuhi kebutuhan para pembaca yang haus dengan informasi, karena penyajian jurnalisme data yang memberikan informasi tidak sepele-sepele dan berkualitas karena disertai dengan data-data yang mendukung informasi tersebut.
2. Tahap Persuasi, pada tahap ini Alinea.id memberikan sikap positif terkait inovasi jurnalisme data. Alinea.id tertarik dengan jurnalisme data karena melihat praktik jurnalisme data yang dilakukan pada media internasional New York Times dan Quartz. Alinea.id merasa jurnalisme data yang diterapkan oleh kedua media tersebut mampu untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi para pembaca media daring yang memang memerlukan informasi yang mendalam.
3. Tahap Keputusan, Alinea.id memutuskan untuk menerapkan jurnalisme data sebagai dasar informasi pemberitaannya. Hal ini ditunjukkan saat Alinea.id merekrut reporter atau editor, saat tahap akhir

wawancara untuk penerimaan mereka sebagai bagian dari Alinea.id, dijelaskan ke mereka soal penerapan jurnalisme data yang akan dilakukan pada Alinea.id.

4. Tahap Implementasi, tahap ini terjadi ketika seseorang menggunakan inovasi. Alinea.id telah mengimplementasikan jurnalisme data sebagai dasar informasi pemberitaannya. Jurnalisme data diterapkan pada selisik dan kanal data. Di dalam selisik terdapat 3 *desk*, yaitu sosial budaya, politik, dan bisnis. Setiap *desk* menerbitkan 4 tulisan setiap minggu. Redaktur pelaksana Alinea.id menjelaskan di dalam tulisan selisik, reporter selisik diwajibkan banyak menggunakan data-data untuk mendukung tulisan yang dibuat. Para editor atau redaktur dari tim selisik juga turut mengarahkan reporter selisik terkait data apa saja yang diperlukan dalam tulisannya.
5. Tahap Konfirmasi, tahap ini terjadi ketika seseorang mencari penguatan atas keputusan inovasi yang telah dibuat, tetapi ia dapat membalikkan keputusan sebelumnya jika mendapatkan pesan atau pengalaman yang bertentangan. Penerapan jurnalisme data banyak mendapat dukungan oleh berbagai pihak, dari mulai reporter dan editornya sendiri, hingga klien yang bekerja sama dengan Alinea.id serta narasumber yang pernah bekerja sama dengan Alinea.id pada suatu konten.

Pada media daring Alinea.id, terdapat inovasi kebijakan redaksional yang dilakukan untuk mendukung jurnalisme data, yaitu diterapkannya sebuah *tools* yang disebut sebagai *Alinea tools* yang memiliki beberapa fungsi seperti memberikan gambaran soal persepsi dan sentimen pengguna internet, menunjukkan data-data detail seperti demografi dan usia pembaca media, minat mereka terhadap suatu isu, dan lain sebagainya. *Alinea tools* mampu menjadi referensi bagi jajaran redaksi untuk dapat menentukan pemberitaan yang akan ditayangkan, serta memperkaya topik pemberitaan dari jurnalisme data, karena dengan adanya *Alinea tools* maka pengumpulan data tidak hanya mengandalkan reporter di lapangan.

Pada aspek penyajian data, Alinea juga membuat inovasi dengan menghadirkan sebuah konten bernama AIR (*Alinea Interactive Report*). Penyajian data dalam AIR dikemas

dengan kreatif dan menarik, memiliki fitur animasi didalamnya, membuat gambar-gambar atau tulisan- tulisan yang dapat bergerak jika para pembaca men-kliknya. AIR merupakan inovasi dari penyajian data yang sebelumnya hanya berupa diagram dan gambar.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa kajian difusi terkait proses difusi masih menjadi topik penelitian yang diminati dalam bidang ilmu komunikasi sebagaimana yang dikatakan Leung dan Wei dalam (dalam Garrison, 2001), dan teori difusi masih menjadi paradigma teoritis yang dominan untuk studi terkait media baru, karena inovasi terus terjadi pada perkembangan media baru.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian ini, peneliti berharap bahwa nantinya akan ada pendalaman dalam kajian mengenai jurnalisme data, karena praktik jurnalisme data tergolong masih baru di Indonesia dan belum banyak kajian yang membahas mengenai jurnalisme data. Serta peneliti berharap akan adanya pembelajaran ataupun perkuliahan yang secara khusus mengajarkan praktik jurnalisme data, terutama pada perkuliahan dengan jurusan jurnalistik. Hal ini mengingat pada era modern seperti saat ini pertumbuhan jumlah informasi dan data sejak munculnya teknologi digital meningkat pesat.

Untuk para pelaku industri media daring, peneliti memberi saran untuk mulai terapkan praktik jurnalisme data pada media-media yang belum menerapkan jurnalisme data. Jika penerapan jurnalisme data meluas, maka akan meningkatkan literasi para pengakses media daring di Indonesia untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi secara lebih mendalam. Dengan jurnalisme data juga meminimalisir kemungkinan seseorang untuk salah mencerna informasi karena adanya tren pemberitaan bohong dari yang dilakukan kelompok-kelompok tertentu untuk mempengaruhi opini publik.

Selanjutnya saran untuk jajaran redaksi Alinea.id. Setelah diketahui bahwa hanya beberapa editor yang dapat mengoperasikan Alinea tools, saran saya kepada Alinea.id adalah lebih menguatkan tim riset dari induk Perusahaan Alinea, yakni Digital Nusantara untuk meningkatkan kualitas pemberitaan. Melanjutkan pelatihan kepada editor maupun reporter terkait pengoperasian Alinea tools,

terutama dalam menerjemahkan hasil riset yang didapat dari Alinea tools, guna memperkaya dan mempercepat produksi jurnalisme data.

DAFTAR RUJUKAN

- _____. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- _____. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers
- Ahmad, Y dan Syaibani. (2011). *New Media Teori dan Aplikasi*. Karanganyar: Lindu Pustaka.
- Ahmadi, R. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media
- Ambardi, K. (2017). *Kualitas Jurnalisme Publik di Media Online: Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- APJII. (2019). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2018*. Dikutip September 21, 2019 dari: <https://apjii.or.id/survei>.
- Badri, M. (2017). *Inovasi Jurnalisme Data Media Online di Indonesia. Artikel Ilmiah Komunikasi*. UIN Sultan Syarif Kasim Riau
- Ciptadi, S,G dan Armando, A. (2018). *Upaya Agensi Melawan Logika Jangka Pendek Jurnalisme Daring: Studi Kasus Tirto.id. Jurnal Komunikasi Indonesia*. Volume VII Nomor 1. Maret 2018 ISSN 2301-9816
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar
- Daryanto. (2014). *Teori Komunikasi*. Malang: Gunung Samudera.
- Effendy, O. U. (2006). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Penerbit Remadja Karya CV
- Garrison, Bruce. (2001). *Diffusion of online information technologies in newspaper newsrooms. Journalism and New Technologies Journal*. Sage Publication. Vol. 2(2): 221-239.
- Hapsari, D.T. (2019). *Inovasi Jurnalis Daring dalam Kolaborasi Tim Cek Fakta selama Pemberitaan Pilpres 2019*. Interaksi

- Jurnal Ilmu Komunikasi. Universitas Dipongoro Semarang Vol. 9, No. 1, Th 2020.
- Hartiningsih. (2014). *Komunikasi Massa Televisi dan Tayangan Kekerasan Dalam Pendekatan Kasus*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Liliweri, A. (1991). *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: P.T. Citra Aditya Bakti.
- Moelong, L. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Morissan. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Media, budaya dan masyarakat*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nawiroh, V. M. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Nugroho, Y., Putri, D.A., Laksmi, S. (2012). *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia (Edisi Bahasa Indonesia)*. Riset kerjasama antara Centre for Innovation Policy and Governance dan HIVOS Jakarta: CIPG dan HIVOS
- Nurhasanah. (2011). *Kebijakan Redaksional Surat Kabar Media Indonesia Dalam Penulisan Editorial*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Puspita, R. (2015). *Logika Jangka Pendek Jurnalisme Online*. Thesis pada Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Restendy, M.S. (2016). Daya Tarik Jurnalistik, Pers, Berita dan Perbedaan Peran dalam News Casting. Jurnal al- Hikmah vol. 4 no. 2. Th 2016, Hal 1 - 12
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations (Fifth Edition)*. New York: The Free Press.
- Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Grasindo
- Rusmiarti, D.A. (2015). *Analisis Difusi Inovasi Dan Pengembangan Budaya Kerja Pada Organisasi Birokrasi*. Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi. Universitas Indonesia. Vol. 6, No. 2,Th 2015, Hal: 85 – 100.
- Severin, W. J dan James W. T. (2005). *Teori Komunikasi, Sejarah, dan Terpaan Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada
- Suharjito, D. (2014). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Tamburaka, A. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Tebba, S. (2005). *Jurnalistik Baru*. Ciputat: Kalam Indonesia
- Yin, R. K (2006). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Perkasa