



BAGIAN
PERTAMA

**POTRET MASYARAKAT
DARI KACAMATA JURNALISME**

Jurnalisme Solusi Sebagai Solusi Sosial

Muhammad Mirza Irfan Bareza

Bagi kita yang hidup di zaman media massa dan sosial, berita adalah kebutuhan. Ia selalu hadir untuk menginformasikan isu-isu publik dan hal-hal lain yang bersentuhan langsung dengan masyarakat seperti kebijakan-kebijakan pemerintah, kabar bencana, dan sebagainya. Kita semua adalah konsumen media massa. Produk-produk media massa yang rutin kita konsumsi antara lain berita, artikel, dan editorial. Sadar maupun tidak, produk-produk media massa sudah menjadi kebutuhan. Bukan lagi sebuah keinginan yang bisa dengan mudah dinegasikan menjadi nomor dua.

Berita adalah untuk memuaskan nafsu ingin tahu. (Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, 2016: 39–40) Berita hadir sebagai sebuah informasi aktual yang disusun berdasarkan kaidah-kaidah jurnalistik dan kemudian disajikan kepada konsumen (baca: pembaca) sebagai sebuah sajian yang objektif sekaligus edukatif. Dalam artian, berita harus *cover both side* atau berimbang, tidak berpihak ke salah satu pihak. Sekaligus ia juga sebagai sarana edukasi terkait peningkatan kepedulian masyarakat terhadap masalah-masalah sosial di sekitarnya di luar domainnya.

Menurut Saidil Karnain Ishak dalam bukunya *Jurnalisme Modern*, insan pers harus menyadari posisinya sebagai “pendidik” dalam proses pendidikan politik. Harus ada kesadaran bahwa informasi yang dimuat dalam media massa akan memengaruhi sikap publik baik positif maupun negatif. Mereka harus mampu memperhitungkan dampak dari opini publik yang terbentuk melalui

pemberitaan di media massa. Kedua, pers yang bebas membutuhkan masyarakat yang dewasa dalam bersikap. (Ishak, 2014, hal. 19)

Media massa atau pers pada dasarnya memiliki empat fungsi dasar berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 1999 Tentang Pers, yakni sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Pers sebagai media informasi menjadi garda utama dalam menginformasikan segala hal yang tentunya bersentuhan langsung dengan masyarakat, seperti kabar ekonomi: kebutuhan pokok, lapangan kerja, dan sebagainya. Kedua, pers sebagai pendidikan. Pers bukan hanya sekedar menginformasikan, konten yang di-*publish* juga harus edukatif. Seperti halnya menyajikan informasi rekam jejak calon wali kota kepada masyarakat. Kemudian masyarakat diberi ruang untuk menilai calon wali kota yang akan ia pilih. Pers hanya mengantarkan masyarakat menjadi tahu siapa yang nanti akan dipilih. Ketiga, fungsi hiburan, pers menjadi media yang memiliki sisi lain sebagai media penghibur. Seperti humor, pantun, dan kisah-kisah lawak lainnya. Keempat, pers sebagai kontrol sosial. Pers menjadi *watchdog* dan pengawal kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah. Pers mengabarkan masalah-masalah sosial dan upaya masyarakat dalam menyelesaikan masalah tersebut, hal ini kemudian dikenal dengan istilah jurnalisme solusi.

Jurnalisme solusi adalah sebuah protes terhadap pemberitaan yang hanya menitikberatkan pemberitaan-pemberitaan masalah-masalah sosial tanpa mengabarkan kembali upaya penyelesaian yang dilakukan. Misal, kisah-kisah mengharukan tentang pelukis yang melukis dengan kaki karena tidak memiliki tangan. Pemberitaan semacam ini jelas menyentuh, tetapi tidak menghadirkan solusi terhadap akar permasalahan yang ada di masyarakat. (Tjiadarma, 2015)

Perlu kita pahami bersama bahwa memuat berita iba tak ada salahnya. Asalkan memuat solusi pula di dalamnya. Solusi seperti apa? Solusi di sini ialah meliput kembali pula terkait usaha-usaha yang dilakukan objek berita untuk *mentas* dari musibah yang

dialami, kemudian usaha-usaha yang dilakukan pemerintah pula bagaimana menyelesaikan masalah tersebut.

Jurnalisme solusi muncul sebagai solusi atas pemberitaan yang cenderung menjual iba. Benar yang dikatakan Tjiadarma bahwa media tidak selalu menghadirkan solusi, ia hanya mengeksploitasi kesialan hidup si objek berita. Media kita masih sering melakukan hal ini. Menurut survei yang penulis lakukan kepada sepuluh orang pada rentan usia 19–22 tahun, ditemukan bahwa tujuh dari keseluruhan responden menyatakan bahwa pemberitaan yang demikian dapat mengubah kondisi sosial yang sebenarnya, sisanya menyatakan tidak akan mengubah kondisi sosial. Benar saja, mayoritas responden masih terjebak pada pemberitaan yang seolah-olah memberi dampak pada kondisi sosial. Data ini juga membuktikan bahwa generasi dewasa muda masih sangat tak acuh dengan kondisi sosial sekitar mereka. Padahal, pemberitaan semacam ini sama sekali tidak akan memberi dampak terhadap masalah sosial, dengan catatan jika ia hanya berhenti pada komersialisasi iba.

Jurnalisme ini adalah salah satu jawaban dari keresahan terhadap komersialisasi iba masyarakat *proletar* (baca: kelasbawah). Tepatnya, jurnalisme solusi tak hanya mengabarkan tentang masalah-masalah sosial belaka. Ia hadir sebagai pengabar upaya-upaya masyarakat pula dalam menyelesaikan masalah-masalah sosial.

Reportase-reportase yang mengawal suatu isu atau masalah sosial cenderung banyak diminati masyarakat karena mayoritas isu yang dikawal biasanya isu yang ‘seksi’ untuk dibahas atau memiliki dampak langsung pada masyarakat. Media paham betul dengan keadaan ini, mereka sengaja mem-*blowup* berita-berita tersebut dengan kemasan yang sangat menarik dan dikonstruksi menjadi berita yang perlu.

Kita tentu belum lupa dengan peristiwa kebakaran hutan yang terjadi di Kalimantan dan beberapa daerah Indonesia lainnya

2015 silam. Peristiwa ini bukan hanya viral di media, tetapi juga menjadi pembahasan utama di media massa pada saat itu. Media massa berlomba-lomba menarik perhatian konsumen dengan berbagai judul dan *lead* yang menggoda. Bisa kita tebak, media massa saat itu benar-benar mengambil banyak *angel* atas kendala-kendala yang dihadapi masyarakat. Mulai dari penyakit yang dialami, kesusahan masyarakat dalam menjalani aktivitas seperti sekolah hingga kerja, dan masih banyak lainnya. Berita-berita ini benar menggugah rasa belas kasihan kita, mengundang simpati, tetapi kita cenderung hanya berhenti di tahap itu. Benar, cenderung berhenti di tahap itu. Sekali lagi, hal ini berkat konstruk media yang memberitakan hal demikian.

Ketertarikan kita membaca suatu berita salah satunya tak lain karena judul yang menggoda. Kemudian semakin kuat keinginan membaca tatkala mengarungi *lead*. Maka, tergeraklah kita untuk membaca isi berita itu sampai habis.

Reporter harus bisa menarik pembaca dengan model *lead*-nya. Sebab, walaupun ceritanya sendiri hebat, hanya sedikit pembaca yang mau mengarungi *lead* yang tidak menarik, yang membosankan, untuk masuk ke cerita hasil kerja keras.... (Mohammad, 1996, hal. 33)

Lead memanglah kunci utama dari sebuah berita. Ia memiliki bermacam-macam jenis, yakni *lead* ringkasan (*summary lead*), *lead* bercerita (*narrative lead*), *lead* deksriptif, *lead* kutipan, *lead* bertanya, *lead* menuding langsung, *lead* menggoda, *lead* nyentrik, *lead* kombinasi. *Lead* yang sering kita temui di antaranya *lead* bercerita, *lead* menggoda, dan *lead* kutipan.

Dalam jurnalisme solusi, upaya-upaya mengatasi masalah-masalah sosial dipandang sangat perlu. Bukan hanya mem-*blowup* peristiwa-peristiwanya “saja”, melainkan bagaimana mengatasi masalah itu, yang pada akhirnya bermuara pada posisi media massa sebagai pendidik. Sekali lagi, jurnalisme solusi adalah wujud pers

bertanggung jawab sosial, bukan pers libertarian yang mana pihak media massa yang menentukan informasi dikabarkan dalam versi apa. Pers bertanggung jawab sosial jauh lebih mulia, ia menjadikan masyarakat sebagai pusat ideologi berjalannya pers. Media massa mengabarkan dengan memegang teguh tanggung jawab terhadap sosial.

Di Indonesia, jurnalisme solusi bila dibilang sudah berjalan, walaupun belum semuanya menjalankan. Beberapa media massa yang sudah menjalankan antara lain *Jawa Pos* dengan bantuan amalnya, kemudian beberapa stasiun televisi seperti Indosiar dengan Peduli Kasih-nya, NET TV dengan NET Berbaginya.

Bisa kita ketahui bersama bahwa Indonesia saat ini sudah mulai masuk kepada jurnalisme solusi. Namun, tak bisa dipungkiri juga bahwa masih banyak media massa yang belum menganut jurnalisme ini. Ke depan, Indonesia akan mendapatkan bonus demografi, yang mana usia produktif lebih banyak daripada usia non-produktif.

Perlu kiranya sejak dini ditanamkan terkait jurnalisme solusi pada media massa kita agar ke depan para generasi-generasi pelanjut tak mati rasa ibanya, tak hanya berhenti pada tahap 'kasihan' saja. Ke depan diharapkan rasa iba itu muncul kemudian dapat diwujudkan dalam aksi nyata yang memang berdampak pada sosial.

Dapat kita simpulkan bersama bahwa eksploitasi iba adalah bentuk tak bertanggung jawabnya media massa pada masyarakat. Perlu adanya *follow up* nyata berupa kelanjutan berita dari kisah-kisah yang menggugah rasa iba.

Akurasi Berita dalam *Citizen Journalism*

Rima Akmla Fahmadiyahana

Zaman modern seperti sekarang ini, perkembangan teknologi sangat berpengaruh untuk kehidupan. Seperti halnya media sosial, media sosial ini timbul karena teknologi yang semakin canggih. Media sosial adalah media *online* sesuai namanya merupakan media yang membuat penggunaanya untuk saling bersosialisasi dan berinteraksi, membagi informasi, dan menjalin kerja sama. Media ini membuat penggunaanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan.

Pesatnya media sosial saat ini karena setiap orang seperti bisa memiliki medianya sendiri. Jika untuk memiliki media seperti televisi, koran, dan radio harus memiliki modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak maka berbeda dengan media. Seorang yang memiliki media sosial dapat mengakses media sosialnya sendiri dengan menggunakan internet bahkan dengan jaringan yang lambat sekalipun tanpa perlu biaya yang besar, alatnya pun sederhana dan dapat dilakukan sendiri tanpa bantuan pegawai/karyawan. Kita sebagai pengguna dapat dengan bebas mengedit, mengunduh, mengubah tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai konten lainnya sesuai yang diinginkan.

Pesatnya perkembangan media saat ini berdampak juga pada praktik jurnalisme. Jurnalisme adalah sebuah kegiatan yang berhubungan dengan proses mencari, mengolah, dan menyiarkan informasi kepada khalayak dan disebarkan melalui media massa (Nurudin, 2009: 9). Proses pengumpulan informasi ini harus dilakukan berdasarkan fakta. Untuk dapat mengumpulkan

fakta, para wartawan perlu mencari narasumber yang dianggap mengetahui kejadian secara pasti sehingga dapat menjelaskan realitasnya. Tujuan pokok jurnalisme adalah menyediakan bagi warga informasi yang akurat dan dapat diandalkan yang mereka butuhkan agar mereka bisa berfungsi dalam sebuah masyarakat yang bebas. (Potter, 2006: 3)

Dalam perkembangannya, jurnalisme adalah sebuah profesi yang melibatkan seseorang yang bekerja pada media massa cetak maupun elektronik dan harus memiliki keahlian menulis berita serta paham tentang kejournalan. Namun, jurnalisme semakin berkembang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi. Setelah munculnya internet, profesi jurnalisme yang dulunya bekerja melalui media cetak, sekarang berkembang menjadi *citizen journalism* (jurnalisme warga negara).

Citizen journalism adalah sebuah aktivitas jurnalisme yang dapat dilakukan oleh siapa saja tanpa perlu keahlian khusus dalam menulis berita. Jurnalisme biasanya dilakukan oleh seorang wartawan yang paham dan telah dilatih untuk memproses sebuah berita yang sesuai dengan fakta dan dapat dipertanggungjawabkan keakuratan informasinya.

Citizen journalism sering berhubungan dengan media *online* karena dengan adanya internet masyarakat dapat dengan mudah menerima serta menyebarkan berita melalui akun media sosial mereka. Media sosial meliputi blog, forum, *microblog*, *social networking*, *social bookmarking*, *wiki*, *social photo*, dan *video sharing*. Berita melalui *online* dianggap efektif dan efisien dalam menyebarkan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat karena berlangsung cepat. Tidak perlu menunggu hari berikutnya untuk mengetahui sebuah peristiwa pada hari ini, seperti yang biasa dilakukan pada media cetak surat kabar. Selain itu, setiap orang dapat membagikan peristiwa atau berita penting seperti kecelakaan langsung melalui media sosialnya masing-masing.

Menurut Nurudin dalam bukunya yang berjudul *Jurnalisme Masa Kini*, salah satu fenomena yang berkaitan dengan penyebaran informasi adalah maraknya aktivitas *blog* yang sering disebut *citizen journalism*. *Blog* yaitu jenis web yang berisi tulisan, catatan, video, audio, komentar, atau informasi tentang topik tertentu seperti politik, berita daerah, hobi, kisah keseharian, dan beberapa data diri pemilik blog. Blog memiliki fungsi sebagai media publikasi untuk menyalurkan ide/gagasan dari perseorangan atau lembaga dengan bahasa yang santai. (Rohmadi, 2014: 19)

Dari beberapa kuesioner yang penulis bagikan, lebih dari 90% masyarakat aktif menggunakan media sosial dan tidak ada yang tidak memiliki media sosial karena 100% dari hasil kuesioner menjawab memiliki. Media sosial yang paling aktif di kalangan mahasiswa sekarang ini yaitu Instagram, Line, dan WhatsApp sehingga penyebaran berita *online* saat ini tidak hanya melalui *blog* saja. Seseorang dapat menulis argumennya dalam postingannya di Instagram, dapat membuat tulisan yang berisi berita melalui Line serta dapat dengan mudah meng-*share* berita maupun peristiwa yang mereka baca melalui WhatsApp. Dalam media sosial seperti Instagram, Line dan WhatsApp pembaca tidak hanya disugahi oleh tulisan berbentuk visual saja dan juga bukan hanya audio saja. Media sosial seperti itu dapat menyajikan beritanya menggunakan unsur audio dan visual sehingga membuat masyarakat lebih tertarik melihatnya.

Dengan kemudahan fasilitas seperti ini membuat berita yang tersebar di khalayak membuat keakuratan dan kredibilitas berita perlu dipertanyakan. Walaupun tidak semua berita yang tersebar di internet adalah berita asal-asalan, beberapa berita *online* dapat diperkuat dengan menyertakan *link-link* ke *database* yang dapat dicari oleh si pemakai. Oleh karena itu, *citizen journalism* sampai saat ini masih menjadi sebuah perdebatan. Karena seseorang yang menyebarkan berita tidak memahami kode etik jurnalistik sehingga tidak ada penyaringan berita. Dan, informasi yang dituliskan