Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V
SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *Detikcom* menerapkan jurnalisme partisipasi pada tahap *access/observation*, *processing/editing*, *distribution*, dan *interpretation*. Sedangkan, tahap *selection/filtering* tidak diterapkan oleh *Detikcom*. Tahap *selection/filtering* tidak memiliki relevansi pada *Detikcom*, sebab redaksi menghindari partisipasi pengguna yang didorong oleh kepentingan individu atau kelompok tertentu. Justru *Detikcom* memilih cara lain, yakni dengan menghadirkan tim SEO yang bertugas untuk menganalisis isu terkini dan melaporkan pada jurnalis sebagai topik berita.

Detikcom menerapkan keempat tahap jurnalisme partisipasi didukung dengan sistem UGC yang difungsikan sebagai wadah partisipasi. Penerapan *access/observation* oleh *Detikcom* memiliki dua jenis, yakni di dalam situs *Detikcom* dan terpisah dari situs *Detikcom*. Akses di situs Detikcom merupakan suatu rubrik yang diciptakan oleh sejumlah kanal berita, seperti *Detikoto* dan *Detiktravel*. *Detikoto* memiliki tiga akses partisipasi dengan konsentrasi konten yang berbeda, di antaranya adalah "Pamor", "Komunitas", dan "*Streetshot*". Begitu juga dilakukan oleh DetikTravel yang memiliki akses partisipasi yakni, "*d'Travelers* ", "*d'Travelers Photos*", dan "*Snapshot*". Akses partisipasi yang tersedia dalam situs *Detikcom*

Penerapan Jurnalisme Partisipasi..., Azmy Gilang Muharrom, FIKOM UMN, 2019

merupakan suatu upaya kreativitas dari kanal *Detikcom* dalam mewadahi partisipasi pengguna.

Detikcom menerapkan tahap *access/observation* sekaligus untuk menerapkan praktik *crowdsourcing* guna memenuhi agenda pemberitaan. Praktik *crowdsourcing* diterapkan pada kanal khusus yang terpisah dari situs *Detikcom*, yakni *Pasangmata*. *Pasangmata* merupakan UGC atau wadah pengumpulan informasi terkini yang diproduksi langsung oleh pengguna *Detikcom*. *Pasangmata* diciptakan karena dua hal, pertama, untuk mewadahi pengguna media yang selalu membagikan informasi pada email redaksi *Detikcom*. Kedua, *Detikcom* ingin menyesuaikan perilaku pengguna di dunia maya yang aktif membagikan informasi. Harapan dari hadirnya *Pasangmata*, pengguna dapat berkontribusi kepada *Detikcom* dengan cara yang baru.

Hasil konten yang diproduksi oleh pengguna akan dimoderasi oleh redaksi *Detikcom* untuk diverifikasi mengenai fakta di lapangan. Redaksi *Detikcom* melakukan verifikasi melalui sambungan telepon kepada pengguna yang telah berpartisipasi. Kemudian, verifikasi juga dilakukan kepada pihak yang berwenang terkait laporan peristiwa di lapangan. Apabila proses verifikasi telah terpenuhi maka konten pengguna dapat dijadikan sebagai sumber informasi berita *Detikcom*.

Hal tersebut membuat peneliti beranggapan bahwa media yang memiliki UGC akan lebih mudah dalam melakukan proses verfikasi, jika dibandingkan harus mengambil konten dari media sosial. Mengingat, pengguna harus mendaftarkan identitas diri apabila ingin berpartisipasi. Alhasil, sumber suatu konten yang

didapatkan oleh *Detikcom* bisa dipertanggungjawabkan. Terlebih, konten yang digunakan sebagai sumber informasi pada pemberitaan akan bersifat orisinal dan eksklusif. Sehingga, hal tersebut dapat menjadi daya tambah bagi peningkatkan mutu produksi berita *Detikcom*.

Jurnalisme partisipasi tidak hanya diartikan bahwa pengguna adalah produser konten, melainkan upaya penyebaran berita dan interaksi termasuk di dalamnya. *Detikcom* menerapkan *distribution* pada fitur media sosial dan menu "*Most Commented*". Pada fitur media sosial, pengguna dapat menyebarkan berita ke akun media sosial pribadi. Sedangkan, "*Most Commented*" adalah himpunan sejumlah berita yang mendapatkan banyak tanggapan atau komentar. Penerapan "*Most Commented*" akan mempermudah bagi jurnalis untuk membaca isu yang masih relevan atau menarik bagi pengguna. Di samping itu, pengguna baru dapat mengikuti pemberitaan yang sedang diperbincangkan oleh pengguna lain. Secara sederhana, menu "*Most Commented*" merupakan perkumpulan berita-berita rekomendasi yang dihasilkan oleh tanggapan para pengguna melalui kolom komentar.

Selain memberikan tanggapan pada kolom komentar, para pengguna dapat berinteraksi di *Detik Forum*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Detik Forum* juga berfungsi sebagai perolehan informasi bagi jurnalis ketika memproduksi berita. Seperti pada kasus pembunuhan Sisca Yofie, terdapat kesaksian pengguna mengenai motif pembunuhan. Kesaksian tersebut ditindaklanjuti oleh jurnalis *Detikcom* untuk diverifikasi kepada pihak terkait. Hal senada disampaikan oleh Marwan yang

menyatakan bahwa jurnalis bisa mendapatkan ide berita dari interaksi yang dijalin oleh pengguna di *Detik Forum*.

Penerapan konsep jurnalisme partisipasi yang dilakukan oleh *Detikcom* cukup maksimal. *Detikcom* menerapkan tahap jurnalisme partisipasi bukan hanya difungsikan sebagai pendukung produktivitas, melainkan sebagai upaya *engagement*. Di mana, sisi *engagement* (*search*, *explore*, *play*) itu berlangsung pada praktik *crowdsourcing* (*crowd wisdom*) yang membuat pengguna merasa dilibatkan dalam produksi media siber. Tidak hanya itu, interaksi melalui kolom komentar dan forum diskusi dapat merangsang pengguna untuk memberikan opini-opini atas suatu pemberitaan. Pada intinya, peneliti menilai penerapan konsep jurnalisme masih tergolong relevan digunakan oleh media siber untuk saat ini. Jurnalisme partisipasi mampu membawa manfaat bagi media siber dalam jenjang produktivitas berita dan *engagement* pengguna. Jurnalisme partisipasi juga dapat menghasilkan manfaat bagi publik, yakni berupa informasi yang relevan, karena telah terjadi proses demokrasi antara jurnalis dan pengguna media.

5.2. Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini berfokus pada upaya *Detikcom* dalam menerapkan jurnalisme partisipasi Domingo dkk (2008) sebagai *engagement* untuk menumbuhkan loyalitas pengguna terhadap media. Dalam tahap konsep jurnalisme terdapat perangkat-perangkat operasional. Berdasarkan hasil

penelitian, *Detikcom* menyediakan *Pasangmata* sebagai UGC atau wadah partisipasi pengguna. *Pasangmata* merupakan wujud pemenuhan dari tahap *access/observation* yang diciptakan sesuai dengan perilaku publik di dunia maya. Artinya, perangkat di setiap tahap jurnalisme partisipasi bisa bertambah, seiring dengan pengamatan jurnalis terhadap perkembangan perilaku publik di dunia maya. Hal tersebut sekaligus menjadi saran pengembangan terhadap konsep jurnalisme partisipasi, di mana dapat diteliti lebih lanjut mengenai potensi perangkat baru dalam jurnalisme partisipasi, yang didasari oleh perilaku publik di dunia maya.

5.2.2 Saran Praktis

Menilik dari hasil penelitian, jurnalisme partisipasi bagi media siber memang sangat berdampak positif. Sebab, jurnalis didukung oleh pengguna media dalam segi konten, distribusi, dan tanggapan yang selama ini menjadi rutinitas jurnalistik. Peneliti menilai bahwa media siber kini harus bersinergi dengan pengguna media. Karena pengguna media merupakan salah satu *stakeholder* yang menjadi penentu eksistensi suatu media. Di era persaingan bisnis media yang terus berkembang, menerapkan UGC sebagai dasar atau sistem jurnalisme partisipasi menjadi hal utama. Melalui UGC, media siber berpotensi mendapatkan konten ekslusif dan orisinal yang bersumber dari masyarakat. Peneliti menyadari bahwa jumlah jurnalis suatu media tidak mampu menjangkau seluruh daerah. Tetapi, jika jurnalis berkolaborasi dengan

Penerapan Jurnalisme Partisipasi..., Azmy Gilang Muharrom, FIKOM UMN, 2019

pengguna, maka jangkauan peliputan akan semakin luas. Sebagai tambahan, menerapan jurnalisme partispasi sekaligus menjadi upaya dalam menarik minat atau atensi pengguna terhadap suatu media.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA