




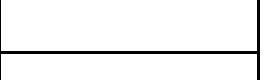




LAMPIRAN

FORM KONSULTASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Nim Mahasiswa : 00000023410
 Nama Mahasiswa : Maria Divina Surjono
 Program Studi : Jurnalistik
 Nama Dosen Pembimbing : Albertus Magnus Prestianta M.A.

NO	TANGGAL BIMBINGAN	CATATAN BIMBINGAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	8/9/2020	Topik dan judul penelitian	
2.	15/9/2020	Mempertajam konsep inovasi jurnalisme data pada Bab 2	
3.	20/10/2020	Mempertajam identifikasi permasalahan penelitian	
4.	6/11/2020	Mempertajam masalah penelitian	
5.	17/11/2020	Melanjutkan mengumpulkan data	
6.	24/11/2020	Mengolah data menggunakan open, axial, selective coding	
7.	14/12/2020	Mempertajam hasil penelitian dan membuat Selective Coding	
8.	21/12/2020	Menguatkan pembahasan	

Tanda Tangan Pembimbing,



Albertus Magnus Prestianta, S.I.Kom., M.A.

OPEN CODING

Informan No. 1

Peneliti: Maria Divina

Subjek: Anton Aprianto, Redaktur Eksekutif *tempo.co*

Keterangan kode: Inovasi produk, Pemaknaan Jurnalisme Data, Visi Jurnalisme Data, Kemampuan Jurnalis Data, Upaya Inovasi, Tantangan Inovasi, Latar Belakang

	Transkrip Wawancara	Kode
P	Boleh tolong perkenalan diri dulu pak?	
AA	Nama Anton Aprianto. Saya masuk Tempo 2005, sudah 15 tahun. Sekarang saya redaktur eksekutif tempo.co. Redaktur eksekutif itu wakil pemred lah gitu, sebelumnya saya pernah jadi redaktur pelaksana Nasional di Majalah Tempo, pernah juga jadi redaktur koran, redaktur utama hukum di majalah. Jadi saya lama di majalah dan di koran baru belajar waktu pindah ke tempo.co.	Latar Belakang
P	Emang belajarnya gimana pak untuk bisa jadi redaktur eksekutif di tempo.co?	
AA	(diam untuk berpikir) Ya karena kan tuntutananya lain. Kalo di teco (tempo.co) model bisnisnya impresi, <i>traffic</i> , semua secara digital sementara kan majalah atau koran kan orientasinya cetak walaupun sekarang transformasi digital sudah mengarah ke <i>platform</i> digital juga. Saya juga harus belajar bagaimana beradaptasi di dunia digital yang kekinian.	Latar Belakang
P	Saya dengar Tempo ketika 2012 mulai bergeser ke digital ya pak?	
AA	Ya, sebenarnya dari dulu produk digital Tempo sudah ada tapi namanya Tempo	Inovasi Produk

	<p>Interaktif yang sekarang jadi teco. Seiring perjalanan kita banyak belajar dari luar, studi banding, dan dapat banyak <i>insight</i> dari teman wartawan di luar. Jadi, tren minat terhadap cetak itu memang menurun itu terlihat dari grafik yang menurun tiap bulannya, tiap tahunnya. Kita juga berusaha menginovasi tuh awal- awalnya dari koran yang ukurannya besar kita inovasikan ukurannya jadi lebih kecil dengan harapan membuat model koran ini bisa meningkatkan penjualan. Ternyata bukan itu solusinya. Solusinya itu dengan melihat bahwa minat orang berpindah dari yang membaca lewat cetak menuju digital. Nah makanya dibuatlah transformasi digital pertama-pertama pada koran Tempo digital buat <i>trial and error</i> gitulah. Tapi karena memang tren minat terhadap cetak turun dan tren pembaca digitalnya tuh naik. Nah fenomena ini kemudian dirancang oleh manajemen Tempo jauh-jauh hari. Titiknya itu sebenarnya nanti di 2021 ke transformasi digital penuh dengan tidak ada produk cetaknya. Jadi produk digital di Tempo itu tempo.co. Yang masih jalan dua duanya itu majalah sama koran Tempo.</p>	
P	Kalau yang interaktif kenapa jadi tempo.co pak?	
AA	<p>Lebih kepada strategi pemasaran. Kayak Tempo Interaktif itu, Tempo dengan mengubah itu berharap <i>engagement</i> yg bagus, <i>unique user</i> yang bagus, pembaca digital yang bagus, dan domainnya jadi milik sendiri. Jadi itu lebih banyak ke strategis aja.</p>	Upaya inovasi
P	Jadi faktornya Tempo untuk berinovasi tuh apa aja pak?	
AA	<p>Ya untuk bisnis model kemudian untuk menunjukkan citra ke pembaca bahwa ini lho Tempo sebagai pendorong inovasi pertama (sambil menekankan kalimat), kalau di Indonesia yang pertama kali menuju digitalisasi itu kan Tempo sama Kompas ya (menyeruput minum). Dan memang kita melihat tren bukan hanya di Tempo tapi melihat secara keseluruhan di Indonesia di mana koran cetak itu sudah mengalami penurunan karena adanya perubahan perilaku pembaca ya. Dengan adanya HP dan internet, orang sudah mulai bergeser ke digital dan kita harus beradaptasi dengan hal itu. Bahkan, Saya itu sering didatangi mahasiswa yang mengatakan adanya fenomena tren membaca berita yang sudah dihidangkan seperti Line Today (melihat HP mencari contoh Line Today). Jadi membaca tuh dihantarkan gitu 'ini 5 berita terpopuler' kayak gitu lho. Jadi orang</p>	Upaya inovasi

	yang datang <i>direct</i> ke situs media itu tuh jarang. Orang kebanyakan langsung klik atau lihat apa yang ada di media sosial mereka di Instagram di grup Whatsapp kalau ada link baru dipencet. Nah jadi fenomena seperti itu yang harus kita tangkap. Nah itu yang terus kita teliti perubahan perilaku fenomenanya gimana apa yang harus kita lakukan investasinya berapa. Jadi Tempo itu masih terus berproses untuk melakukan inovasi digital. Apalagi kan sekarang makin banyak ya pesaingnya dari media <i>online</i> lainnya dari TV juga dari media sosial juga.	
P	Jadi menurut bapak apakah jurnalisme data akan menjadi suatu tren atau fenomena yang populer?	
AA	Ya (terdengar mantap dan sambil mengangguk). Sebenarnya sekarang itu kan dengan adanya multimedia orang juga jadi semakin ngelihat ke foto ke video, sudah ngga lihat tulisan panjang lagi gitu. Orang-orang sekarang juga lebih bisa percaya kalau emang ada datanya. Jadi narasinya mau sedikit datanya yang banyak gitu. Jadi jurnalisme data itu mau menggeser <i>talking news</i> gitu seperti pejabat yang mengklaim apa. Kalau sekarang ada tuntutan, kita sendiri yang memastikan seperti misalnya jumlah pasien di Bogor meningkat 80 persen jadi datanya harus kuat makanya kekuatan jurnalisme data terutama ada pada infografisnya begitu. Nah jadi ada tuntutan juga untuk teman-teman Multimedia kita teman-teman Medialab kita karena ya itu, anak muda itu sekarang lebih percaya dengan jurnalisme data dan jurnalisme multimedia.	Pemaknaan Jurnalisme Data
P	Jadi Tempo ini menerapkan jurnalisme data karena melihat tren bahwa anak muda sekarang lebih percaya sama data dengan penyajian multimedia seperti infografik, video, dan podcast begitu ya?	
AA	Ya, sebenarnya Tempo dari dulu sudah menerapkan jurnalisme data tapi sekarang mediumnya kan sudah semakin bertambah jadi kita semakin fokus di situ makin bermain di situ cuma kalau kayak di majalah kan masih terbungkus sama <i>indepths</i> sama <i>news story</i> (menyeruput minum).	Inovasi Produk
P	Jadi kira-kira perbedaan penerapan jurnalisme data dulu sama sekarang di	

	Tempo itu gimana pak?	
AA	(hening sejenak sambil menguyah snack) Kalau dulu kan ketutup kan sama tulisan panjang itu. Kalau sekarang kalau kita ada data gak mau bernarasi banyak-banyak. Data itu sebagai kekuatan utama. Tempo kan dengan gaya sastrawinya kan suka dengan tulisan panjang gitu, tapi kita sekarang coba untuk mengkombinasikan antara kekuatan data dan itu, jadi sekarang lebih ditonjolkan aja gitu. Jadi contohnya infografis akan dipisah sendiri. Kita juga ada data sains untuk bisa jadi cek fakta lewat data gitu, kan ada kanalnya tuh. Jadi jurnalisme data sekarang semakin berdiri sendiri gitu, bukan jadi kombinasi saja gitu. Sekarang aja lihat tuh cover majalah Tempo aja kan juga udah mulai banyak dalam bentuk infografis. Kayak gitu kan udah jurnalisme data sebenarnya.	Inovasi Produk
P	Jurnalisme data kan semakin kuat nih pak. Kalau di Tempo ada divisi atau unit apa yang memang dibentuk untuk mendukung jurnalisme data supaya makin menonjol pak?	
AA	Kalau di Tempo itu ada Medialab namanya, itu memang yang menggarap infografis, yang menggarap analisis data, yang menggarap cek fakta. Itu mulai dikonsepskan 7-8 tahun yang lalu yang memang khusus untuk ke sana. Jadi itu yang menonjolkan data dan <i>storytelling</i> -nya kalau produknya kayak infografis terus <i>longform</i> . Tapi ya secara praktik kerja dan etika di Tempo itu memang sudah menerapkan jurnalisme data sejak lama (minum sejenak). Kayak contohnya <i>Panama Papers</i> itu kan main sama data kayak berapa banyak perusahaan cangkang di Indonesia dan itu datanya banyak sekali begitu. Ini supaya kita ngga mudah diseret sama Dewan Pers karena memang ada kekuatan datanya gitu.	Upaya Inovasi
P	Kalau gitu Medialab ini dibentuk untuk apa pak?	
AA	Itu karena kita melihat jurnalisme data itu bisa difokuskan bisa jadi unit bisnis sendiri jadi ga usah jadi bagian kecil atau pendukung dari <i>story telling</i> atau tulisan panjang. Dia bisa berdiri sendiri dan bisa menjadi daya tarik. <i>Brand</i> jurnalisme data Tempo itu	Latar Belakang

	<p>infografis salah satunya. Itulah kemudian Medialab untuk melayani ketiga outlet supaya fokus. Jadi ketika misalnya di teco ada pemeriksaan Rizieq, jadi kita buat infografik terkait siapa saja yang sudah diperiksa, berapa angkanya, apa tuduhannya. Ketika banyak hoaks, jurnalisme data itu penting makanya muncul cek fakta sebagai upaya verifikasi ke publik ‘ini lho jamannya waktu jamannya Ahok tentara Cina itu datang ke pilgub’ dicari datanya selama sebulan dan ternyata tidak ada tentara Cina yang datang dengan menunjukkan data-datanya. Cek fakta (menekankan pernyataannya). Jadi Jurnalisme Data bukan sebagai kewajiban seorang jurnalis profesional tapi juga sebagai lahan yang menarik untuk didalami dan dijadikan komersial</p>	
P	<p>Jadi proses pembentukan awal Medialab itu gimana pak?</p>	
AA	<p>Jadi kita tuh melihat penting untuk dibuat divisi baru untuk fokus gitu. Jadi Medialab ini dulu nunggu orderan dulu gitu dari redaksi, konteks awalnya memang begitu, tapi sekarang ngga (menggeleng kecil), jadi selain nungguin orderan mereka juga harus kasih usulan untuk bisa mencapai target juga. Kayak misalnya di teco itu ditargetin produk infografisnya sehari 3-4 gitu tema yang terbaru, mereka harus cek fakta gitu. Itu karena adanya tuntutan baru karena penerapan jurnalisme data makin menguat gitu di beberapa negara, di Asia Tenggara (mengunyah). Makanya kita bikin unit khusus gitu karena kan susah gitu misalnya orang koran mau minta bantuan ke majalah gitu, jadi dibikin satu divisi yang bisa melayani ketiga outlet. Jadi orang-orang yang di majalah, di koran, di teco dikumpulin supaya lebih terkontrol dan bisa jadi pusat informasi jurnalisme data tanpa terbagi-terbagi menjadi sektoral sendiri (menggerakkan tangan memperagakan kata “dikumpulin” dan “terbagi-bagi”). Prosesnya tentu saja dengan investasi, waktu itu kita kerjasama sama Google. Orangnya ada yang kita rekrut juga karena dengan kapasitas kerja yang diperlukan seperti itu kan tidak banyak, kita pikirin juga subdivisi dari Medialab itu kayak cek faktanya, driven-datanya, ada yang ngurus infografis, jadi enak gitu. Soalnya kalau kayak di media luar negeri kayak Times gitu, mereka <i>storytelling</i>-nya sudah dikit karena ya gitu anak muda sekarang gak peduli gitu, kalo panjang ditinggalin gitu (terdengar nada kalimat yang kecewa). Tapi kalau mereka lihat menarik ya dilihat. Jadi kita belajar kalau anak muda itu tulisan mau sebagus apapun ya</p>	<p>Latar Belakang Upaya Inovasi</p>

	ga dilihat. Mereka itu <i>simple</i> dan praktis. Makanya pekerja muda bisa jadi <i>insight</i> juga gimana sih perilaku generasi Z sekarang.	
P	Apa kriteria kemampuan pekerja untuk masuk ke Medialab ini pak?	
AA	(berpikir sambil minum) Campuran. Tentu memiliki kemampuan mengetahui teknis tentang infografis tapi juga harus memahami isu. Bisa menerjemahkan isu dalam infografis. Teknik juga harus bisa. Cek fakta juga dari redaksi harus bisa nulis juga karena ada <i>newsletter</i> juga kan. Tapi sebagian besar harus bisa kemampuan teknis pengolahan dan visualisasi data kayak infografis, longform gitu. Misalnya aku butuh waktu ibunya Jokowi meninggal 'tolong saya butuh ucapan turut berduka cita di laman teco'.	Kemampuan Jurnalis Data
P	Kalau orang redaksi yang dipindah ke Medialab ada pelatihan dulu ga pak?	
AA	Ngga (sambil menggeleng dan terdengar mantap). Dia akan disesuaikan. Karena di Medialab sendiri ada porsi untuk redaksi karena teman-teman yang teknis ngga akan paham dengan pekerjaan redaksi itu kayak <i>newsletter</i> sama cek fakta itu kan harus dikerjakan redaksi.	Kemampuan Jurnalis Data
P	Apakah benar medialab akan diperbanyak agar setiap desk memiliki tim Medialabnya masih?	
AA	Maunya sih gitu tapi sumber dayanya masih terbatas (terdengar ragu). Kenapa terbatas kan ada urusan dengan gaji dengan apalah segala. Dan ga mudah juga cari orang yang punya keahlian infografer, memahami isu, ilustrator gitu.	Tantangan Inovasi
P	Kalau gitu ada pelatihan ga untuk memperbanyak SDM?	
AA	Ada, tapi banyak tapinya. Emang SDM itu ada programnya gitu tapi kan dengan adanya COVID ini jadinya susah. Pengennya kan redaksi juga punya <i>multitalent</i> gitu kan bisa bikin tulisan bisa bikin infografis juga. Tapi ya ga bisa mba (terdengar pesimis kemudian hening). Pelatihan bagi redaksi bukan pada ke pengembangan teknis tapi lebih ke <i>mindset</i> . <i>Mindset</i> tuh maksudnya penempatan gitu, jadi kalau ada artikel apa infografisnya yang kayak gimana, taruhnya di mana, perlu ada video atau ngga, Jadi ngga sampai teknis pembuatannya gimana. Sekali lagi, pelatihan itu ada tapi dibikin proporsional. Jadi kalau pembuatan infografis itu 60-70 persen itu orang-orang yang	Upaya Inovasi

	<p>sudah mengerti bikin infografis baru dilatih <i>mindset</i>-nya itu. Kayak misalnya di Tempo itu nyebutnya bukan Habib Rizieq tapi Rizieq Shihab. Korban Perkosaan itu tidak menyebut nama asli tapi pakai sebutan seperti Mawar, atau tempat tinggalnya ngga dikasih tau secara detail. Jadi dilatih untuk memahami prinsip-prinsip Tempo, lebih pada ke <i>mindset</i> gitu. Tapi ada rencana untuk membuat pelatihan teknis pembuatan infografis pengoperasian data, tapi ngga menuntut redaksi untuk bisa, pelatihan itu untuk orang-orang yang memang sudah ada <i>basic</i> aja gitu. Kayak saya gitu ngga bisa desain gitu dipaksa belajar kan ya susah karena wilayah saya adalah menulis. Sama redaksi juga ngga bisa. Tapi kalau ada redaksi yang mau belajar? Ya boleh, supaya tau pentingnya jurnalisme data. Jadi, redaksi tidak melulu hanya menulis tapi harus memahami konsep besar infografis dan jurnalisme data. Kalau teman-teman Medialab harus paham tentang kode etik, prinsip-prinsip yang dianut Tempo supaya mereka juga ngga tergelincir.</p>	
P	<p>Biasanya kan anak muda lebih ada <i>basic</i> mengenai teknologi, coding, dan semacamnya pak. Jadi kira-kira ke depan rekrutmen Tempo gimana?</p>	
AA	<p>Memang Tempo lagi nargetinnya itu anak muda kan apalagi masalah <i>speed</i> juga kan di jaman sekarang (dijawab dengan cepat dan mantap), cari orang yang bisa kemampuan teknis dan kemampuan jurnalistik juga, terus kita juga jadi tau <i>insight</i> anak muda gimana. Kalau tua semua kan entar ga sejalan sama pikiran anak muda (terkekeh) karena kan memang kita nargetin anak muda juga.</p>	Upaya Inovasi
P	<p>Tapi menurut bapak wartawan senior ini bakal tergeser ngga sih pak?</p>	
AA	<p>Ngga juga ya, malah jadi pemimpin biasanya. Jadi di Tempo itu sudah ada bagiannya masing-masing mba. Dan lamanya seseorang bekerja di Tempo juga ada penghargaannya. Rekrut anak muda ya buat <i>refresh</i> aja. Buat jangka panjang aja, mereka kan juga gampang diarahkan.</p>	Tantangan inovasi
P	<p>Menurut bapak tantangan atau kesulitan apa saja sih ketika berusaha mengembangkan jurnalisme data ini?</p>	
AA	<p>Orang kita itu belum menghargai <i>property right</i>. Kalau ada gratis kenapa harus bayar. Itu memang fenomena di kita. Makanya sering ada kebocoran, yang harusnya bayar malah tersebar di grup-grup medsos gitu (terdengar kekecewaan). Itu hal yang harus kita</p>	Tantangan Inovasi

	lawan lagi tentunya dengan ningkatin teknologi karena kalau masalah kompetensi pekerja, menurut saya sih pekerja-pekerja di Tempo sih sudah di atas rata-rata lah ya (percaya diri).	
P	Kalau menurut bapak standar jurnalisme data Tempo di luar negeri sudah sama belum?	
AA	Ya tentu belum (menggeleng kecil). SDM nya kan terbatas juga, orang-orang masih harus banyak belajar. Terus teknologi itu mahal lho (ada penekanan kalimat), <i>softwarentya</i> itu kan ga murah. Kita juga berinvestasi tapi pendapatannya ga sebanding kan repot ya. Di indonesia itu pendapatan media masih bertumpu pada iklan. Kalau di luar negeri pada pelanggan melalui <i>subscribe</i> . Kalau kita kan mana ada. Tapi kita sudah persiapin dari jauh-jauh hari karena kan akan ada pergeseran juga. Tapi bikin jurnalisme data itu kan ngga mudah, bisa seharian tapi begitu hasilnya keluar ngga dihargain. Kalau di luar negeri itu jurnalisme data ada harga jadi mereka semakin terpacu gitu untuk terus mengembangkan jurnalisme data. Di sini juga tantangan terbesar pada jurnalisme data ada pada <i>picture</i> -nya. Belum ada linknya jadi orang bisa <i>copy</i> gambar dan disebarluaskan tapi karena ngga ada linknya itu Tempo ngga dapet peningkatan <i>traffic</i> -nya. Padahal kalau ada <i>traffic</i> kan akan ada peningkatan pendapatan dari <i>adsense</i> gitu. Ini kan ngga (terdengar sedikit kesal). Makanya kita sekarang kebanyakan <i>by project</i> gitu sih dari Facebook dari Google. Jadi maksudnya <i>by project</i> itu orangnya kerja untuk satu proyek itu saja, kalau sudah selesai ga ada tanggung jawab lainnya lagi. Tapi sebenarnya ini solusi sementara aja karena kita kan maunya dikerjakan sama anggota kita sendiri supaya punya visi yang sejalan aja gitu.	Tantangan Inovasi
P	Kalau di Tempo nilai apa sih yang ingin ditanamkan kepada pekerjanya selama menerapkan jurnalisme data?	
AA	Tempo tuh punya tuntutan besar sebagai media yang hatinya untuk menegakkan kebenaran (terdengar bangga). Jadi ketika teman-teman masuk bukan hanya sebagai jurnalis yang mencari uang tapi menjadi jurnalis yang menggunakan hati nurani, kalau benar katakan benar, kalau salah ya salah (ada penekanan kalimat). Saya selalu menuntut	Visi Jurnalisme Data

	<p>ke teman Medialab untuk punya temuan dari mereka sendiri, bukan dari pemerintah, bukan dari polisi. Tempo itu punya kewajiban menjelaskan kepada publik bahwa ini lho kebenarannya. Kalau bisa kita bantu penegak hukum untuk membongkar masalah seperti misalnya lobster. Itu kan pakai jurnalisme data, kita tunjukkan siapa saja anggota Gerindra yang terlibat. Ada menteri hukum yang terlibat tunjukkan saja pakai data, mereka nggak akan berkelit kan.</p>	
--	---	--

Informan No. 2

Peneliti: Maria Divina

Subjek: Moerat Sitompul, Koordinator Medialab

Keterangan kode: Peran Pekerjaan, Inovasi produk, Pemaknaan Jurnalisme Data, Visi Jurnalisme Data, Kemampuan Jurnalis Data, Upaya Inovasi, Tantangan Inovasi, Latar Belakang

	Transkrip Wawancara	Kode
P	Riwayat pendidikan dan profesi secara singkat	
MS	Saya Lulusan ITB Desain Komunikasi Visual. Lulus itu tahun 2000. Belum wisuda sudah diminta bergabung dengan Tempo. Pada saat itu kebetulan senior saya sekarang berkunjung ke kampus, saya ketemu dekan terus ditanyain ‘ngapain kamu di sini’ ‘saya mau cari kerja pak’ ‘nih ada kerjaan di Tempo’. Jadilah saya ke Jakarta dan kerja di Tempo Agustus 2000. Sejak saat itu saya bekerja sebagai desainer dan ilustrator sekaligus. Setelah 10 tahun kemudian saya pindah ke PH di Vietnam tahun 2010 selama dua tahun. 2012 pulang lagi ke Tempo - pulang kandang. Di Tempo saya dipercayai mengurus majalah dan koran digital versi bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Itulah pertama kali majalah Tempo dikonversi menjadi majalah interaktif.	Latar Belakang Inovasi Produk
P	Kenapa bapak mau kembali ke Tempo lagi?	
MS	Bisa tidur nyenyak (tertawa). Artinya gini, mengerjakan sesuatu yang saya suka, ya itu mendesain dan infografis yang tentunya mengandung jurnalisme data lah gitu, <i>based on data</i> , <i>based on</i> penelitian, jadi bisa membangun cerita dari data yang kita miliki. Nah lalu yakin kalau Tempo mengerjakan sesuatu yang benar lah ya. Selaras dengan hati nurani.	Latar Belakang
P	Sekarang-sekarang ini bapak ngapain di Tempo?	
MS	Sekarang ini? Kalau dikumpul-kumpul sih (sambil melihat ke atas) pertama saya jadi supervisi-penyelia di majalah Tempo, mulai dari <i>uploading</i> , ngurusin infografis interaktifnya	Peran Pekerjaan Upaya Inovasi

	terus menjaga produksi hingga terbit begitu kira-kira. Kalau untuk koran, baru <i>uploading</i> aja, belum ada interaktifnya. Kenapa? Karena masih kekurangan sumber dayanya gitu. Lalu sehari-harinya mengelola kanal grafis, kanal data, kanal cek fakta, dan kanal interaktif. Jadi kanal interaktif ini adalah kanal yang berupaya untuk mencoba hal-hal baru di Tempo, jadi inovasi-inovasi itu biasa dicoba di kanal interaktif itu.	
P	Yang bapak lakukan itu kan kebanyakan mengandung jurnalisme data. Nah, pemaknaan jurnalisme data bagi bapak sendiri itu apa?	
MS	(tertawa sambil berpikir) Jurnalisme data pada awalnya saya kira hanya ngumpulin data baik itu tabel, data series, lokasi peta lalu diolah menjadi infografis yang biasa kita lihat di majalah. Tapi infografisnya beda sama infografis yang umum sekarang dengan gaya <i>ngomik</i> kayak komik gitu. Isinya lebih kayak visual naratif tapi sebenarnya itu tidak mengandung data. Akhirnya belakangan setelah saya cari-cari dan <i>browsing</i> sendiri saya jadi tahu bahwa jurnalisme data itu lebih dari sekedar memvisualisasikan data tapi juga jurnalisme yang justru mengandalkan data sebagai intisari penulisan ceritanya (penekanan kalimat). Misalnya di Tempo kita masuk cerita tentang <i>illegal fishing</i> , awalnya kita tahu bahwa ada anomali dari data yang kita kumpulkan. Nah, baru dari situ, datanya dikasih ke orang yang memang ngerti tentang data itu dan menemukan adanya keanehan. Keanehan itu bisa saja ada kegiatan ilegal di situ. Jadi bisa berangkat dari situ.	Pemaknaan Jurnalisme Data
P	Jadi kalau menurut bapak, inovasi jurnalisme data itu kriteria atau syaratnya gimana supaya bisa beda dari media lainnya?	
MS	Nah, jadi sebenarnya sebelum istilah jurnalisme data populer akhir-akhir ini, Tempo sudah menerapkan konsep itu. Contohnya waktu itu bikin investigasi penyalahgunaan lahan di puncak. Yang harusnya jadi wilayah lindung malah dibangun villa. Jurnalisme datanya dimana? Nah Itu kita cari lokasinya dimana saja dan di- <i>overlay</i> dengan lokasi-lokasi villa itu. Kalau sekarang itu yang lagi populer sekarang adalah jumlah kasus harian COVID. Nah itu kan jurnalisme berdasarkan data, dari situ kita bisa lihat pertambahan jumlah kasus, kelihatan juga kapasitas di rumah sakit makin tergerus ya karena makin penuh. Nah, dari kasus itu kita bisa lihat dari sisi jurnalistiknya dulu, orangnya itu harus bisa memahami data dulu karena ya interpretasi orang bisa macem-macem, nah dari asumsinya itu kemudian divalidasi lagi sama	Inovasi Produk

	<p>orang ahli yang memang mengerti data itu. Kedua, jurnalis ini harus tahu bagaimana data itu bisa berubah bukan jadi sekedar tabel atau grafis, kalau itu baru sebatas taraf visualisasi aja. Tapi kalau sudah mulai bercerita, ada grafik <i>timeline</i>, grafis-grafis lainnya baru itu bisa jadi infografis. Nah baru setelahnya itu bisa jadi liputan yang lengkap, disertai dengan reportase, disertai dengan konfirmasi dari pendapat ahli, pejabat publik, barulah disitu kelihatan jurnalisme datanya. (hening sejenak) Kalau dari eksternalnya, dulu kita blusukan dulu tuh cari tanah terus rumit bangetlah harus secara manual, ngumpulin satu-satu (terkekeh). Nah sekarang dengan adanya keterbukaan dan bantuan teknologi kita jadi lebih mudahlah gitu. Contohnya kamu lihatlah itu tentang COVID bisa dengan mudah tahu perkembangannya gimana, provinsi terburuk di mana, terbaik di mana. Coba kalau dulu, kita cari lahan harus turun dulu ke jalanan, ngga ada tuh namanya Google Street View. Tapi itulah bentuk awal dari jurnalisme data atau kayak kebayang cari data lewat satelit. Nah kalau di masa depan bakal ada tuh kayak masa-masa pilpres di mana kita bisa lihat provinsi-provinsi mana yang beratnya ke calon partai mana. Sekarang ini yang bisa kamu lihat itu ya kayak di Amerika kemarin itu, nah di Indonesia sudah mulai tuh pelan-pelan. Sekarang juga bisa tuh dari hasil survei kelihatan calon pemilihnya begini, calon pemilihnya begitu. Kalau jaman dulu mah mana ada.</p>	
P	<p>Kalau itu kan inovasi dari segi pencarian dan penyajian data, nah kalau dari Tempo sendiri ada ngga upaya menginovasikan jurnalisme data dengan misalnya perubahan struktur organisasi dan semacamnya?</p>	
MS	<p>Sebenarnya secara umum tidak berbeda, tapi kalau sekarang muncul organisasi yang namanya Tempo Medialab ini. Nah Tempo medialab sebagai divisi yang menguji coba jurnalisme data itu, salah satunya waktu itu kita membuat laporan yang interaktif menggunakan pihak-pihak ketiga masukin datanya ke situ oh terus ketahuan penyiksaan tahanan oleh polisi. Nah, dari situ ketahuan berapa yang disiksa seperti apa penyiksaannya siapa yang selamat, siapa yang luka, siapa yang tewas, lalu dibangun lah ceritanya dibangun dari database. Kalau dulu yang pegang itu redaktur masing, tapi bedanya dulu datanya dikunyah dulu sama redaktur jadi keluar-keluar sudah jadi saja hasil akhirnya terus baru ke</p>	<p>Upaya Inovasi Inovasi Produk</p>

	<p>desainer. Kalau sekarang data mentah diolah sedemikian rupa sehingga menjadi pelaporan tersendiri atau jadi infografik interaktifnya sendiri. Kalau dulu sebelum ada tempo medialab saya membayangkannya kalau liputannya tentang penyiksaan tahanan oleh polisi yang keluar itu reportasenya saja kayak 5 dari 10 orang meninggal karena siksaan polisi tapi ga dijelaskan tuh meninggalnya bentuk siksaannya gimana, tidak ada penjelasan detail. Nah kalau sekarang semua data disajikan jadi pembaca bisa utak atik tuh pelaporan kita supaya tahu penjelasan lengkapnya gimana terus pembaca bisa lihat dengan sudut pandang mereka sendiri contohnya mau lihat yang tahanan perempuan saja ada berapa yang disiksa. Lalu kalau sekarang misalkan pembaca mau tahu tentang COVID, mereka yang mau tahu perkembangan COVID dari dulu bisa cari tahu sendiri dengan fitur <i>timeline slider</i> berikut keterangan di bawahnya.</p>	
P	Medialab ikut investigasi juga ngga sih pak?	
MS	<p>Nggak sih biasanya, kita masih belum berdiri sendiri. Jadi kita masih menempel pada desk yang membutuhkan Medialab untuk bikin laporan interaktifnya atau pelaporan yang membutuhkan basis data. Ini karena diharapkan ke depannya Medialab hadir di semua desk sebagai Medialab mini gitu. Nah Medialab juga salah satu fungsinya itu sekarang yang membuat jurnalisme data dan datanya direpresentasikan dengan baik seperti desk-desk tertentu kayak nasional, bisnis, dan investigasi yang ditempeli oleh Medialab. Nanti di masa depan semua orang akan harus bisa melakukan itu. Kalau sekarang ini satu Medialab menaungi ketiga outlet Tempo baik majalah, koran, maupun tempo.co, jadi istilahnya masih ngambang lah gitu Medialab sekarang.</p>	Latar Belakang
P	Kalau Medialab sendiri posisinya di Tempo di mana sih pak?	
MS	<p>Paling atas itu kan ada Direktur Pemberitaan nih - DP. Nah DP itu di bawahnya MBM (Majalah Berita Mingguan), KT (Koran Tempo), dan tempo.co. Nah di samping itu, ada biro digital yang isinya medialab dan multimedia (sambil menggambarkan susunannya di atas kertas dan ditunjukkan kepada pewawancara). Jadi kita bukan di bawahnya outlet itu tapi kita melayani ketiga outlet itu karena divisi ini ibaratnya gak tau mau diapain karena baru dan menjadi <i>spearheading</i>-paling depan dan kerjanya ga bisa diukur dengan cara-cara normal seperti cara kerja di outlet-outlet lain. Kayak <i>think tank</i>-nya Tempo lah kalau bisa dibilang.</p>	Latar Belakang

	Dulu kan ga kepikir tuh bikin <i>live blog</i> pas bikin pilkada sekarang jadi ada Medialab yang bikinin	
P	Medialab ini kan jadi inti divisi yang mengerjakan inovasi jurnalisme data nih pak. Nah, bapak sendiri sebagai bagian dari medialab menilai skill pencarian dan pengolahan data, visualisasi, dan pelaporan-penulisan itu gimana?	
MS	<p>Pencarian dan pengolah data sih saya biasa menggunakan Excel dan Google Sheet untuk membentuk visualisasi supaya tahu ada gambarannya melalui mesin gimana baru nanti saya bisa desain. Kalau dibandingin sama akuntan sama programer ya jauh, tapi kalau untuk pengerjaan jurnalistik sudah sangat cukup. Tapi kalau dibandingin sama programer di Medialab ya jauh (tertawa) karena mereka kan bisa SQL, Python, Tableau, kalau saya nggak, saya kebanyakan ngawasin aja, tapi saya tahu pengolahan data kayak begini cocoknya begini, penghitungannya juga saya ngerti, tapi kalau eksekusi saya serahin aja ke yang lebih ahli. Ibaratnya dalam pertempuran, komandan itu, dia bukan yang pegang senjata tapi lebih pada fungsi dan dampak senjatanya itu jadi saya juga banyak mempercayakan itu ke tim, mereka yang tahu penggunaan <i>tools</i>-nya, nah saya yang ngarahin sebaiknya begini. Jadi lebih ke <i>bird eye view</i>-nya aja gitu, tapi kalau eksekusi biar temen-temen yang lebih ahli aja gitu.</p> <p>Terus untuk visualisasi, saya berangkat dari desain jadi kekuatan saya ada pada penggunaan <i>software</i> Adobe Indesign, Illustrator, dan semacamnya (terdengar percaya diri), tapi kalau seperti penggunaan HTML, Fluorish, dan lain-lain sama kayak tadi saya serahkan ke tim yang mengerti coding. Nah kalau Kris (wartawan muda) kemampuannya lebih luas, dia bisa desain, bisa coding, bisa nulis walaupun kalau secara desain jauh lebih bagus saya dan sebaliknya secara coding jauh lebih bagus dia. Jadi lebih banyak saling mengisi gitu.</p> <p>Biasanya kalau untuk penulisan gitu yang bertugas wartawannya, tapi saya yang mengawasi pelaporannya seperti apa data yang bisa dimunculkan dari sini. Misalnya juga mau bicara tentang <i>illegal fishing</i>, mau pakai data dari mana, mana buktinya? Kalau begini ngga bisa, harus pakai jenis data yang begini.</p>	Kemampuan Jurnalis Data

P	Apakah bapak mendapat pelatihan selama bekerja di Tempo?	
MS	Wah, lebih banyak belajar sendiri mah. 85-90% otodidak deh gitu. (hening sejenak) Pelatihan disediakan sih, tapi jarang sih. Setahun sekali aja jarang. Lagian pelatihan yang diberikan itu hanya sebatas bagaimana mengolah data tapi tidak dihubungkan dengan penerapan jurnalisme data. Misalnya dilatih mengolah data untuk mengetahui berita apa yang paling banyak dibaca masyarakat jadi jurnalis bisa tahu mau nulis apa. Jadi kebanyakan kita belajar sendiri aja karena makan biaya dan waktu. Jadi kayak biasanya diskusi bareng, nonton Youtube, baca blog. Tapi kayak Krisna sama Firdhy (wartawan muda) itu sudah beberapa kali ikut <i>workshop</i> yang dikirim Tempo waktu itu kalau ngga salah ke Singapura.	Upaya Inovasi
P	Biasanya teknologi itu kan identik dengan anak muda. Nah bapak sebagai wartawan senior dan kawan-kawan bapak mau ngga sih untuk belajar lagi tentang penggunaan software, coding, dan semacamnya?	
MS	Sebenarnya mau sih mau ya, tapi tiap orang <i>learning curve</i> -nya kan beda-beda (penekanan kalimat). Ya ibaratnya dari 10 yang mau 8 doang. Terus yang ngerti cuma 4, apalagi yang menguasai akan lebih dikit lagi. Jadi orang Medialab ini emang sudah kayak orang anehlah gitu (terkekeh). Anehnya tuh maksudnya kayak <i>nerd</i> gitu. Tapi ya begitu, hasilnya dipakai sama temen-temen lain. Nah kalau sekarang ini memang baru kita doang, tapi di masa yang akan mendatang mustinya sih semuanya diharapkan bisa karena kan kayak saya dan senior-senior lainnya banyak mendelegasikan tugas ke yang muda-muda itu dan merekalah yang akan menjadi pengganti dan ada proses regenerasi yang lebih canggih terus kita yang tua-tua ini akan lebih pada <i>bird view</i> aja, ngawasin kayak kebijakan-kebijakan dan <i>policy</i> .	Tantangan Inovasi
P	Jadi ga masalah ya kalau wartawan senior belum mau belajar teknologi secara mendalam?	
MS	Ya akan menjadi masalah kalau mereka terjun ke dunia jurnalisme data, kalau ke yang lain ya biasa-biasa aja. Masalahnya gini, (membenarkan tempat duduk) di Indonesia produksi berita masih kebanyakan skandal atau korupsi, penyalahgunaan pejabat. Nah baru-baru aja sekarang Tempo urusannya sudah agak-agak canggih. Jadi kalau mereka nggak mau beradaptasi ya	Tantangan Inovasi

	ngga akan bertahan.	
P	Boleh tolong jelasin gak Medialab itu kayak gimana? Struktur dan latar belakang pekerjanya?	
MS	(sambil menunjukkan bagan struktur Medialab) Oke, Medialab ini dikepalai oleh saya sendiri, saya koordinatornya. Nah saya membawahi bagian MBM dan KT yang di dalamnya ada <i>uploader</i> yang ngurusin masukin artikel, infografik, dan semacamnya ke majalah digital sama koran, itu terdiri dari anggota yang umurnya 35 tahun ke bawah, <i>late twenties</i> , dan 30an awal, paling ada satu yg 40-an. Kanal grafis saya sendiri, kanal data ada Firdhy. Cek fakta ini ada Mba Arme, lalu ada interaktif ini Krisna, Unay, sama Ginanjar Pamungkas, mereka ya sekitar 20-an lah ya. Terus Medialab itu intinya adalah mengerjakan segala sesuatu yang belum dikerjakan oleh desk lain. Kayak interaktifnya, masukin video ke laman berita, ngurusin kanal cek fakta, gitu-gitu. Jadi orang lain tahunya ini divisi inovasi gitu.	Latar Belakang
P	Kebanyakan anggotanya dari luar Tempo atau orang dalam dipindah ke Medialab?	
MS	Ya 50-50 lah, ada yang dari luar kayak si Krisna sama Firdhy ini dari luar. Kalau dari dalam contohnya ada saya sendiri sama Mba Arme.	Latar Belakang
P	Bagaimana visi Anda menerapkan jurnalisme data ini?	
MS	Saya ingin bagaimana publik bisa membaca data. Makanya saya perbanyak infografik, perbanyak promosikan jurnalisme data gimana cara membacanya. Mengisi kelas-kelas infografis. Ini saya lakukan dengan harapan makin cerdas masyarakat, bisa makin paham jurnalisme dan data. Jadi yang ngawasin kan lebih banyak gitu. Kalau yang ngawasin lebih banyak kan lebih susah kayak penguasa kalau mau melakukan yang aneh-aneh gitu.	Visi Jurnalisme Data

Informan No. 3

Peneliti: Maria Divina

Subjek: Krisna Adhi Pradipta, Kepala Tim Interaktif Medialab

Keterangan kode: Peran Pekerjaan, Inovasi produk, Pemaknaan Jurnalisme Data, Visi Jurnalisme Data, Kemampuan Jurnalis Data, Upaya Inovasi, Tantangan Inovasi, Latar Belakang

	Transkrip Wawancara	Kode
P	Kakak bisa masuk Tempo gimana sih? Apa saja requirements-nya?	
KA	Jadi gw masuk 2018 dan Tempo baru membentuk divisi Medialab tahun 2017 akhir untuk ngurusin inovasi digital yang dulunya masih mengandalkan visualisasi statis. Jadi, gw baru selesai S2 di Inggris. Di Inggris gw belajar ‘satu <i>newsroom</i> satu orang’, jadi gw bisa foto, video, pelaporan panjang, dan yang terpenting gw juga bisa coding (terdengar percaya diri). Kebetulan Tempo ini butuh inovator yang mengerti HTML dan juga <i>journalistic side</i> . Nah Pemred Tempo waktu itu lihat portfolio gw yang menunjukkan gw bisa bikin situs sendiri juga, jurnalistik juga. Jadi emang dari awal gw di- <i>hire</i> karena kemampuan gw. Beda sama atasan gw, dia memang diambil langsung dari wartawan Tempo dan dilatih dan dididik.	Latar belakang Kemampuan Jurnalis Data
P	Peran atau tugas kakak apa selama kerja di Tempo	
KA	Spesifiknya ngga ada sih (terlihat sedikit tidak yakin), intinya inovasi digital kadang dikenal sebagai digital proyek jadi proyek yang membutuhkan inovasi baru biasanya gw kerjakan. Awalnya wartawan majalah Tempo bakal ngontak desk gw, “ceritanya sudah ada, datanya juga sudah, tolong digitalkan ya”. Sebenarnya yang kayak gitu engga bagus karena kan gw gatau bentuk awalnya gimana jadi gw engga bisa memvisualisasikannya gimana. Tapi sekarang sudah berubah, jadi kalau mereka mau menulis suatu cerita misalnya tentang kebakaran, mereka langsung kontak gw sebelum ada tulisan. Jadi gw bisa nanya ke penulis, biasanya	Peran pekerjaan Inovasi Produk

	<p>nanya tentang efek apa yang mau lu perlihatkan ke pembaca. Misalnya kita bikin cerita tentang korporasi tentang api, itu baru keluar kan bulan lalu tapi kejadiannya sudah ada dari tahun lalu. Jadi gw dari tahun lalu dikontak sama kepala proyeknya, wartawan dari bagian ekonomi dan bisnis, terus kita merunutkan dari awal pakai Auriga dan memutuskan mau pakai efek apa. Nah, penulis itu mengatakan kalau dia mau volume dan besarnya konsensi yang sebenarnya dibakar oleh perusahaan-perusahaan ini, dari situ gw jadi ada gambaran bagaimana gw mau memvisualisasikan luas dan besar dan volume wilayah yang terbakar. Gw waktu itu bikin semacam <i>time scale slider</i>. Temen-temen Auriga punya data satelit dari tahun ke tahun jadi kelihatan wilayah yang awalnya hijau sampai mulai kelihatan spot-spotnya. Ada juga <i>mapbox</i> yang memperlihatkan cakupan wilayah yang terbakar terus membesar. Jadi, problem paling besar di jurnalistik itu adalah mengumpulkan, membersihkan, dan memvisualisasikan data. Sebenarnya di Indonesia data itu sudah banyak banget (adanya penekanan kalimat), tapi engga bagus dan kepisah-pisah, misalnya LBH itu kan banyak tuh seperti Auriga, Kontras, mereka kan simpan tuh ratusan ribu hingga jutaan data tapi nggak aksesibel dan tidak menyajikan data secara detail.</p>	
P	Jadi kakak juga berperan mencari data?	
KA	Sebenarnya itu pihak lembaga untuk mencari data, tapi sekali lagi (ada penekanan), masih kurang <i>good enough</i> . Jadi gw menyaring lagi data kotor tersebut.	Peran pekerjaan
P	Tadi kan kakak sempat singgung tentang inovasi. Inovasi apa yang kakak maksud?	
KA	Visualisasi data di Indonesia secara digital masih <i>basic</i> , kayak masih cuma infografis, bar, pie chart, kalau lebih agak <i>high-tech</i> pakai maps. Itu pun hanya untuk <i>event</i> besar seperti pemilu. Inovasi yang gw bikin lebih pada agar data menjadi aksesibel ke pembaca. Salah satu kriteria inovasi digital adalah visualisasi data bukan untuk menggambarkan cerita tapi harus bisa menambahkan informasi di luar tulisan. Yang kedua inovasi yang bagus adalah pembaca ini bisa mengetahui apa yang diceritakan hanya berdasarkan grafis saja. Kayak gw bikin <i>timeline</i> sama <i>maps</i> itu orang tanpa harus membaca tahu kalau yang mau disampaikan itu jejak pembakaran akibat konsensi dari lihat gambar aja tanpa perlu baca.	Inovasi produk

P	Posisi Medialab itu dimana sih dalam Tempo?	
KA	Kita <i>support</i> buat tiga bagian kompartemen Tempo. Majalah, koran, dan tempo.co. Jadi wartawan dari mana pun bisa aja <i>pitching</i> ke Medialab ‘gw ada berita ini, gw perlu ini ini ini’.	Latar belakang
P	Jurnalisme data menurut kakak itu apa sih?	
KA	(sedikit tertawa dan berpikir sejenak) Yah, terdengar simpel sih, tapi menurut gw jurnalisme data itu jurnalisme apapun yang memperlihatkan dataset. Dari <i>bar chart</i> aja uda bisa dibidang jurnalisme data	Pemaknaan jurnalisme data
P	Nah, dalam menerapkan jurnalisme kan ada 3 <i>skill</i> yang diperlukan, mencari dan mengolah, visulisasi, dan melaporkan data. Bagaimana kakak menilai kemampuan kakak dari setiap <i>skill</i> tersebut?	
KA	<p>Kalau soal cari data gw biasa <i>scraping</i> sama pakai <i>database query</i>. Tapi gw engga terlalu ke situ karena biasanya gw udah dikasih datanya. Tapi biasanya kalau <i>live data</i> seperti <i>counting</i> suara pilkada atau tabulasi <i>Liga Premier</i> perlu pakai SQL, gw ngerti tekniknya tapi biasanya gw serahin ke partner programmer gw.</p> <p>Untuk visualisasi, gw kasih nilai diri gw 10 karena itu memang pekerjaan gw (percaya diri). Kalau ditanya <i>software</i>, yang gw pakai itu beda-beda tergantung sama kebutuhan pelaporannya. Kalau <i>chart</i> biasanya gw pakai Fluorish, kalau <i>maps</i> yang ada <i>controlling</i>-nya gw pakai Mapbox, untuk lainnya seperti ingin melengkapi dengan video, kemampuan HTML-Javascript gw diperlukan.</p> <p>Terus untuk penulisan artikel gw kasih nilai 5 (terkekeh) karena <i>style</i> Tempo gw kurang, secara gw dilatih di luar negeri. Lagipula istilah di Tempo itu baku banget kayak orang seumuran kita engga familiar, misalnya kita biasa sebut <i>gadget</i>, Tempo sebut gawai. Makanya gw engga pernah ditugasin untuk nulis, tapi kemampuan pelaporan gw dipakai untuk <i>cut</i> atau edit tulisan yang bakal dimasukkan ke visualisasi kayak box dan infografis menjadi lebih ringkas supaya muat juga di visualisasinya. Gw juga beberapa kali bikin tulisan di infografis yang gw bikin sendiri dari data itu gw narasiin dan masukin ke infografisnya.</p>	Kemampuan jurnalis data

P	Dari Tempo sendiri dikasih pelatihan atau ngga kak?	
KA	Ada. Biasanya ada <i>training</i> untuk carep-calon reporter. Ada juga Tempo Institute, disitu dilatih nulis atau bikin grafis. Pelatihan ini bisa untuk orang di luar Tempo yang ingin belajar penulisan Tempo. Tapi pelatihan ini tidak bersifat wajib untuk reporter Tempo, jadi memang yang ingin tahu lebih bisa belajar lagi di situ, dan mungkin ada biayanya. Tapi kalau pelatihan untuk jurnalisme data setahu gw sih engga ada ya (terdengar tidak yakin), mungkin ada tapi sebelum gw masuk mungkin atau mungkin ada di kurikulum Tempo Institute tapi gw nggak tahu karena gw nggak sempet juga untuk ikut. Biasanya juga pelatihan itu masih dasar kayak penggunaan Fluorish gitu-gitu dan itu yah gampanglah gw sudah bisa.	Upaya Inovasi
P	Kalau dari kakak sendiri pernah ikut pelatihan dan training di luar Tempo ya?	
KA	Oh iya. Gw tipe orang yang kalau lihat <i>website</i> yang keren dari luar negeri biasanya gw pelajarin. Sering juga kalau ada inovasi baru gw diskusi sama temen programmer gw gimana supaya kita bisa mendekati kayak gitu terus kita terapin ke sini (semangat).	Kemampuan jurnalis data
P	Jurnalisme data kan identik dengan penggunaan teknologi, sedangkan terdapat stereotip bahwa anak muda lebih mahir menggunakan teknologi ketimbang jurnalis senior yang sudah nyaman dengan cara tradisional. Menurut kakak, wartawan senior mampu engga mengikuti tren jurnalisme data ini?	
KA	Ada yang iya ada yang engga. Menurut gw ini bukan masalah <i>age</i> ya, tapi masalah kemauan aja. Ada yang 'oke itu gaya jurnalistik Anda, kalau ini gaya jurnalistik saya'. Ada juga jurnalis senior yang tertarik dengan perkembangan baru dan ngusulin untuk bikin <i>training</i> gitu. Semua tergantung pada visi jurnalisme mereka bagaimana.	Tantangan Inovasi
P	Terus jurnalis yang engga ada kemauan ini gimana kak?	
KA	Ya, Menurut gw jurnalistik itu <i>either evolve or die</i> (penekanan kalimat). Kayak sebgus apapun tulisan lo kalau itu sebagai satu-satunya <i>weapon</i> lo ya akan tergeser. Sama aja kayak film yang dulunya ngga ada suara terus jadi ada suara, kan masih ada beberapa yang tetep nggak mau pakai suara dan pada akhirnya hanya menjadi sejarah perfilman. Sama aja kayak ini.	Tantangan Inovasi
P	Tapi kalau dari Tempo sendiri apakah sudah mulai banyak mengutamakan anak muda	

	atau gimana?	
KA	(berpikir) Sebenarnya Tempo sih ngga buka <i>recruitment</i> akhir-akhir ini, tapi bukan karena ngga nerima anak muda juga. Tapi emang Tempo ini kan sudah mengusung jurnalisme tingkat tinggi dan anak muda biasanya udah ngga PD dulu untuk masuk Tempo. Tapi kalau dibidang kayak multimedia-video gitu kebanyakan sih Tempo rekrut anak muda. Di bagian Medialab sendiri juga kebanyakan sih anak muda umur 20-an gitu, yang senior beberapa aja umur 40-an.	Upaya Inovasi
P	Seberapa besar visi kakak mengupayakan inovasi jurnalisme data untuk melayani publik?	
KA	Besar sih (yakin dan mantap), soalnya menurut gw banyak hal di negara ini yang sebenarnya sudah diperlihatkan oleh data tapi datanya itu masih terpisah-pisah dan kotor dan orang-orang itu jadinya ngga nyadar. Jadi gw lah yang bertugas untuk bersihin <i>pile of data</i> itu. Misalkan data COVID itu sebenarnya lengkap banget sampai ke tiap kelurahannya ada tiap harinya, tapi ngga keungkap aja dan gw sendiri harus gali data itu. Jadi, Indonesia itu keren sebenarnya tapi <i>data keeping</i> -nya aja yang ngga bener, terus kan ngga ada juga yang mau bacain jutaan statistik atau dokumen kenegaraan kalau ngga terpaksa kayak mahasiswa yang harus bikin <i>thesis</i> . Jadi menurut gw jurnalisme data ini bisa memberikan cahaya sebagai gw jurnalisnya yang membuat data itu menjadi aksesibel.	Visi jurnalisme data
P	Kalau kakak sendiri merasakan tidak adanya upaya dari Tempo agar inovasi jurnalisme datanya lebih menonjol?	
KA	Oh ada, dan baru keliatan akhir-akhir ini di bawah kepemimpinan Bli Komang, itu pun sebenarnya masih setengahnya untuk menuju ke sana. Tapi sudah terlihat dari bagaimana Bli Komang memandatkan agar artikel-artikel itu diinteraktifkan dengan menuju ke desk Medialab. Selain itu, kalau bandingin dengan media lain seperti Kumparan, Lokadata, Tirto kan penerapan jurnalisme data mereka masih yang simpel sedangkan Tempo dari dulu mengusahakan agar jurnalisme datanya holistik dan mendalam, kayak kita bikin databasnya lalu kita klafisikan lagi jadi benar-benar spesifik. Bisa aja saudara lo yang terlibat masuk ke dalam boks database kita ini	Upaya Inovasi
P	Selama kerja di Tempo, apa nilai atau etos kerja yang disampaikan Tempo kepada	

	pekerjanya termasuk kakak sendiri?	
KA	Oh banyak, awalnya gw yang apatis-apatis milenial gitu jadi lebih kritis. Terus sekarang ngga melihat ke permukaannya aja, misalkan gw jadi tahu kalau intrik politik itu tidak gampang hitam putih, pasti dibalik segala sesuatu ada percakapan politik yang membuat setiap alasan dibuat.	Upaya Inovasi

Informan No. 4

Peneliti: Maria Divina

Subjek: Angelina Anjar Sawitri, Koordinator Kanal Cek Fakta

Keterangan kode: Peran Pekerjaan, Inovasi produk, Pemaknaan Jurnalisme Data, Visi Jurnalisme Data, Kemampuan Jurnalis Data, Upaya Inovasi, Tantangan Inovasi, Latar Belakang

	Transkrip Wawancara	Kategori
P	Boleh tolong perkenalkan diri kakak terlebih dahulu?	
AS	Nama saya Angelina Anjar Sawitri biasa dipanggil Arme. Sekarang saya bertugas di Tempo sebagai koordinator kanal cek fakta sekaligus digital news produser Medialab. Sebelum masuk Tempo, saya kuliah di Universitas Gadjah Mada jurusan ilmu komunikasi. Terus tahun 2015 masuk Tempo bertugas sebagai reporter di desk Metro, Nasional, dan Ekonomi-Bisnis sampai tahun 2018. Pertengahan 2018-2019, saya masuk Koran Tempo pada kompartemen gaya hidup. Tahun 2019 sampai akhir 2019 itu saya di majalah baru akhirnya ke Medialab.	Latar Belakang
P	Untuk bisa masuk ke Medialabnya itu gimana sih prosesnya?	
AS	Kalau di Tempo itu sebenarnya berdasarkan kebutuhan saja dan akan dirotasi. Biasanya selalu ada rotasi bisa tiap 3 bulan, setiap 6 bulan, mungkin 1 tahun. Awalnya waktu 2019 memang di Medialab itu ada yang <i>resign</i> jadi ada satu anggotanya yang keluar. Jadi memang ada pos yang harus diisi. Nah itu aku ditawarkan untuk masuk ke situ cuma memang melalui diskusi dengan atasan yang ada di Medialab dan Aku masuk ke jalan karena memang ada ketertarikan dari aku juga, ada kebutuhan juga, dan atasan juga bilang aku sudah berpengalaman karena memang pernah jadi reporter di <i>online</i> selama satu setengah tahun, setelah itu aku ke koran, setelah itu aku juga di majalah. Nah, selama sekitar 5 tahun itu memang paling lama aku ada di Ekonomi Bisnis jadi memang selalu sama data. Kan di Medialab ini selain data aja kan juga harus membutuhkan interpretasi karena bentuknya kan juga pelaporan panjang, pelaporan mendalam gitu yang bakal masuk di satu kanal namanya kanal Interaktif.	Latar Belakang Peran Pekerjaan
P	Kalau sekarang ini kan atau pekerjaan kakak yang paling banyak kakak lakukan itu apa?	

AS	Yang paling itu ya di kanal cek fakta ya karena kan aku memang koordinatonya cuman memang berapa kali aku terlibat dalam pembuatan artikel-artikel panjang dalam kanal interaktif. Jadi memang tiap kanal itu berhubungan. Sama kanal data, kanal interaktif gitu karena kan memang dalam interaktif butuh data gitu kaya grafik apa segala. Kalau aku karena pengalaman jurnalistik aku sudah lama makanya aku lebih pada sebagai editor gitu-gitu. Terus dicek datanya sudah sesuai apa belum. Terus angka-angkanya, detail-detailnya segala macam karena kan memang yang pegang kanal data itu kan si Firdhy baru masuk jadi masih harus didampingi.	Peran Pekerjaan Kemampuan Jurnalis Data
P	Jadi kanal-kanal di Medialab ini saling bersinggungan gitu ya kak?	
AS	Iya, kita ada interaktif, ada data, infografis, sama satu lagi itu cek fakta. Pada dasarnya itu infografis sama data itu akan masuk ke interaktif gitu tapi gak semua artikelnya masuk ke interaktif. Tapi kalau memang proyek kita kerjain bareng-bareng gitu.	Latar Belakang
P	Di kanal cek fakta ada produk interaktif juga ga kak?	
AS	Sebenarnya akan ada. (sambil mengecek laptop) Jadi ada proyek yang mengecek fakta janji-janji presiden. Presiden itu kan pasti punya ratusan janji kampanye yang dituangkan dalam sebuah dokumen yang di-submit ke KPU sebelum mereka berkompetisi, Kita mengecek kita sejauh mana janji-janji itu dituntaskan oleh presiden. Tapi saat ini kan memang masih jalan jadi masih belum bisa <i>launching</i> karena ini juga proyek besar ya. Cuma memang kan karena periodenya presiden yang sekarang belum selesai jadi kita masih belum <i>launching</i> . Jadi kita masih akan mengecek dulu janji kampanyenya Pak Jokowi itu karena memang program yang di periode pertama itu ada yang dilanjutkan ke periode yang kedua.	Upaya Inovasi
P	Pemaknaan jurnalisme data bagi kakak apa sih?	
AS	Ya sebenarnya sama dengan jurnalistik yang lain secara umum yaitu untuk selalu mencari fakta tapi kalau jurnalisme data itu lebih pada ke datanya gitu tapi kan memang kalau mau mencari fakta kan memang harus pakai data gitu. Apalagi kalau dalam ekonomi itu kan banyak membutuhkan data. Misalnya aja pertumbuhan ekonomi tahun ini. Kan biasa diukur tiap 3 bulan. Jadi dari kuartal 1 2020 ke kuartal 2 2020 bisa dilihat dari datanya berapa besar pertumbuhan ekonominya jadi bisa bikin beritanya kayak gitu. Kalau menurutku data itu bisa ngomong sendiri tanpa harus ada narasumber yang kita wawancara. Jadi jurnalisme data itu kuat banget ya kadang kita bisa membuktikan sesuatu dengan data misalnya Misalnya data COVID	Pemaknaan Jurnalisme Data

	nih, misalnya pejabat bilang sudah membaik kok, udah oke, memang angka-angkanya naik, tingkat kesembuhannya naik. Tapi dilihat lagi pengambilan datanya bagaimana memang. Dari situlah jurnalisme data kepakai. Tapi dari situ jurnalis harus punya kemampuan untuk interpretasi datanya gitu karena kan ga semua masyarakat kan ngerti data gitu. Nah itu tugas jurnalis untuk mengomunikasikan datanya gitu misalnya dalam bentuk deskripsi.	
P	Apa yang perlu dilakukan atau diinovasikan media untuk bisa bersaing dengan media-media lainnya yang sudah menerapkan jurnalisme data kak?	
AS	Kalau berdasarkan yang aku lihat di kanal kita, penyajiannya lebih banyak dalam bentuk interaktif. Kalau interaktif kan orang bisa ngeklik sendiri atau bisa memilih mana yang mau dia baca, yang mau dia lihat jadi kita memang mengutamakan ke itu. Jadi ini akan berhubungan juga sama bentuk penyajiannya kayak desainnya, cara penyampaiannya seperti apa. Nah kalau media berita lain biasanya kebanyakan memaparkan aja datanya begini di beritanya dalam bentuk tulisan. Nah kalau kita biasanya melengkapi dengan yang lain dalam bentuk interaktif jadi lebih menarik untuk orang-orang (terdengar bangga). Kayak sebenarnya aku pribadi nggak begitu suka melihat data begitu, melihat grafik. Biasanya kan orang melihat grafik, <i>chart</i> , itu kan males ya kayak statistik banget ya, sedangkan orang kebanyakan kalau lihat statistik itu susah. Nah dari situ kita pikirkan gimana caranya kita membuat itu interaktif supaya orang tertarik untuk melihat artikel kita gitu. Misalnya 'Oh ini bisa diklik ya, Oh ini bisa berubah warna ya,' atau ada informasi yang berbeda yang. Kalau sekarang sih kita lagi ngembangin <i>newsgame</i> . Kalau biasanya kan lebih pada data yang diinteraktifkan, kalau bisa ke depannya ngembangin lagi <i>newsgame</i> -nya. Sebenarnya sih sudah ada ya tapi kan masih lebih ke skandal ya, pengennya sih ke depannya itu dari data itu bisa dibikin <i>game</i> -nya karena itu lumayan menarik juga untuk orang lihat. Kan <i>newsgame</i> itu jauh lebih interaktif dari interaktif itu sendiri.	Inovasi Produk Upaya Inovasi
P	Kira-kira untuk mencapai itu gimana kak?	
AS	(berpikir sejenak) Lebih ke konsep sih karena ngga semua bisa dibikin <i>newsgame</i> -nya. Nah kita perlu mencari isu-isu apa yang bisa dibuat <i>newsgame</i> itu karena memang <i>newsgame</i> juga untuk kasus-kasus biasa aja masih belum terlalu banyak. Jadi memang kerja kerasnya lebih ide dan konsep sih kayak dari data ini gimana sih supaya bisa dijadikan <i>newsgame</i>	Tantangan Inovasi
P	Bagaimana kakak menilai kemampuan kakak dalam menerapkan jurnalisme data?	

AS	<p>Kalau soal pengumpulan data memang menurutku paling <i>tricky</i> ya paling susah dibanding sudah ada datanya baru dibuat visualisasi atau diinterpretasikan karena mengumpulkan data kayak ibaratnya kalau liputan kita tuh ‘cari siapa ya cari narsum yang tepat’, ‘data ini bisa di dapat dimana ya’ karena tantangan juga ya di Indonesia itu ya ngga semua lembaga pemerintah di Indo itu membuka kayak misalnya BPS tapi yang kayak gitu masih dikit banget (terdengar pesimis). Jadi kalau kemampuanku terkait pengumpulan data ini kayak <i>skill</i> nya ada gitu tapi untuk sampai mendapatkannya kayak kita mau tahu orang yang mau divaksin COVID. Nah untuk cari itu kan kita harus punya <i>skill</i> dan bahkan punya jaringan sendiri. Kalau sudah dapat datanya baru dirapihin di Excel kayak dipilah-pilah lagi, dihapus yang dobel, <i>typo</i>, gitu-gitu. Kalau sudah selesai rapihin kan masih bisa ada kekurangan nanti dicari lagi karena ga semua yang diperlukan itu ada di satu dokumen. Tapi ini kan teknologi banget ya jadi biasanya dikasih ke orang yang memang ngurusin itu kayak ke Krisna misalnya, tapi kalau saya sejak di Medialab itu sudah gak pernah. Tapi waktu jadi reporter pernah pakai juga kan ada pelatihannya juga kayak mengolah data.</p> <p>Kalau untuk visualisasi, sebenarnya sudah ada tugasnya masing-masing kan. Tapi aku tahu beberapa lah, Flourish, karena memang sudah berlangganan juga kan. Kayak Flourish kan sudah bagus banget lah untuk visualisasi data. Cuma aku juga jarang pakai aku cuma liatin aja kayak ‘oh si Firdhy buatnya kayak gini’ aku pernah coba juga tapi kalau untuk proyek sesuatu aku lebih jadi editor gitu sih</p> <p>Terus kalau Pelaporan itu kan intinya logika. Jadi logika beritanya jalan atau ngga. Kita kan ga bisa ya suatu data kita paparkan tapi yasudah secara umum aja. Jadi ya kita harus punya satu <i>angle</i> besar yang harus kita jawab kayak yang terakhir itu di interaktif ada kasus kluster-kluster COVID di Jakarta, itu kita ga bisa hanya kayak memaparkan klusternya gini gini gini, ini klusternya kenapa membesar atau mengecil membanyak atau mengecil dipengaruhi apa jadi pertama kita harus menentukan dulu apa yang mau kita jadikan fokus misalnya kita mau fokusnya di peningkatan jumlah kluster. Oke, maka akan jadi pokok dari cerita itu kan. Nah nanti akan dilebarkan lagi harus cari data-data lain untuk mendukung tulisan ini kayak data lain</p>	Kemampuan Jurnalis Data
----	--	-------------------------

	dengan kluster terbesar itu di kecamatan atau di kelurahan apa. Jadi ga bisa kalau kita mau cerita kluster cuma bilang kluster ini kluster itu, jadi dari data itu kita juga harus lengkapi informasi dengan nanya ke narasumber atau cari ke jurnal-jurnal kayak apa sih pandemi itu.	
P	Kakak pernah dapat pelatihan tentang Jurnalisme data ga selama di Tempo?	
AS	Biasanya sih pelatihannya yang didatangkan dari luar karena kan emang sudah ada anggota Medialab yang sudah ahli jadi kita biasa berbagi aja gitu. Kalau kita si emang kalau ada pelatihan ya ikut saja gitu walaupun sehari-harinya ga kerja di situ tapi kalau bisa ningkatin <i>skill</i> kita kenapa ngga gitu. Menurutku semua jurnalis sih perlu mempelajari semua bentuk jurnalistik ya karena kayak infografis itu kan oke memang biasanya yang pegang orang grafis tapi kan pegang materinya kan juga jurnalis gitu. Kayak medialab itu, ga cuma harus Medialab aja yang bisa karena kita kan juga kerja ga sendiri (ada penekanan kalimat), kita suka ngajak desk lain 'yuk ngerjain ini bareng' walaupun sifatnya masih sukarela kayak misalnya kita nanya nih ke kanal Nasional gitu 'kalian ada ga data yang mau dibantu yang mau diinteraktifkan. Jadi proyek kita juga bareng sama desk-desk lain juga. Kita kan ke depannya mau ngga cuma ada satu Medialab aja tapi entar ada Medialab-Mediablab lain yang melebur di setiap desk gitu.	Upaya Inovasi
P	Yang senior ini mau ga sih belajar lagi?	
AS	Ga Bisa dipukul rata. Ada juga orang yang sudah tua tapi masih mau belajar tapi ada juga yang masih mau di zona nyaman. Menurutku gimana kitanya aja sih cara ngajaknya gimana. Soalnya emang masih banyak yang mikir 'ah buat apa kalo gw uda ada <i>skill</i> ini'. Tapi balik lagi seberapa besar sih urgensi untuk dilakukannya pelatihan ini, kalau cukup urgen ya tentu mereka akan lebih tertarik untuk ikut gitu	Tantangan Inovasi
P	Kalau sekarang cukup <i>urgent</i> ga menurut kakak?	
AS	Kalau di media besar kan kebanyakan sudah ada divisi-divisi khusus makanya banyak juga jurnalis yang mikir buat apa belajar kayak gitu. Jadi balik lagi bagaimana pada kebijakan redaksinya. Mewajibkan seluruh jurnalisnya karena nanti mereka juga akan diwajibkan untuk membuat sendiri ya mereka pasti akan ikut. Soalnya kita Medialab selalu mengajak gitu. Tapi kalau menurutku sih ke depan akan menjadi kebutuhan sih karena seperti yang aku bilang tadi Medialab ini ke depannya akan ada di masing-masing kanal karena pada akhirnya setiap kanal harus memproduksi apa yang Medialab bikin sekarang gitu karena memang dibutuhkan gitu	Tantangan Inovasi

P	Bagaimana visi kakak menjalankan jurnalisme data ini?	
AS	Data ini kan hal yang sangat krusial ya karena kan kita ga bisa mengandalkan omongan narsum ya apalagi politikus gitu, justru jurnalistik akan bergantung pada data itu. Kalau kayak saya itu kan memang fokus di kanal fakta jadi saya lebih kayak gimana caranya kita meliterasi masyarakat supaya lebih melek jadi pembaca bisa meng- <i>counter</i> sendiri kalau ada hoaks di medsos mereka. Jadi intinya visi aku sih untuk meliterasi pembaca	Visi Jurnalisme Data
P	Kakak merasakan upaya Tempo ga untuk melakukan inovasi	
AS	Sebenarnya banyak sih ya atasan-atasan yang ‘ayo kita inovasi’ karena kan Medialab ini sendiri kan dijadikan wadah inovasi ini karena Medialab ini menggarap jenis-jenis jurnalistik baru, kayak cek kanal fakta, data, grafis kan baru gitu. Jadi kenapa Tempo bikin Medialab kan supaya Tempo memproduksi berita bukan yang gitu-gitu aja. Sekarang ini aja kan Tempo lagi berusaha untuk melakukan <i>full</i> transformasi digital pada majalah sama korannya gitu, jadi bisa jadi ke depannya bakal ada inovasi-inovasi lainnya lagi	Upaya Inovasi

Informan No. 5

Peneliti: Maria Divina

Subjek: Firdhy Esterina Christy, Reporter Data, Kanal Data

Keterangan kode: Peran Pekerjaan, Inovasi produk, Pemaknaan Jurnalisme Data, Visi Jurnalisme Data, Kemampuan Jurnalis Data, Upaya Inovasi, Tantangan Inovasi, Latar Belakang

	Transkrip Wawancara	Kategori
P	Boleh tolong memperkenalkan diri dulu kak?	
FE	Kenalin namaku Firdhy Esterina Christy, kuliahnya dulu di Universitas Multimedia Nusantara sebagai jurnalistik sebagai konsentrasinya. Waktu aku kuliah biasa jadi asisten Laboratory juga, kayak mulab gitu. Terus tahun 2018 gabung sama Noxus, perusahaan semacam <i>game</i> gitu. Setelah itu 2019 April aku gabung ke <i>Tempo</i> sampai sekarang. Dulu aku masuknya ya ngelamar gitu sih. Jadi kebetulan dospem aku dulu kan Bli Komang terus aku bikin TA (tugas akhir) tentang <i>newsgame</i> gitu kan sama kayak <i>Tempo</i> gitu. Terus Bli Komang ngajak aku gitu buat gabung di Medialab, isinya kan bikin inovasi, sesuatu yang baru bukan cuma foto atau video.	Latar Belakang
P	Peran kakak sekarang apa?	
FE	Aku masuk di bagian data jadi reporter data. Ya tugasnya itu menuhin kanal data di tempo.co. Jadi ceritanya saat aku masuk ke Tempo. Kanal datanya tempo.co tuh mati suri. Sama sekali ga jalan karena ga ada orangnya juga. Jadi pas aku datang jadi aktif lagi tuh kanalnya (percaya diri). Terus aku bantu bikin infografiknya, bantu bikin <i>longform</i> juga, bikin Line <i>banner</i> juga di Tempo. Dulu waktu sebelum pandemi sebelum WFH kayak sekarang ini aku juga biasa bantu kanal-kanal lain, jadi <i>Host</i> kanal cek fakta gitu.	Peran Pekerjaan
P	Kalau kakak sendiri, bagaimana kakak memaknai jurnalisme data?	
FE	Kalau menurut aku ya semua itu pakai data. Apapun (ada penekanan). Ga cuma kita sebagai jurnalis harus dapat data. Di sekitar kita semua pasti ada datanya. Kayak misalnya dari uang	Pemaknaan Jurnalisme Data

	<p>jajan aja, kamu kan harus tau butuhnya berapa, pengeluarannya berapa sebulannya, buat apa aja. Nah itu kan data juga. Kemudian kayak berapa lama kamu duduk di depan komputer kan itu juga data, jadi perjalanan waktu aja tuh sudah data gitu. Kalau menurut aku pribadi ya data tuh kayak oksigen aja gitu tinggal caranya aja gimana. Kayak kamu mau cari tentang COVID di Indonesia sama negara lain tuh gimana sih, caranya dimana sih, bisa dari kawal COVID, bisa dari BPS, bahkan bisa dari Twitter. Jadi data mah ada di mana aja, yang jadi masalah itu bagaimana mengolahnya. Kalau kamu bisa mengolahnya, maka data itu akan bisa berguna untuk orang lain gitu. Penggunaan jurnalisme data itu, datanya kan bisa dipakai gitu untuk ngasih tunjuk alasan ini tuh apa sih. Kayak misalnya PSBB nih, kok masih naik-naik aja sih angkanya apa segala, kalau kita kumpul-kumpul, analisis, kan kelihatan tuh kalau masih banyak orang yang bandel apa segala. Sama kayak gini nih, yang kemarin aku kerjain kampanyenya Gibran sama Bobby terus dilihat korporasi atau pihak mana aja yang paling banyak membantu mereka. Jadi bakal bisa diprediksi kan dari situ kebijakannya akan kayak gimana.</p>	
P	Kriteria inovasi buat kakak tuh apa?	
FE	<p>Sumbernya itu harus kredibel. Maksudnya kan data itu kan bisa di mana aja kan, di medsos kayak di Twitter ada, atau kayak di Google scholar, nah kita tuh harus pakai yang memang terpercaya gitu karena kan kalau asal ambil aja bisa aja ga ada tuh datanya. Terus kedua, kriterianya itu dari penyajiannya berita itu sendiri sih. Kayak gimana visualnya. Misalnya kayak gini (sambil menunjukkan grafik pada kanal data) kamu lihatnya bingung ga? Nah kalau ngga bingung berarti aku berhasil (sambil tersenyum). Jadi maksudnya gini, ini kan data gitu, kalau si pembuatnya ga ngerti atau pembacanya ga ngerti, ya artinya kita gagal untuk menyampaikan ceritanya. Jadi selain daripada visualnya aja, informasinya juga harus disampaikan secara singkat dan padat kayak sekitar 2-3 paragraflah gitu untuk menceritakan grafiknya gitu. Kemudian yang ketiga, data kalau ngga bisa diolah bakal jadi statis banget kayak kok cuma batang aja, kok statis banget. Orang kan juga jadi malas gitu. Kalau bisa gerak-gerak apa segala kan orang jadi bisa lebih tertarik untuk lihatnya gitu. Jadi lebih pada daya tariknya gitu.</p>	Inovasi Produk
P	Bagaimana kakak menilai kemampuan diri kakak dalam menerapkan jurnalisme data?	

FE	<p>Kalau dalam pengolahan data sih aku cuma bisa Excel ya karena itu sudah paling gampang dan paling mudah di <i>share</i> ke orang karena kan aku kerja tim gitu kan, jadi cara yang paling gampang ya pakai Google Sheet itu.</p> <p>Kalau ilustrasi aku pakai macam-macam, pakai Piktochart, kalau simpel pakai Adobe Photoshop sama Illustrator, kalau buat <i>longform</i> biasanya aku pakai 2 cara, pakai statis maksudnya tuh aku desain pakai illustrator biar orang tahu gambarannya gimana bakal masukin gini gini gini, kalau mau interaktif pakai Adobe XD, emang ribet sih, tapi jadi lebih memudahkan programmer juga sih aku maunya gimana. Jadi aku memang khususnya buat grafis, buat konten, nanti programmer aku bantuin aku buatin <i>layout</i>-nya dengan <i>front end</i>, <i>back end</i>. Kalau <i>back end</i> itu yang buat pergerakannya apa segala jadi mulus, kalau UI-nya bikin tampilannya jadi cantik aja gitu.</p> <p>(sambil berpikir) Kalau untuk penulisan sih gimana ya kalau di bagian data tuh enak ya karena kan emang penulisannya <i>straight to the point</i> gitu kan ya, beda kalau aku kerjain <i>longform</i> gitu.</p> <p>Misalnya pembukaannya-<i>lead</i>. Terus aku jelasin aku ceritain berdasarkan grafis di atas, jadi orang kan ‘oh datanya maksudnya gitu’. Terus biasanya ada penutup atau biasa dibikin jadi <i>quote</i> misalnya ‘Sri Mulyani mengatakan “Uang ini akan digunakan sampai APBN tahun depan”’. Tapi sebenarnya aku itu jujur Bahasa Indonesianya payah banget kayak aku harus belajar dulu tuh SPOK sampai berbulan-bulan supaya bisa benar dan bisa ngikutin gaya tulisan Tempo karena kan ya di Tempo itu penulisannya harus Tempo banget. Tempo banget tuh gimana ya maksudnya, kayak gayanya ga selengean kayak Vice atau Mojok gitu, terus Tempo ga akan pernah bikin berita kayak tipe ‘Ini dia 10 apa, 5 akan membuat tercengang’ kayak gitu-gitulah, intinya Tempo itu gamau ada penulisan atau pemberitaan yang receh gitulah istilahnya.</p>	Kemampuan Jurnalisme Data
P	<p>Kakak selama kerja di Tempo pernah mendapat pelatihan mengenai jurnalisme data ga?</p>	
FE	<p>Pernah. Baru-baru ini kok, kira-kira bulan April kalau gak salah, aku dapat pelatihan selama</p>	Upaya Inovasi

	<p>sebulan tentang pengolahan data. Mengolah data mengenai COVID-19. Seru sih (sambil mengangguk), itu pelatihannya dibikin sama Wan-ifra. Kayak satu <i>platform</i> untuk semua media, jadi gimana ya dia itu satu <i>platform</i> untuk ngasih penghargaan-penghargaan buat media di seluruh dunia gitu. Yang ngelatih itu dari institut Google. Jadi banyak pertanyaan emang awalnya susah sih karena kesendat karena bahasanya tapi ya akhirnya menemukan jalan keluar, pokoknya selama seminar aku nanya terus aja (tertawa).</p>	
P	Yang dari Tempo kakak aja yang ikut?	
FE	<p>Ya karena aku ditaruh di kanal data, kalau Mas Krisna itu ikut tapi ikut lombanya gitu. Jadi pada saat pelatihan itu ada juga lombanya jadi ilmu yang dikasih selama di seminar diterapin lagi di lombanya itu, jadi serulah ya. Tapi kebanyakan pelatihannya itu pakai Google Sheet kan karena memang dari Google juga ya yang ngadain. Kebetulan aku, Mas Krisna, sama satu orang lagi dari kanal Nasional menang lomba itu karena kita buatnya memang niat untuk di-publish juga ke kanal Interaktifnya Tempo. Tapi satu hal yang menarik dalam pelatihan itu aku jadi tau dulu kan awal-awal kerja kan sekedar kerja aja gitu, bikin data ya bikin aja gitu tapi ga berusaha untuk menyampaikan sesuatu gitu. Jadi gimana yah, aku kan di kanal data itu semua sendiri, topik, isu, berita, semua aku yang pikirin, Mas Moerat ga suruh aku ini itu. Nah awalnya aku bingung banget ini musti kayak gimana apa yang musti dibikin gitu, tapi dapat titik pencerahannya itu pas dapat pelatihan ini, jadi intinya mereka ngasih tau gimana kita harus menempatkan diri sebagai jurnalis dalam mengolah data.</p>	<p>Upaya Inovasi Visi Jurnalisme Data</p>
P	Gimana pendapat sama kakak terhadap jurnalis senior ketika dihadapkan pada jurnalisme data yang banyak menggunakan teknologi apa segala?	
FE	<p>Kalau dari kacamata aku sebagai wartawan data di Tempo, ngeliat jurnalis senior yang ngeliat <i>big data</i> itu gak kaget karena kan memang mereka dari dulu pada dasarnya selalu menerapkan jurnalisme data gitu. Cuma yang gak bisa mereka sesuaikan itu visualisasi jurnalisme datanya gitu karena mereka itu bekerja hanya untuk tulisan, jadi masi <i>old school</i> banget gitulah. Bahkan mereka cari datanya aja tuh masih kayak pakai klipng koran gitu misalnya nyari data dari 2017, nanti mereka kumpulin tuh koran yang terbit 2017 terus mereka jadiin klipng gitu. Jadi makanya aku bilang di Tempo itu bertempurnya itu mendigitalisasikan manusia gitu. Tapi gimana ya susah juga sih untuk tidak mengawamkan semua orang terhadap kemajuan</p>	<p>Tantangan Inovasi</p>

	teknologi karena dari <i>mindset</i> -nya aja tidak tertanamkan gitu jadi pas kita mau kasih tau gini-gini misalkan ‘nih mas kita tuh mau bikin kayak dari negara A ke negara B itu ada yang terbang terus pas dalam perjalanan nanti ada informasinya yang muncul gitu (sambil memperagakan perjalanan negara A ke negara B). Mereka ga ngerti gitu. Jadi mereka cuma jawab ‘oke, oke, kasih tau aja lu butuh data apa aja’ tapi pada saat pengerjaan visualisasi datanya, mereka ga ikut campur (terdengar nada sedikit kecewa)	
P	Kalau menurut kakak, jurnalis-jurnalis senior yang masih <i>old school</i> ini bisa jadi lebih melek teknologi kira-kira akan berpengaruh banyak ga kak?	
FE	Berpengaruhnya sih lebih kayak mempermudah pekerjaan kita gitu. Misalnya mereka kasih segepok data gitu, kalau mereka kasih dalam bentuk Excel gitu kan enak jadi kita bisa tinggal <i>copy-copy</i> aja gitu. Ada yang kayak gitu tapi ada juga sih yang mulai melaraskan diri dengan pakai Excel. Mereka tuh kayak gini juga karena apa ya, keras juga gitu, wartawan lamanya punya prinsip selama ini gw jalan dengan kebiasaan seperti ini tetap jalan kan beritanya, padahal kan di divisi kita itu untuk membawa sesuatu yang baru, tapi ya mau ga mau ngalah juga aja gitu kayak misalnya ‘Mas bisa ga bikin pakai Excel, kalau ga bisa yauda oper ke anak magang atau kemana gitu’. Intinya ya gitu ada yang mau belajar ada yang gak mau ngga karena nyaman itu kali ya dengan caranya yang seperti itu.	Tantangan Inovasi

AXIAL CODING

Kategori	Subkategori	AA	MS	KP	AS	FE
Inovasi	Kriteria		<p>Jurnalis ini harus tahu bagaimana data itu bisa berubah bukan jadi sekedar tabel atau grafis, kalau itu baru sebatas taraf visualisasi aja. Tapi kalau sudah mulai bercerita, ada grafik timeline, grafis-grafis lainnya baru itu bisa jadi infografis. Nah baru setelahnya itu bisa jadi liputan yang lengkap, disertai dengan reportase, disertai dengan konfirmasi dari pendapat ahli, pejabat publik, barulah disitu kelihatan jurnalisme datanya</p>	<p>visualisasi data bukan untuk menggambarkan cerita tapi harus bisa menambahkan informasi di luar tulisan. Yang kedua inovasi yang bagus adalah pembaca ini bisa mengetahui apa yang diceritakan hanya berdasarkan grafis saja. Kayak gw bikin timeline sama map itu orang tanpa harus membaca tahu kalau yang mau disampaikan itu jejak pembakaran akibat konsensi dari lihat gambar aja tanpa perlu baca.</p>	<p>Nah kalau kita biasanya melengkapi dengan yang lain dalam bentuk interaktif jadi lebih menarik untuk orang-orang. Dari situ kita pikirkan gimana caranya kita membuat itu interaktif supaya orang tertarik untuk melihat artikel kita gitu</p>	<p>Sumbernya itu harus kredibel. selain daripada visualnya aja, informasinya juga harus disampaikan secara singkat dan padat. Terus kedua, kalau si pembuatnya ga ngerti atau pembacanya ga ngerti, ya artinya kita gagal untuk menyampaikan ceritanya. Yang ketiga, data kalau ngga bisa diolah bakal jadi statis banget Jadi lebih pada daya tariknya gitu.</p>

	Realisasi	<p>Kalau dulu kan ketutup kan sama tulisan panjang itu. Kalau sekarang kalau kita ada data gak mau bernarasi banyak-banyak. Data itu sebagai kekuatan utama. Kita sekarang coba untuk mengkombinasikan antara kekuatan data dan itu.</p> <p>Jadi jurnalisme data sekarang semakin berdiri sendiri gitu, bukan jadi kombinasi saja gitu.</p>	<p>Dulu kita blusukan dulu tuh cari tanah terus rumit bangetlah harus secara manual, ngumpulin satu-satu. Nah sekarang dengan adanya keterbukaan dan bantuan teknologi kita jadi lebih mudahlah gitu.</p> <p>Kalau sekarang semua data disajikan jadi pembaca bisa utak atik tuh pelaporan kita supaya tahu penjelasan lengkapnya gimana terus pembaca bisa lihat dengan sudut pandang mereka sendiri</p>	<p>Gw waktu itu bikin semacam <i>time scale slider</i>. Temen-temen Origa punya data satelit dari tahun ke tahun jadi kelihatan wilayah yang awalnya hijau sampai mulai kelihatan spot-spotnya. Ada juga <i>mapbox</i> yang memperlihatkan cakupan wilayah yang terbakar terus membesar</p>	<p>penyajianya lebih banyak dalam bentuk interaktif. Kalau interaktif kan orang bisa ngeklik sendiri atau bisa memilih mana yang mau dia baca, yang mau dia lihat jadi kita memang mengutamakan ke itu. Jadi ini akan berhubungan juga sama bentuk penyajiannya kayak desainnya, cara penyampaiannya seperti apa.</p>	<p>Kanal datanya tempo.co tuh mati suri. Sama sekali ga jalan karena ga ada orangnya juga. Jadi pas aku datang jadi aktif lagi tuh kanalnya. Terus aku bantu bikin infografiknya, bantu bikin <i>longform</i></p>
	Pekerjaan	<p>Campuran. Tentu memiliki kemampuan mengetahui teknis tentang infografis tapi juga harus memahami isu. Bisa menerjemahkan isu dalam infografis.</p>	<p>Kalau dikumpul-kumpul sih pertama saya jadi supervisi-penyelia di majalah Tempo, mulai dari <i>uploading</i>, ngurusin infografis interaktifnya terus</p>	<p>Spesifiknya ngga ada sih, intinya inovasi digital kadang dikenal sebagai digital proyek jadi proyek yang membutuhkan inovasi baru biasanya gw kerjakan. Jadi kalau</p>	<p>Ya paling itu ya di kanal cek fakta ya karena kan aku memang koordinatonya cuman memang berapa kali aku terlibat dalam pembuatan artikel-</p>	<p>Aku masuk di bagian data jadi reporter data. Ya tugasnya itu menuhin kanal data di tempo.co. Terus aku bantu bikin infografiknya,</p>

		<p>Teknik juga harus bisa. Cek fakta juga dari redaksi harus bisa nulis juga karena ada <i>newsletter</i> juga kan. Tapi sebagian besar harus bisa kemampuan teknis pengolahan dan visualisasi data kayak infografis, longform gitu.</p>	<p>menjaga produksi hingga terbit begitu kira-kira. Kalau untuk koran, baru uploading aja, belum ada interaktifnya.</p>	<p>mereka mau menulis suatu cerita misalnya tentang kebakaran, mereka langsung kontak gw sebelum ada tulisan.</p> <p>Sebenarnya itu pihak lembaga untuk mencari data, tapi sekali lagi, masih kurang <i>good enough</i>. Jadi gw menyaring lagi data kotor tersebut.</p>	<p>artikel panjang dalam kanal interaktif. Jadi memang tiap kanal itu berhubungan. Sama kanal data, kanal interaktif gitu karena kan memang dalam interaktif butuh data gitu kaya grafik apa segala. Kalau aku karena pengalaman jurnalistik aku sudah lama makanya aku lebih pada sebagai editor gitu-gitu. Terus dicek datanya sudah sesuai apa belum. Terus angka-angkanya, detail-detailnya segala macam</p>	<p>bantu bikin longform, juga, bikin line banner juga di tempo. Dulu waktu sebelum pandemi sebelum WFH kayak sekarang ini aku juga biasa bantu kanal-kanal lain, jadi <i>Host</i> kanal cek fakta gitu.</p>
Kemampuan	Pencarian & Pengolahan Data		<p>Pencarian dan pengolahan data sih saya biasa menggunakan Excel dan Google sheet untuk membentuk visualisasi supaya tahu ada gambarannya melalui</p>	<p>Kalau soal cari data gw biasa <i>scraping</i> sama pakai <i>database query</i>. Tapi gw engga terlalu ke situ karena biasanya gw udah dikasih datanya. Tapi biasanya kalau <i>live data</i> seperti</p>	<p>Kalau sudah dapat datanya baru dirapihin di Excel kayak dipilah-pilah lagi, dihapus yang dobel, <i>typo</i>, gitu-gitu. Kalau sudah selesai rapihin kan masih bisa ada</p>	<p>Kalau dalam pengolahan data sih aku cuma bisa Excel ya karena itu sudah paling gampang dan paling mudah di <i>share</i> ke orang</p>

			mesin gimana baru nanti saya bisa desain..	<i>counting</i> suara pilkada atau tabulasi <i>Liga Premier</i> perlu pakai SQL, gw ngerti tekniknya tapi biasanya gw serahin ke partner programmer gw.	kekurangan nanti dicari lagi karena ga semua yang diperlukan itu ada di satu dokumen. Tapi ini kan teknologi banget ya jadi biasanya dikasih ke orang yang memang ngurusin	karena kan aku kerja tim gitu kan, jadi cara yang paling gampang ya pakai Google Sheet itu.
	Visualisasi Data		kekuatan saya ada pada penggunaan <i>software</i> Adobe Indesign, Illustrator, dan semacamnya, tapi kalau seperti penggunaan HTML, Fluorish, dan lain-lain sama kayak tadi saya serahkan ke tim yang mengerti coding	Untuk visualisasi, gw kasih nilai diri gw 10 karena itu memang pekerjaan gw. Kalau ditanya <i>software</i> , yang gw pakai itu beda-beda tergantung sama kebutuhan pelaporannya. Kalau chart biasanya gw pakai Fluorish, kalau map yang ada <i>controlling</i> -nya gw pakai Mapbox, untuk lainnya seperti ingin melengkapi dengan video, kemampuan HTML-Javascript gw	Sebenarnya sudah ada tugasnya masing-masing kan. Tapi aku tahu beberapa lah, Fluorish, karena memang sudah berlangganan juga kan. Kayak Fluorosuih kan sudah bagus banget lah untuk visualisasi data. Cuma aku juga jarang pakai aku cuma liatin aja kayak 'oh si Firdhy buatnya kayak gini' aku pernah coba juga tapi kalau untuk proyek sesuatu aku	Kalau ilustrasi aku pakai macem-macam, pakai Piktochart, kalau simpel pakai Adobe Photoshop sama Illustrator, kalau buat longform biasanya aku pakai 2 cara, pakai statis maksudnya tuh aku desain pakai illustrator biar orang tahu gambarannya gimana bakal masukin gini gini

				diperlukan.	lebih jadi editor gitu sih	gini, kalau mau interaktif pakai Adobe XD.
	Penulisan Artikel		Biasanya kalau untuk penulisan gitu yang wartawannya, tapi saya yang mengawasi pelaporannya seperti apa data yang bisa dimunculkan dari sini. Misalnya juga mau bicara tentang <i>illegal fishing</i> , mau pakai data dari mana, mana buktinya? Kalau begini ngga bisa pakai jenis data yang begini.	Terus untuk penulisan artikel gw kasih nilai 5 karena <i>style</i> Tempo gw kurang secara gw dilatih di luar negeri. Lagipula istilah di Tempo itu baku banget kayak orang seumuran kita engga familiar, tapi kemampuan pelaporan gw dipakai untuk <i>cut</i> atau edit tulisan yang bakal dimasukkan ke visualisasi kayak box dan infografis menjadi lebih ringkas supaya muat juga di visualisasinya. Gw juga beberapa kali bikin tulisan di infografis yang gw bikin sendiri dari data itu gw narasiin dan masukin ke infografisnya.	Pelaporan itu kan intinya logika. Jadi logika beritanya jalan atau ngga. Kita kan gabisa ya suatu data kita paparkan tapi yaudah secara umum aja. Jadi ya kita harus punya satu angle besar yang harus kita jawab	Tapi sebenarnya aku itu jujur Bahasa Indonesianya payah banget kayak aku harus belajar dulu tuh SPOK sampai berbulan-bulan supaya bisa bener dan bisa ngikutin gaya tulisan Tempo karena kan ya di Tempo itu penulisannya harus Tempo banget.

Upaya	Paradigmatik Internal	<p>Kalau di Tempo itu ada Medialab namanya, itu memang yang menggarap infografis, yang menggarap analisis data, yang menggarap cek fakta. Itu mulai dikonsepsikan 7-8 tahun yang lalu</p> <p>Medialab ini dulu nunggu orderan dulu gitu dari redaksi, konteks awalnya memang begitu, tapi sekarang ngga, jadi selain nungguin orderan mereka juga harus kasih usulan untuk bisa mencapai target juga.</p> <p>Orangnya ada yang kita rekrut juga karena dengan kapasitas kerja yang diperlukan seperti itu kan tidak banyak, kita pikirin juga subdivisi dari Medialab itu kayak cek faktanya,</p>	<p>Jadi kanal interaktif ini adalah kanal yang berupaya untuk mencoba hal-hal baru di Tempo, jadi inovasi-inovasi itu biasa dicoba di kanal interaktif itu.</p> <p>tapi kalau sekarang muncul organisasi yang namanya tempo medialab ini nah tempo medialab yang menguji coba jurnalisme data itu</p> <p>lebih banyak belajar sendiri mah. 85-90% otodidak deh gitu. Pelatihan disediakan sih, tapi jarang sih. Setahun sekali aja jarang. Lagian pelatihan yang diberikan itu hanya sebatas bagaimana mengolah data tapi tidak dihubungkan</p>	<p>Biasanya ada <i>training</i> untuk carep-calon reporter. Ada juga Tempo Institute, disitu dilatih nulis atau bikin grafis. Biasanya juga pelatihan itu masih dasar kayak penggunaan Fluorish gitu-gitu dan itu yah gampanglah gw sudah bisa</p> <p>kalau dibidang kayak multimedia-video gitu kebanyakan sih Tempo rekrut anak muda. Di bagian Medialab sendiri juga kebanyakan sih anak muda umur 20-an gitu, yang senior beberapa aja umur 40-an</p> <p>akhir-akhir ini di bawah kepemimpinan Bli Komang, itu pun sebenarnya masih setengahnya untuk</p>	<p>Sebenarnya banyak sih ya atasan-atasan yang 'ayo kita inovasi' karena kan Medialab ini sendiri kan dijadikan wadah inovasi ini karena Medialab ini menggarap jenis-jenis jurnalistik baru, kayak cek kanal fakta, data, grafis kan baru gitu.</p>	<p>aku dapat pelatihan selama sebulan tentang pengolahan data</p>
-------	-----------------------	---	---	---	--	---

		<p>driven-datanya, ada yang ngurus infografis, jadi enak gitu.</p> <p>ada rencana untuk membuat pelatihan teknis pembuatan infografis pengoperasian data, tapi ngga menuntut redaksi untuk bisa, pelatihan itu untuk orang-orang yang memang sudah ada <i>basic</i> aja gitu</p> <p>Memang Tempo lagi nargetinnya itu anak muda kan apalagi masalah <i>speed</i> juga kan di jaman sekarang, cari orang yang bisa kemampuan teknis dan kemampuan jurnalistik juga</p>	dengan penerapan jurnalisme data.	menuju ke sana. Tapi sudah terlihat dari bagaimana Bli Komang memandatkan agar artikel-artikel itu diinteraktifkan dengan menuju ke desk Medialab		
Jurnalisme Data	Pemaknaan	jurnalisme data itu mau menggeser <i>talking news</i> gitu seperti pejabat yang mengklaim apa. Kalau sekarang ada	Jurnalisme data pada awalnya saya kira hanya ngumpulin data baik itu tabel, data series, lokasi peta lalu	yah, terdengar simpel sih, tapi menurut gw jurnalisme data itu jurnalisme apapun yang memperlihatkan	Ya sebenarnya sama dengan jurnalistik yang lain secara umum yaitu untuk selalu mencari fakta	Jadi data mah ada di mana aja, yang jadi masalah itu bagaimana mengolahnya.

		tuntutan, kita sendiri yang memastikan seperti misalnya jumlah pasien di bogor meningkat 80 persen jadi datanya harus kuat makanya kekuatan jurnalisme data terutama ada pada infografisnya begitu	diolah menjadi infografis yang biasa kita lihat di majalah. Akhirnya belakangan setelah saya cari-cari dan browsing sendiri saya jadi tahu bahwa jurnalisme data itu lebih dari sekedar memvisualisasikan data tapi juga jurnalisme yang justru mengandalkan data sebagai intisari penulisan ceritanya.	dataset. Dari bar chart aja uda bisa dibilang jurnalisme data	tapi kalau jurnalisme data itu lebih pada ke datanya gitu tapi kan memang kalau mau mencari fakta kan memang harus pakai data gitu	Kalau kamu bisa mengolahnya, maka data itu akan bisa berguna untuk orang lain gitu. Penggunaan jurnalisme data itu, datanya kan bisa dipakai gitu untuk ngasih tunjuk alasan ini tuh apa sih.
	Visi	Tempo tuh punya tuntutan besar sebagai media yang hatinya untuk menegakkan kebenaran. Jadi ketika teman-teman masuk bukan hanya sebagai jurnalis yang mencari uang tapi menjadi jurnalis yang menggunakan hati nurani, kalau benar katakan benar kalau	Saya ingin bagaimana publik bisa membaca data. Makanya saya perbanyak infografik, perbanyak promosikan jurnalisme data gimana cara membacanya. Mengisi kelas-kelas infografis. Ini saya lakukan dengan harapan makin cerdas masyarakat, bisa makin paham	menurut gw banyak hal di negara ini yang sebenarnya sudah diperlihatkan oleh data tapi datanya itu masih terpisah-pisah dan kotor dan orang-orang itu jadinya ngga nyadar. Jadi gw lah yang bertugas untuk bersihin <i>pile of data</i> itu. Jadi menurut gw jurnalisme data ini bisa	Data ini kan hal yang sangat krusial ya karena kan kita ga bisa mengandalkan omongan narsum ya apalagi politikus gitu, justru jurnalistik akan bergantung pada data itu. Kalau kayak saya itu kan memang fokus di kanal fakta jadi saya lebih kayak gimana caranya kita	itu aku jadi tau dulu kan awal-awal kerja kan sekedar kerja aja gitu, bikin data ya bikin aja gitu tapi ga berusaha untuk menyampaikan sesuatu gitu. Nah awalnya aku bingung banget ini musti kayak

		salah ya salah. Saya selalu menuntut ke temen Medialab untuk punya temuan dari mereka sendiri, bukan dari pemerintah, bukan dari polisi. Tempo itu punya kewajiban menjelaskan kepada publik bahwa ini lho kebenarannya. Kalau bisa kita bantu penegak hukum untuk membongkar masalah	jurnalisme dan data. Jadi yang ngawasin kan lebih banyak gitu. Kalau yang ngawasin lebih banyak kan lebih susah kayak penguasa kalau mau melakukan yang aneh-aneh gitu.	memberikan cahaya sebagai gw jurnalisnya yang membuat data itu menjadi aksesibel.	meliterasi masyarakat supaya lebih melek jadi pembaca bisa mengcounter sendiri kalau ada hoax di medsos mereka. Jadi intinya visi aku sih untuk meliterasi pembaca	gimana apa yang musti dibikin gitu, tapi dapat titik pencerahannya itu pas dapat pelatihan ini, jadi intinya mereka ngasih tau gimana kita harus menempatkan diri sebagai jurnalis dalam mengolah data'
Tantangan	<p>sumber dayanya masih terbatas. Kenapa terbatas kan ada urusan dengan gaji dengan apalah segala. Dan ga mudah juga cari orang yang punya keahlian infografer, memahami isu, ilustrator gitu.</p> <p>Orang kita itu belum menghargai <i>property right</i>. Kalau ada gratis kenapa harus bayar. Itu memang fenomena di</p>	<p>tiap orang <i>learning curve</i>-nya kan beda-beda. Ya ibaratnya dari 10 yang mau 8 doang. Terus yang ngerti cuma 4, apalagi yang menguasai akan lebih dikit lagi.</p> <p>Masalahnya gini, di Indonesia produksi berita masih kebanyakan skandal atau korupsi, penyalahgunaan</p>	'oke itu gaya jurnalistik Anda, kalau ini gaya jurnalistik saya'	Lebih ke konsep sih karena ngga semua bisa dibikin <i>newsgame</i> -nya. Nah kita perlu mencari isu-isu apa yang bisa dibuat <i>newsgame</i> itu karena memang <i>newsgame</i> juga untuk kasus-kasus biasa aja masih belum terlalu banyak. Jadi memang kerja kerasnya lebih ide dan konsep sih kayak dari data ini	Cuma yang gak bisa mereka sesuaikan itu visualisasi jurnalisme datanya gitu karena mereka itu bekerja hanya untuk tulisan, jadi masi <i>old school</i> banget gitulah. Bahkan mereka cari datanya aja tuh masih kayak pakai klipng koran gitu	

		<p>kita. Makanya sering ada kebocoran, yang harusnya bayar malah kesebar di grup-grup medsos gitu.</p> <p>bikin jurnalisme data itu kan ngga mudah, bisa seharian tapi begitu hasilnya keluar ngga dihargain. Kalau di luar negeri itu jurnalisme data ada harga jadi mereka semakin terpacu gitu untuk terus mengembangkan jurnalisme data.</p>	<p>pejabat. Nah baru-baru aja sekarang Tempo urusannya sudah agak-agak canggih. Jadi kalau mereka nggak mau beradaptasi ya ngga akan bertahan.</p>		<p>gimana sih supaya bisa dijadikan <i>newsgame</i>.</p> <p>masih banyak yang mikir ah buat apa kalo gw sudah ada skill ini.</p> <p>Kalau di media besar kan kebanyakan uda ada divisi-divisi khusus makanya banyak juga jurnalis yang mikir buat apa belajar kayak gitu.</p>	<p>Wartawan lamanya punya prinsip selama ini gw jalan dengan kebiasaan seperti ini tetap jalan kan beritanya, padahal kan di divisi kita itu untuk membawa sesuatu yang baru, tapi ya mau ga mau ngalah juga aja gitu</p>
--	--	--	--	--	---	---

SELECTIVE CODING

Kategori	Konsep		Hasil Temuan
Inovasi Jurnalisme Data	Pemahaman dan kriteria	Media-media yang ingin maju tentunya terus mengembangkan praktik jurnalisme datanya, salah satunya menggunakan teknologi (Wilding, Fray, McKewon, & Molitorisz, 2018). Namun, penggunaan teknologi ini belum tentu merupakan proses otomatis karena teknologi besar memerlukan seperangkat alat, fasilitas, pekerja, dan struktur organisasi untuk membantu keberhasilan inovasi media menggunakan teknologi (Rogers, 2018)	Nilai sebuah data set untuk membuat satu pelaporan dan perlakuan sebuah data untuk membangun cerita. Teknis penerapan dan visualisasi data agar data tersebut menonjol dan bisa membangun kesadaran pembaca akan suatu permasalahan.
Penerapan Praktik Jurnalisme Data	Keterampilan	Kemampuan yang dibutuhkan jurnalis untuk mengimbangi tren jurnalisme baru ini menurut alur kerja jurnalisme data (Bradshaw, 2010) adalah <i>Data Compilation, Data Cleaning, Data</i>	usia bukan menjadi masalah agar seseorang memiliki kemauan untuk belajar, tapi oleh karena kemampuan dasar yang dimiliki oleh jurnalis muda lebih unggul dibanding jurnalis senior,

		<p><i>Understanding, Data Validation, dan Data Visualization, Article Writing.</i> Namun, bagi seorang jurnalis, kemampuan memanfaatkan data untuk diolah menjadi</p>	<p>jurnalis senior cenderung untuk menyerahkan pekerjaan-pekerjaan yang mengandalkan kemampuan teknologi kepada jurnalis muda</p>
	<p>Visi</p>	<p>berita menjadi sebuah tantangan, mengingat bahwa untuk mengolah data menjadi berita masih diperlukan kemampuan lain selain kemampuan menulis.</p>	<p>Menerapkan dan mengembangkan praktik jurnalisme data bukan sekedar untuk menjalani kewajiban sebagai jurnalis melainkan untuk melayani publik dengan memberikan kebenaran dan fakta melalui data besar yang terpecah-pecah dan sulit dimengerti menjadi suatu penyajian data yang substansial, mudah dimengerti, dan menarik.</p>
	<p>Tantangan</p>		<p>Tidak semuanya memiliki kemampuan belajar yang sama yang menyebabkan hanya sebagian kecil yang dapat menguasai kemampuan-kemampuan teknologi tersebut. Selain itu, tingkat urgensi yang dirasakan untuk mempelajari keterampilan-keterampilan</p>

			tersebut dinilai rendah. Kurangnya urgensi karena menganggap bahwa sudah terdapat divisi khusus atau orang yang lebih ahli untuk bisa diserahkan-tugaskan dan karena di Indonesia, persaingan penerapan jurnalisme data antar media masih terbilang lemah karena masih banyak produksi berita bersifat berita skandal dan reportase.
Upaya Inovasi	Produk	identifikasi media inovasi menjadi empat jenis inovasi yang diidentifikasi oleh Francis dan Bessant berupa 4P Inovasi produk yang berkaitan dengan perubahan produk/jasa yang ditawarkan oleh suatu organisasi. Dalam konteks media, inovasi produk bisa diartikan sebagai inovasi pada <i>platform</i> media yang baru dan Inovasi Paradigmatik Internal yaitu menargetkan nilai-nilai organisasi dan kebijakan manajemen pekerja. Bentuk-	<i>Tempo</i> memutuskan untuk membuat jurnalisme data berdiri sendiri karena menangkap peluang unit bisnis yang menjadi <i>brand</i> daya tarik <i>Tempo</i> yang menarik untuk didalami dan dijadikan komersil sehingga muncul kanal-kanal baru seperti kanal data, infografik, interaktif, dan cek fakta sebagai kanal yang dikhususkan untuk penerapan jurnalisme data.
	Paradigmatik Internal		<i>Tempo</i> membentuk suatu

		<p>bentuk organisasi kerja yang inovatif seperti pembentukan kelompok kerja yang berdiri sendiri, meningkatkan keterampilan, komitmen terhadap kualitas kehidupan kerja, pemecahan masalah, pengambilan keputusan, dan gaya kepemimpinan non-otoriter (Krumsvik & Storsul, 2013).</p>	<p>divisi bernama Medialab yang telah dikonsepsikan 7-8 tahun lalu oleh manajemen <i>Tempo</i> yang kemudian diusahakan pembentukannya dengan investasi, pergeseran orang redaksi yang dianggap mampu menempati unit ini, dan merekrut orang baru yang memiliki kemampuan baik di bidang jurnalistik maupun bidang desain dan komputasi</p>
	<p>Tantangan</p>		<p><i>Tempo</i> tidak bisa mengandalkan pendapatan dari pelanggan karena fenomena orang mengabaikan <i>property rights</i>. Padahal, uang menjadi salah satu pendorong terkuat dilakukannya inovasi untuk meningkatkan teknologi dan <i>software</i> dan menyerap SDM yang <i>skillful</i></p>