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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

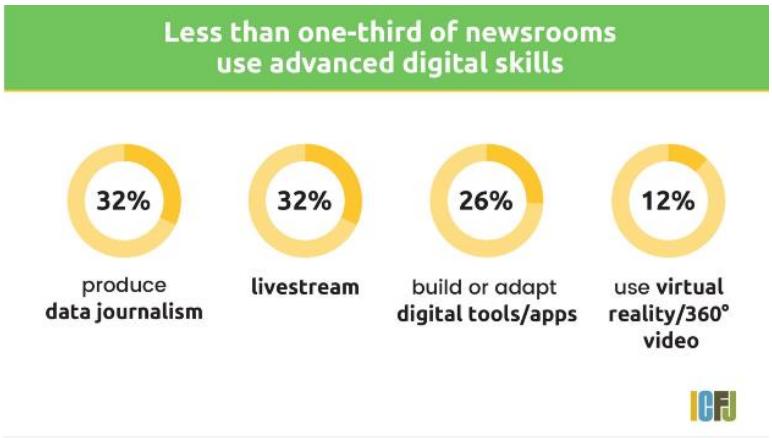
Penggunaan data dalam dunia jurnalistik bukan merupakan hal yang baru, namun penggunaan data dan analisis data sebagai bahan baku untuk membuat berita tengah menjadi tren dewasa ini (Sugiartoputri, 2017, para.1). Hal ini sama seperti yang diungkapkan oleh Wahyu Dhyatmika yang saat itu menjabat sebagai Redaktur Eksekutif di *Majalah Tempo*. Ia menyatakan bahwa data menjadi sumber informasi yang valid, yang mana jurnalisme data merupakan kumpulan data terstruktur dan bisa dianalisis secara statistik oleh publik. Fenomena jurnalisme data ini lahir karena adanya keterbukaan informasi (Rahmania, 2017, para. 1).

Wahyu menganggap bahwa jurnalisme berbasis data atau *data driven journalism* berbeda dengan metode jurnalisme konvensional, yang mana informasi yang digunakan tak lagi dari wawancara, menyadur, ataupun meliput secara langsung (Amalia, 2019, para. 10). Menurutnya jurnalisme data menuntut wartawan untuk memahami bagaimana mengolah narasi atau cerita. Metode ini membantu jurnalis untuk meningkatkan kualitas liputan dan akurasinya agar menjadi lebih baik. Wahyu Dhyatmika mengungkapkan bahwa jurnalisme data dapat memunculkan empat narasi. Pertama menguji kebenaran hipotesis. Kedua

data dapat digunakan untuk melihat tren waktu, seperti melihat tren anggaran kesehatan selama sepuluh tahun. Ketiga melihat *outliers* atau orang-orang ‘aneh’, seperti yang dilakukan oleh *The Guardian* dalam melaporkan anggota parlemen Inggris yang memiliki pengeluaran besar, dan yang terakhir adalah melihat koneksi yang sebelumnya tidak nampak (Rahmania, 2017, para. 6).

Nampak bahwa jurnalisme data terlihat memiliki manfaat yang sangat besar, namun sangat disayangkan pada era keterbukaan informasi saat ini masih banyak media yang belum memproduksi jurnalisme data. Seperti yang dilakukan oleh International Center for Journalist (ICFJ) yang merupakan organisasi profesional *non-profit* yang berlokasi di Washington D.C, Amerika Serikat yang mempromosikan jurnalisme di seluruh dunia. Di mana sejak 1984, ICFJ telah bekerja secara langsung dengan lebih dari 140 ribu jurnalis dari 180 negara selama 35 tahun (About: ICFJ,n.d). Dalam survei tahun 2017 yang berjudul *The State Technology in Global Newsroom* menghasilkan:

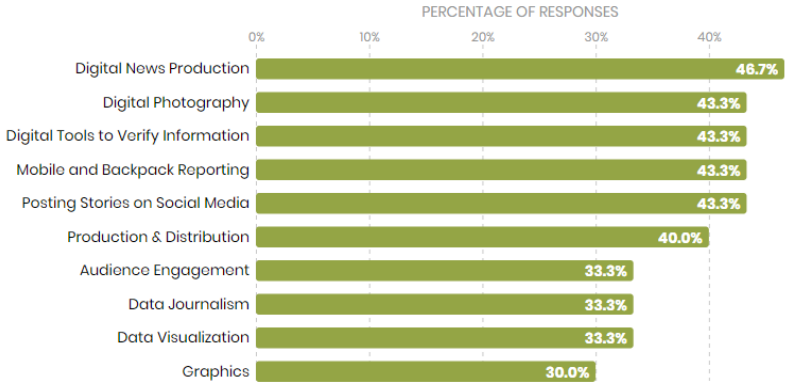
Gambar 1.1 Data Hasil Survei ICFJ



(Sumber: icfj.org)

Berdasarkan gambar 1.1 menjelaskan bahwa dari 2.700 *newsroom* dalam 130 negara, hanya sepertiganya redaksi yang memproduksi jurnalisme data. Lalu ada sekitar 32% yang memproduksi *livestream*. Selanjutnya hanya 26% yang membangun atau mengadaptasi *digital tools*. Terakhir yang paling jarang diproduksi adalah penggunaan *virtual reality* atau *360° video* (ICFJ, 2017). Lebih dalam lagi, respon yang didapat dari jurnalis-jurnalis yang berada di Asia Timur dan Asia Tenggara adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2 Jumlah Persentase Kemampuan Jurnalis



(Sumber: icfj.org)

ICFJ melakukan survei kepada jurnalis di daerah Asia Timur dan Asia Tenggara untuk menginvestigasi mengenai *skill* yang biasa digunakan dalam melakukan tugasnya. Hasil survei pada gambar 1.2 terlihat bahwa dalam kesehariannya, dalam melakukan pekerjaan sebagai jurnalis, masih sangat sedikit jurnalis yang mengaplikasikan *Data Journalism* begitu pun dalam memvisualisasikan datanya. Melihat hasil seperti itu, tak salah bila sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka ingin adanya pelatihan jurnalisme

data (ICFJ, 2017). Padahal sejatinya jurnalisme data merupakan salah satu *skill* bagi para jurnalis untuk beradaptasi di ruang redaksi yang modern, buah dari perkembangan digital. Bahwasannya dibandingkan dengan opini narasumber, peran data sangat krusial untuk memberi suatu gambaran yang utuh mengenai suatu kasus. Maka dari itu, kehadiran data dalam dunia jurnalistik dipercaya mampu meningkatkan kualitas berita (Gray, et al., 2012, p. 17).

Dhyatmika (dalam Harvest, 2019, p. 3) menjelaskan hal mengenai jurnalisme data di Indonesia sendiri merupakan hal yang cukup baru dalam dunia penelitian. Meskipun begitu jurnalisme data mulai berkembang dan mulai diadopsi oleh beberapa media nasional di Indonesia, contohnya sendiri dari PT Tempo Inti Media Tbk, yang sudah sering menayangkan hasil olahan datanya, seperti yang terpampang di *Tempo.co* kanal grafis, data, dan interaktif yang dikemas secara berbeda-beda. Diketahui bahwa PT Tempo Inti Media Tbk, memiliki Tempo Media Lab, yang merupakan divisi yang mengolah data hingga mencari kebenaran lewat data (Yustika, personal communication, December 3, 2019).

Meskipun dari PT Tempo Inti Media Tbk memiliki Tempo Media Lab untuk pengolahan datanya, ternyata tetap saja beberapa laporan utama di *Majalah Tempo* menggunakan hasil analisis data dari lembaga lain. Seperti edisi 2-8 Januari 2017 dan 4-10 Juni 2018, dalam edisi tersebut kedua laporan utama itu menggunakan hasil analisis data dari Drone Emprit. Laporan utama *Majalah Tempo* edisi 2-8 Januari 2017 Dengan judul laporan utama Kicau Kacau di

Media Sosial yang membahas mengenai isu buruh Cina yang ‘digoreng’ oleh berbagai akun yang beroposisi dengan pemerintahan Jokowi. Dalam liputan khusus ini, Tempo menyatakan penelusuran timnya semakin menguatkan temuan Ismail Fahmi selaku pendiri Drone Emprit. Temuan tersebut menyatakan bahwa ‘penggoreng’ isu tenaga kerja Cina sama dengan penggiat isu penistaan agama kepada Basuki Tjahaja Purnama (BTP).

Dari laporan utama 2-8 Januari 2017, terungkap bahwa salah satu akun paling aktif dalam gerakan media sosial tentang pekerja Cina adalah @maspiyungan dengan 130.700 pengikut (Sunudyantoro et al., 2017, p. 30). Dimana akun tersebut paling getol menyatakan keraguan terhadap identitas dan agama Jokowi. Dengan total *retweet* di periode 19-27 Desember 2016 sebanyak 27.345 (Sunudyantoro et al., 2017, p. 30-34). Sebenarnya tren cuitan tentang anti-Cina baru meningkat selama 1 bulan terakhir (Desember 2016 menuju Januari 2017), puncaknya pada saat Jokowi menanggapi bahwa jumlah TKA asal Cina tak sampai 10 juta melainkan hanyalah 21 ribu. Drone Emprit menghasilkan data dari Desember 2016 tentang total percakapan Twitter yang dianalisis ada 50.936 yang terbagi menjadi sentimen negatif sebanyak 44.546 dan positif 6.390.

Pemberitaan selanjutnya yang pernah dinaikkan oleh *Majalah Tempo* edisi 4-10 Juni 2018, berjudul Perang # : Adu Kuat di Media Sosial Menjadi Pemanasan Menjelang Pemilu 2019. Siapa Berada di Belakang Dua Kelompok yang Berseteru? (Purnomo, 2018, p. 32-33). Berita tersebut pada awalnya bercerita mengenai para sekelompok orang-orang yang tidak menyukai Presiden

Joko Widodo dan pemerintahannya dengan menggunakan kaus dengan kata yang menggaungkan tagline “2019 GANTI PRESIDEN”. Tak lama setelah itu dalam pidatonya di awal April 2018 Jokowi menanggapi akan sekelompok masyarakat ini dengan menyatakan bagaimana bisa kaus menggantikan presiden. Namun, kenyataannya yang terjadi setelah itu adalah Ismail Fahmi selaku pengamat media sosial yang mengembangkan sistem Drone Emprit mencatatkan jika pendukung gerakan tersebut meningkat drastis di Twitter hingga mencapai 37 ribu dengan menggunakan #2019Ganti Presiden. Sayangnya sindiran yang dilontarkan oleh Jokowi malah membuat tagar ini tersebut semakin populer (Purnomo, 2018, p. 32)

Selain itu Drone Emprit menyatakan para pendukung telat dalam melawan tagar tersebut, ketika tagar sudah terlanjur besar hingga kepopuleran tagar tersebut mencapai 300 persen. Sebelumnya akun dari Jokowi sendirilah yang melawan dengan menggaungkan keberhasilan dari *big data* pemerintahannya (Purnomo, 2018, p. 33). Tercatat dalam laporan utama *Majalah Tempo* bahwa #JOKOWI2PERIODE di Twitter hanya 12.097 disebarkan oleh akun-akun @1nf0_positive, @jokowi, @silvy_riau, @rasjogja, dan @ayrahadi. Sedangkan #2019GANTIPRESIDEN mencapai 146.816 yang disebarkan oleh @maspiyuuu, @Muslim_bersatu1, @NetizenTofa, @MardaniAliSera, dan @Kedah_Tawakal_. Dari data yang dihasilkan oleh Drone Emprit mengenai

analisa *big data* Twitter, terlihat bahwa jumlah tersebut sangat berbanding jauh (Purnomo, 2018, p. 32).

Dari kasus yang telah dibahas tersebut tersebut terlihat bahwa *Majalah Tempo* menggunakan data dari hasil analisis Drone Emprit untuk membantu redaksi *Majalah Tempo* dalam mengumpulkan *big data* dari Twitter. Seperti yang dijabarkan (Eldrige & Franklin, 2019, p. 79,82) menyatakan dengan jutaan pengguna dan miliaran *posts* dan cuitan di tiap harinya, di mana data yang dihasilkan menarik para ilmuwan sosial. Dengan itu Twitter memiliki peran penting untuk penyebaran berita, serta sebagai sumber dalam proses produksi berita. Mengetahui hal tersebut, tanda pagar (#) berperan penting sebagai kata kunci dalam pengumpulan dan pengelompokkan jenis dari *big data* Twitter yang sedang dicari oleh jurnalis ataupun ilmuwan sosial.

Mengetahui *Majalah Tempo* menggunakan *Big data* Twitter yang dijadikan sumber dari *Data Journalism* dengan menggunakan hasil analisis dari Drone Emprit, maka penulis ingin mengambil judul penelitian tentang "**Jurnalis dan *Big data* : Studi Penerapan *Big data* Twitter di *Majalah Tempo***". Penulis sengaja mengambil topik tersebut untuk mengetahui dan paham mengapa *Majalah Tempo* menggunakan analisis data dari lembaga lain, sedangkan PT Tempo Inti Media Tbk memiliki Tempo Media Lab sebagai pengolah data.

1.2 Rumusan Masalah

Dari melihat latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka didapatkan rumusan masalah yaitu bagaimana pemanfaatan dan penerapan *big data* Twitter oleh redaksi *Majalah Tempo* pada edisi 2-8 Januari 2017 dan 4-10 Juni 2018.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana upaya *Majalah Tempo* dalam memanfaatkan *big data* Twitter untuk peliputannya?
2. Apa saja faktor-faktor yang membuat *Majalah Tempo* bekerja sama dengan pihak ketiga seperti Drone Emprit dalam pengolahan datanya?
3. Apa saja manfaat dari penggunaan data dari media sosial bagi jurnalis *Majalah Tempo*?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui upaya *Majalah Tempo* dalam memanfaatkan *big data* Twitter untuk peliputannya.
2. Mengetahui faktor-faktor yang membuat *Majalah Tempo* bekerja sama dengan pihak ketiga seperti Drone Emprit dalam pengolahan datanya.
3. Mengetahui apa saja manfaat dari penggunaan data dari media sosial bagi jurnalis *Majalah Tempo*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi, terkhusunya jurnalimse data. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan rujukan dan bahan kajian terkait penelitian dengan metode kombinasi, tentang bagaimana peranan media massa dalam memanfaatkan data dan juga kemampuan jurnalisme data para jurnalis.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sebuah evaluasi bagi media-media terutama mengenai kemampuan jurnalisme data bagi para jurnalis, agar nantinya berita semakin akurat dan masyarakat percaya akan adanya data.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu pertama hanya berfokus pada satu media saja yang menggunakan hasil analisis *big data* Twitter dari pihak ketiga yaitu *Majalah Tempo* dari PT Tempo Inti Media Tbk. Selanjutnya, peneliti merasa kesulitan untuk mencari penelitian terdahulu yang sekiranya relevan. Selain itu, penelitian ini kurang sempurna dikarenakan keterbatasan sumber informasi yang didapatkan. Hal ini disebabkan oleh karena kecilnya kesempatan untuk menemui narasumber.