

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dulu, informasi dan akses informasi itu langka sehingga media berita berperan untuk mengemas dan menjual informasi. Namun, sekarang informasi jumlahnya tak terbatas sehingga siapapun bisa mencari informasi sendiri. Hal ini memunculkan permasalahan yang dialami oleh media berita: Apakah media memiliki hal yang bisa ditawarkan untuk menarik perhatian khalayak? Agar dapat menjawab pertanyaan tersebut, sebuah media berita memerlukan respons inovasi untuk menarik perhatian khalayak dengan konten yang menarik, dikemas, dan disampaikan dengan cara yang tepat (Park, 2019 p. 5).

Inovasi bisa dikatakan sebagai perubahan (Kung, 2013 p.11). Produk dan layanan media berubah. Proses produksi dan distribusi konten media berubah. Kepemilikan dan pembiayaan media berubah. Peran pengguna atau *users* berubah. Bahkan, ide tentang media juga bisa berubah (Krumsvik & Storsul, 2013, p. 13). Inovasi dibutuhkan untuk melakukan perubahan seiring dengan meningkatnya kecepatan dan kemajuan teknologi karena teknologi dan inovasi saling terkait erat. Dengan adanya teknologi yang semakin canggih, inovasi akan lebih memungkinkan untuk dilakukan (Kung, 2013, p. 9). Wang dan Hsu pada tahun 2014 melakukan penelitian pada industri *High Tech* di Taiwan untuk mengidentifikasi hubungan antara teknologi, inovasi, dan orientasi pasar. Mereka menemukan bahwa produk berbasis teknologi mampu memfasilitasi perusahaan untuk menghasilkan inovasi yang unggul sehingga mampu menarik pasar

lebih besar (Rajapathirana & Hui, 2018, p. 46). Oleh karena itu, organisasi, tak terkecuali organisasi media harus berinovasi untuk menanggapi kemajuan ini.

Inovasi pertama kali didefinisikan secara teoritis oleh Joseph Schumpeter yang menetapkan teori awalnya pada tahun 1900-an. Schumpeter berpendapat bahwa karenanya adanya persaingan antar perusahaan mendorong inovasi atas dasar motif meningkatkan perekonomian (Krumsvik & Storsul, 2013 p. 15-16). Bukan hanya dari segi ekonomi saja, Harayama berpendapat bahwa internet dan teknologi yang berkembang pesat memungkinkan kemunculan ide-ide inovasi untuk memberi dampak bukan hanya untuk mempertahankan fundamentalisme ekonomi, melainkan juga harus berdampak pada segi sosial (Harayama, 2011, p. 12-16). Konten yang dikemas secara unik dan digital akan lebih berdampak secara sosial bila disejajarkan dengan isi konten yang berbobot dan bisa dipercaya.

Konsep inovasi ini kemudian diterapkan pada perusahaan media yang ingin bertahan di era digital ini. Bermula dari pengembangan *platform* media baru, model bisnis baru, cara baru memproduksi konten, hingga perubahan struktur organisasi pada suatu media dengan pendekatan inovasi 4P yang diidentifikasi oleh Francis dan Bessant yaitu Inovasi Produk, Proses, Posisi, dan Paradigmatik. Dengan menggunakan pendekatan 4P ini, suatu perusahaan bisa menentukan dan merencanakan elemen P yang ingin diimplementasikan secara fokus dan matang (Krumsvik & Storsul, 2013 p. 16-17). Salah satu perusahaan media yang terus berusaha untuk berinovasi adalah *Tempo*. Berdasarkan informasi dari *tempo.id*, *Tempo* mencanangkan medianya sebagai 'Total Transformasi Digital' sebagai salah satu bentuk inovasinya dengan alasan untuk cepat beradaptasi menghadapi

perubahan pasar dan ekosistem di industri media karena industri media merupakan salah satu sektor yang paling terkena dampak *digital disruption* yang ditunjukkan menurunnya oplah media cetak (Tempo.id, n.d).

Jurnalisme data bisa dikatakan sebagai hasil kombinasi teknologi dan inovasi, sebuah pendekatan jurnalistik baru yang akhir-akhir ini semakin berkembang. Misalnya pada media *Katadata.co.id* ketika meliput laporan mengenai Waduk Kedung Ombo yang menggunakan teknologi portal agregasi data melalui Databoks sehingga bisa mengompilasi data besar yang beragam dan menyajikannya dalam bentuk grafik interaktif (Adzki, 2018, para. 8).

Gambar 1.1 Grafik interaktif pada artikel Waduk Kedung Ombo



Sumber: *Katadata.co.id*

Berbeda dengan *blogging* yang kurang lebih dapat dilakukan oleh siapa saja, jurnalisme data membutuhkan keahlian dalam statistik ditambah dengan teknik visualisasi data seperti infografik. Mengacu pada penggunaan data berjumlah masif, jurnalisme data dilakukan dengan penulisan berita bergaya *storytelling*

yang di dalamnya terdapat analisis statistik, grafik interaktif, ilmu komputer, visualisasi, desain web, dan teknik pelaporan (Veglis & Bratsas, 2017, p. 16-17).

Sayangnya, media di negara berkembang termasuk Indonesia tidak selalu mampu menyamakan standar di negara maju dalam hal jurnalisme data ke ruang redaksi mereka karena terhambat oleh kurangnya sumber daya manusia, masalah teknologi, dan dalam cara calon jurnalis dididik di dalam institusi pendidikan (Zanchelli & Crucianelli, 2011, p. 4). Lebih dalam, Adek Roza memaparkan tantangan internal yang biasa dihadapi media dalam menerapkan jurnalisme data, yaitu keterbatasan seorang jurnalis untuk bisa menyamai standar kerja jurnalisme data karena seorang jurnalis data yang dulunya tidak perlu, kini dituntut akrab dengan angka dan perhitungan yang menyebabkan keengganan sebagian jurnalis, terutama jurnalis senior dalam menggunakan *software* dasar untuk mengolah angka seperti *spreadsheet* atau Excel. Hal ini yang membuat kemampuan untuk menganalisis data pun menjadi sangat terbatas dan tidak bisa menemukan kisah atau isu yang menarik untuk dilaporkan. Media juga kekurangan sumber daya manusianya untuk membuat *software* visualisasi data (Roza, 2019, p. 30-35). Pada laporan *The Core Skills for the Future of Journalism*, survei menunjukkan bahwa jurnalis yang sudah lama bekerja pada bidangnya merasa bahwa keterampilan penggunaan teknologi dan multimedia masih belum penting dilakukan (Finberg, 2014, para. 7). Ketika Aliansi Jurnalis Independen (AJI) menggelar *trainer of trainers* (ToT) yang mengundang pelatih dari luar negeri untuk mendukung pelatihan jurnalisme data untuk jurnalis Indonesia, biasanya pelatihan ini dipenuhi jurnalis muda yang memang tekun membiasakan diri

dengan berbagai *software* pengolahan dan visualisasi data untuk bisa semakin mahir menerapkan pemberitaan dengan penerapan jurnalisme data (Roza, 2019, p. 34-35). Pendek kata, secara umum media berita Indonesia terjadi kesenjangan antara kemampuan dan kemauan antara jurnalis muda dan jurnalis senior ketika berhadapan dengan penggunaan teknologi. Salah satu keterampilan yang diperlukan ketika ingin menerapkan jurnalisme data. Apabila keadaan ini terus dibiarkan, suatu media yang ingin mengembangkan inovasi jurnalisme data akan terhambat karena suatu redaksi yang ideal adalah adanya kesamaan dalam pembelajaran dan eksperimen dengan hal baru, apapun latar belakang pekerja satu dengan pekerja lainnya (Sirkkunen, 2011 p.12). Dalam penelitian yang dilakukan Muhammad Badri yang dimuat dalam jurnal Tren Pola Konsumsi Media di Indonesia, Badri menemukan bahwa inovasi jurnalisme data media *online* di Indonesia belum beragam karena tidak ditemukan visualisasi peta interaktif dan grafik jejaring interaktif seperti yang disajikan di media *online* negara lain. Penggunaan teknologi yang dipakai jurnalis masih terbatas. Selain teknologi, penulisan laporan panjang yang dibutuhkan dalam penerapan jurnalisme data juga masih jarang ditemukan. Berdasarkan permasalahan ini, peneliti ingin mencari tahu lebih dalam penyebab terhambatnya inovasi jurnalisme data yang diakibatkan keengganan jurnalis senior untuk beradaptasi menggunakan teknologi yang menjadi kemampuan yang dibutuhkan dalam penerapan jurnalisme data.

Di Indonesia, penerapan jurnalisme data sudah dipakai oleh beberapa media profesional, salah satunya adalah *Tempo*, *Tirto.id*, dan *lokadata.id*, dan lainnya (Adzkia, 2018, para. 9-13). Seiring dengan perkembangan waktu, semakin

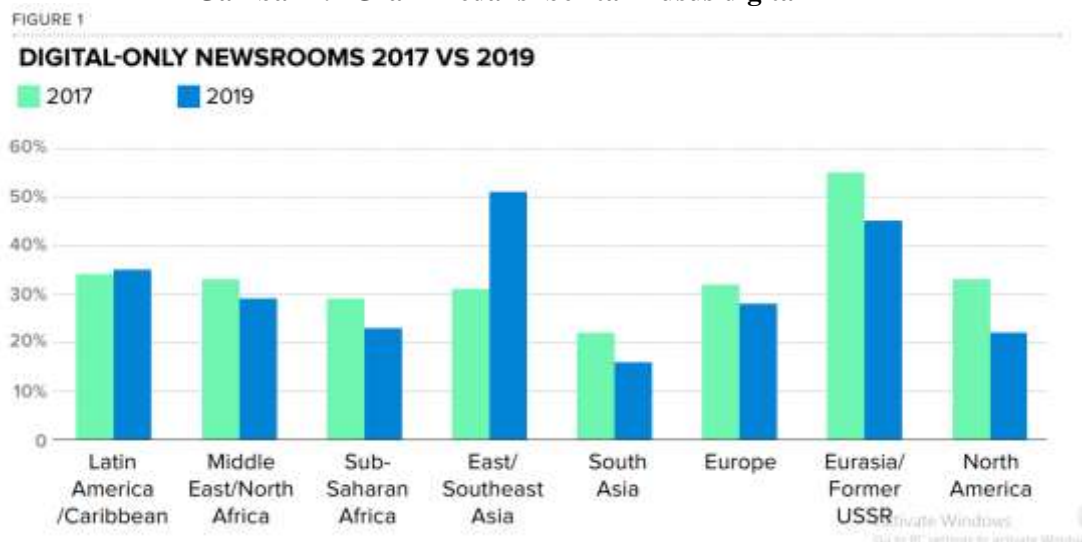
banyak media digital yang menerapkan jurnalisme data sehingga mendorong media-media digital di Indonesia untuk berinovasi dalam menerapkan jurnalisme data agar bisa menarik perhatian khalayak dan bertahan dalam persaingan. Pada penelitian ini, peneliti akan fokus melihat upaya *Tempo* melakukan inovasi produk dan inovasi paradigmatis internal (perubahan struktur organisasi, pelatihan, dan penanaman nilai-nilai perusahaan) serta hambatan yang dialami ketika mengupayakan inovasi karena kesenjangan keterampilan dan visi antara jurnalis senior dan jurnalis muda dalam menerapkan jurnalisme data di *Tempo* karena ketika sebuah media ingin merekonstruksi struktur organisasinya, media harus menjamin adanya kesamaan keterampilan dan usaha eksperimen ketika bekerja pada setiap anggota redaksi walau terdiri dari beragam latar belakang (Sirkkunen, 2011. p. 12).

Fokus peneliti terhadap aspek Inovasi Produk dan Paradigmatik Internal dari 4P oleh karena peneliti melihat kehadiran jurnalisme data dipandang sebagai jaminan kekuatan utama suatu media yang mana keterampilan dan nilai yang dibawa oleh para jurnalis merupakan roda penggerak utama pengembangan inovasi jurnalisme data. Keterampilan jurnalis menjadi terhambat oleh karena keengganan seorang jurnalis senior untuk mengembangkan *skill*-nya agar bisa sejalan dengan perkembangan teknologi, apalagi sebagian wartawan senior sudah terbiasa dengan kerja media tradisional terlihat dari bagaimana pelatihan mengenai jurnalisme data kebanyakan dihadiri oleh jurnalis muda yang sudah terbiasa dengan penggunaan *software* (Roza, 2019, p. 35). Hal ini menimbulkan masalah yang bisa peneliti teliti lebih jauh pada *Tempo* mengenai perbedaan

pemahaman, keterampilan antara jurnalis muda dan jurnalis senior yang bisa menghambat proses inovasi jurnalisme data.

Penelitian ini penting dilakukan karena media digital profesional mulai mengandalkan teknologi dalam pembuatan berita. Pada 2017, kira-kira sepertiga jurnalis di seluruh dunia bekerja untuk redaksi berita khusus digital yang menunjukkan adanya perubahan besar dari media tradisional ke media digital. Wilayah yang tidak diduga-duga mengalami pertumbuhan secara terus menerus selama dua tahun berikutnya yakni Asia Timur dan Asia Tenggara, yang mana persentase redaksi berita khusus digital telah tumbuh dari 31% menjadi 51% dari semua outlet (ICFJ, 2019, p. 3).

Gambar 1.2 Grafik redaksi berita khusus digital



Sumber: International Center For Journalists (ICFJ)

Kecenderungan ini juga menunjukkan bahwa jurnalisme data akan melampaui arus utama untuk menjadi bagian dari cara kerja jurnalisme (Rogers, 2018, para. 1) sehingga secara otomatis penerapan jurnalisme data akan terus berkembang yang membuat penerapan jurnalisme data sudah mulai dan akan semakin menjadi

umum digunakan oleh media-media digital di seluruh Indonesia yang membuat persaingan antar media akan menjadi semakin ketat.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti kemudian merumuskan rumusan masalah yang relevan sebagai acuan untuk penelitian ini. Demikian rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana tantangan beda generasi pada *Tempo* dalam mengupayakan inovasi jurnalisme data?”

1.3 PERTANYAAN PENELITIAN

1. Bagaimana upaya *Tempo* dalam mengembangkan inovasi jurnalisme data dalam aspek Inovasi Paradigmatik dan Inovasi Produk?
2. Bagaimana perbandingan pemahaman, keterampilan, dan visi dalam menginovasikan jurnalisme data antara jurnalis muda dan jurnalis senior?
3. Bagaimana tantangan beda generasi yang dirasakan *Tempo* ketika ingin mengupayakan inovasi jurnalisme data?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui hambatan inovasi yang dirasakan *Tempo* ketika ingin mengupayakan inovasi jurnalisme data akibat perbedaan keterampilan kemampuan menguasai teknologi yang dibutuhkan dalam menerapkan jurnalisme data.

1.5 KEGUNAAN PENELITIAN

a. Kegunaan Akademis

Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, dapat memberikan kontribusi dalam bidang komunikasi dan jurnalistik mengenai inovasi media, khususnya untuk menunjukkan adanya dampak terhambatnya suatu inovasi bila dalam satu redaksi terdapat perbedaan kemampuan melaksanakan praktik jurnalisisme data, khususnya antara jurnalis senior dengan jurnalis muda.

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu menyadarkan pengelola media untuk mendorong pekerjanya beradaptasi dengan perkembangan teknologi salah satunya dengan membuat pelatihan.

1.6 KETERBATASAN PENELITIAN

Keterbatasan pada penelitian ini adalah peneliti tidak bisa melakukan observasi lapangan dengan terjadinya pandemi saat ini sehingga peneliti tidak bisa melihat secara langsung cara kerja untuk melihat dan menilai kemampuan jurnalis muda dan jurnalis senior ketika menerapkan jurnalisisme data dan pemakaian teknologi pencarian data sampai pengolahan data. Peneliti juga menjadi tidak bisa merasakan hambatan yang dirasakan *Tempo* dengan adanya perbedaan kemampuan ini.