

## JURNALISME WARGA DI INDONESIA, PROSPEK DAN TANTANGANNYA

Moch. Nunung Kurniawan

The Jakarta Post, Jakarta 10270, Indonesia

E-mail: iwwan@thejakartapost.com

### Abstrak

Tulisan ini membahas pengalaman *Radio Elshinta* di Jakarta dalam mengembangkan jurnalisme berdasarkan inisiatif masyarakat jauh sebelum topik *citizen journalism/jurnalisme warga* muncul sebagai bahan riset dunia akademisi. *Elshinta* memiliki 100.000 pendengar yang setia menyumbangkan berita sejak tahun 2000. Studi ini membandingkan pengalaman *Elshinta* dengan situs jurnalisme warga populer di Korea Selatan *Ohmynews* dan mencoba mengidentifikasi katalis jurnalisme warga di kedua negara tersebut. Studi kasus ini dilengkapi wawancara dengan wartawan dari *Ohmynews* dan *Elshinta*. Studi ini menyimpulkan bahwa dengan penetrasi internet di Indonesia rendah, budaya lisan kuat di Indonesia, dan tingkat pendidikan yang rendah, kesuksesan *Elshinta* dalam melibatkan pendengarnya dalam berita dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut: (a) dominannya budaya lisan (b) rendahnya tingkat baca sehingga ada ketergantungan tinggi terhadap radio sebagai sumber informasi dan hiburan, (c) popularitas telepon seluler sebagai alat komunikasi. Meski demikian, televisi dan media cetak di Indonesia agak enggan menerapkan jurnalisme warga dengan alasan (a): ketakutan kehilangan reputasi sebagai institusi media yang kredibel dan juga kehilangan kepercayaan dari pemasang iklan, dan (b) konflik antara berita yang tidak teredit dari warga dengan kode etik jurnalistik dan Undang Undang Pers. Kendala yang lain untuk mengembangkan jurnalisme warga di media yang *mainstream* adalah rendahnya pemakaian *handycam* oleh para amatir, lambatnya akses internet, rendahnya kemampuan menulis dan kurangnya interaktivitas dari situs internet di Indonesia.

### Abstract

This paper examines the experience of *Radio Elshinta* in Jakarta with people-initiated journalism long before the descriptor “citizen journalism” emerged as a topic of research in academic level. *Elshinta* has 100,000 listeners, most with no formal training in journalism, contributing to its news broadcast since 2000. This study compares *Elshinta*’s experience with a popular online citizen media portal *Ohmynews* in South Korea and attempts to identify the catalysts of ‘citizen journalism’ in the two countries. The case study is complemented by interviews with journalists from *Ohmynews* and *Elshinta*. The study concludes that despite the low penetration of internet in Indonesia, the predominantly oral culture and low level of education, the main factors for *Elshinta*’s productive engagement with its listeners are (a) the predominantly oral culture in Indonesia; (b) low literacy, thus they rely on radio as the primary source of information and entertainment; and (c) the popularity of mobile phones for interpersonal communication. However, Indonesian television and printed media have been slow in catching up with people-initiated journalism because of: (a) fear over losing its reputation as credible media organizations, and thus commercial trust; and (b) conflict between unedited reports by untrained reporters with the professional code of ethics and Press Law. Other obstacles in broadening people-initiated journalism in Indonesian mainstream media are the slow uptake of amateur handy-cam images by TV stations, slow internet access, lack of writing skills, and lack of interactivity in existing online news sites.

*Keywords:* radio, citizen journalism, internet, mainstream media

### Pendahuluan

Jurnalisme warga yang sering diartikan sebagai berita yang dikirim untuk media oleh warga biasa tanpa latar belakang jurnalisme merupakan konsep yang berbeda dengan *public journalism/jurnalisme publik*. Jurnalisme publik, yang sering dipakai bergantian dengan *civic*

*journalism*, pada dasarnya dikembangkan oleh wartawan profesional menyikapi meningkatnya ketidakpercayaan publik terhadap media dan kesinisan publik terhadap politik di Amerika Serikat sekitar tahun 1988. Kritik pedas terhadap standar dan arogansi media membawa media berpikir tentang fungsi dan tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan bagaimana

wartawan lebih responsif dengan masalah yang menjadi perhatian masyarakat, inilah yang dikenal sebagai jurnalisme publik. *Civic journalism* (digunakan secara bergantian dengan jurnalisme publik) mencoba mendefinisi ulang nilai berita, mempertanyakan nilai objektivitas dan imparisialitas, mendorong keterlibatan wartawan lebih besar sebagai peserta aktif dalam masyarakat, dan menginginkan praktik jurnalisme yang mencerminkan keragaman kultural di masyarakat Amerika.

Kemunculan gerakan *civic journalism* merupakan reaksi terhadap jurnalisme konvensional yang menghiraukan kewajiban untuk mewakili kepentingan pembacanya, dan dalam tingkat tertentu menjadi alat mengeruk keuntungan semata. Namun *civic journalism* yang dijalankan oleh mass media tidak mampu bertahan lama lantaran program beritanya memerlukan dana yang besar. Tahun 2003 pelopor *civic journalism* the Pew Center of Civic Journalism membubarkan diri.

*Civic journalism* ini membuka pintu bagi tumbuhnya jurnalisme warga dimana warga yang mempunyai berita, dan foto dapat menyampaikannya langsung melalui *blog* atau ke beberapa *mainstream media* yang sudah mengakomodasi misalnya situs BBC ([www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk)), CNN ([www.cnn.com](http://www.cnn.com)), situs koran *The Jakarta Post* dalam edisi pemilu Jakarta 2007 ([www.thejakartapost.com/election](http://www.thejakartapost.com/election)).

Selama ini jurnalisme warga ini lebih dikenal dan populer melalui medium internet. Outing (2005) membuat kategori jurnalisme warga yang ada di situs internet sebagai berikut:

1. Situs internet mengundang komentar dari masyarakat. Pembaca diperbolehkan untuk bereaksi, mengkritik, memuji atau memberi tambahan ke berita yang ditulis oleh wartawan professional. Berita tambahan dan foto dari pembaca yang disandingkan dengan berita utama dari wartawan professional juga bisa dipakai.
2. Liputan dengan sumber terbuka dimana reporter professional bekerja sama dengan pembaca yang tahu tentang suatu masalah. Berita tetap ditulis oleh reporter professional.
3. Rumah *blog*. Situs internet yang mengundang pembaca untuk menampilkan *blognya*.
4. Situs internet publik teredit dan tidak teredit dengan berita dari publik.
5. Situs “reporter pro+warga” berita dari reporter profesional diperlakukan sama dengan berita dari publik. *Ohmynews* masuk dalam kategori ini.
6. Wiki-jurnalisme yang menempatkan pembaca sebagai editor.

*Blog* dan situs *web* interaktif seperti situs jurnalisme warga terpopuler *Ohmynews* ([www.ohmynews.com](http://www.ohmynews.com)) di Korea Selatan yang berdiri tahun 2000 dan kini punya

40.000 reporter warga dan 70 wartawan profesional adalah beberapa bentuk jurnalisme warga di internet. Jurnalisme warga *Ohmynews* berkembang pesat karena masyarakat Korea Selatan memerlukan media alternatif di tengah kuatnya kontrol tidak langsung dari pemerintah terhadap media meski kebebasan pers sudah ada. Di samping itu, masyarakat Korea Selatan juga sudah akrab dengan internet yaitu sekitar 30 juta atau 2/3 penduduknya terhubungkan dengan internet berkecepatan tinggi seperti yang tercantum dalam The National Internet Development Agency of Korea – NIDA di <http://www.nic.or.kr/english> (2004).

Di Indonesia, jurnalisme warga ini justru berasal dari stasiun radio *Elshinta* sejak tahun 2000, dan hingga kini *Elshinta* punya 100.000 reporter warga. Namun, *mainstream media* lain seperti stasiun TV, media cetak, *website* di Indonesia terlihat masih enggan untuk mengadopsi jurnalisme warga dalam praktik jurnalisme mereka karena takut kehilangan kredibilitas, reputasi dan problem etika jurnalistik.

Studi ini mencoba membedah faktor internal dan eksternal terhadap keberhasilan *Elshinta* serta apa yang membuat editor di *Elshinta* bereksperimen dengan jurnalisme warga. *Ohmynews* di Korea Selatan dipakai sebagai kerangka acuan untuk melihat relevansi keberhasilannya dengan *Elshinta*. Pertanyaan yang ingin diuji dalam studi ini adalah:

1. Apa yang memotivasi pendengar di Indonesia untuk secara sukarela mengirim berita ke stasiun radio?
2. Mengapa media cetak dan situs *online* di Indonesia terkesan enggan mengadopsi jurnalisme warga?
3. Apa keuntungan dan kerugian menerapkan jurnalisme warga bagi *mainstream media*?
4. Apa yang dapat diadopsi dan disaring oleh media lain di Indonesia dari pengalaman *Ohmynews* dan *Elshinta*?

Studi ini tidak akan menjelaskan sejarah *Ohmynews* dan situasi pers di Korea Selatan, karena *Ohmynews* akan dipakai sebagai titik pembelajaran terhadap pengembangan jurnalisme warga secara *online* di Indonesia.

## Metode Penelitian

Metodologi untuk studi kasus ini adalah eksperimen dengan membuat *blog* jurnalisme warga (<http://www.jakartaku.wordpress.com>) dan pengembangan jurnalisme warga di *The Jakarta Post*. *Blog* [www.jakartaku.wordpress.com](http://www.jakartaku.wordpress.com) dimaksudkan menguji seberapa besar minat warga untuk mengirimkan berita, foto, serta komentar. *Blog* ini dimonitor selama Agustus tahun 2006.

Eksperimen kedua adalah pengembangan jurnalisme warga di situs koran *The Jakarta Post*

([www.thejakartapost.com](http://www.thejakartapost.com)) dimulai Maret 2007 dengan mengizinkan pembaca untuk memberi komentar terhadap berita utama yang ada situs *The Jakarta Post*. Selanjutnya situs koran *The Jakarta Post* mencoba memancing warga untuk mengirimkan komentar, foto, kutipan dalam edisi pemilu Jakarta 2007 pada bulan Juni hingga Agustus 2007. ([www.thejakartapost.com/election](http://www.thejakartapost.com/election))

Informasi kualitatif diperoleh dari wawancara dengan editor *Ohmynews*, editor koran, televisi, radio dan situs online, serta dari eksperimen blog jurnalisme warga dan pengembangan jurnalisme warga di *The Jakarta Post*.

Wawancara dengan pemimpin redaksi *Ohmynews* di lakukan di Seoul, Agustus 1, 2006. *Ohmynews* dipilih karena situs ini dikenal sebagai satu-satunya situs jurnalisme warga yang menghasilkan profit dan menjadi acuan model jurnalisme warga di Asia. Tujuan wawancara ini adalah mengecek ulang informasi yang ada di situs *Ohmynews* dan mendiskusikan apakah media di Indonesia bisa mengadopsi model *Ohmynews*.

Di Indonesia, serangkaian wawancara dilakukan mulai Agustus sampai September 2006 dan wawancara terbaru bulan Mei 2007 yakni: Radio *Elshinta*; *SCTV* dan *Metro TV* – dimana video amatir disiarkan; Situs Detik; Tiga koran utama dan websitenya: *Kompas*, *The Jakarta Post*, dan *Suara Pembaruan*. Semua wawancara dilakukan dalam waktu 1-2 jam, terekam dan ditranskrip.

Wawancara dengan wakil pemimpin redaksi *Elshinta* Eddy Harsono dilakukan untuk membahas pengalaman stasiun radio dengan jurnalisme warga, kendala yang dihadapi dan faktor dibalik kontribusi berita secara sukarela dari pendengarnya.

Wawancara dengan pemimpin redaksi *The Jakarta Post* Endy Bayuni, difokuskan pada posisi koran harian berbahasa Inggris tersebut dan rencana pengembangan jurnalisme warga. *The Jakarta Post* mempunyai 33.000 pelanggan koran dan 45.000 pelanggan untuk situsnya. Pembacanya adalah pejabat pemerintah tingkat atas, diplomat dan pebisnis.

Wawancara dengan manajer produksi senior *Metro TV*, Makroen Sanjaya, dan manajer senior pengumpulan berita, Claudio Boekan, difokuskan pada pengalaman mereka mengembangkan jurnalisme warga terutama dengan video amatirnya.

Wawancara dengan pemimpin redaksi situs *Detik* ([www.detik.com](http://www.detik.com)), Budiono Dharsono, mencoba mengeksplorasi kemungkinan mengenalkan jurnalisme warga di situs online. Detik adalah satu-satunya situs online dengan 7,5 juta pageviews per hari tanpa edisi cetak.

Wawancara lainnya adalah dengan Presiden Direktur *Suara Pembaruan*, Sasongko Soedarjo, dan editor Sujud Swastoko, pemimpin redaksi *Liputan 6 SCTV*, Rosiana Silalahi, dan redaktur pelaksana *Kompas Cyber Media (KCM)*, I Made Asdhiana. Wawancara ini untuk melihat respon mainstream media terhadap realitas jurnalisme warga.

## Hasil dan Pembahasan

*Elshinta* didirikan tahun 1966 untuk menyiaran budaya Indonesia. Wakil pemimpin redaksi *Elshinta*, Eddy Harsono mengatakan stasiun radionya mulai mengizinkan pendengarnya untuk melaporkan berita tahun 2000, setelah berubah dari radio yang multi program menjadi radio khusus berita tahun 1998. Inilah model berita warga versi radio selama 24 jam sehari dari *Elshinta*.

“Dengan jaringan di 60 kota, ketika terjadi tsunami di Aceh tahun 2004, *Elshinta* mendapat laporan berita dari saksi-saksi kunci. Di kecelakaan pesawat di Surakarta, Jawa Tengah, seorang penumpang yang selamat melaporkan kejadian tersebut ke *Elshinta*,” ujar Eddy.

Untuk menghindari berita palsu, identitas reporter warga *Elshinta* haruslah jelas. Berita juga harus bersifat kejadian dan bukan investigasi. Berita dari reporter warga yang baru pertama kali melaporkan juga tidak akan disiarkan secara langsung dan harus dicek ulang keakuratannya oleh wartawan profesional *Elshinta*. Standar ini sejauh ini membantu *Elshinta* dan reporter warganya untuk terhindar dari tuntutan hukum.

Setelah *Elshinta* sukses dengan reporter warganya, stasiun TV swasta seperti *SCTV*, *RCTI*, *ANTV*, *Metro TV* dan beberapa radio stasiun mengikutinya. “Kami rasa sukses kami ini karena watak radio memang interaktif dan ada keberanian dari redaksi untuk mengembangkan jurnalisme warga,” kata Eddy.

Namun, sebenarnya analisis bisa dilakukan lebih jauh dari sekadar perspektif media. Kondisi eksternal juga berperan dalam tumbuhnya reporter warga *Elshinta*. Kebebasan pers sejak tahun 1998 dengan tumbangnya rezim otoriter Soeharto adalah salah satunya. Tanpa kebebasan pers akan sangat sulit melihat masyarakat berbagi berita melalui stasiun radio dan media lain karena takut akan sensor pemerintah. Selain itu radio memang salah satu media informasi dan hiburan yang utama di kalangan masyarakat. Survai dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2003, halaman 21, menunjukkan bahwa masyarakat di atas 10 tahun: 53,7 persen mendengarkan radio, 86,4 persen melihat TV, 26,7 persen membaca majalah dan surat kabar, dan hanya 1,8 persen yang membaca berita lewat internet.

Faktor kunci lainnya adalah kecenderungan budaya masyarakat Indonesia untuk mendengar dan bicara daripada membaca dan menulis. Budaya oral ini sudah turun menurun seperti dicerminkan lewat mendengarkan teater wayang kulit dan berbincang-bincang di warung kopitiam pinggir jalan untuk berbagi informasi. Rendahnya tingkat pendidikan juga bisa dijadikan ukuran untuk melihat kepopuleran budaya oral ini. Menurut data Departemen Pendidikan Nasional tahun 2004/2005, 4,9 juta anak terdaftar sebagai anak sekolah dasar kelas satu, tapi hanya 2,6 juta anak yang melanjutkan ke sekolah menengah pertama, dana hanya 1,96 juta ke sekolah menengah atas. Jadi sekitar 3 juta anak tidak melanjutkan pendidikan ke SMA, sehingga kemampuan membaca dan menulis tentu saja lemah.

Karena itu, ketika *Elshinta* memulai jurnalisme warga tahun 2000, respon publik yang positif sudah bisa diprediksi. Apalagi telepon seluler makin menjamur. Data Asosiasi Telepon Seluler Indonesia seperti dikutip Kompas, 27 Maret 2006, menunjukkan bahwa pengguna telepon seluler Indonesia mencapai 50,6 juta (23 %) dari total jumlah penduduk 220 juta. "Masyarakat Indonesia memang mencintai telepon seluler. Ini membantu kami mengembangkan interaktivitas dengan pendengar kami," ujar Eddy.

Pacific Media Watch (24 April, 2003) melaporkan

Sebagai bukti bahwa Radio *Elshinta* 90,00 FM telah mendapat penerimaan yang luas, Deputi Editor *Elshinta* Eddy Harsono mengambil contoh Survai dan Riset Indonesia (SRI) yang menunjukkan bahwa *Elshinta* memiliki 1,2 juta pendengar di Jakarta tahun 2002.

"Jumlah ini merupakan kenaikan yang dramatis dari 800.000 di tahun 2001," katanya, sembari menambahkan bahwa kenaikan pendengar mendorong kenaikan iklan yang memberi stasiun radio profit. *Elshinta* juga bersiap menawarkan jasa kepada kantor berita.

"Kami bisa memberikan informasi yang terkini kepada media lokal dan asing," tuturnya.

Di sisi lain, eksperimen *blog* <http://jakartaku.wordpress.com> dimana masyarakat dapat mengirimkan berita, foto, dan video menunjukkan partisipasi yang rendah. Dari 1 Agustus 2006 sampai 31 Agustus 2006, situs ini mendapatkan 1.500 hits dengan hit tertinggi saat pembaca membaca lagu dari seorang penggemar tentang pernikahan penyanyi cantik Malaysia Siti Nurhaliza yang memiliki banyak penggemar di Jakarta. Komentar kurang dari 10, sumbangan berita dari pembaca mencapai 16. Hit harian cukup memenuhi target, namun sumbangan berita, foto dari pembaca nampaknya sedikit. *Blog* ini dipromosikan lewat *Yahoo Messenger*, *Friendster*, *Mailist* dan *Google search*. Dari statistik

*blog*, terlihat orang membaca *blog* ini, namun kurang mau berkomentar dan mengirim berita. Ini berkaitan dengan budaya menulis di Indonesia yang masih kurang. Pembaca juga tidak bisa menulis dimana saja karena ketergantungan menggunakan internet di kantor. Di rumah, biaya internet cukup mahal yakni Rp 165 per menit (di luar pajak) atau Rp 9.900 per jam (US\$1.07). Sebagai perbandingan, gaji minimal 2006 di Jakarta seperti yang dilaporkan [www.detik.com](http://www.detik.com) pada 1 November 2005 adalah Rp 819.000 (\$89) sebulan atau \$1.9 per jam.

Masukan dari pembaca menunjukkan mereka ragu-ragu mengirimkan berita karena rendahnya kepercayaan diri untuk menulis, kurang waktu untuk menulis, dan kurang mengenal *blog*. Ceritanya akan berbeda jika *blog* ini dibuat oleh atau berafiliasi dengan media massa yang dikenal dan menjadi media bagi pembaca berbagi berita dengan pembaca lain.

Eksperimen di [www.thejakartapost.com](http://www.thejakartapost.com) dengan mengijinkan komentar hanya di *headlines news* mulai Maret 2007 dan mengijinkan komentar, foto, info dan kutipan warga pada edisi pemilihan kepala daerah (pilkada) Jakarta 2007 di [www.thejakartapost.com/election](http://www.thejakartapost.com/election) mulai bulan Juni 2007 menunjukkan bahwa komentar dari pembaca untuk *headlines news* berkisar 15-20 komentar satu hari atau sekitar 600 komentar selama 45 hari. Kutipan dari pembaca (*Your Quotes*) untuk edisi pilkada selama satu bulan berisi 21 quotes, polling pilkada selama 1 bulan diisi oleh sekitar pengunjung, foto anda (*Your Images*) dimanfaatkan oleh tim calon gubernur untuk mengirimkan foto walau masih minim dan selama 19 hari edisi pilkada mendapatkan 38.000 page view. Hal yang cukup menakjubkan selama 45 hari [www.thejakartapost.com](http://www.thejakartapost.com) mengenalkan interaktivitas dengan pembaca, pengunjung unik (*unique visitors*) meningkat sebesar 60 persen. Di sini terlihat respon masyarakat terhadap interaktivitas di [www.thejakartapost.com](http://www.thejakartapost.com) cukup baik meskipun umumnya respon pembaca lebih memberikan komentar dan meningkatkan jumlah pengunjung website. Dibandingkan dengan jurnalisme warga radio *Elshinta*, jurnalisme warga di situs internet masih berada pada tahap awal saja.

Kesuksesan *Elshinta* dalam menerapkan jurnalisme warga ini dipuji oleh media lain. "*Elshinta* berhasil menerapkan jurnalisme warga dengan sangat baik karena beritanya sering ditindak lanjuti oleh media cetak dan *newswire*," kata pemimpin redaksi *The Jakarta Post* Endy M. Bayuni, sembari menambahkan bahwa *mainstream* media akan dituntut mengadaptasi potensi jurnalisme warga untuk mengakomodasi pembaca/pemirsa/pendengarnya. Sujud Swastoko, editor bisnis *Suara Pembaruan*, setuju dengan Endy dan mengatakan bahwa jurnalisme warga akan membawa

surat kabar dan situs *onlinenya* semakin dekat dengan pembaca dan pemasang iklan.

Namun Endy kuatir dengan kurangnya kredibilitas dari berita yang ditulis dari reporter warga. "Kami membangun reputasi koran kami dengan berita yang akurat dari wartawan professional yang tahu tentang kode etik dan potensi tuntutan hukum dalam pekerjaannya. Berita dari warga, karena mereka bukan professional, sangat rawan terhadap informasi yang salah, dan kalau itu terjadi, reputasi media dalam bahaya," ujarnya.

Untuk stasiun TV, cukup mudah untuk memverifikasi video amatir, namun untuk stasiun radio, media cetak dan situs *online* cukup sulit untuk mencek berita dari warga, kata Endy.

Meski demikian, tutur Endy, *mainstream media* termasuk *The Jakarta Post*, tetap dituntut untuk memperhatikan jurnalisme warga dan mengadopsi jurnalisme warga sampai tingkatan tertentu.

Manajer senior produksi berita *Metro TV* Makroen Sanjaya setuju dengan Endy dan mengatakan bahwa *Metro TV* tidak menemui kesulitan untuk memverifikasi video amatir selama beritanya tentang suatu peristiwa misalnya tsunami, gempa bumi, tanah longsor dan letusan gunung berapi. "Masalah kami adalah sedikit orang di negeri ini memakai *handy cam* dan kualitas video amatir yang rendah," kata Makroen.

Tapi tidak bisa dipungkiri reporter warga terlihat semakin sering melaporkan berita dari sumber yang sebelumnya tidak terjangkau oleh wartawan profesional. Semakin media mengakomodasi publik tentunya semakin termotivasi publik untuk menyisihkan waktu untuk mengirimkan berita. Hal ini bisa terjadi karena masyarakat yang memiliki keahlian tertentu akan mempertahankan reputasinya dengan mengecek dan memverifikasi berita yang mereka buat seperti yang dilakukan wartawan profesional.

Dalam situasi demikian, media tidak akan kehilangan kredibilitas malahan menaikkan citranya sebagai media publik. Kuncinya adalah menemukan warga yang memiliki keahlian tertentu untuk menjadi reporter warga bagi media. *Elshinta* dan *Ohmynews* sudah berhasil melakukannya. Bahkan *BBC* dan *CNN* juga mulai menerima laporan, foto dan video dari publik. Mekanisme untuk mencegah berita bohong dapat dilakukan dengan menerapkan kode etis/praktik reporter warga. "Untuk tetap kredibel, stasiun radio kami menerapkan prosedur standar operasi termasuk reporter warga pertama kali tidak bisa melaporkan berita secara langsung sampai reporter profesional *Elshinta* memverifikasi berita tersebut di lapangan. Berita juga harus berupa peristiwa dan semua reporter profesional

*Elshinta* tidak boleh menghiraukan semua informasi dari publik. Laporan masyarakat mesti datang dari sebuah peristiwa, bukan pernyataan pers atau investigasi," kata Eddy.

Pimpinan redaksi *Ohmynews*, Eun Taek Hong, mengomentari isu kredibilitas ini. "Berita dari reporter warga mesti dicek dahulu melalui internet dan sumber lain oleh editor di kantor *Ohmynews*. Jika berita tersebut benar, maka bisa ditampilkan. Lebih jauh lagi, pembaca lain bisa memberi komentar apakah berita yang ditulis benar atau tidak. Mereka inilah benteng terakhir kebenaran berita."

Identitas reporter warga juga harus jelas sehingga *Ohmynews* dapat menelepon balik ketika ada pertanyaan yang mesti disampaikan. Pengalaman *Ohmynews* menegaskan bahwa kredibilitas media tidak dibangun semata-mata karena menjadi pertama dalam menyampaikan berita, tapi juga karena proses pembuatannya yang transparan. Kredibilitas mesti diberi definisi baru karena ia akan tumbuh melalui transparansi sumber dan berita seperti yang ditekankan oleh Bowman dan Willis (2003, Halaman 48). Kebutuhan transparansi dalam pembuatan berita ini bukanlah sesuatu yang umum dalam *mainstream media*, yang menurut Gahran (2005), hanya memberi janji transparansi tanpa mempraktikkannya.

Kekuatiran lain dari *mainstream media* di Indonesia tentang jurnalisme warga adalah kurang dipahaminya kode etik jurnalistik oleh reporter warga seperti objektifitas, adil dan seimbang, menjunjung tinggi kebenaran, cek dan ricek dan tidak meniru.

Pimpinan redaksi *Liputan 6 SCTV* Rosiana Silalahi, mengatakan bahwa *SCTV* tetap sebuah stasiun TV yang berada pada jalur *mainstream* dengan mengandalkan wartawan professional untuk berita. "Staf redaksi kami dibekali dengan kemampuan peliputan yang mumpuni dan dibimbing dengan kode etik jurnalistik. Reporter warga sebaliknya tidak seperti itu. Tapi kami bisa mengakomodasi sumbangan berita dari publik, tapi kamilah yang utamanya mencari dan menentukan berita," kata Rosiana, sembari menambahkan bahwa ia khawatir bahwa stasiun TV-nya menjadi tidak dihargai jika mengandalkan reporter warga.

Budiono Dharsono, pimpinan redaksi *Detik* – situs terbaik di Indonesia dengan 7,5 juta *page view* per hari mengakui bahwa kekhawatiran akan turunnya kredibilitas portalnya, kemungkinan masalah hukum dan kurangnya pemahaman atas kode etik jurnalistik dari reporter warga membuat *Detik* setengah hati menerapkan jurnalisme warga. "Kami menerima foto pembaca sejak tahun 2004 dan menampilkannya di situs kami jika foto tersebut benar. Kami tidak menampilkan

berita dari warga tapi kami akan menindak lanjuti laporan dari masyarakat," ujarnya.

Persoalan etika jurnalistik dalam jurnalisme warga ini memang menarik. Tidak semua nilai-nilai dalam kode etik jurnalistik untuk reporter profesional dipunyai oleh reporter warga. Tidak menyebarkan informasi yang keliru, menyebutkan identitas diri ke sumber berita, meminta maaf seperlunya jika ada kesalahan. Apakah membuat Kode Etik Reporter Warga sesuatu yang mungkin?

*Elshinta* mempunyai prosedur operasi standar untuk reporter warganya, sementara *Ohmynews* memiliki Kode Etik Reporter Warga yang bisa diadaptasi oleh media massa di Indonesia. Kode Etik Reporter Warga *Ohmynews* menyatakan bahwa reporter warga mesti bekerja dengan semangat bahwa semua warga adalah reporter dan menjelaskan kedudukannya jika sedang meliput berita. Syarat lainnya termasuk: reporter warga tidak menyebarkan berita palsu, tidak menggunakan bahasa yang vulgar dan menyerang secara pribadi. Reporter warga juga tidak boleh menghancurkan reputasi orang dengan melanggar privasi. Reporter warga mesti menggunakan metoda yang sah dalam meliput. Meski demikian menerapkan Kode Etik Reporter Warga di Indonesia agaknya tidak semudah yang dibayangkan. *Detik* misalnya memilih memuat foto saja dari warga, tapi tidak untuk berita karena takut kehilangan reputasi, padahal *Detik* yang paling potensial untuk berhasil dalam menerapkan jurnalisme warga sepenuhnya.

Dari sisi infrastruktur, akses internet *dial up* di Indonesia cukup lambat dan tarif \$1.07 per jam cukup mahal. Hal ini membatasi masyarakat Indonesia untuk membaca berita, dan melaporkan berita lewat situs internet. Kurangnya budaya menulis juga menjadi kendala tersendiri untuk mengembangkan jurnalisme warga lewat internet. Namun bagaimanapun, *Detik* dan *Kompas* melalui situs internetnya KCM adalah *mainstream media* yang paling mungkin menerapkan jurnalisme warga.

Hal lain yang mungkin menghambat penerapan jurnalisme warga adalah masalah iklan dan implikasi hukum seperti yang diakui oleh Budiono dari *Detik* dan I Made Asdhiana dari *KCM*. "Kami dikenal sebagai salah satu *mainstream media* di Indonesia dengan wartawan profesional sebagai penulis berita. Pemasang iklan pun juga tahu itu. Jika kami berubah menerapkan jurnalisme warga dimana kemungkinan terjadi informasi yang keliru sangat tinggi, praktik ini akan menurunkan kredibilitas kami. Kami bisa kehilangan pemasang iklan. Jadi kami batasi ke foto dari masyarakat saja," kata Budiono.

I Made Asdhiana dari *KCM* setuju, dan berpendapat bahwa jurnalisme warga bisa saja meningkatkan jumlah pembaca namun pemasang iklan tetap saja akan mengutamakan stasiun TV, radio dan media cetak. Hanya Sujud dari *Suara Pembaruan* yang mempunyai pandapat yang lebih optimis. "Jika makin banyak orang yang berinteraksi dengan surat kabar dan situs internetnya, hal ini akan meningkatkan jumlah pemasang iklan," ujarnya.

Dengan kondisi internet di Indonesia yang demikian, pengalaman *Ohmynews* di Korea Selatan termasuk menggaet iklan dan untung hanya dalam waktu tiga tahun, tidaklah cukup untuk meyakinkan media massa di Indonesia untuk bereksperimen dengan jurnalisme warga.

Mengenai implikasi hukum, Undang Undang Pers No. 40/1999 menjamin kebebasan pers di Indonesia, tapi UU ini dimaksudkan untuk reporter profesional. Contohnya Pasal 7, wartawan memiliki dan menaati kode etik jurnalistik. Sejauh ini reporter warga di Indonesia tidak mempunyai kode etik karena jurnalisme bukan aktivitas utama mereka, sehingga ada kelemahan dari sisi hukum. Oleh sebab itu, jika satu *mainstream media* menerapkan jurnalisme warga, diperlukan perlindungan hukum terhadap reporter warganya supaya tidak terjadi kebingungan siapa yang bertanggung jawab atas masalah hukum yang muncul dari suatu berita reporter warga.

*Ohmynews* mengantisipasi hal tersebut dengan elegan dengan membuat perjanjian antara *Ohmynews*, dan reporter warganya tentang hak dan kewajiban reporter warga tentang tuntutan terhadap berita reporter warga. *Ohmynews* juga meyakini bahwa masalah hukum adalah hal yang normal dalam jurnalisme. "Kita mesti siap berhadapan dengan tuntutan hukum, karena bagaimanapun hal itu akan datang sewaktu-waktu," kata Eun Taek dari *Ohmynews*, sembari menambahkan bahwa *Ohmynews* telah dituntut tujuh kali tapi tidak pernah kalah.

Prosedur operasi standar *Elshinta*, meski bagus, tidaklah cukup mencegah terjadinya kasus hukum dan tidak memberi perlindungan hukum atas reporter warganya. Tanpa adanya perjanjian hukum antara media massa dan reporter warga, jika terjadi tuntutan hukum, media massa kemungkinan akan menyalahkan dan membiarkan reporter warganya dalam kesulitan.

Menarik untuk dilihat apakah *mainstream media* akan menerapkan jurnalisme warga berdampingan dengan jurnalisme konvensional karena beberapa *mainstream media* telah membuka diri terhadap foto, sms dan email dari publik. Tantangan buat *mainstream media* adalah bagaimana mereka menarik pembaca/pemirsa/pendengar muda yang tingkat baca internetnya tinggi

dan mendorong mereka untuk menulis ke media. Kendala lainnya adalah level ketidakpuasan masyarakat Indonesia atas *mainstream media* tidaklah setinggi saat masih di bawah rejim otoritarian Soeharto. Karena itu kebutuhan atas media alternatif tidaklah begitu tinggi. Kebebasan pers di sini berkembang pesat dan bahkan media massa cukup kritis kepada pemerintah.

Jurnalisme warga tetaplah potential untuk hidup di Indonesia seperti yang nampak dari pengalaman *Elshinta*. Kelanjutannya tergantung pada stasiun radio di seluruh Indonesia untuk mencoba mengadopsi jurnalisme warga dalam praktik jurnalisme mereka karena kondisi masyarakat Indonesia memungkinkan untuk jurnalisme warga di radio. Staisun TV bisa mengadopsi jurnalisme warga, namun ada kendala besar karena masyarakat Indonesia tidak akrab dengan *handy cam*. Namun jika teknologi telepon seluler 3G memasyarakat, maka stasiun TV akan segera mengikuti jejak stasiun radio. Di media cetak, jurnalisme warga lebih sulit berkembang karena kekuatiran yang berlebihan akan hilangnya kredibilitas, reputasi, dan kurangnya kebiasaan menulis dari masyarakat Indonesia. Untuk situs internet, jurnalisme warga sudah dipraktikkan *Detik* meski masih terbatas pada foto dari publik, dan situs internet koran *The Jakarta Post* dengan komentar, foto, dan kutipan dari publik. Perkembangan jurnalisme warga di Indonesia di situs internet tergantung pada membaiknya infrastruktur internet, tarif internet yang lebih murah dan program pengenalan menulis ke masyarakat. Anak muda adalah target yang tepat untuk memulai jurnalisme warga di internet.

## Kesimpulan

Studi ini menunjukkan bahwa di Indonesia, stasiun radiolah yang mulai jurnalisme warga, bukan dari situs internet ataupun stasiun TV. *Elshinta* berhasil mencatat reporter warganya mencapai 100.000 dan tidak dibayar, dibandingkan dengan 40.000 reporter warga dari *Ohmynews* di Korea Selatan. Namun, *mainstream media*, kurang berani menerapkan jurnalisme warga karena takut kehilangan reputasi, kredibilitas, pemasang iklan serta takut akan munculnya masalah hukum dan etik.

*Elshinta* mengantisipasi masalah etik dan hukum atas berita reporter warga dengan menerapkan prosedur operasi standar. Perangkat lunak dipakai untuk mencatat identitas reporter warga dan beritanya. *Ohmynews* bahkan satu langkah lebih baik karena ia membuat perjanjian hukum dengan reporter warganya. Kedua media juga tercatat untung.

Di stasiun TV, kendala kurang berkembangnya jurnalisme warga terletak pada kurang populernya *handy cam*, meski ada harapan untuk tumbuh jika teknologi telepon seluler 3G berkembang. Media cetak

dan TV di sini bersikap liat dan menunggu kapan waktu yang terbaik untuk menerapkan jurnalisme warga berdampingan dengan praktik jurnalisme profesional. Gilmor (2005) mengantisipasi bahwa reporter profesional dan warga akan berkolaborasi dalam peliputan dan menulis berita. Media masa depan akan menjadi percakapan yang banyak arah secara *online*, memperkaya dialog publik pada level lokal, nasional dan internasional. Visi Gilmor ini, jika direfleksikan dengan pengalaman *Elshinta*, dan meningkatnya minat baca orang Indonesia lewat situs internet, maka terlihat jurnalisme warga berada pada jalur yang benar di Indonesia.

Studi lanjutan bisa dilakukan dengan melakukan survai terhadap sikap reporter warga terhadap *mainstream media*, mendekripsi tingkat kepuasan publik atas berita yang ditulis reporter warga dan mencari tahu harapan reporter warga. Eksperimen di situs internet akan terus dilanjutkan untuk melihat respon publik atas jurnalisme warga di internet.

## Penghargaan

Terima kasih sebesar-besarnya kepada Ibunda Hartiningsih dan Ayahanda Sutrisno Moeladjam atas dukungannya sehingga selesai tulisan ini. Juga kepada teman terbaik saya Fransiska Putri atas diskusi dan dorongan semangatnya yang luar biasa kepada saya untuk menyelesaikan tulisan ini.

## Daftar Acuan

Badan Pusat Statistik [BPS]. 2003. *Statistik Sosial Budaya, Hasil Susenas (National Survey Result)*. BPS, halaman 19-26

Bowman, Shane & Willis, Chris. 2003. *We Media: How Audience are Shaping the Future of News and Information*. The Media Center at the American Press Institute

Gahran, Amy. 2005, 10 Mei. *Transparency vs. Substantiation: Two Sides of the Credibility (Part 3)*. Dikutip ulang 22 September, 2006 dari <http://blog.contentious.com/archives/2005/05/09/transparency-vs-substantiation-two-sides-of-the-credibility-coin>

Gilmor, Dan. 2005, Winter. Where Citizens and Journalists Intersect. *Nieman Report*, Vol 59. No 4, Halaman 11-13

Jakartaku.wordpress.com. (2006). <http://jakartaku.wordpress.com>

Outing, Steve. 2005, 15 Juni. *The 11 layers of Citizen Journalism*. Dikutip ulang 15 Agustus, 2006 dari

[http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=83126](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126)

The National Internet Development Agency of Korea [NIDA]. (2004). Dikutip ulang 10 Agustus, 2006 dari: [http://www.nic.or.kr/english/newsnotice/news\\_view.js](http://www.nic.or.kr/english/newsnotice/news_view.js)

[http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?gubun=1&menu=1&brdId=060315162908001000&aSeq=060502225734005001](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?gubun=1&menu=1&brdId=060315162908001000&aSeq=060502225734005001)

*Undang Undang Republik Indonesia No 40/1999 tentang Pers.* Dikutip ulang 7 September 2006 dari [http://www.radioprssni.com/legal/uu\\_pers.htm](http://www.radioprssni.com/legal/uu_pers.htm)