

BAB IV

PROFIL TEMPAT PENELITIAN

Pada bab ini, penulis akan memaparkan gambaran umum mengenai profil tempat penelitian, yaitu Pusat Informasi Kompas dan Pusat Data Republika.

4. 1 Profil Pusat Informasi Kompas (PIK)

4. 1. 1 Gambaran Umum

Pusat Informasi Kompas (PIK) merupakan salah satu bagian dalam kelompok Kompas – Gramedia (KKG), yang pada awal pendiriannya bertujuan untuk menunjang pemuatan berita tepat, akurat dan dapat diandalkan bagi harian Kompas sebagai organisasi induknya. Pusat Informasi Kompas didirikan pada tanggal 28 Juni 1965, seiring dengan hadirnya harian Kompas, yang berawal dari suatu perpustakaan kecil milik pimpinan redaksi Kompas. Perpustakaan kecil ini kemudian berkembang menjadi Pusat Dokumentasi Kompas. Cita-cita dan arah pembentukannya datang dari dua pimpinan perusahaan yaitu Yacob Oetama dan P.K. Oyong, yang direalisasikan dengan cara mengumpulkan dan menyimpan media tercetak seperti koran, buku, majalah, buletin, dari berbagai penerbit di dalam maupun luar negeri. Pekerjaan pengumpulan dan penyimpanan dokumen tersebut pada mulanya dilakukan sendiri oleh kedua pimpinan dibantu oleh seorang tenaga khusus yang bertugas mengerjakan pembukuan berdasarkan kaidah dokumentasi dan perpustakaan. Karena koleksi semakin banyak dan

cakupan kerja yang semakin luas, maka pada tahun 1990, Pusat Dokumentasi Kompas berubah nama menjadi Pusat Informasi Kompas (PIK).

Pusat Informasi Kompas merupakan satu unit/bidang yang pada dasarnya bertugas mengumpulkan, mengolah dan melakukan temu kembali informasi yang dibutuhkan. Kegiatan Pusat Informasi Kompas bukan hanya sebagai pusat dokumentasi, tetapi merupakan pusat informasi. Fungsi Pusat Informasi Kompas adalah untuk mendukung kinerja redaksi dalam menerbitkan harian Kompas, dan secara rinci mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Mengembangkan koleksi baik buku, terbitan berkala dan data terolah.
2. Mengelola arsip harian Kompas dan beberapa terbitan berkala yang dipilih berdasarkan kebutuhan redaksi ke dalam bentuk arsip elektronik.
3. Memberikan informasi untuk internal, yaitu wartawan dan karyawan yang tergabung dalam Kelompok Kompas – Gramedia (KKG)
4. Melayani masyarakat umum yang ingin mengakses informasi-informasi yang dihasilkan oleh harian Kompas melalui kegiatan penelusuran informasi dengan mengoptimalkan kualitas informasi dan kemudahan penelusuran informasi yang terkandung didalamnya sebagai komoditas utama dalam pencapaian kebutuhan informasi masyarakat umum.

Sebagai salah satu pusat informasi bidang jurnalistik, keberadaan PIK sangat penting guna mendukung aktifitas kerja di lembaga induknya yaitu harian Kompas. Selain itu bagi khalayak umum, derasnya arus informasi menyebabkan

keberadaan PIK ini kian lama kian terasa penting, terutama sebagai salah satu pusat informasi.

4. 1. 2 Struktur Organisasi

Dalam struktur organisasi Redaksi Kompas, PIK berada dibawah tanggung jawab langsung seorang Kepala Penelitian dan Pengembangan (Litbang) yang kedudukannya sejajar dengan Pemimpin Redaksi. Kepala Litbang ini langsung bertanggung jawab kepada Pimpinan Umum Harian Kompas. PIK dipimpin oleh seorang manajer PIK yang membawahi tiga bagian, antara lain:

1. Bagian Akuisisi

Bagian akuisisi ini mencakup kegiatan pengadaan dan perawatan bahan pustaka

2. Bagian Layanan Informasi

Bagian layanan informasi ini mencakup kegiatan layanan informasi dan kegiatan sirkulasi.

3. Bagian Pengolahan Arsip Elektronik

Bagian ini membawahi dua bidang yaitu bidang dokumen elektronik dan bidang kliping elektronik.

Sampai saat ini staf yang mendukung kegiatan kerja di PIK berjumlah sekitar 27 orang. Adapun pembagian kerjanya adalah sebagai berikut:

1. 7 orang pada bagian akuisisi

2. 6 orang pada bagian layanan informasi
3. 14 orang pada bagian pengolahan arsip digital.

Selain staf yang ada di atas, terdapat juga tenaga kontrak untuk membantu pekerjaan yang harus diselesaikan dalam waktu dekat, seperti pada bagian dokumentasi hukum, mikrofilm dan klipng elektronik.

4. 1. 3 Koleksi

PIK sebagai perpustakaan dari harian Kompas menyimpan harian Kompas dari terbitan pertamanya, tahun 1965 sampai dengan terbitan sekarang. Hal ini dikarenakan pendokumentasian terbitannya sendiri bagi harian Kompas adalah suatu keharusan. Untuk itu setiap harinya, PIK menerima surat kabar Kompas terbitan hari itu untuk diolah. Sebagai upaya pemeliharaan informasi dari koleksi surat kabar yang mudah rusak bila usianya cukup lama serta upaya penghematan tempat, PIK membuat mikrofilm dan klipng dari harian Kompas. Terbitan pertama harian Kompas di tahun 1965 sampai dengan terbitan tahun terakhir telah di alih mediakan ke dalam bentuk mikrofilm. Koleksi ini disimpan di ruangan tersendiri dengan peralatan bantunya seperti *microreader* dan mesin *fotocopy*. Untuk surat kabar Kompas terbitan tahun 1991 sampai dengan sekarang, PIK juga menyimpan koleksi tersebut dalam bentuk klipng di dalam *database* komputer yang dikenal dengan klipng elektronik.

PIK juga mengoleksi buku, yang disimpan dalam perpustakaan PIK. Sampai saat ini, perpustakaan PIK telah mengoleksi hampir 50.000 lebih judul

buku yang terdiri dari koleksi buku ilmiah atau literatur ilmiah dan koleksi buku ringan, seperti buku cerita anak, novel, komik dan juga aplikasi komputer. PIK juga mengoleksi beberapa surat kabar lainnya baik dari dalam maupun luar negeri yang diperoleh dengan cara pertukaran dengan penerbit lainnya, seperti Republika, Jawa Pos, Media Indonesia, dan lain-lain. Kini jumlah surat kabar dan majalah yang dimiliki PIK kurang lebih 1600 judul majalah dan berbagai surat kabar dari dalam maupun luar negeri. Selain koleksi tercetak, PIK juga mempunyai koleksi non cetak seperti microfilm, video, *database* (pangkalan data) seperti *database* kliping (Kliping elektronik), *database backgrounder*, *database* hukum, *database* katalog buku dan CD-ROM.

4.1.4 Sumber Daya Manusia yang Mengelola Pusat Informasi Kompas

Sampai saat ini, jumlah staf yang mendukung kegiatan kerja di Pusat Informasi Kompas berjumlah sekitar 28 orang. Adapun pembagian kerjanya adalah sebagai berikut:

1. 6 orang pada bagian Layanan Informasi dan dipimpin oleh seorang Kepala Bagian
2. 1 orang pada Bagian Mikrofilm
3. 9 orang pada Bagian Kliping Elektronik
4. 6 orang pada Bagian Akuisisi, Pengolahan Buku dan Perawatan
5. 1 orang pada Bagian Sirkulasi
6. 1 orang pada Bagian Dokumentasi Hukum
7. 4 orang pada Bagian Administrasi

4. 1. 5 Pengguna

Pengguna PIK merupakan orang-orang yang memanfaatkan jasa layanan yang tersedia di PIK. Sampai saat ini yang menjadi pengguna PIK, yaitu :

1. Redaksi Kompas, yaitu wartawan dan staf redaksi harian Kompas.
2. Staf Kelompok Kompas – Gramedia (KKG).
3. Tamu khusus, seperti kolumnis Kompas, pejabat yang menjadi tamu resmi Kompas dan para tokoh yang mempunyai hubungan dekat dengan Kompas.
4. Umum, yaitu pengguna dari kalangan masyarakat umum yang memanfaatkan jasa layanan di PIK, seperti mahasiswa, pelajar, karyawan dari instansi lain, wartawan media massa selain Kompas, ibu rumah tangga, dan lain-lain.

4. 1. 6 Lokasi dan Jam buka

Sejak tahun 1990, PIK menempati sebuah ruangan di lantai 4 gedung Kompas yang baru yang berlantai enam, tepatnya di jalan Palmerah Selatan Kav. 26-28, Jakarta. Sebelumnya PIK menempati salah satu gedung lama yang berada di depan gedung baru dan kini dipergunakan oleh Redaksi Harian *The Jakarta Post*. PIK yang merupakan Bagian dari Litbang Kompas menempati ruangan di lantai 4 bersama dengan bagian Diklat dan Litbang. Di lantai 4 ini sebagian besar ruangan dipergunakan untuk ruangan kerja PIK.

Adapun rincian waktu layanan yang disediakan oleh PIK adalah :

1. Staf Redaksi Kompas : setiap saat

2. Kelompok Kompas Gramedia : Senin s.d. Jumat, pukul 09.00 – 16.00 WIB
3. Umum : Senin s.d. Jumat, pukul 09.00 – 16.00 WIB

4. 2 Profil Pusat Data Harian Umum Republika

4. 2. 1 Gambaran Umum Pusat Data

Sebagai suatu perusahaan yang bergerak di bidang media dan distribusi informasi untuk melayani masyarakat, dimana berita yang disajikan adalah berbagai informasi penting dari dalam dan luar negeri, otomatis seluruh berita yang pernah dimuat dan ditampilkan, baik dalam bentuk tercetak maupun *online*, adalah aset terpenting yang dimiliki Republika. Untuk itu, diperlukan sebuah divisi khusus yang menangani seluruh aset penting ini agar tertata dengan baik untuk keperluan institusi ini ke depannya. Divisi ini berperan sebagai sumber data utama untuk kebutuhan informasi yang diperlukan wartawan. Selain itu, Pusat Data juga berperan sebagai pusat pelayanan informasi, baik untuk kepentingan wartawan, para staf di luar divisi ini, dan juga masyarakat umum atau peneliti yang ingin mencari informasi penting terkait dengan Republika. Adapun konsep yang dijadikan pedoman Pusat Data dalam menjalankan kegiatannya adalah:

1. Konsep Kemudahan pengolahan/pencarian data dan informasi, (berkaitan dengan lalu lintas informasi)
2. Konsep plus produk (berkaitan dengan *ficher/artikel* Harian Umum Republika)

3. Konsep Kehumasan (berkaitan dengan pencitraan Harian Umum Republika)
4. Konsep Informasi adalah komoditas (berkaitan dengan pengemasan dalam bentuk lain dari kekayaan data yang ada)

Dalam pendiriannya, Pusat Data memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Sebagai pusat informasi bagi para pengguna baik secara internal maupun eksternal.
2. Sebagai unit penyedia informasi bagi para staf redaksi
3. Sebagai pusat penyimpanan bahan-bahan informasi yang aktual dan faktual.
4. Sebagai pusat pendukung pemberitaan di dalam penulisan berita.

Sebagai pusat dokumentasi, dimana informasi-informasi penting terkait dengan segala pemberitaan, publikasi, sumber-sumber yang digunakan dalam kegiatan pelayanannya kepada masyarakat sebagai media informasi umum, Pusat Data memiliki potensi besar secara khusus bagi lembaga induk yang menaunginya, dan secara umum bagi masyarakat Indonesia. Adapun beberapa potensi yang dimiliki adalah :

1. Kekayaan data yang telah dan belum terolah

Pusat Data memiliki banyak sekali buku-buku dan majalah yang belum terolah secara maksimal. Ada beberapa faktor yang menyebabkannya. Faktor utamanya adalah karena kurangnya sumber daya manusia untuk mengolahnya, dan faktor lainnya adalah karena seringkali ada proyek atau kegiatan lainnya yang harus diprioritaskan terlebih dahulu untuk mengejar target.

Adapun buku-buku yang belum terolah yang biasanya didapatkan dari Penerbit Republika sebagai hadiah, ataupun dari penerbit-penerbit lainnya yang sengaja mengirimkan koleksi terbitan terbarunya kepada Republika, dan disimpan di Pusat Data. Untuk koleksi majalah, banyak sekali majalah yang belum diolah (untuk dimasukkan sebagai *database online* pada koleksi majalah), yang berasal dari judul-judul majalah yang dilanggan oleh Republika dan seringkali dipakai sebagai bahan rujukan wartawan untuk membuat artikel berita.

2. Pengemasan artikel atau rubrik tertentu dalam bentuk atau komoditi lain

Sampai saat ini sudah diterbitkan beberapa judul buku yang merupakan hasil penyatuan dari artikel-artikel (rubrik) tetap yang pernah diterbitkan dalam koran, seperti dari rubrik “Hikmah”. Meskipun pengerjaannya belum maksimal, akan tetapi sudah mulai mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, yakni kurang lebih 85 judul buku telah dihasilkan.

3. *Web Base* Pusat Data akan segera diluncurkan

Situs intranet ini (<http://server2000/pusdev>) akan segera diluncurkan menjadi situs yang dapat diakses melalui internet. Rencananya seluruh data-data yang dimiliki oleh Republika (arsip berita) dari tahun 1993 akan dapat diakses oleh publik. Sampai saat ini masih dalam tahap penyempurnaan.

4. Pembuatan Dialog Jum’at *digital*

Dialog Jum'at *digital* yang merupakan rubrik khusus yang terbit pada hari Jum'at, disatukan dengan paket pada surat kabarnya. Proyek ini sedang dalam pengembangan, yaitu dialog-dialog Jum'at terpilih akan dibuat formatnya dalam bentuk *Compact Disc* (CD) dan dijual ke publik.

4. 2. 2 Struktur Organisasi Pusat Data

Dalam struktur organisasi, Pusat Data berada di bawah Divisi Pusat Data dan Pengembangan (PDP). Divisi ini sendiri membawahi sub-divisi yang lainnya, yaitu sub-divisi Riset dan Pengembangan. Dalam penataan ruang pun antara Pusat Data dan sub-divisi Riset dan Pengembangan terletak bersebelahan.

4. 2. 3 Koleksi Pusat Data

Sampai saat ini, koleksi Pusat Data yang juga berfungsi sebagai aset penting perusahaan ini, sudah berjumlah ribuan. Koleksi yang dimiliki terdiri dari koleksi *database* dan koleksi *non database*. Bahkan, untuk koleksi *non database* tersedia dalam jumlah ratusan ribu. Koleksi-koleksi ini akan terus bertambah, terutama untuk koleksi *non database* yang perkembangannya sangat pesat, terutama sejak diluncurkannya *Republika Online* (Rol). Dengan diluncurkannya *Republika Online*, proses pemasukan data menjadi sangat mudah dan dapat dilakukan dalam waktu singkat. Adapun koleksi *non database* Pusat Data yang dimiliki hingga kurun waktu tahun 2007 ini adalah :

Tabel 1. Koleksi Tercetak dan *Database* Pusat Data *Republika*

No	Jenis Koleksi	Jumlah
1	Majalah lokal (15 judul)	(1223 eksemplar) untuk periode 1993-2006 (sedang dalam proses <i>weeding</i>)
2	Majalah asing (3 judul)	(1068 eksemplar) untuk periode 1993-2006 (sedang dalam proses <i>weeding</i>)
3	Tabloid lokal (terjilid)	(314 jilid) untuk periode 1993-2006 (sedang dalam proses <i>weeding</i>)
4	Koran Harian Republika (terjilid)	(146 jilid) untuk periode 1993-2004
5	Mikrofilm Koran Harian Republika	(100 mikrofilm) untuk periode 1993-2004
6	Mikrofilm Tabloid Tekad	(4 mikrofilm) untuk periode 1993-2004

No	Jenis Koleksi	Jumlah
1	Koran Harian Republika	(+/- 470.360 file)
2	Biografi	(1.146 file)
3	Kliping elektronik	(10.932 file)
4	Lembaga / institusi	(1.571 file)
5	Buku	(4.186 file)

Koleksi perpustakaan dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu:

1. Koleksi Buku
2. Koleksi Serial (koran, majalah, dan sejenisnya)
3. Koleksi Audiovisual Aid (*non book material*)

Untuk koleksi buku, penempatannya pada rak dibagi menurut warna pada label yang ditempel pada punggung buku, yaitu :

Tabel 2. Keterangan Label Buku

No	Jenis Koleksi	Warna Label	Keterangan	Peminjaman
1	Umum	Putih	Koleksi buku umum	Koleksi ini boleh dipinjam untuk dibawa pulang sesuai ketentuan yang berlaku
2	Reference	Merah	Koleksi buku rujukan seperti kamus, ensiklopedi, direktori, dan sejenisnya	Koleksi ini tidak dipinjamkan, hanya dipergunakan didalam ruangan perpustakaan
3	Biografi	Kuning	Koleksi buku-buku tentang biografi seseorang	Koleksi ini tidak dipinjamkan, hanya dipergunakan didalam ruangan perpustakaan
4	Fiksi	Hijau	Koleksi buku-buku tentang biografi seseorang	Koleksi ini tidak dipinjamkan, hanya dipergunakan didalam

				ruangan perpustakaan
--	--	--	--	----------------------

4. 2. 4 Sumber Daya Manusia yang Mengelola Pusat Data

Dengan begitu banyaknya koleksi yang harus dikelola dan layanan-layanan yang disediakan oleh Pusat Data, menjadikan divisi ini membutuhkan tenaga-tenaga profesional yang kompeten di bidang informasi dan teknologi yang mendukungnya. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh Pusat Data tidak seimbang dengan kekayaan data yang harus dikelolanya, karena, dengan adanya hal ini, pada akhirnya menyebabkan:

1. Banyaknya koleksi buku dan majalah yang tidak terolah dengan baik, sehingga seringkali terjadi penumpukan buku yang tidak dapat dipajang (display) di rak untuk dipinjam karena belum terolah.
2. Pengolahan *database* majalah, biografi, dan data taktis terkadang harus dikerjakan oleh staf layanan informasi.

Tabel 3. Komposisi Staf Pelaksana Pusat Data Republika

No	Jabatan	Jumlah	Pendidikan terakhir
1	Kepala seksi	1	S1 ilmu Perpustakaan
2	Staf Pengolahan Data	2	S1 Manajemen dan SMU Plus
3	Staf layanan	3	SMA plus

informasi		
-----------	--	--

4. 2. 5 Pengguna

Pengguna Pusat Data yang secara langsung dapat meminjam dan mengakses koleksi untuk kebutuhan informasinya adalah staf dari Harian Umum Republika sendiri, termasuk wartawan. Sedangkan pengguna dari masyarakat umum, seperti pelajar, mahasiswa, atau peneliti, tidak dapat meminjam koleksi untuk dibawa pulang, melainkan harus menggunakan koleksi di tempat. Oleh karena itu, disediakan fasilitas fotokopi yang juga bermaksud untuk memudahkan pengguna yang ingin memiliki *copy* dari lembaran koleksi yang benar-benar dibutuhkan.

4. 2. 6 Lokasi dan Jam Buka

Pusat Data Republika berlokasi di Gedung Harian Umum Republika, Lantai 3, Jalan Warung Buncit Raya No. 37, Jakarta 12510. Dibuka untuk umum setiap Senin sampai Jum'at dari pukul 09.00 sampai pukul 12.00 Sedangkan untuk staf redaksi sendiri, Pusat Data dibuka dari hari Senin sampai Sabtu dari pukul 08.30 hingga pukul 22.00.

BAB V

PEMBAHASAN

Penelitian tentang kegiatan pusat informasi sebagai pialang informasi ini dilakukan dimasing-masing pusat informasi bidang jurnalistik, yaitu Pusat Informasi Kompas dan Pusat Data Republika.

5.1 Pemahaman Istilah Pemialangan Informasi berserta Penerapannya di Ksegiatan Pusat Informasi

Untuk mengetahui penerapan akan istilah pemialangan informasi terhadap kegiatan pusat informasi, maka perlu diketahui terlebih dahulu pemahaman akan istilah pemialangan informasi yang dimiliki oleh staf pusat informasi yang bersangkutan. Staf pusat informasi harus menjawab 2 pertanyaan yang berkaitan dengan pemahaman istilah dan kegiatan pemialangan informasi. Langkah awal dalam melakukan penelitian adalah mengungkapkan pemahaman akan istilah pemialangan informasi yang diterapkan dalam kegiatan pusat informasi sehingga diharapkan adanya kesamaan persepsi antara pemahaman istilah oleh pelaksana pusat informasi dengan teori pemialangan informasi. Untuk mengetahui secara mendalam, sejauh mana pelaksana pusat informasi memahami pemakaian pemialangan informasi dalam penerapan kegiatan pusat informasi mereka, maka diajukanlah pertanyaan : *Apakah Bapak/Ibu mengenal istilah pemialangan informasi? Bisakah Bapak/Ibu menjelaskan maksud/arti dari istilah tersebut?*

Apakah terdapat penerapan kegiatan pemialangan informasi dalam kegiatan yang dilakukan oleh pusat informasi di tempat Bapak/Ibu?

Menurut SRT dari Pusat Informasi Kompas, pemialangan informasi adalah kegiatan jual beli informasi dimana informasi yang disediakan dikemas sedemikian rupa sehingga memudahkan pengguna dalam pengaksesannya.

“Pemialangan informasi artinya kita menyediakan informasi dengan kemasan yang lebih simple supaya pengguna bisa gunakan dengan mudah dan cepat tapi dalam menggunakan informasi si pengguna harus membayar jasa atas informasi yang digunakannya... ya semacam jual beli informasi gitu...” (STR)

Sedangkan menurut RAG dari Pusat Data Republika, yang dimaksud pemialangan informasi adalah kegiatan jual beli informasi dalam bentuk yang ringkas sehingga memudahkan pengguna untuk menemukan dan menggunakan informasi tersebut.

“ya seperti jual beli informasi... kita menyediakan informasi untuk pengguna dalam bentuk yang ringkas tapi waktu pengguna mau memakai informasi yang kita produksi, dia harus membayar jasa dan produk informasi yang didapatkannya...” (RAG)

SRT mengakui bahwa terdapat beberapa kegiatan layanan informasi yang tersedia di Pusat Informasi Kompas yang merupakan hasil dari adanya kegiatan pemialangan informasi.

“kita memang melakukan jual beli informasi... bisa juga disebut pemialangan informasi... tapi pemialangan informasi yang kita lakukan beda dengan pialang informasi yang dilakukan lembaga bisnis... secara konsep bisa disebut pialang informasi karna kita emang menyediakan informasi yang dijual tapi untuk keuntungan yang kita peroleh tidak seperti lembaga bisnis itu...jadi bisa dikatakan pusat informasi sebagai pialang informasi secara kegiatan tapi tidak secara hasil keuntungannya...” (STR)

Hal serupa juga disampaikan oleh RAG dari Pusat Data Republika. Layanan kliping elektronik yang tersedia di Pusat Data Republika merupakan salah satu contoh hasil dari kegiatan pemialangan informasi yang dilakukan oleh Pusat Data Republika.

“kita punya kliping elektronik... nah kalo ada pengguna yang mau mengakses kliping elektronik itu, maka pengguna itu harus membayar kapasitas kliping elektronik tersebut sesuai dengan muatan filenya... kliping itu bisa dikatakan salah satu produk kita yang bisa dijual ke pengguna... ya termasuk pemialangan informasi kan... tapi masih tradisional... harganya hanya berdasarkan kapasitas file dari informasi yang digunakan oleh pengguna itu...” (RAG)

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dikatakan bahwa staf pelaksana pusat informasi bidang jurnalistik telah mengetahui dan memahami istilah pemialangan informasi, meskipun definisi yang diutarakan oleh masing-masing informan belum tepat dengan definisi yang disampaikan oleh Voigt (1998). Menurut Voigt, pemialangan informasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang/organisasi yang mahir menelusur informasi baik secara manual maupun secara *online* kemudian memberikan nilai tambah pada informasi tersebut serta mengemasnya sedemikian rupa sehingga dapat berguna untuk penggunaannya, dan karena itu orang/organisasi tersebut menetapkan tarif tertentu atas jasa dan informasi yang diberikannya. Berdasarkan definisi teori tersebut dan pemahaman informan selaku pelaksana kegiatan pemialangan informasi di pusat informasi bidang jurnalistik, maka dapat dikatakan bahwa pusat informasi bidang jurnalistik telah melakukan kegiatan pemialangan informasi, dimana pusat informasi tersebut menyediakan jasa layanan informasi yang berupa produk informasi yang dikemas sedemikian rupa guna mempermudah pengguna dalam mengaksesnya, dan mereka

memberlakukan imbalan (tarif/biaya) atas informasi yang telah dapat diakses oleh pengguna yang bersangkutan. Namun dalam hal pemakaian istilah, pelaksana pusat informasi jurnalistik lebih sering menggunakan istilah jual beli produk informasi jika dibandingkan dengan penggunaan istilah pemialangan informasi. Hal ini dikarenakan, hasil profit yang didapat dari pemialangan informasi di pusat informasi, dari segi ekonomi tidak sebanding dengan hasil yang didapat oleh pialang informasi yang bersifat independen.

5.2 Prosedur Pelaksanaan Kegiatan Pemialangan Informasi di Pusat Informasi Jurnalistik

Pada dasarnya, prosedur pelaksanaan kegiatan pemialangan informasi di pusat informasi jurnalistik mempunyai alur proses yang sama. Menurut SRT, kegiatan pemialangan informasi di Pusat Informasi Kompas terbagi dalam tiga tahap, yaitu tahap pengadaan informasi, pengolahan informasi dan pelayanan informasi.

“informasi yang kita disediakan untuk diperjual belikan diproses lewat beberapa cara... dari mulai pengadaan... pengolahan... sampe ke pelayanan ke penggunanya...” (STR)

Hal yang serupa juga disampaikan oleh RAG. Menurut RAG, Pusat Data Republika juga melakukan tiga tahap proses dalam kegiatan pemialangan informasi, yaitu tahap pengadaan, tahap pengolahan dan tahap pelayanan informasi.

“informasi yang kita buat... dibuat lewat pengadaan dan pengolahan...trus tugasnya bagian pelayanan yang menyampaikan ke pengguna...” (RAG)

Berikut adalah prosedur kegiatan pemialangan informasi yang dilakukan di Pusat Informasi Kompas dan Pusat Data Republika.

5.2. 1 Prosedur Kegiatan Pemialangan Informasi di Pusat Informasi Kompas

Berdasarkan penjelasan SRT, kegiatan pemialangan informasi di Pusat Informasi Kompas, dilakukan dalam 3 tahap, yaitu :

1. Tahap Pengadaan Informasi

Tahap ini adalah tahap asal usul kandungan informasi yang akan dikemas kedalam produk/jasa informasi sehingga nantinya dapat diakses oleh pengguna eksternal PIK secara komersial. Berdasarkan jenis bentuk produk informasinya, pengadaan masing-masing produk pun berbeda-beda. Untuk kliping, foto, dan bahan pustaka perpustakaan, informasi yang terkandung di dalamnya berasal dari dalam koleksi PIK yang merupakan terusan dari bagian redaksi. Informasi yang terkandung dalam kliping elektronik dan foto berasal dari artikel harian Kompas yang dihasilkan secara langsung oleh wartawan Kompas. Artikel ini diberikan oleh bagian redaksi untuk kemudian diolah menjadi produk informasi yang dapat diakses oleh pengguna PIK. Untuk produk informasi tentang perundang-undangan dan biodata, informasi yang terkandung didalamnya berasal dari bagian penelitian dan pengembangan. Sedangkan paket informasi praktis, informasi yang terkandung di dalamnya berasal dari bagian SDM. Namun, secara umum, pengadaan informasi yang menjadi komoditi dalam kegiatan

pemialangan informasi di Pusat Informasi Kompas berasal dari produksi wartawan Kompas yang terwadahi melalui artikel-artikel harian Kompas.

2. Tahap Pengolahan Produk Informasi

Dalam pengolahan produk informasi ini, ada beberapa proses yang harus dilalui. Proses ini disesuaikan oleh bentuk produk informasi yang dihasilkan. Proses pengolahan tersebut, yaitu :

a. **Pengolahan kliping elektronik**

Pengolahan kliping dilakukan untuk informasi yang berbentuk teks, gambar, dan file PDF. Informasi ini didapat PIK dari bagian produksi dalam bentuk file elektronik dan koran tercetak dari bagian percetakan. Informasi ini didapat dari bagian redaksi sebelum harian Kompas terbit. Setelah informasi tersebut didapat PIK, maka hal selanjutnya yang dilakukan adalah proses pengeditan. Proses pengeditan ini dilakukan dengan cara mencari berita dalam file elektronik yang berasal dari bagian produksi, kemudian dicocokkan atau disamakan dengan informasi yang terdapat pada koran tercetaknya. Hal ini dilakukan dengan tujuan pengecekan, apakah berita/informasi yang terdapat pada file elektronik juga tercetak pada koran tercetaknya.

Setelah informasi tersebut sama, hal selanjutnya adalah proses pengindeksan. Proses pengindeksan ini dilakukan dengan cara pemberian deskripsi informasi yang sudah dikliping. Deskripsi tersebut berisi topik/judul informasi, penulis, tanggal terbit Kompas

yang bersangkutan, dan subjek kliping untuk memudahkan proses temu kembali. Kemudian data indeks tersebut dimasukkan ke dalam database kliping. Proses pengolahan kliping berakhir pada proses entri database kliping baru ke dalam database kliping.

b. Pengolahan foto

Foto yang didapat PIK berasal dari bagian produksi dalam bentuk file elektronik. File foto yang didapat kemudian dipilih antara foto yang benar-benar hasil wartawan Kompas dan foto pinjaman (yang berasal dari lembaga lain). Foto yang dijadikan kliping adalah foto hasil wartawan Kompas. Proses selanjutnya adalah proses pengindeksan. Proses pengindeksan ini dilakukan dengan cara pemberian deskripsi foto yang sudah dikliping. Deskripsi tersebut berisi topik / judul foto, pengambil gambar dan inisial namanya, tanggal terbit foto di Kompas yang bersangkutan, dan subjek subjek untuk memudahkan proses temu kembali. Kemudian data indeks tersebut dimasukkan ke dalam *database* kliping foto. Proses pengolahan kliping foto berakhir pada proses entri *database* kliping foto baru ke dalam database kliping foto.

c. Pengolahan biodata dan perundang-undangan

Untuk biodata dan perundang-undangan, proses pengolahannya dilakukan di bagian penelitian dan pengembangan. PIK hanya bertugas untuk mendistribusikan dan memasarkan produk informasi jenis ini pada bagian pelayanan informasi.

Tulisan-tulisan tentang berbagai biodata tersebut dikumpulkan dan dikelompokkan dalam satu kelompok tertentu. Informasi tersebut dikumpulkan dalam kelompok sebagai berikut:

- Profil olahraga. Termasuk didalamnya adalah tokoh olahraga dan atletnya.
- Profil musik, seperti Fariz R.M, Krisdayanti, dan lain-lain.
- Profil tokoh, seperti Ali Sadikin, Tanri Abeng, Prabowo, dan lain-lain.
- Profil film, seperti Sophan Sophian, Widyawati, Rano Karno, dan lain-lain.

Profil tersebut dikelompokkan berdasarkan tahun dengan terlebih dahulu disusun menurut abjad. Profil tersebut berbentuk klipng tercetak dan CD. Setelah selesai dikelompokkan dan ditempatkan pada tempat khusus (dokumen file), profil tersebut lalu disimpan di rak yang telah disediakan.

d. Pengolahan paket informasi praktis

Untuk paket informasi praktis, proses pengolahannya dilakukan di bagian SDM. PIK hanya bertugas untuk mendistribusikan dan memasarkan produk informasi jenis ini pada bagian pelayanan informasi.

e. Pengindeksan

Indeks adalah alat bantu penelusuran informasi dan sumber informasi. Alat bantu ini sifatnya langsung merujuk pada tempat tersimpannya sumber-sumber informasi. Dengan bantuan indeks inilah seseorang bisa dengan mudah dan cepat menemukan informasi yang benar-benar cocok dengan apa yang dibutuhkan. Kegiatan pembuatan indeks ini dilakukan oleh Pusat Informasi Kompas guna memudahkan pengguna dalam menelusur produk informasi yang dihasilkan dalam kegiatan pemialangan informasi. Indeks yang dibuat oleh PIK adalah indeks yang dibuat sesuai dengan ketentuan yang berlaku di PIK, sehingga dalam artian subyek-subyek yang terdapat di dalam susunan alat bantu pencarian adalah berdasarkan kebijakan kegiatan pengolahan di PIK.

Pusat Informasi Kompas membuat indeks dengan cara mencari dan menyusun beberapa kata kunci yang sekiranya dapat dicari, dengan istilah-istilah yang sudah umum dan sering digunakan oleh orang. Sebelum membuat kata kunci, terlebih dahulu pembuat indeks membuat judul tulisan, halaman, penulis dan tanggal serta asal medianya. Penetapan kata kunci didasarkan pada subjek seperti halnya dalam pembuatan klasifikasi yang umum di sebuah perpustakaan. selain itu, penyusunan kata kunci juga didasarkan pada topik apa yang sedang dibicarakan. Indeks ini

berupa database elektronik yang akan memandu pengguna dalam menelusur informasi yang diinginkan sehingga memudahkan proses penelusuran yang dilakukan oleh pengguna.

Semenjak adanya database kliping elektronik mulai tahun 1991, semua tulisan wartawan yang dimuat di harian Kompas saat itu langsung masuk ke computer yang ada di PIK. Jadi tulisan dari reporter atau wartawan masuk ke meja editor berita kemudian masuk ke komputer PIK (kliping). Di PIK inilah pengindeksan dilakukan oleh staf yang ada. Sebelum diindeks tulisan tersebut diedit disesuaikan dengan apa yang ada di harian Kompas tercetak. Dari sinilah tulisan yang selesai diedit dan diindeks masuk ke *database* kliping dan siap untuk dipakai oleh pengguna. *Database* ini berisi indeks seluruh artikel yang dimuat dalam harian Kompas (kecuali iklan) serta indeks artikel-artikel atau berita-berita penting dari media massa lainnya, terbitan dalam maupun luar negeri dari tahun 1987 sampai tahun 1990. Sejak 1 Januari 1991, database kliping ini tidak hanya memiliki indeks tetapi juga disertai teks lengkap artikel-artikel tersebut.

3. Tahap Pelayanan Informasi

Bagian pelayanan informasi PIK bertugas untuk memfasilitasi dan memberikan layanan kepada pengguna dalam proses pengaksesan produk informasi PIK. Produk informasi yang disediakan oleh PIK dapat diakses secara *online* dan *offline*, tergantung dari jenis produk itu sendiri.

“untuk layanan informasi, sebagian besar kami lakukan melalui online internet... terutama kliping elektronik... tapi ada juga produk yang baru dapat digunakan kalo penggunanya datang sendiri ke PIK...” (STR)

Akses *online* berarti pengguna dapat mengakses produk tersebut melalui akses internet lewat website PIK, tanpa harus datang ke kantor PIK. Sedangkan *offline* berarti pengguna hanya dapat mengakses produk tersebut di dalam ruangan PIK yang akan difasilitasi oleh fasilitas PIK atau staf layanan informasi PIK. Untuk produk informasi PIK yang dapat diakses secara *online* adalah kliping. Kliping ini dapat juga diakses secara *offline*. Sedangkan akses *offline* digunakan apabila pengguna ingin mengakses foto, bahan-bahan pustaka perpustakaan, biodata dan perundang-undangan.

Dalam proses pengaksesan produk informasi, PIK memberlakukan tarif layanan untuk beberapa produk tertentu, yaitu kliping, foto, biodata dan data perundang-undangan. Penelusuran informasi yang tersedia dalam database sangatlah mudah. Penelusuran informasi dapat dilakukan hanya dengan menyebut satu kata kunci atau beberapa kata kunci yang diperkirakan dekat dengan subjek atau topic yang dimaksud. Misalnya mencari informasi tentang SPMB tahun 2005. Untuk menemukan artikel yang dimaksud, penelusur dapat mempersempit ruang lingkup penelusuran dengan menggunakan lebih dari satu kata kunci. Hasil telusuran dapat dilihat dan dicetak apabila diinginkan.

Selain itu, bagian layanan informasi juga bertugas untuk memasarkan produk informasi yang dihasilkan PIK. Pemasaran produk ini dilakukan dengan berbagai metode promosi. Promosi dilakukan dengan cara mengikuti *event-event* tertentu yang diadakan oleh PT Kompas - Gramedia dan rekanannya, dan kemudian PIK mendirikan *stand* pada *event* tersebut untuk mempromosikan produk informasi yang dimiliki oleh PIK. Selain itu, PIK juga memasukkan iklan produk informasi mereka ke dalam harian Kompas pada waktu-waktu tertentu. PIK juga membuat *leaflet* yang berisi produk informasi yang dihasilkan lengkap dengan cara penggunaan dan berlangganan produk informasi tersebut.

Berdasarkan penjelasan SRT mengenai rangkaian prosedur kegiatan pemialangan informasi yang dilakukan oleh Pusat Informasi Kompas, dapat disimpulkan bahwa PIK sudah melakukan kegiatan rangkaian pemialangan informasi yang sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Voigt (1998), yang menyebutkan bahwa pialang informasi memberikan layanan yang lebih luas daripada yang ditawarkan oleh pusat informasi pada umumnya. Dunia pialang informasi sangat berorientasi pada jasa, yaitu jasa informasi. Kegiatan penelusuran informasi ini dimulai dari mengumpulkan, menyeleksi, menganalisa, kemudian mengemasnya untuk didistribusikan pada penggunanya sesuai dengan permintaan mereka (Voigt, 1998).

Selain itu, pemanfaatan sumber informasi *online* yang dilakukan oleh PIK sebagai salah satu sarana penyebarluasan informasi ke pengguna juga sesuai

dengan teori yang dikemukakan oleh Wolff-Troine yang melaporkan bahwa di Eropa istilah “pialang informasi” kadang terbatas pada mereka yang menggunakan sumber informasi dari pangkalan data *online* saja (dalam Raitt, 1992). Selain itu, dapat terlihat bahwa jenis jasa pengaksesan produk informasi yang dilakukan oleh PIK merujuk pada teori yang dikemukakan oleh Bates (1999), yaitu melalui:

1. *Online research* (pencarian online dengan menggunakan *commercial online services* dan internet), terbukti dengan adanya Jaringan PIKNet, dimana pengguna dapat mengakses produk informasi yang disediakan secara online
2. *Manual research* (menggunakan perpustakaan dan sumber informasi lainnya), jasa ini dapat digunakan secara langsung oleh pengguna dengan cara mengunjungi ruangan unit kerja PIK
3. *Document delivery*, PIK juga melayani pengiriman produk informasi jenis kliping elektronik melalui email setelah pengguna bersedia untuk melanggan kliping elektronik tersebut.
4. *Public records research* (online maupun manual), PIK melayani pengguna melalui akses *online* internet dan *offline* (pengguna langsung datang ke unit kerja PIK untuk mengakses produk informasi yang disediakan secara langsung).
5. *Telephone research* (untuk mencari orang yang memiliki informasi yang dibutuhkan dan tidak tersedia di sumber-sumber yang dipublikasikan).

Untuk kegiatan pemasaran produk informasi hasil dari kegiatan pemialangan informasi, PIK menerapkan metode promosi *public relation*, *mass selling* dan *word to mouth* (K. Jain, et.al, 1999 : 136 – 147). Metode promosi *public relation* yang dilakukan oleh PIK adalah dengan mengikuti *event-event* tertentu yang diadakan oleh PT Kompas - Gramedia dan rekanannya, dan kemudian PIK mendirikan *stand* pada *event* tersebut guna mempromosikan produk informasi yang dimiliki oleh PIK. Selain itu metode promosi *mass selling* juga dilakukan oleh PIK dengan cara memasukkan iklan produk informasi mereka ke dalam harian Kompas pada waktu-waktu tertentu. PIK juga membuat *leaflet* yang berisi produk informasi yang dihasilkan lengkap dengan cara penggunaan dan berlangganan produk informasi tersebut. Seiring dengan semakin banyaknya pengguna PIK yang mengakses produk informasi yang tersedia dan disertai dengan adanya tingkat kepuasan yang cukup tinggi akan terpenuhinya kebutuhan informasi mereka, maka secara tidak langsung, PIK menjalankan metode promosi *word to mouth* yang dilakukan oleh para penggunanya.

5. 2. 2 Prosedur Kegiatan Pemialangan Informasi di Pusat Data Republika

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap RAG dan ALN, Pusat Data Republika juga melakukan serangkaian proses kegiatan pemialangan informasi yang terbagi ke dalam 3 tahap, yaitu:

1. Tahap Pengadaan Informasi

Pada tahap ini, informasi yang akan menjadi bahan buku produk informasi berasal dari artikel-artikel Harian Umum Republika yang

diproduksi di bagian redaksi. Oleh karena itu, secara keseluruhan pengadaan informasi yang dilakukan Pusat Data Republika diperoleh dari artikel-artikel Harian Umum Republika yang merupakan hasil karya wartawan Harian Umum Republika.

2. Tahap Pengolahan Informasi

Pengolahan artikel dari setiap berita yang dimuat dalam koran Harian Umum Republika dilakukan setiap harinya. Adapun prosesnya adalah sebagai berikut :

a. **Penarikan data dari MIS / Mac *layout* (manajemen berita).**

Proses pengolahan data artikel ini diawali dengan mengambil data artikel dari MIS/Mac *layout* yang terletak di lantai empat, dimana data ini biasanya sudah dalam bentuk *notepad* yang sudah siap untuk di *upload*. Pengiriman *file* berita dilakukan secara bertahap, yang memerlukan waktu hingga beberapa jam.

b. **Proses *upload***

Proses *upload file* berita melalui dua tahapan. Tahapan pertama adalah proses *upload* melalui *software* WS_FTP95LEserver2000. Daftar artikel yang akan diedit pada pangkalan data *admin online* Pusat Data Republika, terlebih dahulu harus melalui proses *upload* ini, agar data-data tersebut tampil pada pangkalan data intranet ini. Tahapan yang kedua adalah proses *upload* melalui pangkalan data *admin*. Proses kedua ini digunakan untuk mengkonversi *file-file* berita yang sudah di*upload* melalui WS_FTP95LEserver2000. Proses *upload* ini

memerlukan waktu beberapa menit, tergantung banyaknya data, atau kecepatan jaringan.

c. Pengecekan data yang belum lengkap

Data-data yang diperoleh tidak selalu lengkap. Oleh karena itu, melengkapi data yang kurang tersebut menjadi tugas staf pengolahan artikel yang saat ini berjumlah 2 orang. *File* berita yang diperoleh dari MIS/Mac *layout* (manajemen berita) dicocokkan lengkap atau tidaknya dari keseluruhan berita yang dimuat pada hari yang sama. Apabila ada berita yang belum lengkap, ditunggu hingga beberapa jam kemudian. Apabila data belum dapat dilengkapi, staf pengolahan berusaha untuk mencarinya melalui data mentah yang ada (belum diedit sama sekali), atau melalui server2000. Apabila masih belum dapat dilengkapi juga, maka terpaksa pengetikan ulang harus dilakukan, dan melalui proses *upload* yang sama.

d. Pengeditan terakhir untuk tampilan di pangkalan data *online*

Data-data *file* berita yang sudah tampil pada pangkalan data *online* setelah melalui proses *upload* yang kedua, diperiksa satu persatu untuk melengkapi tampilannya, seperti: pemilihan kategori, pemberian nama penulis, tanggal pemberitaan, memperbaiki teks (*body*) berita, kalimat anak judul yang berada di atas judul (*upperdeck*), kalimat anak judul yang berada dibawah judul (*underdeck*), maupun kalimat pembuka yang terdapat di artikel (*taiching*). Pengeditan ini dapat menggunakan format html, editor html

WYSIWYG untuk memudahkan seperti *dreamweaver* atau bisa juga dengan menggunakan *admin* di isi deskripsi dengan mencentang kolom '*source*'.

e. Tampil di *webbase* Pusat Data

Data yang sudah diedit akan secara otomatis muncul pada Republika Online dan *webbase* Pusat Data. Setiap *file* berita yang sudah tampil dapat diedit berulang kali atau dihapus dengan proses yang cukup mudah.

Selain pengolahan artikel Harian Umum Republika, Pusat Data juga menyusun daftar tokoh, lembaga, *e-kliping* dan direktori. Daftar ini dapat diakses melalui *webbase* Pusat Data Republika (<http://server2000/pusdev>). Berikut uraiannya :

a. Daftar Tokoh

Database ini mendaftarkan biografi tokoh-tokoh terkenal yang ada di Indonesia. Setiap entri memuat data-data seperti : nama, tanggal lahir, profesi, jabatan, dan deskripsi mengenai dirinya (pernah tergabung dalam organisasi apa, prestasi-prestasinya, data tentang keluarganya, dan pendidikannya). Data-data tentang tokoh-tokoh terkenal ini didapatkan dari situs www.tokohindonesia.com, PIKNet *online*, atau dari sumber tercetak yang tersedia.

b. Daftar Direktori

Daftar ini memuat lembaga-lembaga yang ada di Indonesia, beserta data-data penting yang berkaitan, seperti : nama instansi, alamat, nomor telepon, fax, e-mail, *contact person*, dan deskripsi singkatnya. Pembuatan daftar ini dapat berguna seperti : misalnya apabila ada wartawan yang ingin menuju ke lokasi pemberitaan secepatnya, dapat langsung melihat daftar ini, ataupun untuk keperluan pemberitaan redaksi lainnya.

c. Daftar e-kliping

Daftar ini merupakan indeks elektronik dari berita-berita media non-Republika, terutama majalah. Setiap artikel dibuat satu entri tersendiri yang memuat data-data seperti: judul artikel, penulis artikel, tanggal dan nomor edisi dimuatnya artikel tersebut, halaman artikel, dan judul media cetak yang menerbitkannya. Untuk saat ini, pengolahan e-kliping ini masih belum maksimal, karena masih sangat terbatasnya staf yang mengelolanya. Hingga saat ini hanya e-kliping dari majalah Gatra saja yang dibuat secara teratur. Itupun atas inisiatif staf yang bekerja di sana.

3. Tahap Pelayanan Informasi

Bagian pelayanan informasi Pusat Data Republika bertugas untuk memfasilitasi dan memberikan layanan kepada pengguna dalam proses pengaksesan produk informasi Pusat Data. Produk informasi yang disediakan oleh Pusat Data Republika saat ini hanya dapat diakses secara

offline. *Offline* berarti pengguna hanya dapat mengakses produk tersebut di dalam ruangan Pusat Data Republika yang akan difasilitasi oleh fasilitas Pusat Data Republika atau staf layanan informasi Pusat Data Republika.

“untuk saat ini, pengguna baru bisa mengakses produk informasinya Pusat Data secara langsung... maksudnya pengguna harus datang sendiri ke Pusat Data... karna layanan kami baru layanan di tempat... walaupun sudah terkomputerisasi... untuk program layanan secara online lewat internet... kami sedang mulai mengembangkannya...” (ALN)

Terdapat beberapa layanan yang tersedia oleh Pusat Data Republika untuk mengakses produk informasi. Layanan *copy file* dan *print file* adalah layanan yang diberikan oleh Pusat Data Republika kepada pengguna luar agar dapat mengakses produk informasi Pusat Data Republika. Untuk layanan *copy file*, pengguna eksternal dipungut biaya dimana besarnya tergantung dari jumlah muatan *file* yang akan di *download* (jumlah kilo byte). Untuk layanan *print file*, pengguna eksternal Pusat Data Republika dapat mencetak hasil penelusuran yang diperlukannya. Pada layanan *print file*, pengguna eksternal Pusat Data Republika dikenakan biaya dimana besarnya biaya tergantung profesi dan keperluan pencetakannya.

Pusat Data Republika juga menyediakan layanan riset data. Pelaksanaan layanan ini bergantung pada jenis penggunanya. Untuk pengguna internal Pusat Data, yaitu staf redaksi, layanan riset data ini dapat dilakukan sendiri dengan cara mencari langsung data yang dibutuhkan melalui komputer yang telah tersedia, secara gratis. Sedangkan untuk pengguna eksternal, yaitu masyarakat umum, layanan riset data

biasanya dilakukan dengan datang langsung atau melalui telepon, fax, e-mail ataupun surat, namun untuk pengguna umum, pengkasesan data ini diberlakukan tarif tertentu sesuai dengan jenis data yang dibutuhkan. Kegiatan layanan ini dilakukan dengan cara melayani permintaan pengguna mengenai data biografi, direktori, e-kliping atau peristiwa serta informasi lainnya. Permintaan ini biasanya diperlukan untuk kepentingan-kepentingan khusus seperti penulisan buku, karya ilmiah, dan lain-lain. Data-data yang diberikan dalam layanan ini bersumber dari Harian Umum Republika dan koleksi lainnya yang dimiliki oleh Pusat Data Republika.

Untuk kegiatan promosi, Pusat Data Republika belum melakukannya secara optimal. Kegiatan promosi yang dilakukan hanya dengan metode *word to mouth* yang dilakukan diantara pengguna Pusat Data Republika, dan juga menggunakan metode publisitas, dimana terdapat pencantuman nama Pusat Data Republika dalam artikel Harian Umum Republika tercetak maupun secara online yang terdapat di www.republika.co.id.

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara dengan RAG dan ALN di atas, dapat terlihat bahwa Pusat Data Republika telah melakukan kegiatan rangkaian pemialangan informasi yang sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Voigt (1998), yang menyebutkan bahwa pialang informasi memberikan layanan yang lebih luas daripada yang ditawarkan oleh pusat informasi pada umumnya. Dunia pialang informasi sangat berorientasi pada jasa, yaitu jasa informasi. Kegiatan pemialangan informasi ini dimulai dari mengumpulkan, menyeleksi, menganalisa,

kemudian mengemasnya untuk didistribusikan pada penggunanya sesuai dengan permintaan mereka (Voigt, 1998). Namun saat ini Pusat Data Republika belum memanfaatkan sumber pangkalan data online yang tergabung dengan fasilitas jaringan internet (dalam Raitt, 1992) dikarenakan masih dalam taraf pengembangan ke arah digitalisasi produk informasi virtual. Hal ini menyebabkan pengguna belum dapat mengakses produk informasi yang dimiliki secara fleksibel. Pusat Data Republika juga merujuk pada teori yang dikemukakan oleh Bates (1999), dalam hal jenis media pengaksesan data, yaitu :

1. *Manual research* (menggunakan perpustakaan dan sumber informasi lainnya), jasa ini dapat digunakan secara langsung oleh pengguna dengan cara mengunjungi ruangan unit kerja Pusat Data Republika.
2. *Document delivery*, Pusat Data Republika juga melayani pengiriman produk informasi jenis kliping elektronik melalui email setelah pengguna bersedia untuk melakukan pembayaran tarif yang telah ditentukan..
3. *Telephone research* (untuk mencari orang yang memiliki informasi yang dibutuhkan dan tidak tersedia di sumber-sumber yang dipublikasikan).

Sedangkan untuk metode promosi, Pusat Data Republika belum melakukan metode promosi secara maksimal. Kegiatan promosi produk informasi (K. Jain, et.al, 1999 : 136 – 147) yang dilakukan oleh Pusat Data Republika hanya dengan metode *word to mouth* yang dilakukan diantara pengguna Pusat Data Republika, dan juga menggunakan metode publisitas, dimana terdapat pencantuman nama Pusat Data Republika dalam artikel Harian Umum Republika tercetak maupun secara *online* yang terdapat di www.republika.co.id.

Mengacu pada rangkaian proses kegiatan pemialangan informasi yang dilakukan oleh dua Pusat Informasi diatas, dapat disimpulkan bahwa pusat informasi bidang jurnalistik melakukan tiga tahapan proses dalam kegiatan pemialangan informasi. Tiga proses tersebut adalah proses pengadaan informasi, proses pengolahan informasi dan proses pelayanan informasi. Ketiga proses ini berpedoman pada teori pemialangan informasi yang dikemukakan oleh Voigt (1998) dimana proses pemialangan informasi dimulai dari mengumpulkan, menyeleksi, menganalisa, kemudian mengemasnya untuk didistribusikan pada penggunanya sesuai dengan permintaan mereka.

Proses pengadaan informasi yang dilakukan oleh Pusat Informasi Kompas dan Pusat Data Republika dapat menggambarkan pengumpulan informasi yang dimiliki oleh masing-masing-masing pusat informasi yang bersumber dari hasil kegiatan lembaga induknya, yang dalam hal ini bersumber dari hasil karya wartawan Harian Kompas dan Harian Umum Republika.

“kami dapat informasi yang mau dikemas dari bagian redaksi... ya hasil dari wartawan kita... tapi itu untuk yang klipng elektronik... kalo yang lain... kita dapatnya dari bagian litbang Kompas... intinya sih ya hasil karya internal Kompas...” (STR)

“informasi yang ada kita dapat dari bagian redaksi... ya hasil dari liputan wartawan kita... “ (RAG)

Walaupun terdapat sedikit perbedaan dalam pengumpulan informasi yang nantinya akan diolah sebagai produk informasi, namun berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, secara keseluruhan, informasi yang di dapat oleh Pusat Informasi Kompas dan Pusat Data Republika sebagai bahan baku

produk informasi pada kegiatan pemialangan informasi diperoleh dari kekayaan intelektual lembaga induknya yang diperoleh dan diakses secara melalui bagian redaksi/produksi. Seluruh proses pengadaan ini dilakukan melalui fasilitas jaringan intranet yang tersedia di masing-masing lembaga induk, tempat bernaung pusat informasi tersebut. Hal ini memudahkan unit kerja pusat informasi dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Selain itu, kordinasi yang baik antara unit kerja pusat informasi dan bagian redaksi/produksi, mempercepat proses pengadaan informasi tersebut.

Untuk proses pengolahan informasi, pada dasarnya kedua pusat informasi ini melakukan kegiatan yang serupa. Informasi yang didapat diolah berdasarkan alur kerja yang berlaku di masing-masing unit pusat informasi yang disesuaikan dengan bentuk produk informasi yang akan diciptakan, dilanjutkan dengan proses pengindeksan yang berisi pendeskripsian produk informasi yang telah selesai dibentuk agar memudahkan pengguna dalam mengaksesnya, dan kemudian ditampilkan dalam bentuk *database*. Produk informasi yang tercipta dari proses pengolahan ini mempunyai bentuk yang beragam, baik tercetak maupun elektronik. Semua bentuk produk informasi yang dihasilkan pada proses ini diorientasikan pada kemudahan pengguna dalam mengaksesnya, sehingga produk ini dikemas sedemikian rupa guna memenuhi kebutuhan informasi pengguna secara lebih efisien.

Proses selanjutnya adalah proses pelayanan informasi. Proses ini dilakukan oleh Pusat Informasi Kompas dan Pusat Data Republika dengan tujuan untuk memfasilitasi pengguna dalam mengakses produk informasi yang telah dibuat

pada proses pengolahan. Berdasarkan kegiatan yang dilakukan oleh kedua pusat informasi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan informasi yang dilakukan oleh Pusat Informasi Kompas dan Pusat Data Republika dalam kegiatan pemialangan informasi sangat berkaitan erat dengan proses penelusuran informasi. Adapun proses penelusuran informasi ini dilakukan melalui dua cara yaitu secara *online* dan *offline*. Pusat Informasi Kompas menggambarkan proses penelusuran informasi secara *online* dimana pengguna dapat mengakses produk informasi yang ditawarkan tanpa perlu datang secara langsung ke tempat unit kerja Pusat Informasi Kompas. Produk informasi yang ditawarkan oleh Pusat Informasi Kompas dapat diakses oleh penggunanya secara langsung dimana pun pengguna berada lewat akses internet melalui website <http://pik.kompas.co.id>. Sedangkan Pusat Data Republika menggambarkan proses penelusuran informasi secara *offline*, dimana pengguna harus mendatangi unit kerja Pusat Data Republika secara langsung apabila ingin mengakses produk informasi yang ditawarkan. Hal ini disadari Pusat Data Republika sebagai salah satu kekurangan dalam proses pemenuhan kebutuhan informasi pengguna. Oleh karena itu, saat ini Pusat Data Republika sudah mulai mengembangkan penelusuran informasi secara *online* seperti yang dilakukan pusat informasi lainnya sehingga dapat memfasilitasi kebutuhan informasi pengguna secara lebih fleksibel.

Proses pelayanan informasi yang dilakukan oleh Pusat Informasi Kompas dan Pusat Data Republika, sangat berkaitan erat dengan kegiatan pemasaran produk informasi yang tersedia. Kegiatan pemasaran ini dilakukan dengan tujuan untuk mempublikasikan produk informasi yang tersedia di masing-masing pusat

informasi agar dapat diketahui oleh penggunanya. Dalam hal ini, Pusat Informasi Kompas telah mengoptimalkan pelaksanaan kegiatan pemasaran produk informasi mereka. Hal ini terlihat dengan sosialisasi pelayanan informasi Pusat Informasi Kompas yang dilakukan secara rutin disetiap *event-event* yang dilakukan oleh Kelompok Kompas – Gramedia. Selain itu PIK juga membuat leaflet kecil yang berisi tentang produk informasi yang tersedia di PIK dilengkapi dengan proses pengaksesan produk tersebut. PIK juga selalu memperbaharui website PIKNet dengan kemudahan-kemudahan terkini dalam proses pengaksesan produk-produk informasi yang tersedia. Namun, sangat disayangkan, kegiatan pemasaran ini belum dilakukan secara optimal oleh Pusat Data Republika. Pusat Data Republika belum mengoptimalkan potensi yang ada guna mempublikasi produk informasi yang tersedia. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Pusat Data Republika belum dijalankan secara rutin, yaitu baru berupa pencantuman nama Pusat Data Republika di setiap produk dan artikel di *website* Republika (www.republika.co.id), padahal produk informasi yang tersedia berkualitas tinggi untuk dapat di akses oleh pengguna luar Harian Umum Republika. Namun hal ini tidak mengurangi jumlah pengguna yang datang berkunjung ke Pusat Data Republika untuk mengakses produk informasi yang tersedia.

5. 3 Produk Informasi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh SRT di Pusat Informasi Kompas dan RAG di Pusat Data Republika, maka produk informasi yang dihasilkan oleh kegiatan pemialangan informasi yang dilakukan di dua pusat informasi tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Produk/Jasa Pusat Informasi Jurnalistik

Pusat Informasi Kompas (PIK)	Pusat Data Republika
1. Kliping Kompas tahun 1965 sampai tahun 1990 dalam bentuk file image berupa teks lengkap.	1. Kliping elektronik yang berisi artikel Harian Republika dari mulai tahun 1993 sampai sekarang.
2. Kliping Kompas sejak tahun 1991 dalam softcopy (disket/CD) atau <i>printout</i> , sesuai dengan keperluan pengguna.	2. Biodata yang berisi biografi dari para nara sumber.
3. Biodata tokoh publik di bidang militer, politik, ekonomi, bisnis, ilmuwan, dan lain-lain.	3. Koleksi buku yang diterbitkan oleh Pusat Data Republika yang merupakan kemas ulang dari artikel-artikel Republika dengan subyek pilihan pengguna, seperti kumpulan artikel Hikmah Republika, Dialog Jumat, dan lain-lain.
4. Kumpulan peraturan perundang-undangan.	

Jika dilihat dari jenis produk informasi yang dihasilkan oleh kedua pusat informasi di atas, jenis tersebut telah disesuaikan dengan kebutuhan pengguna dalam mengaksesnya. Produk informasi tersebut memang sengaja dibuat guna membantu dan mempermudah pengguna dalam mengakses dan menggunakannya.

“kita buat produk informasi yang memang bisa memudahkakaan pengguna kita pada waktu pemakaiannya... kalo ada pengguna yang ga bisa datang langsung... pengguna bisa akses kliping elektronik lewat internet dari mana aja... isinya pun lebih sederhana... tapi lengkap... dari kumpulan

berita-berita Kompas... pengguna tinggal pilih aja mau yang mana... tapi tetap perhatiin tarif yang udah yang ditetapkan...” (STR)

“kita buat produk informasi yang ringkas dari berita atau artikel yang ada di koran kita... jadi kalo pengguna mau cari informasi yang ada di koran kita... pengguna bisa cari dengan mudah... tinggal klik aja subyek informasi yang diinginkan...” (ALN)

Hal ini sesuai dengan teori **Sohwuchow** (1995:124) merinci produk/jasa informasi dalam bentuk elektronik berdasarkan media, saluran penyampaian informasi, isi informasi dan fungsi informasi. Dengan adanya pembagian jenis produk informasi ini diharapkan kebutuhan informasi pengguna dapat tercapai dengan lebih efisien dan efektif.

Melalui gambaran hasil produk informasi dari dua pusat informasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa produk informasi yang dihasilkan oleh Pusat Informasi Kompas dan Pusat Data Republika pada kegiatan pemialangan informasi, terdiri dari berbagai macam bentuk, yang seluruh produk tersebut dibentuk dengan tujuan untuk kemudahan pengguna dalam proses pengaksesannya. Produk informasi yang dihasilkan dikemas sedemikian rupa sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi penggunanya.

5. 4 Penetapan Tarif Produk Informasi

Menurut STR, penetapan tarif terhadap produk informasi yang tersedia di Pusat Informasi Kompas ditentukan berdasarkan perhitungan biaya produksi, biaya operasional dan biaya pemeliharaan serta perawatan produk informasi.

“pada dasarnya kita menetapkan tarif untuk produk kita berdasarkan biaya produksi dari informasi tersebut... misalnya... berapa harga untuk

beli peralatannya... administrasinya... seperti biaya fotocopy, penggunaan kertas, dan lain-lain. Selain itu... biaya perawatan produk informasi pun juga ikut dihitung... tapi kita juga liat harga pasar... berapa biaya akses file elektronik di lembaga data lainnya...” (STR)

Selain itu, penetapan tarif juga ditetapkan berdasarkan pertimbangan survey harga pasar, yaitu survey yang dilakukan terhadap biaya-biaya jasa *fotocopy* file online yang dilakukan oleh beberapa lembaga, seperti BPS, PT. Data Consult, dan lain-lain. Profit yang dihasilkan dari pemberlakuan tarif ini tidak pernah ada (dalam arti PIK tidak pernah mengalami untung atau rugi dari adanya transaksi ini). Hal ini dikarenakan selalu terjadi keseimbangan antara biaya produksi produk informasi dengan tarif penjualan. Hasil dari diberlakukannya tarif penjualan produk informasi sepenuhnya digunakan untuk biaya produksi, operasional, pemeliharaan dan pengembangan produk informasi PIK. Namun, hal ini tetap disertai dengan adanya laporan keuangan dari transaksi yang berlangsung ke bagian keuangan Harian Kompas. Adapun tarif yang diberlakukan oleh PIK terhadap produk informasinya, adalah sebagai berikut :

1. Biaya Keanggotaan
 - a. Registrasi : Rp. 25.000
 - b. Langgan : Rp. 50.000 / bulan
2. Pemakaian
 - a. Teks : Rp. 400 / KByte
 - b. Grafis : Rp. 5.000 / image

3. Pemesanan Dokumen

Teks (dalam bentuk image) : Rp. 15.000 / artikel (khusus teks kliping Kompas sebelum tahun 1991)

PIK juga memberlakukan sistem *voucher* untuk menghemat biaya yang dikeluarkan oleh pengguna dalam proses pengaksesan. Voucher tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Voucher Kliping Elektronik Pusat Informasi Kompas

Nilai Voucher	Kuota	Masa Berlaku
Rp 25.000	60 KByte	30 hari
Rp 50.000	120 KByte	60 hari
Rp 100.000	240 KByte	120 hari

Harga-harga tersebut belum termasuk dengan PPN yang berlaku.

Pada Pusat Data Republika, penetapan tarif atas penjualan produk informasi hanya berdasarkan *survey* harga pasar. Hal ini dikarenakan seluruh biaya operasional Pusat Data Republika ditanggung oleh pihak Harian Umum Republika selaku lembaga induk.

“kita netapin harga cuma dari survey harga pasar aja... karna biaya produksi dan perawatan produk atau peralatannya sudah ditanggung sama lembaga induk... tapi tiap bulan kita wajib ngasih laporan transaksi kita ke bagian keuangan...” (RAG)

Hasil dari adanya pemberlakuan tarif penjualan produk informasi sepenuhnya wajib diserahkan kepada lembaga induk, Harian Umum Republika, dengan disertai adanya laporan keuangan yang dilakukan secara periodik. Adapun

harga yang ditetapkan oleh Pusat Data Republika terhadap produk informasinya, adalah sebagai berikut :

1. Layanan copy file elektronik
 - a. Untuk pelajar/mahasiswa diberlakukan harga Rp 100 tiap 1 KByte ditambah dengan harga 1 disket kosong (Rp 2.500).
 - b. Untuk non pelajar diberlakukan harga Rp 200 tiap 1 KByte ditambah dengan harga 1 disket kosong (Rp 2.500).
2. Layanan *file* tercetak
 - a. Biaya *fotocopy* untuk pelajar/mahasiswa sebesar Rp 500/lembar
 - b. Biaya *fotocopy* untuk non pelajar sebesar Rp 1.000/lembar
 - c. Biaya *print file* untuk pelajar sebesar Rp 500/lembar
 - d. Biaya *print file* untuk non pelajar sebesar Rp 1.000/lembar

Berdasarkan dua data hasil wawancara di atas, dapat terlihat bahwa penentuan tarif atau biaya penjualan produk informasi di masing-masing pusat informasi sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (1997 : 273), yang menyebutkan bahwa terdapat beberapa strategi penetapan harga yang perlu diperhatikan suatu lembaga informasi apabila ingin menetapkan harga dari produk informasinya, yaitu :

1. Berorientasi pada biaya

Penetapan harga didasarkan pada total biaya ditambah dengan persentase keuntungan yang ingin dicapai.

2. Berorientasi pada kompetitor

Penetapan harga disesuaikan dengan harga yang ditetapkan kompetitor, lembaga juga dapat menetapkan harga yang lebih rendah atau lebih tinggi dari harga yang ditetapkan kompetitor. Perbedaan harga harus disesuaikan dengan kualitas produk / jasa dan parameter lainnya, antara yang dimiliki lembaga dengan kompetitor.

3. Berorientasi pada pelanggan

Lembaga terlebih dahulu melemparkan nilai yang spesifik untuk target pasar, kemudian lembaga dapat menyesuaikan nilai ini dengan persepsi pelanggan atau bahkan lebih rendah dari yang dipersepsi pelanggan. Nilai dari informasi sangat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap harga.

Selain itu, kedua pusat informasi di atas juga sudah memperhatikan elemen biaya yang mempengaruhi penetapan harga jual produk informasi, yaitu :

1. *Fixed Cost*

Merupakan biaya tetap yang dikeluarkan per periode tertentu, dalam konteks pemasaran jasa informasi. Biaya tetap ini mencakup biaya rutin yang harus dikeluarkan oleh lembaga penyelenggara jasa informasi, antara lain gaji karyawan, biaya peralatan termasuk pemeliharannya seperti telepon, *hardware*, printer, fax, dsb, *software*, biaya transportasi dan komunikasi, biaya pengadaan informasi seperti biaya penelusuran dan *download* informasi, biaya CD-ROM, pemesanan dan buku, biaya

penggunaan hak cipta / royalty, keberlanjutan pendidikan staf, biaya konsultan atau honor sub kontrak pekerjaan, pemasaran, promosi, iklan, premis (biaya investasi atau biaya sewa) : gedung dan peralatannya, kebersihan dan pemeliharaan, eksterior gedung, dsb, *utility* (pemanas dan AC, listrik, air, dsb.), pajak, lisensi, keanggotaan, asuransi, dsb.

2. *Variable Cost*

Merupakan berbagai biaya untuk produksi. Dalam konteks pemasaran jasa informasi, *variable cost* ini mencakup :

- a. Biaya penelitian untuk pengadaan informasi termasuk : biaya *on-line / download*, pembelian peta, video, manual, dsb, biaya untuk konsultan atau staf yang direkrut sesuai dengan kebutuhan.
- b. Biaya pengolahan data
- c. Biaya produksi pengemasan informasi, antara lain:
 - *Written report*, seperti penulisan, *editing*, *desktop publishing*, reproduksi, penjilidan.
 - *Video training film*, seperti *scripting*, *storyboarding*, *shooting*, rekaman suara, musik, *editing*, produksi.
- d. Biaya acara tertentu seperti seminar, resepsi, konferensi pers, perayaan kelulusan, dsb.
- e. Biaya *follow up* pelayanan.

3. *Relevant Cost*

Merupakan alternatif biaya diantara *fixed cost* dan *variable cost*. Sebagai contoh apakah kita akan memproduksi dan memasarkan *current*

content of marketing atau tidak. Apakah *current content* ini akan diproduksi atau tidak, ini memerlukan analisis biaya lebih lanjut.

Mengacu pada teori Kotler dan hasil wawancara pada Pusat Informasi Kompas dan Pusat Data Republika, maka dapat disimpulkan bahwa pusat informasi tersebut menetapkan tarif/biaya produk informasi yang diakses oleh pengguna ditetapkan berdasarkan biaya produk informasi, operasional produk, biaya pemeliharaan peralatan, dan survey harga pasar. Selain itu, profit yang didapat oleh pusat informasi sebagai unit pialang informasi tidak sebesar profit yang didapat oleh pialang informasi yang bersifat individual dan independen. Pusat Informasi Kompas dan Pusat Data Republika juga harus melaporkan seluruh transaksi pialang informasi yang telah dilakukannya secara periodik kepada lembaga induk yang menaunginya.

5. 5 Hambatan dalam Pelaksanaan Kegiatan Pemialangan Informasi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh SRT, hambatan yang ditemui oleh PIK selama menjalankan kegiatan pemialangan informasi adalah teknologi. Semua pekerjaan yang dilakukan oleh PIK dikerjakan dengan menggunakan komputer. Apabila terjadi gangguan, seperti terputusnya jaringan internet maupun intranet, maka semua pekerjaan menjadi tertunda. Namun, hal ini sering tidak dimengerti oleh pengguna PIK yang selalu meminta agar kebutuhan informasinya dapat dipenuhi dengan segera.

“pokoknya kita ga bisa kerja kalo jaringan intranet maupun internet kantor lagi terputus... karena mayoritas dari kerjaan kita semuanya terintegrasi lewat komputer dan jaringan intranet dan internet kantor...”

makanya kalo pas terputus dan ada wartawan atau pengguna yang minta difasilitasi... ya terpaksa tidak bisa... walaupun sangat penting...” (STR)

Kendala yang sama juga dihadapi oleh Pusat Data Republika. Berdasarkan hasil wawancara dengan RAG dan ALN, Pusat Data Republika juga mengalami kendala teknologi, khususnya teknologi informasi, dalam menjalankan kegiatan pemialangan informasi di Pusat Data Republika. Namun, kendala ini bukan dikarenakan terputusnya jaringan intranet dan internet yang menghambat jalannya kegiatan, tetapi kendala teknologi yang dihadapi oleh Pusat Data Republika adalah pada semakin cepatnya arus perkembangan teknologi informasi, khususnya teknologi informasi yang digunakan dalam kegiatan pelayanan informasi.

“arus teknologi semakin cepat... khususnya teknologi bidang informasi... jadi kita harus berlari mengejar cepatnya perkembangan teknologi... karna sering banget kita udah ngadain apa... eh ternyata kondisi diluar sudah semakin canggih...” (ALN)

Hambatan-hambatan yang ditemui oleh kedua pusat informasi tersebut menjadi cerminan bahwa dalam pelaksanaan kegiatan pemialangan informasi tidak dapat terlepas dari penggunaan teknologi informasi. Hal ini dikarenakan penggunaan teknologi informasi sangat memfasilitasi penyampaian informasi kepada pengguna secara lebih efisien dan efektif.