

**ARTI PENTING PENGGUNAAN INTERNET  
OLEH PERS AMERIKA  
DALAM DISEMINASI INFORMASI POLITIK**

**TESIS**

**SICA HARUM DWI SEPTYANI  
0606023803**



**UNIVERSITAS INDONESIA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM KAJIAN WILAYAH AMERIKA  
JAKARTA  
JULI 2009**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama: Sica Harum Dwi Septyani**

**NPM: 0606023803**

**Tanda Tangan:.....**

**Tanggal: 10 Juli 2009**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :  
Nama : **Sica Harum Dwi Septyani**  
NPM : 0606023803  
Program Studi : Kajian Wilayah Amerika

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Sains pada program Studi Kajian Wilayah Amerika Program Pascasarjana Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Rony M. Bishry, Ph.D ( *Rony M. Bishry* )  
Pembaca : Alfian Muthalib, M.Si ( *Alfian Muthalib* )  
Penguji : Prof. Dr. Harsono Suwardi ( *Harsono Suwardi* )  
Penguji : Doddy W. Sjahbuddin, Ph.D ( *Doddy W. Sjahbuddin* )  
Penguji : Dr. Riani Inkiriwang, MA ( *Riani Inkiriwang* )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Juli 2009

## Lembar Persetujuan Publikasi

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama: Sica Harum Dwi Septyani

NPM: 0606023803

Program Studi: Program Pascasarjana Kajian Wilayah Amerika

Janis Karya: Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Penggunaan Teknologi Internet Web2.0 Pada Surat Kabar Dalam jaringan(Online) Amerika Untuk Membangun Demokrasi Deliberatif beserta perangkat yang ada(jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal: 16 Juli 2009

Yang menyatakan

(.....)

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur yang tidak terhingga ke hadirat Allah SWT yang melimpahkan kasih sayang melalui proses pembelajaran dan orang-orang yang banyak berkontribusi di dalamnya. Tesis ini ialah sebagian kecil proses yang dijalani penulis, dengan segala keterbatasan dan keyakinan untuk menyelesaikannya. Karena itu, penulis mengahaturkan terimakasih kepada :

1. Bapak Rony M. Bishry, Ph.D, Ketua Program Kajian Wilayah Amerika Pascasarjana Universitas Indonesia atas dukungannya terhadap penulisan tesis ini.
2. Bapak Prof.Dr. Harsono Suwardi, atas masukan-masukan yang sangat berarti.
3. Bapak Alfian Muthalib M.Si, atas masukan dalam penulisan tesis ini.
4. Ibu Doddy W. Sjahbuddin Ph.D dan Ibu Dr.Riani Inkiriwang,MA untuk diskusi-diskusi terkait penulisan tesis ini.
5. Ibu Yani Handayani, Ibu Duni Hartini, dan semua staf Pasca Sarjana Program Kajian Wilayah Amerika yang banyak membantu meringankan beban penulis terkait syarat-syarat administrasi universitas.
6. Orangtua penulis Bapak dan Ibu Hartono, saudara penulis Dimas Aryo dan Ika Harum beserta keluarga, serta Yudho Rahardjo untuk semua kemakluman yang diberikan saat proses penulisan tesis.
7. Bapak Saur Hutabarat, Direktur Pemberitaan Media Indonesia dan semua rekan di Media Indonesia yang mendukung penulis.
8. Teman-teman di jejaring dunia maya, atas bantuannya terkait istilah-istilah internet yang bersifat teknis.
9. Seluruh teman kulliah di Program Kajian Wilayah Amerika

Akhir kata, saya berharap semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 16 Juli 2009

Sica Harum

**ABSTRAK**

Nama : Sica Harum Dwi S  
Program Studi : Kajian Wilayah Amerika  
Judul : Arti Penting Penggunaan Internet oleh Pers Amerika Dalam Diseminasi Informasi Politik

Tesis ini bertujuan untuk menunjukkan arti penting internet oleh pers Amerika dalam diseminasi informasi politik di Amerika. Sebagai studi kasus, pengamatan dilakukan terhadap 99 surat kabar Amerika yang memiliki versi dalam jaringan(online).

Penelitian ini menggunakan metodologi analisis kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan internet, khususnya perangkat internet web2.0 mendukung upaya diseminasi informasi oleh pers Amerika dalam komunikasi politik di Amerika.

Kata kunci:

web2.0, internet, surat kabar dalam jaringan (online)

**ABSTRACT**

Name : Sica Harum Dwi S  
Study program : American Studies Graduate Program  
Title : The Importance of Internet Use by American Press for Political Information Dissemination

The focus of this study is internet use by American Newspaper for political dissemination information in America. As a case study is 99 online American Newspaper. The methodology is descriptive analytic.

This study shows that internet, especially web2.0 internet based, support American Press for political information dissemination in America.

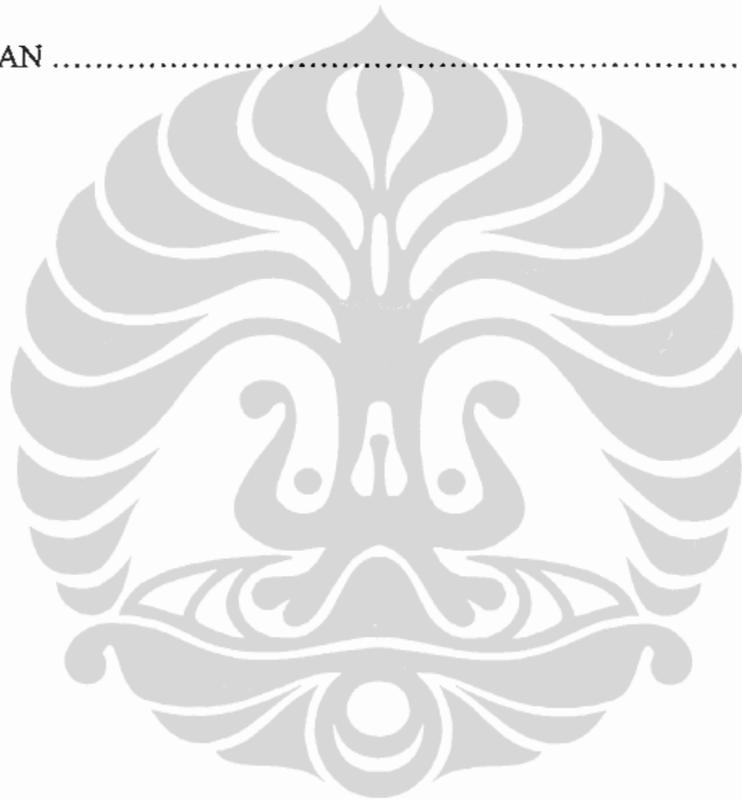
Keywords

web2.0, internet, online newspaper.

## DAFTAR ISI

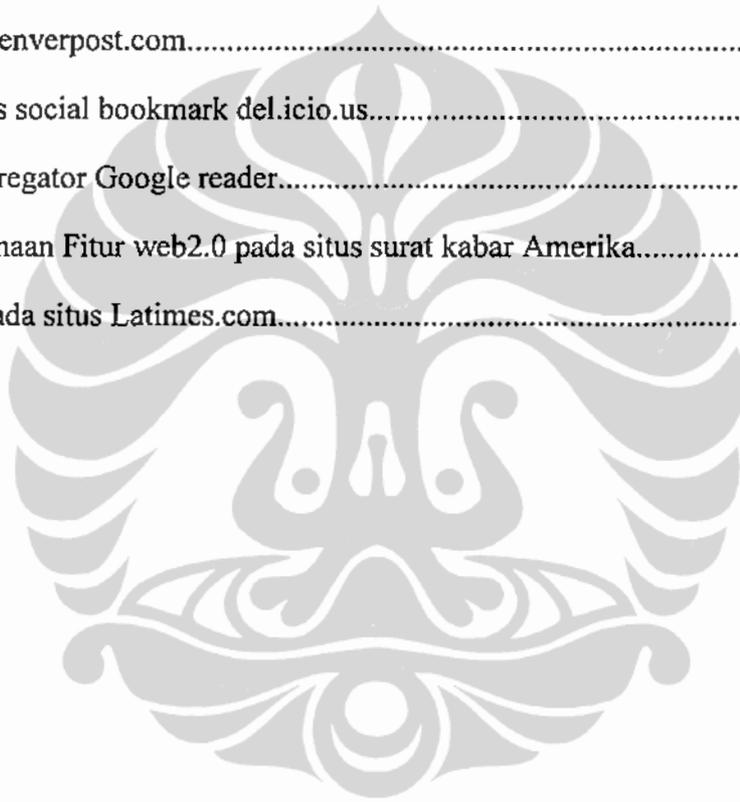
Halaman Judul .....	i
Surat Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Lembar pengesahan.....	iii
Lembar Persetujuan Publikasi.....	iv
Kata Pengantar .....	v
Abstrak/Abstract .....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Permasalahan.....	5
I.3 Kerangka Teori.....	5
I.4 Metodologi Penelitian.....	7
I.5 Tujuan Penulisan.....	7
I.6 Kerangka Penulisan.....	9
<b>BAB II DUNIA DALAM JARINGAN</b>	
II.1 Internet .....	14
II.2 Word Wide Web.....	14
II.3 Web2.0.....	18
II.4 Desa Global.....	28
II.5 Trend Perilaku Daring Warga Amerika Serikat.....	30
II.6 Surat Kabar Amerika.....	32
<b>BAB III INTERNET DAN RUANG PUBLIK</b>	
III.1 Gagasan Ruang Publik Habermas .....	33
III.2 Media Massa Sebagai Ruang Publik.....	37
III.3 Internet Sebagai Ruang Publik.....	42

III.4 Proses Deliberasi Daring.....	44
III.5 Surat Kabar Daring dalam Web2.0.....	47
<b>BAB IV SURAT KABAR DARING AMERIKA DAN POLITIFACT</b>	
IV.1 Surat Kabar Daring Amerika .....	50
IV.2 Politifact.com .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>69</b>
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>71</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1 Tampilan situs web Wikipedia.....	21
Gambar2.2 Tampilan fasilitas komentar artikel situs web usatoday.com.....	22
Gambar2.3 Contoh Captcha.....	23
Gambar2.4 Tampilan blog Newyork Times.....	24
Gambar2.5 Contoh Permalink.....	24
Gambar2.6 Voting pada denverpost.com.....	26
Gambar2.7 Tampilan situs social bookmark del.icio.us.....	27
Gambar2.8 Tampilan aggregator Google reader.....	28
Gambar4.1 Tabel Penggunaan Fitur web2.0 pada situs surat kabar Amerika.....	52
Gambar4.2 Multimedia pada situs Latimes.com.....	53



## BAB I PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Teknologi internet telah menambah cara penyampaian informasi. Bahkan pada skala personal, teknologi internet telah mengubah cara berbagi informasi. Pada dasarnya, perubahan itu bisa diterima dengan relatif mudah karena internet tidak mengakibatkan kejanggalan bentuk informasi tersebut. Informasi yang disampaikan melalui internet tetap berupa tulisan yang biasa dibaca dan foto yang biasa dilihat pada surat kabar, suara seperti yang didengarkan melalui radio dan gambar bergerak yang biasa ditonton di televisi.

Perubahan tersebut terutama sangat terasa di negara-negara dengan tingkat pengguna internet yang tinggi, salah satunya Amerika Serikat. Pada 2008, data dari Internet World Stats menunjukkan jumlah pengguna internet di Amerika Serikat (AS) mencapai 220.141.969 atau 72.5% dari populasi penduduk AS. Jumlah tersebut naik dari 212.080.135 orang atau 70.2% dari populasi penduduk AS pada 2007. Tingkat pertumbuhan pengguna internet di AS juga tergolong stabil, berkisar dua persen setiap tahun sejak 2005, setelah mengalami lonjakan pertumbuhan pengguna internet pada tahun 2000-2004 rata-rata delapan persen.

Data tersebut sekaligus mengukuhkan AS sebagai negara dengan penetrasi internet paling tinggi di dunia. Dominasi internet di AS memengaruhi perilaku seseorang dalam memperlakukan informasi. Internet membuat mereka terbiasa dengan surat elektronik (electronic-mail atau e-mail). Hingga kini surat elektronik masih tetap populer dan lazim digunakan sebagai alat kampanye ataupun pemasaran. Dalam studi mengenai surat tren surat elektronik promosi, White (2009,p.2) menyebutkan perusahaan penyedia pengiriman surat elektronik promosi rata-rata mengirimkan surat elektronik sebanyak 9.8 buah per bulan ke masing-masing pelanggan pada tahun 2008.

Aktivitas warga AS berselancar ke internet mengindikasikan peningkatan yang luar biasa saat kampanye presiden AS tahun 2008. Survei yang dilakukan Pew Internet & American Life Project menunjukkan, sebanyak 74% pengguna internet AS berselancar di internet untuk ambil bagian dalam kampanye presiden

atau dan mendapatkan berita dan informasi seputar kampanye presiden. Jumlah itu merepresentasikan sekitar 55% populasi warga AS dewasa yang sudah memiliki hak suara.

Internet memungkinkan seseorang memperoleh informasi sebanyak yang ia inginkan, kapan pun dan dimana pun sejauh ia terhubung dengan jaringan internet. Akses seperti ini tidak mungkin dimiliki oleh media massa konvensional. Televisi memiliki keterbatasan jam tayang, radio dibatasi jam siar serta surat kabar dengan keterbatasan halaman tidak akan pernah bisa menawarkan akses seluas internet.

Karena itu, sejak digunakannya internet secara luas pada 1990, internet diyakini mampu memecahkan masalah jarak, menyampaikan informasi secara luas dan langsung, saling mempertukarkan dan menambah kelengkapan informasi tanpa mengenal batas waktu. Ide tersebut kemudian berkembang menjadi konsep *cyber democracy* atau demokrasi melalui dunia daring.

Karakteristik internet yang memungkinkan interaksi atau komunikasi dua arah itu diharapkan mampu mengembangkan diskursus mengenai kemungkinan perubahan politik dan pemerintahan AS. Internet diyakini mampu membangun paradigma baru dan mengubah pola komunikasi politik AS yang tradisional (London, 1995), membangun komunitas virtual (Rheingold, 1994) serta membangun diskursus dalam demokrasi deliberatif (Gaynor, 2003).

Howard Rheingold dikenal sebagai promotor demokrasi melalui internet. Rheingold ialah seorang Amerika yang mengungkapkan kemungkinan partisipatoris warga dilihat dari karakteristik internet yang ada dimana-mana dan dapat diakses kapan saja (Rheingold, 2002). Menurutnya, arsitektur internet memungkinkan setiap meja ialah adalah sebuah media cetak, sebuah stasiun penyiaran, dan sebuah tempat untuk berkumpul.

Sedangkan demokrasi deliberatif, dalam pandangan Jurgen Habermas, ialah model demokrasi yang berupaya meningkatkan intensitas partisipasi warga dalam proses pembentukan aspirasi dan opini yang terjadi secara terus menerus. Tujuannya, agar kebijakan yang dihasilkan mendekati harapan rakyat. Hal itu dapat dicapai jika terdapat ruang publik dimana didalamnya terjadi komunikasi antar warga yang terus bergulir. Ruang publik yang sehat idealnya merupakan

tempat terjadinya kontestasi kuasa dalam setiap jenis masyarakat dengan cara-cara yang adil, manusiawi dan demokratis, bukan dengan kekerasan dan pemaksaan kehendak satu kelompok atas kelompok yang lain.

Sejumlah studi pada awal kemunculan internet memandang internet sangat potensial membentuk ruang publik sesuai konsep Habermas. Akibatnya, internet juga dipandang menjadi bagian penting dalam upaya membangun demokrasi deliberatif.

Konsep ini sekaligus menempatkan pers sebagai salah satu jaringan komunikasi publik masyarakat sipil, yang bersama-sama lembaga lain seperti misalnya Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) seolah-olah mengepung sistem politik sehingga negara dan perangkat kekuasaannya terpaksa responsif terhadap diskursus masyarakat sipil. (Magnis Suseno, 2004)

Dalam model demokrasi deliberatif, pers berfungsi sebagai mediator yang memungkinkan terselenggaranya proses diskursus publik secara terus menerus. Karena itu, dalam lingkungan internet, pers juga harus menyesuaikan diri. Salahsatunya ialah dengan menyediakan perangkat yang memungkinkan interaksi antara redaksi dengan warga dan antar warga itu sendiri. Sehingga warga dapat mengembangkan kekuasaan komunikatifnya untuk menyatakan pendapat tanpa rasa takut.

Namun sejumlah penelitian pada 1998-2005 masih mengindikasikan bahwa situs web surat kabar belum sepenuhnya menemukan format pemberitaan yang sesuai dengan lingkungan internet. Keunggulan yang baru dioptimalkan ialah kecepatan penyebaran informasi saja, belum banyak bereksperimen pada format pemberitaan. (Rosenberry, 2005).

Sejumlah penelitian itu juga menunjukkan bahwa situs web surat kabar tidak memberikan pengalaman lebih kepada pembaca jika dibandingkan dengan membaca versi cetak surat kabar tersebut. Masih banyak situs web surat kabar AS yang hanya merupakan duplikasi dari surat kabar versi cetak dalam arti tidak memberikan ruang interaksi yang leluasa. Hal itu terlihat dari rendahnya tingkat interaksi yang merupakan karakter penting dari situs web surat kabar. (Schultz, 1998; Rossenberry, 2005).

Kemunculan teknologi web2.0 sejak lima tahun terakhir memunculkan harapan atas meningkatnya tingkat interaksi yang rendah pada era awal kelahiran internet. Terminologi web2,0 mengacu pada perkembangan teknologi yang memungkinkan sarana interaksi lebih tinggi antara redaksi surat kabar dengan pembacanya melalui *user generated system* atau sistem kontribusi dari pembaca. Teknologi ini memungkinkan siapa saja mempublikasikan pendapatnya dengan mudah di situs web, dan tersebar luas dengan cepat. Dari tahun ke tahun, sistem kontribusi pengguna ini semakin beragam dari tahun ke tahun. Contoh aplikasi web2.0 yang populer ialah jejaring sosial seperti Facebook dan Friendster serta aplikasi blog seperti Wordpress dan Blogspot.

Perkembangan web2.0 menyebabkan situs web bertambah berkali lipat karena semua orang bisa memiliki web dengan mudah. Tidak terkecuali situs web yang dikategorikan sebagai situs web berita. Pada situs pemeringkat situs web seluruh dunia bernama Alexa.com yang diakses pada 30 Juni 2009, tercatat 2.280 situs yang dikategorikan sebagai surat kabar yang berbasis di Amerika Serikat. Jumlah tersebut meliputi dua jenis situs web berita, yaitu situs web yang tidak memproduksi surat kabar versi cetak dan situs web yang merupakan pengembangan versi cetak.

Pada era web2.0 surat kabar Amerika tetap mencari bentuknya dalam internet. Selain memperbaiki fungsi dan tampilan situs web menjadi lebih menarik, terdapat upaya-upaya untuk mengubah format penyampaian informasi. Tahun ini, untuk pertamakalinya, salah satu kategori penghargaan tertinggi bidang jurnalistik Pulitzer dianugerahkan kepada situs berita daring Politifact.com.

Politifact.com ialah situs web yang merupakan proyek surat kabar St.Petersburg Times yang menempatkan diri sebagai "*watchdog*" atas pernyataan politik kandidat partai saat kampanye, serta pejabat publik AS. Politifact.com menawarkan format pemberitaan yang memudahkan warga memahami pernyataan-pernyataan politik para politikus Amerika, apakah mereka berbohong atau tidak, dalam rubrikasi Truth-O- Meter.

Laporan Politifact.com mengenai rally kampanye Presiden Amerika Serikat pada 2008 dianugerahi Pulitzer 2009 untuk kategori liputan nasional terbaik. Kemenangan itu menjadi salah satu validasi bahwa produk jurnalistik

ialah narasi yang bisa disampaikan dalam bentuk yang dinamis, tidak terpaku pada media penyampaiannya. Kemenangan itu juga menjadi titik penting dalam jurnalisme daring.

Kemunculan Poltifact.com sebetulnya bukan hal yang unik. September 2007, pensiunan koresponden luar negeri untuk Washington Post Michael Dobbs juga melakukan hal serupa dengan Politifact.com. Dia menyusun peringkat 'tingkat kebohongan' para politikus tersebut pada blog Fact Checker dalam situs surat kabar Washington Post, yaitu [washingtonpost.com](http://washingtonpost.com). Namun keberadaan situs ini juga berakhir seiring dengan selesainya masa kampanye Presiden AS. Sedangkan Politifact.com menambah rubrikasi Obameter yang menampilkan realisasi janji Presiden Barack Obama yang pernah diucapkan semasa kampanye.

Sebelumnya, pemberitaan yang berkonsep pemeriksa kebenaran pernyataan para politikus AS terlebih dahulu dilakukan FactCheck.org sejak tahun 2003. Situs web ini merupakan proyek nirlaba dari Annenberg Public Policy Center di Universitas Pennsylvania dan menjadi inspirasi bagi kemunculan Politifact.com.

## **I.2 Pokok Permasalahan**

Peranan pers dalam demokrasi deliberatif lebih kepada upaya membangun ruang-ruang komunikasi sehingga terselenggara diskursus publik yang terus menerus. Indikasi meningkatnya penggunaan internet dalam ranah politik di Amerika telah menimbulkan ketertarikan bagi saya. Dalam model demokrasi deliberatif, perkembangan teknologi internet sekaligus telah menantang peranan pers sebagai mediator proses pembelajaran dalam ruang publik dengan menyaring atau menetralsisir pengaruh kekuasaan negara pada ruang publik (Hardiman, 2009)

Karena itu, secara umum, saya ingin mengetahui gambaran singkat mengenai surat kabar daring Amerika jika dibandingkan dengan studi-studi terdahulu. Dalam studi-studi pada awal kemunculan internet menyebutkan rendahnya tingkat interaksi. Saya ingin mengetahui apakah kecenderungan itu masih muncul saat ini ketika perangkat teknologi internet telah memasuki generasi web2.0.

Kemudian, saya ingin mengetahui karakter-karakter aplikasi teknologi internet web2.0 yang digunakan surat kabar daring Amerika, dan sejauh apa surat kabar daring Amerika memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut.

Saya juga ingin mengetahui apakah perangkat-perangkat komunikasi yang ada pada situs web surat kabar Amerika mendukung upaya membangun ruang publik dalam media daring, dilihat dari karakter masing-masing perangkat.

Permasalahan kedua terkait dengan pencapaian Politifact.com atas Pulitzer 2009. Politifact.com berhak atas anugerah jurnalistik prestisius itu untuk kategori liputan nasional terbaik atas laporan rally kampanye Presiden AS tahun 2008.

Secara khusus, dengan pengakuan penghargaan Pulitzer pada format berita daring, saya ingin mengetahui apakah Politifact bisa menjadi model jurnalisme daring yang menghasilkan produk jurnalistik yang baik, dan menjaga proses diskursus publik. Saya juga ingin mengetahui bagaimana peranan ini dijaga seobjektif mungkin dan bagaimana Politifact memberdayakan partisipasi warga sipil untuk membangun demokrasi deliberatif

### **I.3 Kerangka Teori**

Model demokrasi deliberatif banyak diajukan sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan dalam masyarakat yang semakin kompleks. Demokrasi deliberatif diajukan oleh Jurgen Habermas, pemikir asal Jerman yang buah pikirannya berpengaruh besar di Amerika. Faktor sangat penting dalam demokrasi deliberatif ialah diskursus publik.

#### **I.3.1 Teori Diskursus**

Dalam bahasa sederhana, diskursus berarti perbincangan, atau wacana, ialah sebuah bentuk komunikasi yang tidak sehari-hari. Diskursus terjadi ketika ada masalah dan tematisasi masalah. Diskursus merupakan komunikasi yang reflektif, yang mentematisasi sebuah masalah tertentu. (Hardiman, 2005)

Contoh komunikasi sehari-hari ialah ketika kita membeli barang di toko, lalu membayarnya. Sedangkan diskursus ialah ketika kita bertanya kenapa

harganya sekian, kenapa kemarin sekian, kenapa lebih mahal daripada toko sebelah. Saat itulah terjadi masalah dan tematisasi masalah.

Pemikir kontemporer asal Jerman Jurgen Habermas terkenal dengan teori diskursusnya. Pemikiran Habermas banyak berpengaruh di Amerika. Dia memperkenalkan teori diskursus untuk menjembatani dilema antara posisi individualistis dan kolektivistis yang diperdebatkan oleh aliran liberalisme dan komunitarianisme(atau republikanisme). Teori diskursus Habermas mirip dengan teori keadilan John Rawls karena berciri proseduralistis. Dalam teori itu Rawls juga menetapkan prosedur yang harus diikuti untuk mengerti prioritas 'yang adil' atas yang 'baik'. Namun metode keduanya sangat berbeda. Rawls bekerja pada sebuah konstruksi fiktif tentang 'posisi asali' (original position) sedangkan Habermas bekerja pada upaya mencari kondisi komunikasi yang ideal. (Hardiman, 2009).

Dalam keyakinan Habermas, tindakan antarmanusia bersifat rasional. Interaksi sosial dalam masyarakat juga tidak terjadi sembarangan. Tindakan antarmanusia bersifat rasional karena tindakan itu berorientasi pada sebuah konsensus atau pencapaian kesepakatan. Jadi, tindakan yang mengarahkan diri pada konsensus adalah tindakan komunikatif.

Habermas juga mengajukan konsep tindakan strategis, yaitu tindakan yang berorientasi pada keberhasilan, seperti misalnya pada tindakan memengaruhi pihak lain. Namun bagi Habermas, tindakan komunikatif atau tindakan yang terarah pada konsensus lebih fundamental dalam menentukan mekanisme sosial jika dibandingkan dengan tindakan strategis. Habermas juga mengembangkan konsep *Lebenswelt* atau yang diartikan sebagai dunia kehidupan untuk melengkapi konsep tindakan komunikatif. Sifatnya pra-reflektif dan menuntun pada sebuah tendensi. Sebuah diskursus dipengaruhi *Lebenswelt* dan apa yang disebut Habermas sebagai klaim kesahihan.

Dalam aktivitas sehari-hari, secara umum dapat dibedakan diskursus teoritis, diskursus praktis dan diskursus kritik. Diskursus teoritis ialah percakapan argumentatif menyangkut persoalan-persoalan yang faktual. Misalnya, kondisi naiknya harga argo taksi. Penumpang bertanya mengapa harga argo taksi naik dan berusaha membantah bahwa berdasarkan berita yang ia baca, keputusan

menaikkan harga argo taksi belum dilaksanakan. Penumpang yang berupaya memeriksa fakta itu ialah contoh bagian dari diskursus teoretis. Dalam ilustrasi diatas juga terdapat klaim kesahihan mengenai harga argo taksi. Jadi diskursus teoretis mengacu pada fakta yang kita temukan dan ada upaya memeriksa fakta.

Sedangkan diskursus praktis terjadi jika yang menjadi masalah ialah norma, bukan fakta. Misalnya apakah orang yang berbicara blak-blakan melanggar sopan santun atau tidak. Yang terakhir ialah diskursus kritis. Pada dasarnya kritik tidak mengenal konsensus, misalnya ketika kritikus seni menilai objek seni. Jika terjadi diskusi terkait dalam penilaian itu maka terjadi diskursus kritik.

Habermas memasukkan teori diskursus atau tindakan komunikatif ke dalam ruang publik. Tujuannya untuk menempatkan rakyat sebagai pemegang kekuasaan tertinggi dimana kebijakan publik diperoleh melalui proses komunikatif antar dua elemen negara, yaitu pemerintah dan masyarakat sipil. Diskursus yang terjadi dalam forum warga, media massa, parlemen, eksekutif, dan dalam komunikasi politik pada umumnya itu disebut diskursus politik.

Pada dasarnya, diskursus politik adalah turunan dari diskursus praktis. Dalam konteks ini, Habermas melakukan spesifikasi dan menggolongkannya menjadi tiga jenis. Yaitu diskursus pragmatis, diskursus etis-politis, dan diskursus moral.

Diskursus pragmatis mempersoalkan masalah teknis yang membutuhkan pengetahuan pakar. Diskursus pragmatis merupakan diskursus para ahli untuk menyelesaikan sebuah persoalan. Misalnya dari segi disiplin ilmu seperti ekonomi, teknologi, hukum, dan lainnya. Dalam diskursus pragmatis ada nilai yang tidak dipermasalahkan lagi.

Namun, ketika nilai yang ditetapkan ternyata dimasalahkan maka diskursus beralih menjadi diskursus etis-politis. Aktor diskursus pun lebih luas, tidak semata para ahli. Namun, konsensus yang dihasilkan akan terbatas pada horison kelompok tertentu sehingga diskursus ini pun maksimal disepakati oleh kelompok sosial tertentu. Padahal, dalam konteks bermasyarakat secara luas, nilai-nilai yang dibela ialah nilai-nilai universal bukan nilai kelompok. Dalam fase ini lah demokrasi deliberatif dibutuhkan untuk menaikkan tingkat diskursus etis-

politik menjadi diskursus moral. Pada kenyataannya, diskusi moral hanya sebuah idealisasi yang harus didekati karena apa yang disebut diskursus moral itu sangat normatif.

### **I.3.2 Demokrasi Deliberatif**

Deliberatif berasal dari kata '*deliberation*' atau '*deliberatio*' dalam kata latin yang berarti konsultasi, menimbang-nimbang, berbincang-bincang, berunding atau musyawarah. Jadi demokrasi deliberatif dapat diartikan sebagai demokrasi dengan 'pertimbangan' atau 'konsultasi'.

Selain Habermas, proses deliberasi rasional juga dianut sejumlah pemikir kontemporer Amerika seperti Robert A. Dahl, Joshua Cohen yang merupakan murid John Rawls serta Joseph M. Bessette yang memperkenalkan istilah demokrasi deliberatif dalam bukunya, *Deliberative Democracy: The Majority Principle in Republican Government* pada tahun 1980.

Demokrasi deliberatif lahir sebagai kritik atas demokrasi liberal karena demokrasi liberal dinilai menjadi hegemoni universal yang melakukan penyeragaman praktek demokrasi prosedural di seluruh dunia. Dalam konsep demokrasi liberal dari John Locke, rakyat merupakan pemegang kekuasaan tertinggi negara sehingga pemerintah hanyalah sebagai pengontrol dan pengaman hak-hak warganya. Namun pada kenyataannya, rakyat yang justru dijadikan objek bagi Negara karena para wakil yang telah dipilih rakyat dalam parlemen justru cenderung lebih mementingkan kepentingan pribadi mereka.

Karena itu konsep demokrasi deliberatif dimunculkan sebagai upaya untuk memperbaiki konsep demokrasi liberal dengan mengintegrasikan tindakan komunikatif dalam ruang publik.

Teori demokrasi deliberatif tidak memusatkan diri pada penyusunan aturan tertentu yang menunjukkan apa yang harus dilakukan oleh warga negara, melainkan pada prosedur yang digunakan untuk menghasilkan aturan-aturan tersebut. Teori ini mengambil perhatian khusus tentang kesahihan sebuah keputusan kolektif. Artinya, legitimitas tidak terletak pada hasil komunikasi politik melainkan pada prosesnya. Semakin diskursif proses tersebut, yaitu semakin rasional dan terbuka terhadap pengujian publik maka hasilnya juga akan

semakin sahih. Sebaliknya, sebuah kebijakan atau norma publik yang koheren, sistematis dan estetik tetapi ditetapkan begitu saja oleh otoritas tanpa melalui uji publik maka produk kebijakan itu tidak mendapat legitimasi (Hardiman, 2009).

Dengan begitu, model demokrasi deliberatif menempatkan opini publik sebagai alat kontrol demokrasi. Opini mayoritas tidak identik dengan opini yang benar. Karena itu bagi model demokrasi deliberatif lebih penting untuk memastikan dengan cara bagaimanakah opini mayoritas itu terbentuk sedemikian rupa sehingga seluruh warga negara dapat mematuhi opini tersebut.

Inti dari demokrasi deliberatif ialah keterlibatan warga. Ketika model demokrasi perwakilan menitikberatkan pada keterwakilan dan memberlakukan prosedur pemilihan perwakilan yang ketat, demokrasi deliberatif justru mengutamakan kerjasama antar ide dan antarpihak. Apalagi, proses deliberasi dapat meminimalkan keterbatasan pandangan pribadi dan meningkatkan kualitas pembuatan keputusan publik. Karena deliberasi dapat mengubah pemahaman seorang individu dan meningkatkan kemampuannya memahami masalah kompleks berkat pertukaran informasi dan wawasan.

Dalam hal ini pers berperan sebagai penyedia jalur komunikasi dan mediator proses pembelajaran yang terus menerus bagi publik. Dengan kata lain, pers berperan sebagai penyedia ruang komunikasi yang memungkinkan bergulirnya proses diskursus publik.

Berangkat dari pemikiran tersebut, yaitu konsep pers sebagai mediator dalam model demokrasi deliberatif, saya akan melakukan penelitian survei deskriptif induktif eksploratori, untuk mengetahui apakah perangkat teknologi internet web2.0 bersifat mendukung proses diskursus publik. Dan sejauh mana surat kabar daring Amerika memanfaatkan teknologi internet web2.0 dalam membangun jalur-jalur komunikasi yang memungkinkan terselenggaranya diskursus publik.

#### **I.4 Metodologi Penelitian**

Untuk menjawab permasalahan seperti tersebut diatas, saya melakukan penelitian analisis kualitatif deskriptif, dengan menganalisis dan mengeksplorasi secara mendalam fenomena penggunaan teknologi internet web2.0 pada situs web

surat kabar Amerika, serta mencari model surat kabar daring yang membuka jalur komunikasi untuk proses diskursus publik yang berlangsung terus menerus.

Jumlah surat kabar di Amerika Serikat mencapai 2.750 buah berdasarkan data Asosiasi Surat Kabar Amerika (Newspaper Association of America) pada 2008. Namun saya membatasi ruang pengamatan dengan terlebih dahulu mengambil sampel 100 surat kabar Amerika yang memiliki tiras harian tertinggi.

Data yang saya gunakan ialah data dari Biro Audit Sirkulasi (Audite Bureau of Circulation) yang dipublikasikan pada 18 Maret 2009. Data tersebut menggambarkan rata-rata tiras harian surat kabar di Amerika Serikat untuk edisi hari kerja yaitu Senin sampai Jumat (weekdays edition) selama enam bulan terhitung sejak 30 Maret hingga 30 September 2008.

Surat kabar *The Rocky Mountain News* masih terdaftar dalam data Biro Audit Sirkulasi karena surat kabar tersebut baru menghentikan penerbitannya pada 26 Februari 2009. Dalam penelitian ini, saya tidak mengamati situs web *The Rocky Mountain News* karena pasca penghentian penerbitan, situs tersebut bersifat pasif (tidak ada update). Penghentian produksi surat kabar versi cetak juga terjadi atas *Seattle Post Intelligencer* pada 18 Maret 2009. Namun saya tidak mengeluarkannya dari ruang pengamatan karena *Seattle Post Intelligencer* memindahkan bisnis sepenuhnya dalam bentuk daring.

Kemudian saya memeriksa satu persatu alamat situs web surat kabar tersebut pada 16 Juni 2009 untuk memastikan bahwa situs web mereka dapat diakses sehingga dapat dilakukan pengamatan. Hasil pemeriksaan saat itu menunjukkan bahwa semua alamat situs web surat kabar dapat diakses dengan baik. Dengan begitu, 99 situs web tersebut menjadi data primer yang saya gunakan untuk melakukan pengamatan.

Setelah itu, saya membagi 99 situs surat kabar tersebut menjadi empat kelompok dengan tiga kelompok beranggotakan 25 situs web dan satu kelompok beranggotakan 24 situs web. Kelompok pertama beranggotakan 25 situs web surat kabar dengan peringkat 1 hingga 25. Kelompok seterusnya juga dibuat menggunakan cara penyusunan yang sama.

Unit analisis yang saya teliti ialah elemen pada situs web yang terletak di dalam satu domain atau satu alamat dalam internet, mulai dari halaman depan

Unit analisis yang saya teliti ialah elemen pada situs web yang terletak di dalam satu domain atau satu alamat dalam internet, mulai dari halaman depan (homepage atau frontpage) hingga mencapai struktur organisasi informasi tingkat kedua yang ditandai dengan adanya nama subdomain. Misalnya pengamatan yang saya lakukan pada situs web surat kabar USA Today. Unit yang dianalisis ialah semua elemen yang terdapat pada situs web yang beralamatkan di <http://www.usatoday.com> hingga elemen situs web pada sub domain USA Today, antarlain <http://www.usatoday.com/news>. Saya tidak menutup kemungkinan bahwa variabel yang saya amati berada pada struktur halaman yang lebih dalam melebihi tingkat kedua. Namun ini berarti pengunjung lain pun akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan perangkat tersebut.

Pengamatan terhadap 99 situs web surat kabar itu dilakukan selama empat hari berturut-turut pada 20-24 Juni 2009, dimana satu kelompok diamati dalam satu hari yang sama. Saya mengamati situs satu per satu secara berurutan dari peringkat tiras harian tertinggi, sesuai dengan daftar pertanyaan yang saya buat pada lembar pengamatan. Waktu yang saya butuhkan untuk mengamati situs ialah 30-45 menit untuk masing-masing situs tergantung pada kondisi teknis jaringan internet yang digunakan dan tingkat kemudahan navigasi situs itu sendiri. Data yang saya dapatkan berupa data kuantitatif non numerik. Sebagai data sekunder ialah sumber kepustakaan meliputi berita surat kabar, data survei, jurnal dan buku yang kebanyakan saya dapatkan di internet.

Secara khusus, saya juga melakukan pengamatan yang serupa pada situs Politifact.com. Saya juga mempelajari sumber kepustakaan meliputi sejumlah wawancara dan berita terkait situs berita Politifact.com untuk mengetahui bagaimana mereka membuka jalur komunikasi dan memberdayakan warga sipil dalam konsep demokrasi deliberatif.

### **1.5 Tujuan Penulisan**

Penelitian ini memiliki tujuan yang bersifat akademis dan praktis. Tujuan yang bersifat akademis ialah untuk mengetahui bagaimana surat kabar daring Amerika memanfaatkan teknologi internet web2.0 dalam menjalankan peranan mereka sebagai penyelenggara diskursus publik dalam konsep demokrasi

deliberatif. Penelitian ini juga dapat menjadi pembanding perkembangan surat kabar Amerika setelah sekitar 20 tahun internet dikenal secara luas, terutama terkait dengan karakteristik komunikasi dua arah.

Sedangkan tujuan yang bersifat praktis ialah agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi para praktisi media surat kabar di Indonesia untuk bersiap-siap mengoptimalkan teknologi internet dalam menjalankan peran sebagai mediator pada konsep demokrasi deliberatif. Dalam lima tahun terakhir, demokrasi deliberatif juga sedang menjadi tren sebagai konsep yang diajukan bagi model demokrasi di Indonesia.

### 1.6 Kerangka Penulisan

**BAB I :** Bagian ini merupakan pendahuluan laporan penelitian yang terdiri atas latar belakang permasalahan, kerangka pemikiran, metodologi serta tujuan penelitian

**BAB II:** Bagian ini berisikan pemahaman tentang ruang lingkup internet serta perkembangan teknologi internet web2.0. Bab ini juga menjelaskan kecenderungan perilaku warga Amerika terhadap internet berdasarkan sejumlah survei.

**BAB III:** Bagian ini berisi penjelasan tentang konsep ruang publik Habermas terkait upaya melihat internet sebagai ruang publik yang memungkinkan proses deliberasi. Bab ini juga menjelaskan jurnalisme daring.

**BAB IV:** Bagian ini berisi pembahasan gambaran singkat 99 surat kabar dengan tiras terbesar di Amerika Serikat dalam dunia daring berdasarkan data pengamatan. Bab ini juga akan membahas Politifact.com dalam memanfaatkan teknologi internet web2.0 untuk format berita.

**BAB V:** Bagian ini merupakan kesimpulan atas penjelasan yang terdapat pada bab sebelumnya, terutama Bab IV

## BAB II DUNIA DALAM JARINGAN

### II.1 Internet dan World Wide Web

Internet merupakan singkatan dari *Interconnection Networking*, atau ada juga yang menyebutnya sebagai *International Networking*. Internet ialah suatu jaringan yang menghubungkan komputer di seluruh dunia tanpa dibatasi oleh jumlah unit. Karena itu suatu unit dapat mengakses unit lainnya.

#### II.1.1 Sejarah Internet

Awalnya, internet dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969 melalui proyek ARPANET (Advanced Research Project Agency Network). Dalam proyek itu didemonstrasikan bagaimana piranti keras (hardware) dan piranti lunak (software) komputer berbasis sistem operasi UNIX memungkinkan komunikasi dalam jarak yang tidak terhingga melalui saluran telepon. Proyek ARPANET merancang bentuk jaringan, kehandalan, hingga seberapa besar informasi yang dapat dipindahkan. Semua standar itu lah yang menjadi cikal bakal pembangunan protokol baru yang sekarang dikenal sebagai TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol).

Proyek ARPANET dibangun untuk keperluan militer. Pada saat itu Departemen Pertahanan Amerika Serikat bermaksud menghubungkan komputer di daerah-daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir. Pembangunan jaringan komputer itu juga bertujuan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat yang mudah dihancurkan saat perang. Saat itu, ARPANET hanya menghubungkan 3 situs saja yaitu Stanford Research Institute, University of California, Santa Barbara, University of Utah. Akhirnya, internet mulai digunakan secara luas pada awal 90-an.

### II.2 World Wide Web

World Wide Web (www) lebih lazim disingkat web, ialah protokol bagi penyajian informasi di internet. Awalnya, web dikembangkan oleh Lab CERN di

Genewa, Swiss dan kini dikembangkan lebih lanjut oleh World Wide Web Consortium.

Kelahiran web dibidani salahsatunya oleh Tim Berners-Lee. Berners membuat bahasa komputer Hypertext Transfer Protocol(HTTP) yang berfungsi untuk memanggil dokumen di internet. Tim juga mendesain sebuah sistem sehingga dokumen-dokumen itu memiliki alamat yang unik atau biasa disebut domain. Dia juga membuat bahasa Hypertext Markup Language(HTML) untuk membuat sebuah dokumen di internet. Format HTML menjadikan semua teks pada dokumen tersebut dapat terhubung satu sama lainnya, baik di dalam domain yang sama ataupun berbeda.

Karena itu situs web ialah sebuah ruang dokumen di internet yang memiliki alamat unik(Uniform Resource Locator atau URL), dapat diakses secara global, serta memuat teks yang dapat dihubungkan dengan teks lainnya, baik di dalam domain yang sama, atau domain berbeda (tautan atau hyperlink).

Dalam tampilannya, situs web terdiri dari laman (*homepage*) dan situs(*sites*). Laman merupakan halaman muka dari suatu situs web (*web sites*), yang berisi berbagai menu pilihan atau tautan(*link*) yang biasanya berbentuk ikon atau teks, yang merupakan petunjuk berbagai informasi yang ada di dalam web. Sedangkan situs ialah halaman isi atau isi detail informasi dalam situs web.

## **II.2 Internet Sebagai Media Komunikasi**

Studi komunikasi membedakan media menjadi dua kategori yaitu media nirmassa dan media massa. Media nirmassa ialah media non massa atau media yang bukan digunakan untuk kepentingan massa. Contohnya ialah telepon, surat, booklet, pamflet, dan media lain sejenisnya. Sedangkan media massa diwakili oleh televisi, radio, surat kabar dan sebagainya.

Hingga kini, sejumlah studi komunikasi masih memperdebatkan apakah internet bisa menjadi media massa. Namun dalam penelitian ini, saya membatasi untuk mengamati proses komunikasi yang berlaku dalam internet. Media komunikasi seperti surat kabar, televisi dan radio, untuk selanjutnya saya sebut sebagai media komunikasi konvensional.

Terdapat perbedaan karakteristik antara internet dengan media komunikasi konvensional. Perbedaan utama ialah internet merupakan media berbasis komputer. Yang kedua, internet sebagai media komunikasi memiliki penawaran interaktif yang dinamis terhadap penggunaannya. Ketiga, media internet mampu menjadi pusat informasi dan sumber informasi yang tidak terbatas. Keempat, luas jangkauan internet melampaui batas benua, negara dan budaya. Yang kelima, internet juga menawarkan pengembangan bidang jasa maupun bisnis sebagai bagian dari gaya hidup.

Karena itu internet memiliki kekuatan yang tidak dapat dibandingkan dengan media komunikasi konvensional. Yaitu dalam hal bentuk penyampaian dan penerimaan pesan melalui suatu jaringan besar yang luas dengan kemungkinan kecil terputus. Kekuatan lainnya ialah internet sebagai media yang bebas dalam artian tidak dikuasai oleh siapapun, namun dapat digunakan oleh siapapun melalui fasilitas didalamnya. Internet juga merupakan '*long live medium*' yang berarti tidak pernah berhenti dalam mengalirkan informasi dan pesan selama 24 jam penuh sehingga dapat diakses dan digunakan kapanpun dan dimanapun (Sosiawan,2002).

Dibandingkan dengan media konvensional, Sosiawan menyebutkan, internet juga memiliki sifat interaktif tingkat tinggi, yang memungkinkan dirinya sebagai media massa ataupun media komunikasi interpersonal. Karena itu internet memiliki unsur-unsur komunikasi sebagai berikut:

1. *Online media*, yaitu fasilitas dalam internet sebagai media pengirim dan penyampai pesan yang berada di dalam jaringan internet (daring).
2. *Encoder dan decoder transfer agent*, yaitu sistem penyandian yang mengubah data dalam bentuk teks, grafik suara serta citra bergerak ke dalam datagram atau sebaliknya untuk dikirimkan ke dalam jaringan internet.
3. *Technical chaser*, yaitu hambatan bersifat teknis berupa gangguan dalam bentuk putus hubungan (*connection failed* atau *server down*)

4. *Chaser*, yaitu hambatan dalam persepsi terhadap pesan, pengetahuan operasional internet dan penguasaan bahasa.
5. *Switching Role*, yaitu alih peran antara pengirim pesan dan penerima pesan yang terjadi dalam komunikasi interaktif melalui medium internet.

Karakteristik sebuah situs web yang berada di dalam jaringan internet pada akhirnya mengikuti sifat internet itu sendiri. Dilihat dari aspek komunikasi, pada dasarnya terdapat lima dimensi yang membedakan situs web sebagai media komunikasi dengan media massa tradisional lainnya. Yang pertama, situs web dapat memadukan multimedia termasuk teks, audio, grafis, animasi, video. Sifat ini biasa dikenal dengan istilah konvergensi.

Kedua, situs web berhasil melepaskan diri dari belenggu linieritas karena memiliki tautan yang bisa ditautkan kemana saja. Artinya, sumber informasi bisa berasal dari mana saja dan kemana saja. Dengan kata lain, tidak mungkin ada satu orang pun yang bisa membatasi akses untuk mengontrol perhatian pengguna atau pembaca situs web. Kondisi ini biasa disebut hipertekstualitas.

Internet juga mampu mengorganisasikan informasi dan dapat menyajikannya sesuai keinginan pengguna sehingga memenuhi dimensi ke tiga yaitu kustomisasi atau personalisasi isi.

Keempat, situs web membuka komunikasi dengan cepat dan sangat memungkinkan kombinasi komunikasi lintas ruang dan zona waktu. Dimensi kelima ialah adanya sifat interaksi. Komunikasi melalui internet menggarisbawahi peranan jurnalisme interaktif. Bukti interaksi ini misalnya dapat dilihat dari medium chat, misalnya Internet Relay Chat(IRC). (Newhagen&Rafaeli,1996)

Internet berbeda dengan jenis media massa yang muncul sebelumnya seperti media cetak surat kabar dan majalah, radio dan televisi. Berdasarkan gagasan teori media yang disampaikan Hans Magnus Enzensberger, internet bertolak belakang dengan seluruh karakteristik yang dikategorikan Enzenberger sebagai media yang represif.

Sebaliknya, internet memenuhi sejumlah karakteristik yang digolongkan Enzenberger sebagai media emansipatoris atau medium pembebasan. Yaitu menawarkan desentralisasi informasi, mobilisasi massa, interaksi dengan

pengguna, satu pemancar dan satu penerima, proses pembelajaran politik, produksi secara kolektif, dan kontrol sosial melalui organisasi itu sendiri.

Berdasarkan kategori itu internet memang dipercaya dapat mewujudkan potensi media massa sebagai penguat demokratisasi, terutama gagasan yang secara luas dikenal dengan *cyberdemocracy* (Rheingold, 2002) atau demokrasi melalui internet.

### II.3 Web2.0

Kehancuran bisnis 'dotcom' sekitar tahun 2001 merupakan titik penting bagi kemunculan web2.0. Istilah web2.0 dipakai untuk membedakan dengan kemunculan internet di era awal, yang kemudian biasa disebut dengan istilah web1.0. Namun bagi penemu web Tim Berners-Lee, web2.0 semata merupakan jargon.

Berners-Lee menyatakan: Web1.0 sebelumnya sudah menghubungkan manusia, sudah merupakan ruang yang interaktif dan web2.0 hanyalah kepingan jargon. Jika web2.0 bagi Anda ialah blog dan wiki, maka itu berarti hubungan dari orang ke orang. Tapi itu pun sudah menjadi tujuan web yang seharusnya selama ini. Nyatanya, standar yang digunakan web2.0 sebelumnya telah dihasilkan oleh semua orang yang bekerja dalam ruang lingkup web1.0. (Laningham (ed.), developer Works Interviews, 22 Agustus 2006).

Terminologi web2.0 pertamakali diperkenalkan oleh Tim O' Reilly, pemilik O'Reilly Media Inc sekitar tahun 2004. Istilah itu disebutkan oleh Dale Dougherty, wakil presiden direktur O'Reilly Media, dalam konferensi web2.0 yang digelar pertamakalinya saat itu. Tim penggodok ide penamaan web2.0 saat itu berkeinginan untuk menampilkan perasaan 'sesuatu yang lebih meledak' bagi pengguna internet, dengan beragamnya aplikasi baru.

O'Reilly menyebutkan tujuh prinsip dasar web2.0 dilihat dari bentuk aplikasi atau layanannya. Prinsip-prinsip itu meliputi:

#### 1. Menggunakan platform web.

Platform yang digunakan ialah web yang sudah dikenal secara luas. Tidak ada perubahan tampilan mendasar, dan masih berdasarkan pada prinsip-prinsip

web. Artinya, web2.0 tidak memiliki tampilan yang janggal dan masih terlihat seperti situs web pada umumnya.

## 2. Mendukung kolaborasi banyak pengguna.

Dasar dari sebuah web ialah saling terhubungnya satu teks kepada teks lainnya. Pada web2.0, keterkaitan ini menjadi lebih kompleks. Ketika pengguna menambah sebuah isi dalam jaringan internet, alamat itu dapat dihubungkan dengan teks lain dalam domain yang sama, atau berbeda.

Web2.0 khas sebagai 'ruang kerja bersama' dimana semua pengguna dapat berkontribusi pada domain yang sama. Isi web tidak lagi sepenuhnya menjadi hak penuh pemilik web meski ia masih memiliki kendali. Isi web dapat diperbarui oleh siapapun, dengan atau tanpa ijin pemilik web. Contoh paling jelas dari sifat ini ialah wikipedia. Bahasa pemrogramannya disebut Wiki.

## 3. Manajemen basis data (Data is the Next Intel Inside)

Nyawa dari web2.0 ialah manajemen data. Pada web2.0, sebuah informasi dapat dilabeli sehingga dapat ditampilkan sesuai label yang ditentukan. Contoh paling hebat atas sistem ini ialah mesin pencari Google. Semua teks yang ada di internet, dilabeli lalu ditampilkan sesuai kata kunci yang diketikkan pengunanya.

## 4. Berakhirnya siklus rilis piranti lunak

Dalam generasi web2.0, piranti lunak bukan lagi sebuah produk, tapi servis. Google, dapat dilihat sebagai piranti lunak yang mengatur tampilan data sesuai keinginan pengguna. Begitu juga dengan situs berbagi video Youtube ataupun situs berbagi foto Flickr.

Bahasa pemrograman dinamis seperti PHP misalnya, disediakan gratis sebagai sebuah sumber terbuka(open source). Karena itu pengembangannya dapat dilakukan secara kolaboratif oleh semua pengguna internet.

## 5. Model pemrograman yang lebih sederhana

Era web2.0 ialah masa ketika semua orang dapat membuat situs web, sekaligus 'memasarkannya' dalam internet sehingga mudah ditemukan. Kini, untuk memiliki sebuah situs web, semua orang dapat dengan mudah membuatnya. Caranya hanya mendaftar ke sebuah layanan pembuat situs otomatis, lalu mengisi situs web seperti halnya menulis surat elektronik. Setelah itu pengguna hanya

perlu memilih pilihan 'publikasikan' dan pengguna sudah memiliki situs web dengan tampilan jauh lebih baik dibandingkan web generasi pertama.

6. Beragam piranti lunak pada satu peralatan tunggal.

Era web2.0 ialah era dimana sebuah telepon seluler bisa digunakan sekaligus sebagai kamera untuk memotret kecelakaan di jalan, lalu sekaligus mengirimkan foto itu melalui internet ke situs berita.

7. Pengguna akan memiliki pengalaman yang sangat kaya di sebuah situs web berbasis web2.0.

Web generasi pertama ialah tampilan halaman sebuah web yang statis. Pengguna hanya membaca atau melihat, lalu meninggalkan komentar pada sebuah 'buku tamu' atau 'papan pesan' dalam bulletin board. Pengguna tidak bisa merekomendasikan informasi tersebut secara langsung dan tidak dapat mengetahui kesamaan minat.

Pada web2.0, keterbatasan itu hilang. Pengguna sekaligus dapat berperan sebagai kontributor, misalnya menuliskan artikel pada wikipedia. Pengguna juga dapat mencari sebuah informasi dengan mudah sesuai kebutuhannya dengan mengetikkan kata kunci dalam kotak pencarian. Pengguna juga dengan mudah membaca headline terbaru di situs surat kabar tanpa harus membuka situs asalnya.

Namun, pembeda penting yang menjadi kunci untuk memahami dimana batas-batas yang berlaku antara web dan web2.0, dijelaskan oleh Paul Anderson sebagai berikut: web dipahami sebagai himpunan dari teknologi dan web2.0 lebih merupakan upaya untuk mengkonsepsikan arti dari himpunan 'output' teknologi web. (Anderson, 2007)

### **II.3.1 Aplikasi Berbasis Web2.0**

Dalam bentuk aplikasi, teknologi internet web2.0 dapat dibagi menjadi empat kategori, yaitu kategori teknologi kolaborasi massal, komunikasi massal, estimasi kolektif, kreasi metadata dan pemetaan sosial. (Chul, Miller, Roberts 2009).

#### **II.3.1.1 Aplikasi Bersifat Kolaborasi Massal**

Aplikasi web2.0 sebagai teknologi kolaborasi massal memungkinkan pengguna berkreasi atau berkreasi ulang atas sebuah isi. Yang termasuk dalam aplikasi kategori ini misalnya sistem wiki.

The image shows a screenshot of the Wikipedia article for 'Web 2.0'. At the top left is the Wikipedia logo with the text 'WIKIPEDIA The Free Encyclopedia'. Below it are navigation links: 'Main page', 'Contents', 'Featured content', 'Current events', and 'Random article'. There is a search bar with 'Go' and 'Search' buttons. Under 'Interaction', there are links for 'About Wikipedia', 'Community portal', 'Recent changes', 'Contact Wikipedia', 'Donate to Wikipedia', and 'Help'. The main content area has a heading 'Web 2.0' and a sub-heading 'From Wikipedia, the free encyclopedia'. A note says 'Have questions? Find out how to ask questions and get answers' with links for 'article', 'discussion', 'edit this page', and 'history'. A red arrow points to a note: 'It has been suggested that Web 2.0 be merged into this article'. The main text defines 'Web 2.0' as a second generation of web development characterized by communication, information sharing, interoperability, user-generated content, and collaboration. It mentions that the term was coined by Darcy DiTucci in 1999 and is now associated with Tim O'Reilly.

Gambar2.1 Tampilan situs web wikipedia

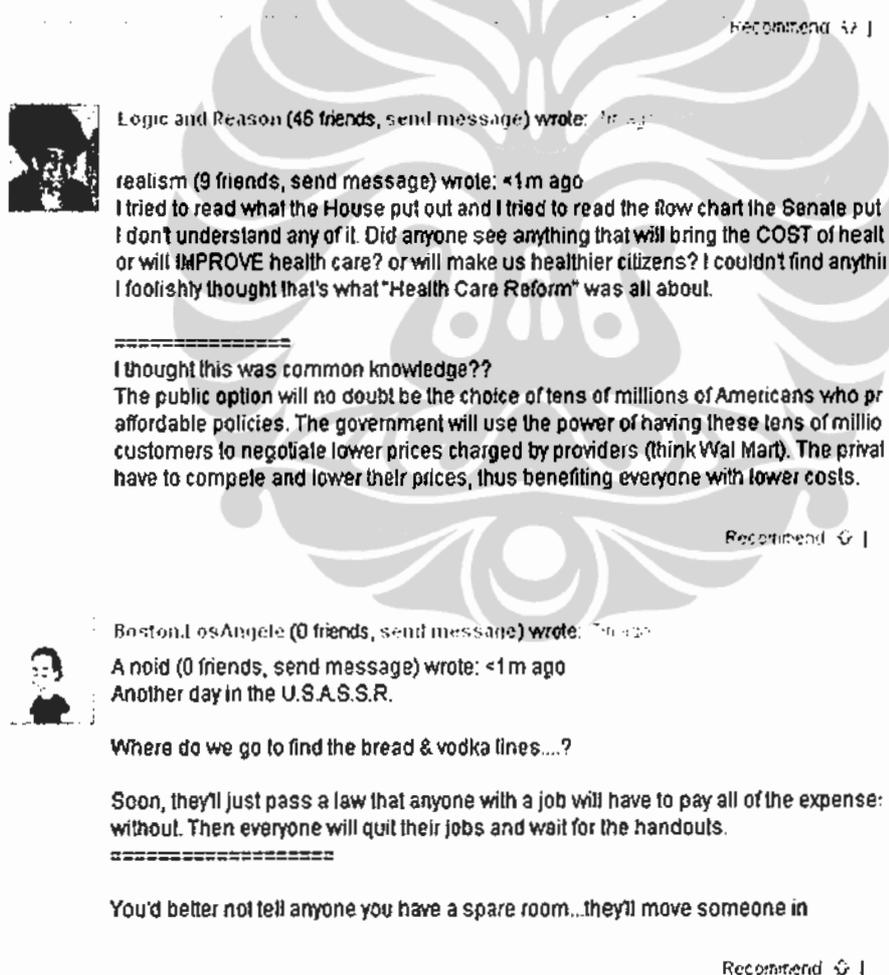
Sistem wiki ialah sistem yang memungkinkan siapa saja berkontribusi memproduksi isi. Pengguna hanya cukup mendaftarkan identitasnya untuk mendapatkan hak akses lalu dapat menambah atau memperbarui isi. Fleksibilitas wiki tergolong sangat ekstrim. Semua orang bebas menulis apa saja. Kendali, dalam hal ini, terletak pada publik dan administrator yang biasanya mengendalikan muatan yang bersangkutan dengan isu SARA.

Wiki ialah halaman web atau kumpulan dari halaman web yang dapat diedit dengan mudah oleh siapapun yang memiliki akses. Produk yang populer ialah Wikipedia, yang berhasil mengaplikasikan konsep kolaborasi dalam sebuah ruang di dunia maya, dan produknya sungguh-sungguh merupakan produksi dari kerja tim.

Halaman Wiki memiliki tombol edit pada tampilan yang terlihat di monitor, dan merupakan perangkat daring yang mudah digunakan. Siapapun yang

bisa mengedit juga dapat menambahkan tautan ke halaman-halaman lainm sehingga sekaligus berfungsi sebagai navigasi. Sistem wiki memiliki fitur sejarah(history) yang memungkinkan artikel versi sebelumnya selalu dapat diperiksa. Pada situs web Wikipedia, semua fitur itu terletak di bagian atas halaman situs.

Aplikasi lainnya yang mendukung kolaborasi massal ialah fasilitas komentar untuk sebuah artikel. Pada web2.0, sebuah artikel tidak tampil dalam medium yang sulit diakses. Sebuah artikel ialah muatan yang selalu bisa dikomentari, diralat bahkan diapresiasi secara langsung dan terbuka, dengan menggunakan aplikasi komentar terkait artikel.



Gambar2.2 Tampilan komentar terkait artikel pada situs web usatoday.com

Pemilik situs web dapat mengatur sistem komentar ini secara bertingkat. , apakah diatur sebebaskan-bebasnya dalam arti pengunjung situs web dapat berkomentar apa saja tanpa dimintai identitas dan validasi. Tingkat kedua, pemilik situs web dapat membatasi siapa saja yang boleh berkomentar, misalnya dengan cara menyaring berdasarkan keanggotaan pengunjung atau sekadar kewajiban meninggalkan identitas berupa alamat surat elektronik.

Pemilik situs web juga dapat mengatur apakah pengunjung situs yang akan memberi komentar harus melakukan tes terlebih dahulu untuk membuktikan bahwa dirinya benar-benar manusia dan bukan mesin yang sekadar meninggalkan tautan untuk mengejar jumlah traffic atau lalu lintas internet yang tinggi. Biasanya test berupa tampilan objek, bisa berupa huruf atau angka, yang dibuat tidak terlalu jelas namun masih bisa dibaca. Salah satu tipe tes untuk meyakinkan bahwa respon yang ditinggalkan pada situs benar-benar berasal dari manusia itu dinamakan Captcha.



Gambar2.3 Contoh Captcha

### II.3.1.2 Aplikasi Bersifat Komunikasi Massal

Kategori kedua ialah teknologi komunikasi massal yaitu aplikasi berbasis web2.0 yang memungkinkan pengguna menyebarkan informasi secara luas. Misalnya youtube yang dapat menyebarkan video dengan luas atau flickr untuk foto. Blog juga termasuk dalam kategori ini.

Blog berasal dari kata weblog. Istilah ini muncul pertama kali pada Desember 1997 oleh Jorn Barger. Istilah weblog digunakan Barger untuk menyebutkan kelompok situs web pribadi yang selalu diperbarui secara berkelanjutan dan berisi tautan ke situs web lain yang mereka anggap menarik. Format blog biasanya cenderung sederhana, biasanya terdiri dari dua atau tiga kolom, dan memanjang kebawah berdasarkan urutan isi yang kronologis sesuai waktu. Isi blog biasa disebut *posting*, yang bisa berupa tulisan, gambar, video hingga audio yang dipublikasikan pada situs web.

## Arts

## Culture News and Views

By Glenn Feldman

## Bello Nock to Return to Big Apple Circus

By Glenn Feldman

Bello Nock, the star clown with the vertical red hair who left the Big Apple Circus in Manhattan in 2006 to become the big-top headliner at the Singing Brothers and Barnum & Bailey Circus for eight years, will return to the one-ring Big Apple tent at Lincoln Center on Oct. 24 for a yearlong tour.

Mr. Nock, the 40-year-old daredevil who was last seen in New York two years ago in a



## Search This Blog

- Things Publicists Send Us: There Will Be Blood

## In the Spotlight

- A Hard Day's Night Will
- New 'Harry Potter' Muv
- Journalists Will No Lon Awards
- WQXR, Classical Radio Times Company
- Potter's Magic Numbers

The Life and Death of Michael Jackson  
 Complete coverage of the King of



Gambar2. 4 Tampilan Blog The new York Times

Terdapat tiga karakter khas pada blog yaitu *permalink*, *blogroll* dan *trackback*. Saat mem-*posting*, penulis akan diminta menuliskan judul yang sekaligus akan menjadi alamat URL. Jadi URL yang terbentuk akan berupa deretan nama yang memudahkan sistem basis data, disebut *permalink*. Pada web1.0, biasanya alamat URL akan berupa sederetan karakter yang dipahami apa adanya.

1.  <http://artsbeat.blogs.nytimes.com/2009/07/15/bello-nock-to-return-to-big-apple-circus/>



Gambar2.5 Contoh Permalink

Setiap *posting* pada blog biasanya dilabeli (*tagged*) dengan sejumlah kata kunci, sesuai dengan kategori *posting* tersebut. Hal ini akan memudahkan bagi pengunjung ataupun pemilik bulog itu sendiri dalam menemukan dokumennya. Biasanya pada blog, daftar kategori dan daftar label tertera di laman. Jadi, ketika kategori atau label itu di-*'klik'*, maka semua *posting* sesuai label dan kategori yang dipilih akan muncul secara berurutan berdasarkan tanggal *posting* atau popularitas *posting*-an. Hal ini memudahkan pengunjung untuk menggali kedalaman *posting* sesuai kebutuhannya. *Posting* pada blog dapat diurutkan sesuai

waktu publikasi terbaru, atau justru terlama. Pada halaman depan, pemilik blog dapat menampilkan daftar alamat situs favoritnya, yang disebut *blogroll*.

Pemilik blog disebut *blogger*, dan kumpulan blog disebut *blogosphere*, biasanya berupa komunitas. Kegiatan untuk melihat-lihat blog lain disebut *blogwalking*. Ketika misalnya blogger A meninggalkan komentar pada sebuah blog B, maka ia akan diminta menuliskan identitas yang berarti akun blog miliknya. Kemudian, saat B atau blogger lain C membaca komentarnya, mereka dapat langsung menuju blog A karena blog mereka saling terkait. Inilah yang disebut *trackback*.

Dengan *trackback*, seorang *blogger* dapat melakukan kunjungan balasan menghasilkan traffic atau lalu lintas yang berpengaruh pada tingkat popularitas sebuah situs web secara umum, dan blog secara khusus. Semakin populer sebuah situs web, maka akan semakin mudah ditemukan orang lain dengan hanya mengetikkan kata kunci di mesin pencari seperti Google.

Blog biasa digunakan untuk menuliskan apapun dari pandangan individu masing-masing. Karena itu sifatnya personal dan intim dan lebih mirip jurnal atau *diary*. Hubungan antara blogger dan pengunjung biasanya terbangun dari komentar-komentar yang ditinggalkan pengunjung.

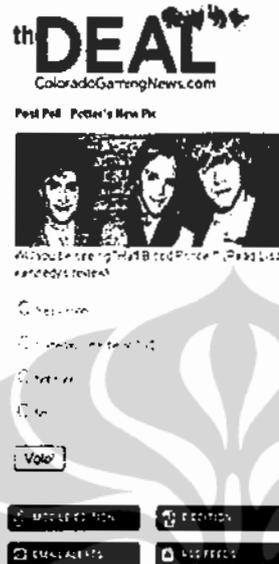
Konsep situs berbagi video Youtube dan situs berbagi gambar Flickr serupa dengan blog multi user, atau blog yang dimiliki banyak orang. Jika dilihat dari tampilan antar mukanya (*interface*), Youtube dan Flickr mirip sebuah katalogus. Siapapun bisa mem-*posting* foto pada Flickr dan Youtube asalkan dia memiliki akses dengan terlebih dahulu mendaftar menjadi anggota.

Flickr dan Youtube digolongkan ke dalam kategori komunikasi massal karena posting yang diletakkan pada situs itu mudah dicari melalui mesin pencari. Penyebabnya, permalink dan label yang memudahkan sistem basis data mengorganisasi informasi tersebut dan memunculkannya saat ada yang membutuhkannya.

### II.3.1.3 Aplikasi Bersifat Estimasi Kolektif

Kategori ketiga ialah aplikasi web2.0 bersifat estimasi kolektif yaitu aplikasi yang memungkinkan pengguna mengetahui minat dan pendapat kolektif.

Misalnya aplikasi polling atau voting yang bersifat *real-time* sehingga pengguna dapat langsung mengetahui minat kolektif komunitas tertentu.



Gambar2.6 Voting pada denverpost

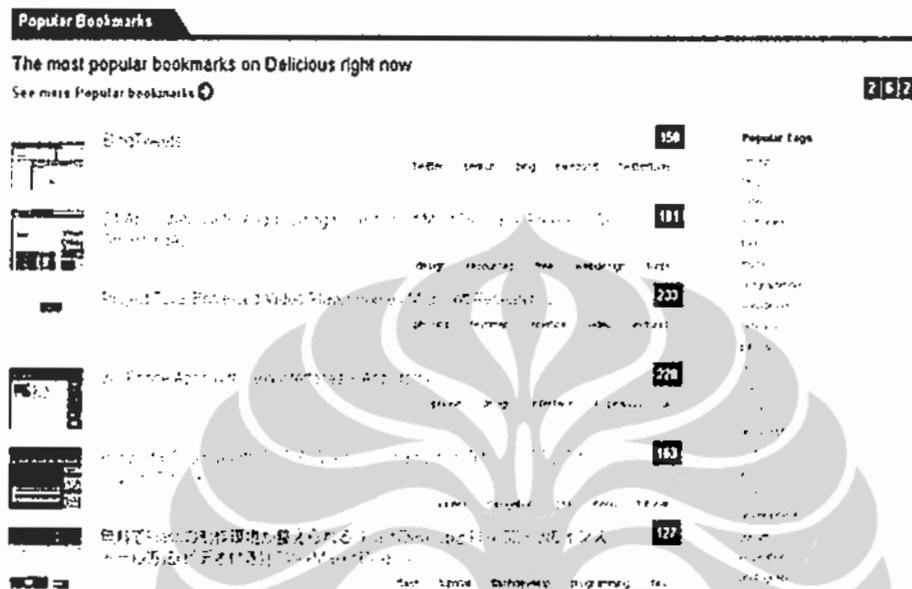
#### II.3.1.4 Aplikasi Bersifat Kreasi Metadata

Kategori keempat ialah aplikasi web2.0 yang merupakan teknologi kreasi metadata. Definisi sederhana metadata ialah data mengenai data lainnya. Dalam sebuah metadata, terdapat informasi mengenai isi dari suatu data yang dikumpulkan dalam sebuah basis data. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk menambahkan label atas informasi primer sehingga lebih bernilai dan mudah dicari. Misalnya *tagging*, *social bookmarking* dan *RSS*

Tag ialah teks yang bisa ditambahkan pada objek digital lainnya seperti tulisan, foto, rekaman bunyi dan video sebagai keterangan yang menggambarkan objek tersebut. Tag memudahkan pencarian, namun bukan bagian dari klasifikasi atau label objek. Tagging berarti melakukan tag.

Social bookmarking ialah sebuah sistem yang mengijinkan penggunanya membuat daftar dari link-link favorit mereka, untuk disimpan di situs web lain, lalu dapat digunakan oleh pengguna lain. Bayangkan seperti menandai halaman buku yang disukai. Namun penanda itu dapat dikumpulkan di suatu tempat sehingga orang lain dapat mengetahui apa yang sudah Anda baca.

Dalam lingkungan web2.0, penanda itu masih bisa di-tag, sehingga akan sangat memudahkan saat pencarian. Awal kemunculan fenomena *social bookmarking* ialah del.icio.us.



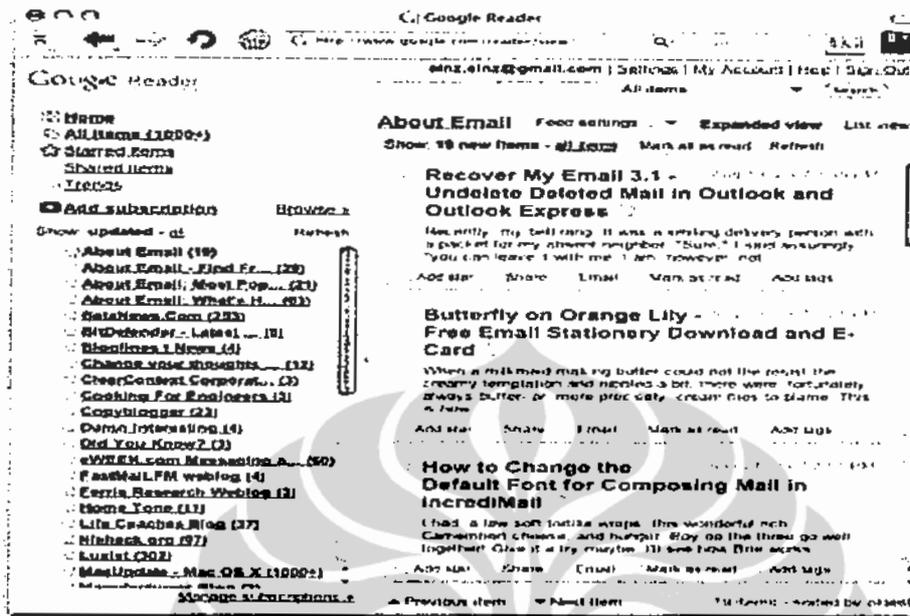
Gambar2.7 Tampilan situs *social bookmarking* del.icio.us

Sedangkan RSS ialah singkatan dari Really Simple Syndication. Aplikasi ini semacam sindikasi atau keluarga format yang bisa dipasang di sebuah situs web, blog ataupun podcast. Web yang memiliki layanan RSS berarti bisa 'ditarik' oleh sebuah aggregator untuk dibaca di tempat lain. Dengan begitu, pengguna dapat mengetahui 'up date' situs web dari tempat lain tanpa harus melihat ke situs awal.

Jika kita bertindak sebagai pengunjung yang dalam hal ini bertindak sebagai konsumen informasi, maka kita dapat memanfaatkan sebuah aggregator untuk 'mengumpulkan' RSS situs web favorit ke dalam satu tampilan saja. Contoh *aggregator* ialah bloglines.com atau Google reader. Sebelumnya, kita harus mendaftar terlebih dahulu pada layanan aggregator, lalu memasukkan RSS situs web mana saja yang kita inginkan.

Jika kita dalam posisi pemilik situs web, maka aplikasi RSS harus dipasang terlebih dahulu pada situs web. Blog pada blogspot atau wordpress sudah dilengkapi dengan layanan ini. Fungsi RSS ialah mempercepat persebaran posting

baru kepada mereka yang memasukkan RSS situs web kita dalam aggregator mereka.



Gambar2.8 Tampilan aggregator Google reader

### II.3.1.5 Aplikasi Bersifat Pemetaan Sosial

Kategori terakhir ialah aplikasi web2.0 yang berfungsi sebagai pemetaan sosial yang berfungsi untuk meningkatkan hubungan antar manusia dengan saling mempertukarkan aplikasi. Jejaring sosial (social network) seperti Facebook dan Friendster termasuk dalam kategori ini.

Jejaring sosial ialah sebuah sistem yang memungkinkan seseorang terhubung dengan orang-orang lainnya, baik yang sudah ia kenal atau yang belum dikenal. Dalam sistem ini, sebuah informasi menyebar kepada individu-individu lain yang terhubung didalam satu kelompok. Begitu juga yang terjadi pada penyebaran aplikasi sehingga bersifat lebih interaktif. Jejaring sosial memfasilitasi pertemuan antar manusia, mempertemukan pemikiran yang serupa untuk saling berbagi konten

## II. 4 Desa Global

Sosiolog asal Kanada, Marshall McLuhan membagi tiga periode sejarah manusia menurut media komunikasinya. Dalam bukunya, The Gutenberg

Galaxy(1962), McLuhan memaparkan tiga periode itu sebagai era preliterasi, era Gutenberg dan desa global (global village).

Era preliterasi ialah masa dimana manusia berkomunikasi menggunakan medium oral sehingga berkembanglah kehidupan “kultur telinga”. Kehidupan ini, menurut McLuhan, membuahkan perilaku ketergantungan yang tinggi satu sama lain, tidak individualis, sehingga memiliki akar kuat pada lingkungan sosial, termasuk nilai-nilai yang dianut.

Era kedua ditandai dengan inovasi mesin cetak Gutenberg. Pada era ini manusia memasuki tradisi menulis yang kemudian berkembang menjadi tradisi cetak. Menurut McLuhan, penggunaan medium tulisan atau cetakan kemudian menjauhkan individu dari suara, sentuhan, serta respons secara langsung. Akibatnya, muncul sifat-sifat introspektif, rasional, serta individualis. Selain itu juga pada masa ini manusia mulai menumbuhkan pengetahuan, termasuk konsep individu, simbol kelompok, konsep bermasyarakat, konsep bernegara, dan lain-lain.

Era ketiga ialah masa dimana manusia mulai menggunakan perangkat elektronik untuk berkomunikasi. Perangkat itu mengaburkan batas-batas fisik, ruang dan waktu, serta kepemilikan publik dan privat. Karenanya batas-batas daerah dan negara menjadi hilang. Dalam periode ini, McLuhan juga menyebutkan bahwa otoritas media cetak mulai menurun. Globalisasi yang menekankan keniscayaan pasar bebas banyak bersandar pada potensi jaringan informasi yang mengandalkan pengetahuan.

Kemunculan revolusi teknologi informasi membuat sebagian besar tatanan kehidupan dunia, seperti sosial, politik, ekonomi, seni dan budaya berubah drastis. McLuhan, dalam bukunya *Understanding Media* (1964), menyebutkan, bahwa dengan ditemukannya media canggih, dunia menjadi seperti desa buana (global village) atau desa global. McLuhan menggambarkan, dalam kondisi ini dunia menjadi sebuah desa yang besar, dimana warganya saling terhubung dengan perangkat elektronik dan menerima atau mengirimkan pengaruh secara global karena telah tercipta jaringan kompleks informasi.

McLuhan juga mengemukakan tinjauan kritis terhadap fungsi media internet. Yaitu media tidak saja menjadi kepanjangan tangan manusia, tetapi juga

menyimpan kekuatan untuk mengubah perilaku manusia. Fungsi inilah yang kemudian menjadi fokus kritik-kritik tajam kajian posmodernisme terhadap modernitas.

Dalam pandangan McLuhan, peralihan dari era teknologi mekanik ke era teknologi listrik akan membawa peralihan pula pada fungsi teknologi sebagai perpanjangan manusia menuju perpanjangan tahap akhirnya. Yaitu dari perpanjangan badan di dalam ruang, menuju perpanjangan sistem saraf. Karena Perkembangan teknologi informasi mampu mengatasi dimensi waktu, ruang dan jarak.

### **II.5 Trend Perilaku Daring Warga Amerika Serikat**

Pada awal popularitas internet era 1990 an, warga Amerika Serikat mulai menerima informasi yang dikirim ke komputer pribadi mereka melalui internet. Karena itu, aplikasi surat elektronik ialah aplikasi yang paling populer. Majalah Newsweek edisi 20 September 1999 menyebutkan bahwa sepertiga pengguna internet di Amerika Serikat telah memanfaatkan teknologi internet untuk berbelanja, berkonsultasi dengan dokter, mendengarkan radio, membaca berita, berkirim surat, melakukan investasi, melakukan hubungan telepon bahkan melakukan hubungan sex secara virtual (*virtual sex*).

Keunggulan media dalam jaringan(*daring*) atau biasa disebut media *online* itu kemudian menggerakkan pasar ke ranah ruang virtual. Keunggulan ini melahirkan industri 'dotcom' yang sempat meledak di awal 90-an dan bertahan hingga satu dekade sebelum akhirnya runtuh di awal tahun 2000.

Perilaku orang pun berubah, yaitu lebih banyak mengonsumsi informasi dari jaringan internet. Ketika bisnis 'dotcom' kemudian meredup, orang tidak meninggalkan internet. Mereka tetap membaca surat elektronik dan mencari informasi di internet.

Pada masa kampanye pemilihan presiden AS tahun 2008, warga AS mulai mencari informasi, berita dan berperan serta aktif pada topik politik seputar kampanye. Penelitian Pew Internet & American Life Project menunjukkan, sebanyak 60% pengguna internet sengaja 'online' untuk mendapatkan berita seputar kampanye. Sedangkan 38% pengguna internet membicarakan masalah-

masalah politik selama kampanye melalui internet dan 59% pengguna internet berbagi atau menerima informasi kampanye melalui perangkat khusus seperti surat elektronik, pesan instan, pesan teks singkat atau Twitter.

Penelitian Ac Nielsen yang dirilis Maret 2009 berjudul Nielsen Global Face 2009 juga menunjukkan kecenderungan perubahan perilaku. Penelitian yang dilakukan AC Nielsen sejak Desember 2007 hingga Desember 2008 menunjukkan dua pertiga populasi pengguna internet dunia mengunjungi situs jejaring sosial dan blog, yang dikategorikan sebagai member community.

Konsumsi waktu kunjungan ke jejaring sosial dan blog mencapai 10 persen konsumsi total akses internet. Fakta itu menempatkan jejaring sosial dan blog sebagai aplikasi internet yang paling disukai nomor empat, mengalahkan aktivitas mengirim surat elektronik.

Khusus di Amerika Serikat, 10,6 juta orang atau 19% total pengguna internet mengakses jejaring sosial dari telepon seluler mereka. Angka ini naik 156% dibandingkan periode penelitian Nielsen sebelumnya.

Kenyataan itu menguatkan pemikiran McLuhan, bahwa teknologi internet memiliki kekuatan mengubah perilaku manusia. Dari tahun ke tahun, perubahan perilaku tersebut mengindikasikan sebuah perubahan yang mengikuti perkembangan aplikasi dalam jaringan internet.

## **II.6 Surat Kabar Amerika**

Dominasi internet dalam kehidupan sehari-hari warga AS dengan sendirinya menciptakan pasar daring dan memengaruhi perubahan bisnis surat kabar. Laporan Biro Audit Sirkulasi (Audit Bureau of Circulation) di AS menunjukkan bahwa tingkat penurunan sirkulasi surat kabar edisi hari kerja yaitu Senin sampai Jumat terjadi dari tahun ke tahun.

Seperti diberitakan kantor berita AP pada 27 April 2009, sirkulasi surat kabar turun 7.1% menjadi 34.4 juta, selama sejak Oktober 2008 – Maret 2009. Penurunan itu menjadi yang terbesar sejak tren penurunan sirkulasi harian surat kabar AS dimulai awal 1990-an. Dalam 16 bulan hingga Maret 2009, sirkulasi surat kabar AS terus merosot. Sebelumnya, sirkulasi surat kabar AS pada April-

September 2008 mengalami penurunan 4.6%, melanjutkan penurunan 3.6% pada Oktober 2007-Maret 2008.

Dalam laporan tersebut, Biro Audit Sirkulasi menyebutkan perilaku pembaca yang beralih ke internet untuk mencari informasi ialah penyebab utama penurunan sirkulasi surat kabar harian edisi Senin sampai Jumat.

Temuan itu selaras dengan hasil survey Nielsen Online untuk Newspaper Association of America. Situs web mediapost.com memberitakan hasil survey tersebut menunjukkan kenaikan jumlah pengunjung situs web surat kabar AS sebesar 12% sepanjang tahun 2008, jika dibandingkan dengan tahun 2007. Atau bertambah menjadi rata-rata 67.3 per bulan. Laporan Nielsen Online sebelumnya menunjukkan pengunjung situs web surat kabar Amerika versi daring selama tahun 2007 tumbuh enam persen dibandingkan tahun 2006 atau bertambah lebih dari 3,6 juta. Sepanjang tahun 2007, jumlah pengunjung situs web surat kabar daring Amerika rata-rata 62.8 juta per bulan.

Sementara itu, jumlah situs web surat kabar Amerika mencapai 2.165 berdasarkan data American Journalism Review(AJR) per tanggal 30 Juni 2009. Jumlah itu meliputi 1.160 situs web untuk kategori berita harian dan 1.005 situs web surat kabar berkategori penerbitan berkala, umumnya mingguan. Sumber data yang sama menunjukkan jumlah situs web surat kabar Amerika mencapai 1.279 pada 2003 dan 512 pada 1999.

## BAB III

### Internet Sebagai Ruang Publik

#### III.1. Gagasan Ruang Publik Habermas

Ruang publik, berdasarkan pemikiran Jurgen Habermas, ialah suatu wahana dimana setiap warga masyarakat dapat saling berargumentasi tentang berbagai masalah yang terkait dengan kehidupan mereka dan kebaikan bersama, sehingga membentuk opini publik. Ruang publik juga harus bisa diakses oleh setiap warga masyarakat.

Gambaran utuh mengenai ruang publik terdapat dalam buku Habermas yaitu *The Structural Transformation of The Public Sphere : An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (1989). Dalam buku itu, terdapat dua tema utama yang dibahas. Yaitu asal mula historis ruang publik borjuis dan analisis terhadap perubahan struktural ruang publik di zaman modern yang ditandai oleh bangkitnya kapitalisme, industri kebudayaan, dan makin kuatnya posisi organisasi-organisasi ekonomi serta kelompok bisnis besar dalam kehidupan publik (Hardiman; 2004)

Habermas merefleksikan konsep ruang publik berdasarkan deskripsi historisnya pada abad ke-17 dan ke-18. Pada masa itu, kedai kopi atau kafe, salon dan komunitas diskusi seperti klub sastra dan klub politik menjadi pusat berkumpul dan berdebat tentang masalah-masalah politik. Sama halnya dengan lembaga diskusi politis seperti parlemen dan balaikota. Surat kabar dan jurnal yang ketika itu berperan sebagai penyedia informasi untuk bahan perdebatan politis, juga menjadi bagian dari ruang publik.

Sedangkan yang disebut publik dalam pandangan Habermas ialah kalangan nonbangsawan yang meliputi pedagang dan pengusaha yang muncul akibat dari lahirnya ekonomi pasar. Jumlah kelompok ini semakin bertambah dan pengaruhnya semakin luas. Sementara lembaga – lembaga politik mapan saat itu tidak mengakomodasi partisipasi golongan swasta tersebut. Hingga akhirnya, mereka leluasa berdiskusi di ruang publik.

Walaupun mereka bukan kaum bangsawan, mereka tergolong kaum terpendang karena pendidikan dan kekayaan. Karena itu, senjata utama kaum non bangsawan ialah pengetahuan. Golongan swasta ini, dalam diskusi-diskusi

mereka, menantang pemahaman mengenai hakikat kekuasaan yang berlaku saat itu.

Dengan klaim pengetahuan mengenai kepentingan umum, golongan ini berusaha mengubah masyarakat menjadi suatu ruang otonomi privat yang bebas dari campur tangan politik. Mereka juga berusaha merombak negara menjadi otoritas yang terbatas pada beberapa fungsi saja dan dapat diawasi oleh publik. Pemikiran itu menghasilkan dua ruang yaitu ruang otonomi privat dan ruang politik negara. Ruang publik berada diantara kedua ruang tersebut dan berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan kepentingan pribadi dari individu-individu dalam kehidupan keluarga dengan kepentingan kehidupan sosial dan publik yang muncul dalam konteks kekuasaan negara.

Pada tataran ideal, ruang publik mengubah otoritas politis negara menjadi otoritas 'rasional' dalam ruang publik. Rasionalitas itu diukur oleh sejauh mana kepentingan umum terwakili. Tercapainya rasionalitas tersebut dijamin oleh ruang publik.

Dalam ruang publik semacam itu, warga masyarakat menikmati kebebasan berkumpul, berbicara, berpendapat dan berpartisipasi aktif dalam debat politik. Kepublikan yang terjadi dalam ruang publik itu, dengan sendirinya mengkritisi proses-proses pengambilan putusan yang tidak bersifat publik. Sehingga perbedaan-perbedaan yang terjadi dalam berbagai kepentingan dan pendapat pribadi itu akhirnya menemukan kepentingan umum dan mencapai konsensus bersama.

Kemunculan ruang publik, dalam pandangan Habermas, menandai sebuah kebangkitan ketika individu dan kelompok dalam masyarakat membentuk opini publik, menyuarakan tanggapan mereka terhadap apapun yang terkait dengan kepentingan mereka, serta memengaruhi praktik-praktik politik.

Habermas memahami ruang publik sebagai 'jejaring yang sangat kompleks' (Hardiman;2009). Jejaring itu menyampaikan informasi dan berbagai cara pandang, arus informasi, orientasi nilai hingga bentuk-bentuk kepercayaan. Karena itu, ruang publik bukanlah suatu institusi apalagi institusi resmi dalam struktur politik.

Arus-arus informasi itu, dalam konsep Habermas, bersifat informal, spontan dan liar. Kemudian dalam prosesnya, arus-arus informasi itu disaring, dipadatkan sedemikian rupa sehingga menjadi simpul opini publik yang spesifik. (Habermas;1984). Opini publik tersebut diharapkan akan memengaruhi proses pengambilan putusan dalam struktur politik dan hukum yang mapan. Kapasitas ruang publik bukanlah untuk memberi solusi secara langsung, namun untuk mengawasi bagaimana sistem politik menangani persoalan-persoalan yang muncul di tengah masyarakat.

Hal yang paling penting dari refleksi Habermas mengenai ruang publik ialah konsepsinya tentang proses diskursus. Habermas mengajukan bentuk ideal proses diskursus berupa perdebatan yang rasional dan kritis. Perdebatan ini tidak boleh menggunakan bahasa yang emosional, dan fokus terhadap isi serta kerangka yang rasional saja.

Dalam debat publik, warga masyarakat yang berpartisipasi didalamnya juga diharuskan memiliki kepentingan bersama atas kebenaran. Artinya, mereka harus bisa menunda perbedaan status, sehingga mereka berbicara dalam keadaan setara. Peserta debat juga harus memiliki sikap kritis, sehingga berbagai bentuk argumentasi yang disodorkan dapat diuji melalui debat publik, dan partisipan dapat menemukan makna secara bersama sebagai hasil dari proses debat rasional kritis tersebut (Calhoun, 1993). Dalam situasi ideal tersebut, kebenaran tidak menjadi objek dari kepentingan tersembunyi dan permainan, melainkan muncul lewat argumentasi.

Tetapi, seiring laju kapitalisme, organ ruang publik mulai berubah fungsi. Ruang publik yang semula merupakan ruang diskusi rasional, ajang perdebatan dan pembentukan konsensus berubah menjadi wilayah konsumtif yang dikuasai korporasi. Kafe ataupun salon masih ada hingga saat ini, namun tidak lagi sepenuhnya menjadi ruang untuk partisipasi masyarakat untuk melakukan debat rasional.

Surat kabar, majalah dan media elektronik tidak lagi semata menyuarakan kepentingan dan perjuangan publik melainkan menjadi ruang yang dikomersialkan. Pemilihan berita disesuaikan dengan kepentingan pemasukan iklan. Habermas sendiri juga menyatakan bahwa televisi dan berbagai media

elektronik telah mengisolasi warga negara dari warga negara lainnya, sehingga “ruang publik telah kehilangan fungsi politiknya.” (Poster, 1993)

Menurut Habermas, pada titik itulah telah terjadi perubahan struktural. Habermas mengistilahkan kondisi ini sebagai refeodalisasi ruang publik. Dia melihat adanya transisi dari kapitalisme pasar dan demokrasi liberal pada abad ke 19 menuju tahap kapitalisme negara dan monopoli. Semua itu menandai babak baru dalam sejarah yang ditandai oleh pencampuran antara otoritas politik dan ekonomi, industri budaya yang manipulatif, dan masyarakat terpimpin yang makin tidak demokratis dan bebas (Mas’oed, 1994 : 5).

Akibat dari refeodalisasi ruang publik itu ialah opini publik yang tidak lagi terbentuk melalui perdebatan dan konsensus, melainkan dibentuk kelompok elite media, politik, dan ekonomi. Opini publik yang semula merupakan upaya untuk mencari kepentingan umum beralih menjadi kepentingan para elite tersebut. Kontes kekuasaan komunikasi yang awalnya merupakan milik warga masyarakat berubah menjadi ajang perebutan kekuasaan berbagai kelompok kepentingan.

### **III.2 Ruang Publik Dalam Demokrasi**

Dalam perkembangannya, konsep ruang publik mengalami perkembangan menjadi dua bentuk. Pertama, ruang publik fisik yaitu tempat dimana warga dapat bertemu muka dan dapat melakukan berbagai interaksi sosial. Yang kedua, ruang publik virtual (virtual public space) ialah arena interaksi sosial dalam bentuk media elektronik seperti radio, televisi dan internet.

Keberadaan ruang -ruang publik fisik menciptakan irisan-irisan sosial dimana para warga masyarakat yang memiliki latar belakang etnis, agama, kelas dan kepentingan yang berbeda dapat saling bertemu dan berinteraksi sehingga dapat menurunkan tensi kota dan mencegah konflik. Konsep seperti itu juga harusnya diadopsi dalam lingkungan internet.

Habermas menyatakan, penerapan demokrasi dalam masyarakat yang kompleks dan majemuk membutuhkan upaya-upaya yang melampaui syarat kehadiran fisik warga negara dalam proses mencapai kesepakatan bersama. Warga negara, yang karena berbagai alasan tidak bisa hadir secara fisik didalam proses

deliberasi, dapat menyumbangkan opininya secara tidak langsung, yakni secara virtual. (Habermas, 1990)

Tentu saja masalah virtualitas kehadiran partisipan mengundang sejumlah kritik. Habermas sendiri melihat kemunduran akibat rekayasa media atas subyek partisipan, dan kemudian menjatuhkan semua tanggungjawab pada para wartawan, yang kerap kali memanipulasi data untuk mendapatkan berita yang lebih sensasional, dan lebih menjual.

Habermas memang mengembangkan model demokrasi yang peka terhadap konteks, yang memperhitungkan perubahan-perubahan yang terjadi dalam masyarakat kompleks yang terglobalisasi. Namun, pada pemikiran awalnya, Habermas termasuk golongan yang skeptis dengan internet. Dia tidak berupaya menyodorkan demokrasi deliberatif sebagai model yang membuktikan bahwa demokrasi dimungkinkan melalui kemajuan teknologi informasi seperti internet, multimedia, telekomunikasi dan sebagainya.

Menurut Habermas, kondisi virtualitas partisipan itu tidak akan pernah dapat menciptakan suatu bentuk opini publik yang otentik, yang sungguh-sungguh mengena ke inti permasalahan, dan kemudian mencari solusi dari inti permasalahan tersebut. Opini publik yang otentik hanya dapat terbentuk, jika partisipan rasional ikut serta didalam debat politik rasional, yang menyangkut kepentingan bersama diantara pihak-pihak yang berbeda secara rasional.

“Proses komunikasi masyarakat, sesuai dengan ide akarnya, adalah sebuah prinsip demokrasi yang tidak hanya mengandaikan bahwa semua orang dapat berbicara, dengan kesempatan yang sama, tentang persoalan pribadinya, keinginan dan keyakinannya, proses komunikasi yang otentik hanya dapat dicapai didalam kerangka bahwa semua pendapat pribadi ataupun kelompok dapat berkembang didalam debat rasional kritis dan kemudian membentuk opini publik.” (Habermas, 1989)

### **III.2. Media Massa Sebagai Ruang Publik**

Dalam perkembangannya, ruang publik tidak selalu berbentuk fisik seperti yang direfleksikan Habermas dalam bentuk kafe ataupun salon. Habermas sendiri juga membuka kemungkinan ini. Dalam prakteknya, ruang publik dapat terwujud

dalam berbagai kesempatan. Surat kabar pada abad ke-17 hingga abad ke-18, disebut Habermas mampu memainkan peran mereka sebagai pengawas demokrasi, yang juga berfungsi sebagai organ ruang publik.

Pada awal abad ke-19, pers sebagai pilar keempat demokrasi diungkapkan Thomas Carlyle. Dia menyatakan: *Three estates in Parliament; but, in the Reporters' Gallery yonder, there sat a Fourth Estate more important far than them all*" (Carlyle, 1839).

Cara pandang tersebut menempatkan pers sebagai pengawas (*watchdog*) bagi tiga pilar lainnya yaitu pemerintah, gereja dan pengadilan. Ide dasar dari pilar keempat demokrasi ialah bahwa jurnalis, editor dan penerbitan surat kabar harus mengutamakan isu-isu publik. Teori liberal yang memandang pers sebagai pilar keempat demokrasi menempatkan pers harus memenuhi empat kunci fungsi yaitu menginformasikan kepada publik, mengkritisi pemerintahan, membangun debat publik dan mengekspresikan pendapat publik.

Namun ide itu begitu idealistis. Dalam sejarah, tidak pernah ditemukan periode waktu dimana penempatan pers sebagai pilar keempat benar-benar sukses. Karena tidak pernah ada masa dimana otoritas kekuasaan benar-benar suka ditelanjangi oleh kritik atas kebijakan mereka. (Herd, 1952)

Pada kenyataannya ketika sebuah berita melewati proses seleksi dan penghakiman dari jurnalis, editor, penerbit serta perusahaan yang berusaha memperoleh pendapatan iklan, maka akan sulit mendapati bahwa berita masih asli dan tidak bias. (Randall, 2000; Harcup, 2004:12)

Dalam pasar bebas seperti saat ini, pers yang bebas dan memiliki tujuan sosial ideal terkesan sangat tidak mungkin mengingat pertentangan tekanan pasar dan idealisme berita. Apalagi jika media massa menutup diri dari kontribusi dan kritik balik dari masyarakat, seperti yang dikritik Habermas sekitar tahun 60-an.

Kemudian, model demokrasi deliberatif yang diajukan sebagai solusi bagi pertentangan liberalisme dan komunitarian sekaligus juga mengubah bentuk tuntutan kepada media massa. Konsep pers sebagai '*watchdog*', lalu dilengkapi dengan membuka jalur-jalur komunikasi. Karena itu bentuk ideal media massa sebagai ruang publik haruslah terdapat pemberitaan yang berimbang, meskipun

ada kepentingan-kepentingan pemilik modal atau pemerintah di sana. Jadi pada dasarnya, semua ruang di media massa merupakan bentuk ruang publik.

Namun faktanya tentu saja jauh berbeda dengan bentuk ideal yang seharusnya diwujudkan media massa sebagai ruang publik. Kepentingan pemilik modal atau pemerintah terkadang turut ikut campur dalam mempengaruhi pemberitaan sebuah media. Sehingga suara rakyat seperti kurang terfasilitasi dalam hal ini.

Media telah menyaring berita-berita yang mereka tayangkan. Berbagai peristiwa dimanipulasi sedemikian rupa untuk memenuhi standar tayang yang memukau penonton. Perdebatan telah diatur terlebih dahulu, sehingga dapat menimbulkan efek dramatis terhadap para penontonnya, dapat meningkatkan rating, tetapi tidak memberikan kontribusi nyata bagi pemahaman publik tentang inti permasalahan, ataupun menyumbang didalam proses pembentukan opini publik yang otentik. Bahkan pada program debat politik yang ditayangkan di televisi, dapat juga ditelaah sebagai upaya untuk menciptakan semacam ilusi kolektif dari partisipasi kritis publik, yang membuat warga seolah-olah merasa bahwa hak-hak politik demokratis mereka telah terpenuhi. (Dahlgren, 1995)

Padahal, tema-tema politik yang diperdebatkan bukanlah yang penting bagi masyarakat, tetapi topik yang paling laku dijual, yang paling banyak menyerap penonton dan pada akhirnya paling banyak menyerap iklan. Semua hal ini membuat debat publik di televisi dan surat kabar menjadi se bentuk partisipasi semu, yang tidak menyumbangkan apapun bagi perkembangan kesadaran publik. Akibatnya, tidak ada ruang bagi partisipasi masyarakat dalam debat rasional. Karena itu, berbagai debat publik di televisi ataupun di koran tidak memenuhi syarat-syarat dari debat rasional kritis yang dirumuskan oleh Habermas.

Salah satu solusi untuk membangun ruang publik dalam surat kabar, ialah membuat rubrikasi opini dan surat pembaca atau suara pembaca. Jadi publik dalam menyuarakan komentarnya terhadap sebuah permasalahan atau suatu kebijakan pemerintah. Dalam rubrik itui suara rakyat difasilitasi untuk berhubungan dan mendapatkan jawaban dari pihak terkait.

Saat ini, peran media massa tradisional seperti surat kabar, majalah, televisi dan radio semakin problematis. Terutama jika dikaitkan dengan

kemampuan mereka menyediakan tempat bagi sikap kritis publik ataupun debat rasional tentang berbagai permasalahan publik. Bagaimanapun, surat kabar memiliki jumlah halaman yang terbatas, apalagi untuk rubrik opini dan surat pembaca. Ruang itu pun menjadi eksklusif, karena tidak semua pendapat publik bisa masuk ke dalam rubrik itu.

### III. 3 Media Massa Dan Komunikasi Politik

Upaya menghidupkan kembali ruang publik dalam ruang-ruang media massa sulit terpenuhi. Terutama dengan campur tangan negara dan pemilik modal. Dalam komunikasi politik, media massa merupakan hal yang sangat penting karena informasi dan komunikasi memiliki posisi sentral dalam politik.

Thomas R.Dye dan Harmon Zeigler(1986), menyatakan bahwa politik bukan sekadar persoalan “siapa memperoleh apa, kapan dan bagaimana”. Tapi juga merupakan persoalan “siapa menyatakan apa, melalui saluran mana, kepada siapa dan dengan pengaruh apa.”

Apa yang dikatakan, diklasifikasikan atau dikategorikan itu merupakan kreasi dari politisi(Edelman, 1993). Edelman juga berpendapat, bahwa komunikasi politik ialah tentang bagaimana realitas dipahami dalam bahasa politik tertentu dan dihadirkan kepada khalayak yang memengaruhi bagaimana realitas itu mesti dipahami oleh khalayak.

Edelman melihat bagaimana politisi, dengan menggunakan sarana media, menggunakan kata-kata tertentu untuk menarik dukungan publik, memengaruhi pendapat umum, dan menciptakan pendapat umum tertentu yang menguntungkan dirinya. Lalu setiap media, bisa jadi menciptakan bingkai tertentu, bagaimana fakta dan realitas dipahami, diklasifikasikan dan dikategorisasikan untuk menarik dukungan publik.

Politik, bagi Edelman, ialah permainan symbol-simbol. Lewat symbol itu realitas politik diciptakan dan dibentuk. Khalayak diajak berpikir dengan kata dan symbol yang dibuat untuk memenangkan dukungan publik. (Bennet;1993). Media massa lah yang kemudian dipakai sebagai alat komunikasi politik tersebut.

Dalam proses pemilihan, peran media massa menjadi sangat besar, terutama dalam periode kampanye. Media dapat memberikan informasi-informasi

penting terkait laporan pemberitaan kandidat, debat politik, polling pendapat umum, hingga iklan kampanye. Informasi itu dapat diberitakan kepada publik sehingga menumbuhkan pengetahuan, pendapat, sikap dan penilaian.

Sejumlah penelitian terkait efek pemberitaan media saat masa kampanye telah dilakukan. Ralp Negrine(1989) mengamati bahwa peran media massa dalam kampanye bisa dibedakan menjadi dua. Yaitu media dengan pemberitaannya, iklan yang ditampilkan, acara diskusi, media dapat memengaruhi pendapat, bahkan lebih jauh lagi memengaruhi perilaku dan pilihan khalayak. Yang kedua ialah kerja para jurnalis yang membanjiri khalayak dengan liputan hiruk pikuk kampanye dapat berdampak pada sifat kampanye yang berlangsung. Dalam tataran makro, hasil penelitian Negrine menguatkan pendapat bahwa media memang memengaruhi konsumennya. Bahkan Martin Harrop (1987) menegaskan bahwa media massa bukan hanya menginformasikan berita seputar kampanye, tapi ikut menjadi aktor dalam kampanye itu sendiri.

Bertolak dari pemikiran itu, maka pemahaman yang sama juga berlaku pada proses komunikasi media massa saat pihak yang berkuasa telah terbentuk dan mulai menjalankan pemerintahan. Dalam hal ini, dapat dilihat bagaimana media massa mengambil peran, apakah sebagai aktor yang berpihak kepada penguasa atau oposisi. Bagaimanapun, cara yang dipakai media dalam membingkai realitas itu dan menyajikannya kepada khalayak akan memengaruhi opini publik. Eriyanto(2002) menyebutkan, pengemasan yang berbeda atas isu tertentu akan mengakibatkan pemahaman khalayak yang berbeda pula. Dalam suatu gerakan sosial, terdapat strategi untuk menggerakkan khalayak agar memiliki pandangan yang sama. Biasanya ditandai dengan menciptakan masalah bersama, musuh bersama dan pahlawan bersama. Karena hanya dengan itu khalayak bisa digerakkan dan dimobilisasi. Ini menunjukkan bahwa cara media mengemas sebuah isu dapat menjadi senjata sakti untuk menarik dukungan atau justru perlawanan.

Kegiatan jurnalistik, bagaimanapun menggunakan bahasa sebagai bahan baku guna memproduksi berita. Tetapi bagi media, bahasa bukan sekadar alat komunikasi untuk menggambarkan realitas, namun juga menentukan gambaran atau citra tertentu yang hendak ditanamkan pada publik (Sobur,A;2006)

### III. 3 Internet Sebagai Ruang Publik

Ruang publik dalam pemikiran Habermas bertujuan untuk membentuk opini dan kehendak (*opinion and will formation*) yang mengandung kemungkinan generalisasi, yaitu mewakili kepentingan umum. Dalam tradisi teori politik, kepentingan umum selalu bersifat sementara dan mudah dicurigai sebagai bungkus kehendak kelompok elit untuk berkuasa

Ruang-ruang publik yang telah mengalami penurunan makna itu, perlu dihidupkan kembali atau direvitalisasi. Menurut Habermas, upaya untuk merevitalisasi ruang publik terletak pada upaya pembentukan konsensus rasional bersama, daripada memanipulasi opini masyarakat umum demi kepentingan kekuasaan ataupun peraihan keuntungan finansial semata.

Menurut Habermas, ruang publik baru tercapai jika tercipta situasi bicara yang ideal. Robert Alexy membangun aturan untuk situasi bicara ideal, yang didasarkan dari konsep Habermas, sebagai berikut:

1. Setiap partisipan yang mampu berbicara dan bertindak dapat mengambil peran dalam proses diskursus.
2. Setiap partisipan dapat meragukan pernyataan apapun, dapat menyampaikan keraguannya atas pernyataan tersebut sehingga membentuk diskursus dan dapat mengekspresikan sikapnya, harapan dan kebutuhannya.
3. Setiap partisipan, dalam menjalankan hak-haknya seperti tersebut diatas harus bebas dari pencegahan, pemaksaab baik secara internal ataupun eksternal. (Diskursethik, 1983: 99)

Karakteristik internet yang merupakan long live medium, sesungguhnya merupakan potensi yang luas dalam upaya melihat internet sebagai ruang publik. Bandwith internet tidak terbatas pada batas-batas fisik, seperti frekuensi dan panjang gelombang (seperti halnya pada televisi dan radio), karena itu internet memiliki kapasitas untuk sebanyak-banyaknya media, yang dalam artian teknis, semua orang dapat menjadi penghasil informasi.

Namun syarat utama menjadikan internet (paling tidak) mendekati ruang publik ialah masalah akses. Setiap warga negara harus memiliki akses internet yang adil untuk masuk ke dalam ruang-ruang publik di dalam jaringan. Saat ini proporsi pengguna internet di Amerika Serikat mencapai sekitar 74%, yang berarti

tujuh dari 10 penduduk Amerika Serikat dapat mengakses internet karena pilihan mereka.

Di negara-negara demokrasi modern, komunikasi dalam ruang publik dapat dibagi menjadi dua aliran besar (Dahlgren, 1995), yakni melalui media-media yang demokratis, yang juga melibatkan proses komunikasi berbasis komputer (CMC), dan gerakan-gerakan sosial yang menggunakan media ini secara efektif untuk menciptakan perubahan sosial. Pada tulisan ini, saya akan memfokuskan diri pada yang pertama.

Bentuk komunikasi berbasis komputer dalam internet dianggap telah meniadakan jarak antara *audience* dengan produsen berita. Situasi ini menguntungkan bagi perbitan pers skala kecil, komunitas gerakan bawah tanah yang bersifat independen dalam melancarkan aksi komunikasi yang bebas hambatan. Kemampuan internet menghilangkan hambatan komunikasi ini lah yang dipercaya sebagai kekuatan emansipatoris internet.

Karena itu, internet kemudian dipercaya bisa menghidupkan kembali ruang-ruang publik sehingga proses diskursus publik tetap berjalan. Enzensberger yang meyakini internet sebagai medium emansipatoris itu kemudian melontarkan gagasan bahwa media harus dipakai untuk komunikasi dua arah (*two-way communication*). Dalam pandangannya, penggunaan media yang bersifat represif akan digantikan oleh penggunaan media yang lebih emansipatoris ketika transmisi berita tidak terpusat pada satu agen tertentu, melainkan menyebar pada banyak sumber yang independen.

Cara melihat internet sebagai medium pembebasan merupakan upaya kaum utopian. Pendekatan lain untuk menjelaskan karakteristik internet ialah pendekatan relasi kuasa. Mark Poster melihat internet sebagai superpanopticon, mengacu pada model panopticon (arsitektur penjara) yang menimbulkan perasaan "diawasi oleh sesuatu yang tidak terlihat".

Poster memulai telaahnya dari sistem database yang menyimpan informasi personal tentang individu. Dalam pandangan Poster, sistem *database* merupakan kekuatan utama dalam pembentukan subjek di zaman informasi saat ini. Dalam bentuk elektronik dan digitalnya, database sangat mudah dipindah-pindahkan dalam ruang, bisa bertahan lama, bahkan abadi, bukan milik seorang juga bukan

milik setiap orang tapi bisa menjadi milik seseorang, institusi sosial, korporasi, negara, militer, rumah sakit, perpustakaan, atau universitas yang menguasainya sebagai hak milik (Poster, 1995).

Poster menjelaskan dengan gamblang bahwa dalam sistem basis data, individu tidak pernah dilihat sebagai individu yang 'nyata' melainkan direpresentasikan dalam bentuk-bentuk digital. Dalam pengelolaan data, digitalisasi informasi akan sangat memudahkan. Namun itu juga berarti bahwa data mudah dikendalikan dan dimanipulasi. Siapa saja yang bisa mengontrol bahasa elektronik tersebut, ia juga akan mengontrol produksi realitas, paling tidak dalam ruang digital (Dholakia, Zwick, 2001). Artinya, digitalisasi informasi justru memudahkan orang dengan kepentingan kapitalis dalam mendistribusikan informasi-informasi tertentu kepada orang atau pihak lain. Data itu kemudian bisa dimanipulasi, diakui sedemikian rupa sehingga menjadi milik institusi.

Dari perspektif subjek, setiap orang dapat menggandakan dirinya di internet sampai jumlah yang tidak terhingga. Melalui upaya yang sistematis, cara 'kloning' bisa dimanfaatkan pihak-pihak yang memiliki kepentingan untuk memanipulasi kebenaran, memanipulasi aklamasi.

#### **III.4 Proses Deliberasi Daring**

Proses deliberasi membutuhkan kompetensi komunikatif. Namun selalu ada kebudayaan tertentu yang bisa mematahkan proses komunikasi dengan membuat orang tidak berdaya dalam kompetensi komunikatif. (Hardiman, 2009)

Karena itu tugas dari forum deliberasi adalah membangun kompetensi komunikatif dengan cara memberikan ruang perbedaan pendapat dan membiarkan setiap orang yang berpartisipasi menghargai pendapatnya sendiri.

Model demokrasi deliberasi menempatkan pers sebagai mediator proses diskursus publik. Perubahan bentuk media cetak menjadi media daring juga membawa konsekuensi tersebut, yaitu pers menyediakan diri sebagai mediator proses diskursus publik sehingga perlu membuka ruang-ruang komunikasi. Dengan sendirinya, interaktivitas merupakan penilaian penting.

Namun sejumlah penelitian dilakukan pada era 1990- 2005 mengenai tingkat interaktif situs surat kabar daring Amerika. Hasilnya menunjukkan surat

kabar Amerika yang sudah memiliki situs web cenderung menyianyikan aplikasi web yang sudah mapan saat itu. Antara lain surat elektronik, forum (discussion board), chat room dan polling sederhana yang diletakkan pada halaman situs web.

Surat elektronik ialah paket data yang dikirimkan melalui internet. Sedangkan forum ialah sebuah situs yang berisikan informasi-informasi yang bisa dimasukkan oleh anggota forum. Informasi tersebut dikategorikan sesuai kesamaannya dan bersifat mirip seperti papan pesan. Chat room ialah tempat dimana pengguna bisa chatting, yaitu mengobrol dengan mengetikkan kata-kata dalam ruang chat. Sedangkan pooling ialah aplikasi survey kecil yang diletakkan di halaman depan situs web. Biasanya pooling hanya berisikan satu atau dua pertanyaan saja.

Penelitian yang dilakukan Tanjev Schultz pada 1998 juga menggunakan empat perangkat tersebut dalam menggambarkan perkembangan situs web surat kabar Amerika. Penelitian Schultz banyak menjadi referensi karena ia membuat model perhitungan indeks interaktif sebuah situs surat kabar. Konsep interaktif Schultz didasarkan atas pemikiran mengenai komunikasi satu arah dan dua arah.

Pada komunikasi satu arah, ada satu pihak sebagai sumber yang menentukan agendanya lalu ia dapat menerima atau tidak menerima masukan balik, secara langsung atau tidak langsung. Sedangkan dalam komunikasi dua arah, kedua pihak dapat saling mengirim pesan, baik secara langsung atau tidak langsung.

Schultz melakukan analisa kuantitatif pada 100 situs web surat kabar Amerika dan menunjukkan indeks interaktif rata rata situs web surat kabar Amerika hanya 4.1 dari nilai maksimal 15. Sedangkan nilai tengahnya ialah 3.5. Penelitian itu juga menemukan masih ada enam situs web surat kabar yang tidak memberikan alamat surat elektronik, sehingga menutup jalur komunikasi salah satu elemen penting komunikasi dua arah.

Pada 2000, Keith Kenney, Alexander Gorelix, dan Sam Mwangi melakukan penelitian serupa pada 100 situs web surat kabar di seluruh dunia. Penelitian itu ditujukan untuk mengetahui faktor yang paling memengaruhi tingkat interaksi situs web surat kabar. Apakah tingkat interaksi dipengaruhi sumber dana (profit atau non profit), tipe situs web (murni situs web berita atau

situs web dengan versi cetak) dan apakah situs web surat kabar Amerika atau bukan.

Hasilnya, situs web berita yang dikelola nirlaba memiliki indeks interaktif berkisar 3-7, dari nilai minimal 0 dan maksimal 13. Sedangkan situs web surat kabar yang dikelola secara komersial memiliki tingkat interaksi relatif lebih rendah dimana setengah sampel hanya memiliki nilai maksimal 5. Disebutkan juga dalam penelitian itu, situs web surat kabar yang memiliki versi cetak memiliki kecenderungan sedikit lebih interaktif. Sementara itu situs web surat kabar Amerika cenderung sedikit lebih interaktif dibandingkan situs web surat kabar luar Amerika.

Penelitian dengan hasil serupa juga didapati Rossenberry pada 2005. Agak berbeda dengan dua penelitian sebelumnya yang menggunakan dasar komunikasi sebagai parameter interaktif, Rossenberry menggunakan parameter pengujian yang didasarkan pada penurunan konsep cyber-democracy.

Dalam pandangannya, terdapat dua hal penting untuk pendekatan cyber-democracy. Yaitu melalui pendekatan pengamatan atas bingkai dan latar belakang berita atau informasi yang disediakan oleh kantor berita. Yang kedua ialah melalui keterlibatan surat kabar dan komunitasnya dalam pemberian informasi, pertukaran informasi dan bagaimana membuat informasi tersebut menjadi lebih bermakna. Rossenberry melakukan pendekatan kedua dengan meneliti perangkat interaktif situs web surat kabar Amerika.

Hasil penelitiannya menunjukkan hanya tiga dari 13 perangkat interaktif yang dimanfaatkan lebih dari setengah sampel berukuran 47 situs web surat kabar Amerika. Sedangkan yang menggunakan enam dari 13 perangkat interaktif tidak lebih dari sepertiga sampel atau sekitar 15 situs web. Rossenberry menyimpulkan bahwa surat kabar belum mantap betul untuk bertransformasi dalam format daring.

Secara keseluruhan, dua penelitian ini menunjukkan kecenderungan rendahnya tingkat interaktif situs surat kabar Amerika Serikat pada generasi awal web dan kemunculan bisnis dotcom. Pada saat itu, pilihan perangkat interaksi yang paling banyak dimanfaatkan ialah surat elektronik.

Dari tiga penelitian tersebut dapat dibaca indikasi bahwa situs web di masa itu memiliki sifat interaksi yang sederhana antara pihak kesatu dan kedua. Lalulintas atau pengiriman dokumen merupakan hubungan yang bersifat tertutup. Informasi yang dikirim melalui surat elektronik hanya diterima oleh pihak penerima saja. Kecuali ia mempublikasikannya melalui internet, maka produk komunikasi itu menjadi tertutup. Isi web di era ini juga bisa disebut menjadi hak mutlak pemilik web. Pengakses tidak dapat berkontribusi menambahkan konten utama namun dapat menambahkan konten melalui form buku tamu (guestbook) atau melalui bulletin board. Selain sifat komunikasi yang pasif, susunan informasi pada web juga tidak dapat tampil kronologis secara otomatis.

### **III.5 Surat Kabar Daring dalam Web2.0**

Sebelum internet digunakan secara luas di dunia pada awal 90-an, banyak kritik ditujukan kepada media massa cetak, karena bentuk komunikasinya yang bersifat satu arah kepada publik. Habermas juga mengkritik media massa cetak saat itu karena struktur komunikasi yang digunakan justru memaksa pembaca untuk tidak berkomentar balik (don't talk back).

Sedangkan sejumlah pakar emansipasi media seperti B. Brecht, W. Benjamin dan H.M Ezenberger mengemukakan bahwa pembaca telah dengan mudah dibuat menjadi konsumen pasif, dan dikomersialkan. (Brecht, 1932; Ezenberg, 1970; Kausch, 1998; Rolka, 1971; Shiler-Lerg, 1984)

Kemunculan internet yang membuka struktur komunikasi dua arah yang kemudian memunculkan harapan dan berhasil mengembangkan diskursus cyber-democracy. Kaum utopian memandang internet memungkinkan ruang dengan kesetaraan.

Alasannya, seseorang yang masuk dalam lingkungan internet hanya dikenali dari alamat protocol internetnya, atau IP address yang unik, bukan dari suku bangsa ataupun agama. Seseorang bisa menjadi siapa saja yang ia inginkan dan hanya berwujud sebagai avatar dalam dunia virtual. Dalam konsep demokrasi, konsep ini mengundang banyak kritikan terkait pribadi-pribadi semu yang bisa dimanfaatkan sebagai kekuatan massa. Namun dilihat dari proses diskursus, kondisi ini dianggap ideal untuk membangun ruang demokrasi di ranah virtual.

Salah satu karakter penting dalam demokrasi ranah virtual ialah faktor interaktivitas. Faktor ini juga penting dalam proses deliberasi.

John V. Pavlik(1997) meletakkan konsep jurnalisme daring dalam tiga tataran. Tataran pertama ialah bagi surat kabar yang hanya 'berpindah' ke lingkungan internet. Surat kabar itu hanya memindahkan teksnya ke dalam internet. Tataran yang kedua ialah dimana media massa konvensional memindahkan teksnya ke dalam dunia online dan melengkapi dirinya dengan perangkat interaktif. Sedangkan tataran ketiga lebih menggambarkan pada pemanfaatan teknologi canggih yang 'memasukkan' pengguna ke dalam teks. Atau dengan kata lain, mengenal pola kontribusi bagi semua orang.

Pavlik juga mempertanyakan peranan pers dalam perkembangan internet dimana semua orang dapat bertindak sebagai sumber berita, dengan lalulintas tinggi sehingga menyebabkan semua informasi dapat ditukar dan dimodifikasi. Dia berargumen bahwa media baru seperti internet dapat mengubah bentuk produk jurnalistik yang selama ini kita kenal. Alasannya, internet dapat membangun komunitas serta menampilkan berita dalam format lebih luwes daripada media massa konvensional. Internet tidak mengenal batas jam tayang, jam siar dan batas halaman untuk menyajikan informasi yang komprehensif bagi pembaca.

Jurnalisme daring menghasilkan produk jurnalistik yang sesuai dengan mediumnya, memiliki lima dimensi. Yaitu konvergensi, hipertekstualitas, kecepatan, kustomisasi isi dan interaktivitas. Kecepatan merupakan sesuatu yang bersifat 'taken for granted' dalam jaringan internet. Karena itu karakter kunci dari jurnalisme daring mencakup empat faktor yaitu konvergensi, hiperstekstualitas, kustomisasi isi dan interaktivitas. (Bardoel, Deuze; 2001)

Dalam konteks web2.0, keempat faktor tersebut diaplikasikan sebagai berikut:

1. Faktor konvergensi diaplikasikan sebagai perangkat-perangkat multimedia dalam sebuah situs web. Antara lain foto, gambar bergerak, suara (podcast) serta kemampuan transfer informasi dari situs web melalui pesan singkat ke telepon seluler.

2. Bentuk aplikasi dari hipertekstualitas dapat dilihat dari artikel pada sebuah situs. Antara lain kaitan satu teks kepada teks lain yang berada didalam domain yang sama atau berbeda. Konsep RSS juga masuk ke dalam wilayah hipertekstualitas, sama halnya dengan sistem social bookmarking.

3. Faktor kustomisasi isi atau personalisasi isi berarti memilah isi web sesuai dengan kebutuhan pengguna. Aplikasi dari kustomisasi isi ialah pembaca situs web surat kabar dapat memilih isi sesuai kebutuhannya dengan kategorisasi. Misalnya, politik atau kesehatan. Pembaca juga dapat berlangganan informasi melalui surat elektronik.

Arsip berita, berkat web2.0 juga dapat ditampilkan secara otomatis sebagai kategori berita paling populer dan berita terbaru. Web2.0 juga memungkinkan seseorang untuk mengubah tampilan situs web sesuai keinginannya. Misalnya seperti pada situs Yahoo yang bisa diubah-ubah.

4. Pada web generasi pertama, faktor interaktivitas sebuah web dilihat dari perangkat-perangkat komunikasi fasilitas surat elektronik, ruang chat, dan forum diskusi. Web2,0 memungkinkan komunikasi yang terbuka. Misalnya, tersedia tempat komentar bagi pembaca situs web surat kabar yang terkait langsung dengan artikel utama sehingga dapat dilihat menjadi satu kesatuan. Web2.0 yang bersifat sebagai ranah kontribusi bagi banyak orang juga termasuk dalam kategori ini.

Sebuah situs yang interaktif berpotensi menjadi ruang diskusi intelektual di dalam internet. Studi mengenai hal ini yang dilakukan sebelum tahun 2005 juga menunjukkan bahwa fasilitas surat elektronik dan ruang chat dapat meningkatkan komunikasi politik secara vertical dan horisontal dalam komunitas. (Musso;2000).

## BAB IV

### SURAT KABAR DARING AMERIKA DAN POLITIFACT.COM

#### IV.1 Surat Kabar Daring Amerika

Saya menggunakan sejumlah variabel pengamatan untuk mengetahui gambaran singkat mengenai situs web surat kabar Amerika. Variabel pengamatan tersebut saya turunkan dari karakteristik produk jurnalistik daring namun saya batasi pada lingkungan web2.0. Berdasarkan empat karakteristik yaitu konvergensi, hipertekstualitas, interaktivitas dan personalisasi, maka saya menyusun variabel pengamatan sebagai berikut:

##### 1. Konvergensi

Sifat konvergensi media sangat terkait dengan multimedia. Konvergensi media yang berusaha menjelaskan beragam media gabungan dari teknologi komunikasi baru dan teknologi komunikasi massa tradisional. Bagi konsumen, konvergensi media memunculkan banyak pilihan informasi yang bisa disesuaikan dengan selera dan kebutuhan masing-masing.

Untuk mengamati faktor konvergensi media, maka saya akan mengamati apakah situs web surat kabar Amerika yang saya amati memiliki foto kisah(features), gambar bergerak, dan podcast atau rekaman audio yang bisa berupa rekaman wawancara atau reportase. Layanan lain yang saya perhatikan ialah apakah surat kabar tersebut menyediakan format situs surat kabar versi mobile yang bisa diakses melalui telepon seluler. Juga layanan info melalui layanan pesan singkat(SMS).

##### 2. Hipertekstualitas

Aplikasi berbasis web2.0 yang menguatkan konsep ini ialah layanan sindikasi (RSS) dan social bookmarking. Sifat hipertekstualitas yang dapat menautkan sejumlah pranala(link) satu sama lainnya, menguatkan upaya untuk mengeksplorasi informasi sesuai kebutuhan.

Untuk mengamati faktor hipertekstualitas, saya mengamati apakah situs web surat kabar menyediakan layanan RSS dan social bookmarking sehingga pembaca dapat mengumpulkan informasi dengan kategori yang sama atau relevan.

### 3. Interaktif

Pada awal kemunculan web, terdapat setidaknya empat aplikasi yang menandai tingkat interaksi sebuah situs web. Yaitu surat elektronik, ruang chat, forum diskusi(bulletin board) dan polling. Dari empat aplikasi tersebut, surat elektronik bersifat tertutup karena itu saya tidak menjadikannya sebagai variabel pengamatan. Meski surat elektronik masih relevan sebagai jalur komunikasi, namun sudah tidak sejalan dengan semangat Web2.0 yang bersifat terbuka dan massal. Sebagai penggantinya, penulis memilih parameter penilaian yaitu fasilitas memberi komentar terhadap artikel, blog anggota redaksi dan fasilitas untuk mengomentari blog tersebut. Ketiga variabel pengamatan itu merupakan jalur komunikasi yang bersifat terbuka.

Variabel lain yang saya amati ialah kumpulan arsip berita berlabel 'most popular'. Fitur itu menunjukkan interaktivitas karena berita yang populer didasarkan pada penilaian pembaca dan bukan keputusan redaksional. Tampilan berita paling populer yang diperingkat oleh pembaca merupakan bentuk lain polling pada lingkungan Web2.0.

Variabel lain yang saya amati ialah fasilitas bagi pembaca untuk berkontribusi mengirimkan konten, misalnya video, artikel dan foto.

### 4. Personalisasi

Karakter personalisasi pada Web2.0, dalam bentuk aplikasi ialah pilihan RSS sesuai topik yang diinginkan pembaca dan pilihan untuk mengubah layout atau perwajahan situs web.

Sejumlah variabel pengamatan itu digunakan penulis untuk menganalisis sebuah situs web surat kabar dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut.

Q1: Berapa banyak situs web surat kabar Amerika yang menggunakan multimedia seperti foto, video dan rekaman suara (podcast), format mobile, dan SMS.

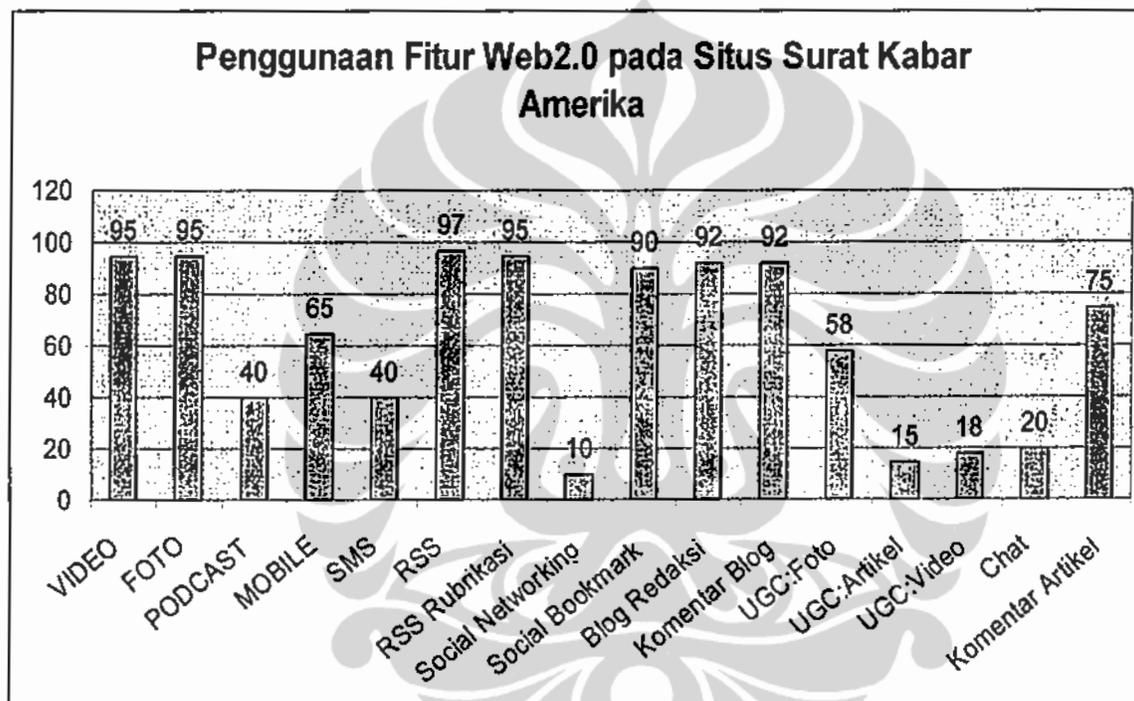
Q2: Berapa banyak situs web surat kabar Amerika yang mengoptimalkan sifat hipertekstualitas dengan memanfaatkan RSS dan social bookmarking.

Q3: Berapa banyak situs web surat kabar Amerika yang bersifat interaktif dengan menyediakan blog bagi wartawan sehingga memungkinkan komunikasi dua arah

yang terbuka antara wartawan dan pembaca, sistem kontribusi dari pembaca, komentar pada artikel, ruang chat, polling, sosial networking, most popular.

Q4:Berapa banyak situs web surat kabar Amerika yang memenuhi kustomisasi, baik dari layanan langganan berita sesuai kebutuhan ataupun perubahan tampilan web (lay out) menjadi lebih sesuai dengan keinginannya.

#### IV.1.1 Hasil Pengamatan



Tabel IV.1 Penggunaan Fitur Web2.0 pada Situs Surat Kabar Amerika

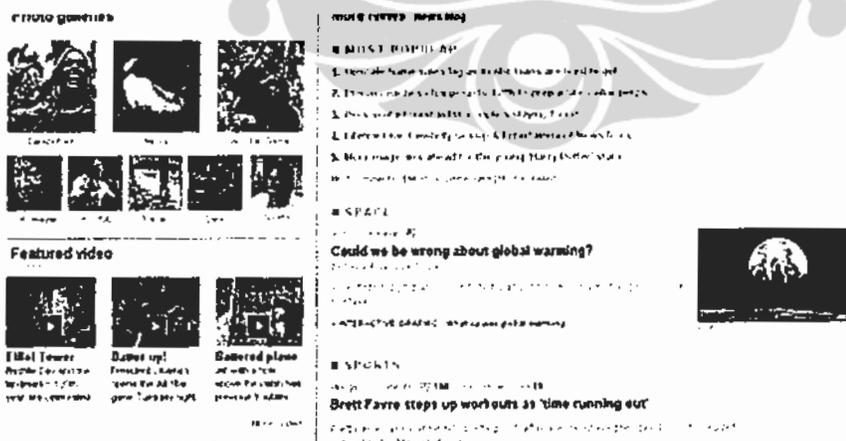
Dari hasil pengamatan saya, terlihat bahwa surat kabar Amerika mulai bereksperimen dengan ragam aplikasi berbasis Web2.0 terkait penyebaran pemberitaan. Hal ini secara mencolok terlihat pada pemanfaatan fitur populer Web2.0 seperti RSS dan User Content Generated. Aplikasi multimedia juga mendominasi seiring dengan tingginya minat menggunakan Social Bookmark.

Surat kabar Amerika membangun situs web mereka untuk lebih menarik minat pembaca dan membuka situs mereka lebar-lebar, terlihat dari minimnya situs web yang mempersyaratkan keanggotaan. Sifat informasi pada situs web mereka tetap bersifat gratis.

Namun niat untuk membangun komunitas sendiri belum banyak terlihat, terbukti dari pengamatan yang menunjukkan hanya 10 dari 99 situs surat kabar Amerika yang membangun social networking sendiri. Saya tidak memeriksa secara khusus apakah semua situs web surat kabar memiliki akun pada jejaring sosial Facebook. Namun keberadaan Facebook paling tidak cukup menarik minat 10 surat kabar bertiras tertinggi untuk membangun komunitas mereka di situs. The New York Times, misalnya, memiliki halaman penggemar(fan page) dan akun kelompok di FB. NY Times membangun kedekatan dengan pembaca melalui status yang diperbarui, yang merupakan headline berita.

#### IV.1.1.1 Aspek Konvergensi

Situs web surat kabar Amerika terlihat memaksimalkan multimedia seperti video(95) dan foto kisah (90). Namun layanan podcast rupanya tidak terlalu disukai. Hanya 40 situs web yang memanfaatkan layanan podcast. Fakta bahwa 19% pengguna internet di Amerika memiliki kecenderungan tinggi untuk mengakses internet dari telepon seluler mereka diikuti dengan fasilitas layanan situs web versi mobile. Sedangkan untuk layanan pesan singkat atau SMS berita-berita headline hanya disediakan oleh 40 situs web.



Gambar IV.2 Multimedia pada situs latimes.com

Tampilan multimedia membuat situs web menjadi lebih menarik. Tersedianya objek multimedia seperti foto dan video memberikan pilihan bagi pengunjung, sehingga tidak terbatas pada pilihan teks saja. Objek foto dan video

yang ditampilkan, berdasarkan pengamatan penulis tidak membebani situs. Artinya, situs web surat kabar yang meletakkan objek multimedia bisa diakses dengan relatif cepat, meski tentu saja hal ini sangat tergantung pada kondisi akses. Situs yang dapat diakses dengan cepat tidak menjengkelkan pembaca sehingga pembaca mau lebih berlama-lama membuka situs web tersebut. Pilihan multimedia melengkapi teks berita, yang dilengkapi dengan tautan ke artikel-artikel lain sehingga memberikan pilihan bagi pembaca untuk mengeksplorasi informasi sesuai kebutuhan. Hal ini merupakan proses pembelajaran yang disediakan oleh surat kabar daring, yang dibutuhkan dalam deliberasi.

Tentu saja, surat kabar daring pun tidak lepas dari tantangan menjadi pers bebas dan tidak dimanfaatkan komunikasi politik tertentu. Namun keunggulan situs web ialah tempat yang nyaris tidak terbatas. Sebuah berita dapat dibangun dari kelengkapan tautan artikel lainnya sehingga membuka cakrawala pembaca dan membuat pembaca belajar memahami diskursus yang terjadi.

Layanan pesan singkat (SMS) untuk penyampaian berita bersifat cepat, namun membebankan sejumlah pembayaran pada konsumen. Informasi mengenai headline cepat diterima oleh pembaca namun saya menemui kesulitan menemukan jalur feedback melalui layanan tersebut. Pada laman web tidak tertulis mekanisme *feedback* untuk sms. Bahkan jika pilihan untuk mengomentari sebuah artikel melalui pesan singkat tersedia, tidak terdapat tampilan feedback tersebut. Artinya, surat kabar hanya menawarkan layanan berbiaya yang menguntungkan bagi mereka, namun menutup jalur komunikasi. Sebanyak 40 surat kabar yang saya amati menyediakan layanan informasi melalui sms.

Format tampilan *mobile* juga menjadi pilihan bagi 40 surat kabar daring yang saya amati. Layanan ini disediakan gratis namun membutuhkan spesifikasi telepon seluler yang relatif tidak murah. Tampilan dalam situs relatif cukup nyaman dilihat pada format telepon seluler.

#### **IV.1.1.2 Aspek Hipertektualitas**

Popularitas RSS rupanya juga dimanfaatkan oleh situs web surat kabar. Semua situs web yang menjadi objek pengamatan menggunakan RSS untuk kecepatan dan kemudahan penyebaran berita mereka. Sedangkan pembaca berita

juga diuntungkan dengan fasilitas ini karena bisa menghemat waktu dengan melihat topik-topik yang ditawarkan dengan cepat.

Dari sisi teknis, sistem RSS merupakan upaya efisiensi bagi pemilik situs karena menghemat kuota bandwidth. Setiap situs memiliki batas bandwidth setiap bulan, tergantung kepada jasa layanan penempatan hosting (rumah situs). Bandwidth ialah jumlah data yang diunduh. Misalnya besar data halaman depan sebuah situs ialah 20 kilobyte, maka bandwidth yang dihabiskan ketika dua orang membaca situs tersebut ialah 40 kilobyte.

Dari sisi bisnis, penyedia situs web surat kabar dapat menghemat kuota bandwidth dengan RSS. Hal ini menunjukkan upaya teknis dari surat kabar untuk membuat situs yang efisien tanpa kehilangan penyebaran berita.

Pembaca juga dapat menandai artikel artikel yang ia suka, dan mengumpulkannya dalam kategori tertentu dengan menggunakan social bookmarking. Seperti halnya RSS yang dibaca pada aggregator, social bookmarking juga merupakan perangkat untuk membantu penyebaran berita lebih cepat. Sifat social bookmarking sebetulnya massal sehingga memungkinkan penyebaran informasi yang menyebar dan berdampak luas.

Dalam upaya membangun diskursus yang terus menerus, social bookmarking merupakan perangkat yang mendukung upaya itu. Sedangkan RSS lebih kepada bentuk menyerap banyak informasi dalam waktu singkat.

Secara alami, manusia tidak dapat menganggap semua informasi yang masuk kepadanya ialah penting. Saat banjir informasi, ada tahap memilih informasi, mana yang dibutuhkan mana yang tidak. Sampai jumlah tertentu, RSS membantu proses pemahaman atas suatu isu, pembelajaran dan penemuan masalah. Namun melewati jumlah yang dirasa sebagai batas personal masing-masing, RSS akan berubah menjadi kumpulan informasi yang berkurang maknanya.

#### **IV.1.1.3 Aspek Interaktif**

Popularitas blog di awal 2001 merupakan pilihan bagi situs web surat kabar untuk meningkatkan interaksi dengan pembaca. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sybil Nalam(2003) menunjukkan bahwa blog reporter telah

mengubah hubungan satu arah yang konvensional sebelumnya. Blog tersebut menjadi jembatan komunikasi kedua pihak, dan mengundang pihak-pihak lain untuk berkolaborasi melengkapi informasi sehingga memiliki makna lebih.

Penelitian ini mendapati 92 dari 97 situs web surat kabar yang diamati telah menggunakan blog untuk reporternya. Secara khusus, saya tidak memiliki catatan mengenai prosentase reporter sebuah surat kabar yang memiliki blog. Sehingga tidak dapat diketahui seberapa besar upaya reporter yang dalam hal ini dapat dilihat sebagai upaya insitusi untuk mendekatkan diri dengan pembaca.

Namun saya mengamati, bentuk interaksi melalui blog reporter memungkinkan bergulirnya diskursus yang terus menerus. Sifat blog ialah personal. Meski dibawah institusi tempat reporter bekerja, sebuah blog menyuarakan cara pandang yang lebih bersifat intim.

Saya mengamati blog Mike dan Carlos Boettcher pada situs web Oklahoma News. Mereka berdua ialah ayah dan anak. Mike Boettcher ialah wartawan senior yang berpengalaman dan berpengalaman ditugaskan sebagai koresponden luar negeri. Mike memperoleh banyak penghargaan untuk liputan kelas dunia-nya. Sedangkan Carlos, putranya, selain seorang penulis, masih tercatat sebagai mahasiswa jurusan hubungan internasional. Mereka berdua meliput di Irak dan Afghanistan, dengan menempel pada tentara Amerika yang bertugas di sana sejak Agustus 2008.

Blog Mike dan Carlos bercerita tentang kisah-kisah yang humanis, kisah yang sesuai cara pandang mereka sebagai manusia dan orang Amerika. Dalam kisah-kisahanya ada nilai-nilai yang disuarakan dan memancing komentar pengunjung blog sehingga menciptakan sebuah perbincangan, diskursus pada ruang daring.

Komentar-komentar yang diterima Mike dan Carlos terkadang keluar dari topik. Dalam blog, semua orang bebas berbicara apa saja, bahkan jika keluar dari topik atau hanya berusaha menitipkan salam bagi keluarga mereka yang bertugas di medan perang. Komentar-komentar yang masuk, tidak selalu dibalas. Namun bentuk penulisan ini memberikan kesempatan bagi orang untuk berbeda pendapat, berbeda cara pandang namun mengedepankan nilai-nilai universal.

Dalam perang, nilai-nilai universal yang disuarakan ialah tentang hak hidup itu sendiri. Dari 20 posting yang saya amati sejak Juni 2009, nyaris tidak ada komentar-komentar yang bersifat emotif, yang mungkin saja diakibatkan karena memang tidak terpancing oleh isu kontroversial. Model perbincangan dalam blog Mike dan Carlos bersifat informal, membuka ruang bagi pembaca untuk berpendapat dan berkorespondensi tanpa tekanan.

Pada situs web surat kabar, sebanyak 75 situs web surat kabar memberikan fasilitas untuk memberikan komentar langsung pada artikel. Dari sisanya, beberapa menautkan pada blog milik repoter yang menulis berita tersebut. Dari beberapa artikel yang saya amati pada lima situs web surat kabar bertiras tertinggi menunjukkan bahwa bentuk percakapan yang terjadi lebih rapi dan menyesuaikan tema. Nyaris tidak ada bentuk komunikasi yang bersifat pribadi. Rata-rata, pengunjung menyuarakan pendapatnya setuju atau tidak setuju, serta pertanyaan untuk mencari kejelasan berita. Parameter interaktif lainnya ialah aplikasi User Generated System, yang memungkinkan pembaca berkontribusi. Misalnya dengan mengirimkan foto kecelakaan yang mungkin terjadi di sekitar pembaca. Layanan pengiriman foto oleh pembaca paling banyak diterapkan, yaitu 58 situs. Sedangkan 15 situs web lain mengizinkan pembacanya menulis artikel yang menjadi bagian dalam situs web surat kabar. Sedangkan 18 lainnya mengizinkan pembaca berkontribusi mengirimkan video.

Pilihan kontribusi pengiriman foto paling banyak diadopsi surat kabar. Hal ini dapat dipahami seiring dengan semakin banyaknya device atau perangkat elektronik yang dapat digunakan untuk memotret sekaligus terhubung dengan internet. Sistem yang memungkinkan warga berkontribusi berarti membuka ruang untuk sebuah diskursus. Namun yang perlu dikritisi ialah mengenai keterbatasan perangkat.

Kontribusi yang diharapkan dari pembaca ialah video, foto dan teks. Untuk mengirimkan video dan foto diperlukan perangkat mislanya perekam video atau sekadar telepon seluler beresolusi baik. Dari aspek partisipatori, warga berperan aktif melalui internet namun dengan syarat: memiliki perangkat yang jelas tidak gratis.

Akibatnya, kontribusi video dan foto hanya merupakan milik sebagian orang saja. Jika tidak berhati-hati memaknai, maka dari video atau foto yang dikirimkan seolah-olah menggambarkan pendapat publik. Nyatanya, keterbatasan kepemilikan perangkat tersebut sekaligus membatasi proses diskursus yang seharusnya terjadi secara luas.

Yang juga berbahaya karena berpotensi menjadi gambaran pendapat kolektif ialah

polling. Pada web1.0, pooling dibuat sederhana berupa satu atau dua pertanyaan dengan pilihan jawaban yang dapat dipilih secara langsung atau tidak langsung. Pada web2.0, aplikasi pooling tidak lagi secara langsung namun melalui perangkat yang memungkinkan pembaca memeringkat dan merekomendasikan sebuah berita.

Tranformasi bentuk pooling pada era web2.0 ialah munculnya tampilan dengan label 'most popular'. Sebanyak 76 situs web menyediakan tampilan most popular baik pada halaman utama yang berisi arsip berita-berita populer, juga arsip artikel blog populer. Saya tidak membedakan secara khusus apakah label most popular terletak pada halaman depan atau blog. Karena esensi dari most popular itu ialah pembaca dapat mengetahui apa yang menjadi kesamaan minat pada komunitasnya, yaitu komunitas pembaca surat kabar daring.

#### **IV.1.1.4 Aspek Personalisasi**

Aplikasi berbasis Web2.0 yang paling tepat untuk menggambarkan hal ini ialah layanan RSS sesuai minat. Sebanyak 95 situs web surat kabar Amerika sudah menyediakan pilihan RSS per rubrikasi agar dapat dipilih sesuai minat pembacanya. Layanan RSS sesuai rubrik dimaksudkan sebagai tematisasi masalah, dan mempermudah pencarian informasi bagi orang lain.

Secara keseluruhan, situs web surat kabar Amerika berusaha memperbaiki performa situs daring mereka dengan banyak mengeksplorasi sejumlah aplikasi populer berbasis Web2.0. Jika dibandingkan pada studi yang dilakukan di awal, temuan ini menunjukkan bahwa surat kabar Amerika sudah mulai bereksperimen di dunia daring. Dan yang paling mencolok ialah perangkat interaktif yang

digunakan sudah sangat 'beranjak' jauh dari penelitian-penelitian dalam dua dekade ini.

Temuan ini sejalan dengan studi Audit Bureau Circulation Amerika yang menyebutkan tren turunnya tiras harian surat kabar disebabkan karena pembacanya sudah beralih ke internet. Akibatnya surat kabar lebih berani dan mau bereksperimen dengan aplikasi yang ada.

Temuan ini juga sejalan dengan argumen Pavlik bahwa media baru dapat mentransformasi jurnalisme. Dalam kasus ini menjadi interaktif dengan lebih mudah. Temuan ini juga menguatkan sifat web2.0 yang merupakan ruang kolaborasi bersama sehingga nyaris tidak ada gangguan aplikasi. Begitu ada masalah dalam aplikasi seseorang bisa bertanya dan meminta bantuan dalam sebuah forum.

Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa hampir semua surat kabar belum betul-betul berani bereksperimen dengan format narasi berita. Setiap situs web surat kabar Amerika memiliki tampilan yang tidak jauh berbeda satu dengan lainnya. Berdasarkan tataran yang dibangun oleh Pavlik mengenai jurnalisme daring, maka situs web Amerika masih berada pada tahap kedua yang memasukkan teks ke dalam internet dan melengkapi dirinya dengan perangkat interaktif sebanyak mungkin. Perangkat interaksi yang digunakan, tidak semuanya mendukung diskursus publik karena masih mensyaratkan kepentingan kapitalisme didalamnya.

#### **IV.2 Politifact.com**

Situs web Politifact.com merupakan proyek dari surat kabar St. Pettersburgh Times. Tujuannya, seperti disebut dalam tagline ialah membantu warga menemukan kebenaran dalam politik. (to help you find the truth in politics). Politifact diluncurkan pertama kali pada Agustus 2007 dan dikomandani Bill Adair, kepala biro Times di Washinton DC.

Studi mengenai situs ini dilakukan setelah Presiden Barack Obama mulai bekerja . Observasi dilakukan untuk mencermati format berita seperti apa yang ditawarkan Politifact.com serta tingkat interaksinya.





Gambar IV.2 Fitur Truth O Meter pada Politifact.com

Bukan hanya kandidat partai, Politifact juga memeringkat kebenaran pernyataan politik presiden, sekretaris kabinet, para pelobi dan siapapun yang berhak berbicara di gedung putih. Politifact kemudian melakukan riset atas hal itu dengan melibatkan minimal satu orang editor dan satu orang penulis yang juga periset. Dalam keadaan normal, sebuah tim untuk setiap pernyataan politik yang diperiksa melibatkan tiga orang yaitu editor, penulis dan periset.

Sepanjang kampanye presiden AS, Politifact mencatat 865 pernyataan politik dari kandidat serta berita simpangsiur dari surat elektronik berantai, sejak Agustus 2007. Dengan komposisi 26% tergolong dalam True, 16% Mostly True, 18% Half True, 13% Barely True, 19% False dan 6% tergolong kategori Pants On Fire.

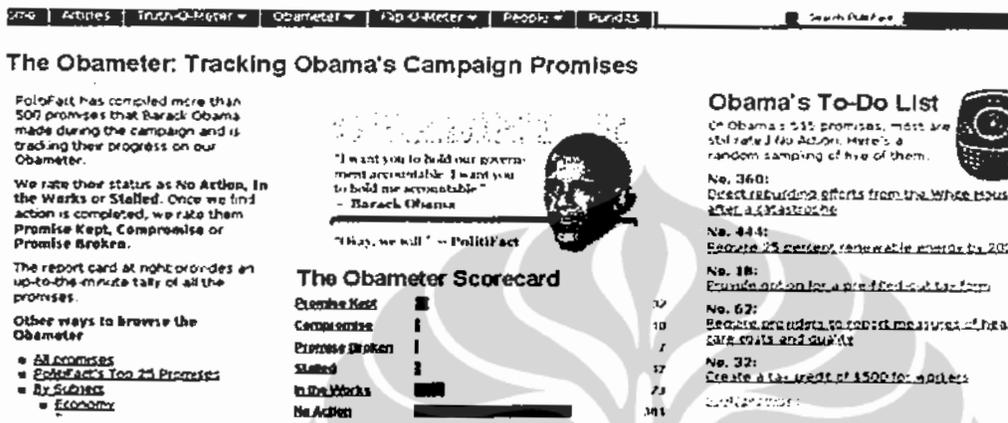
Peringkat Truth O Meter juga dapat ditelusuri berdasarkan subjek yaitu Pajak(89), Ekonomi(70) dan Irak(63).

#### IV.2.2 Flip O Meter

Politifact juga merating konsistensi pejabat publik dalam fitur Flip-O-Meter berdasarkan tiga tataran. Yaitu No Flip yang berarti sangat konsisten, Half

Flip bisa dianggap sebagai setengah konsisten dan Full Flop yang berastri tidak konsisten atas sebuah isu.

### IV.2.3 Obameter



Gambar IV.2 Fitur Obameter pada Politifact.com

Setelah Barack Obama terpilih menjadi presiden AS, Politifact menambah fitur berita yang khusus mengawasi pelaksanaan janji Obama yang dilontarkan saat kampanye. Fitur ini dinamai Obameter dan diluncurkan pertamakali pada 15 Januari 2009.

Situs web Politifact.com memiliki sistem basis data yang menjadi perangkat dalam mengevaluasi kinerja 100 hari kepemimpinan Presiden AS Barack Obama. Dalam laporannya *First100 Days: Obama and the big picture*, Politifact mendasarkan penyampaian fakta dengan dukungan fitur Obameter, yaitu sebuah sistem basis data yang dapat menggambarkan realisasi atau potensi realisasi janji-janji Obama yang diucapkan semasa kampanye, dalam 100 hari pertama kepemimpinannya. Sebagai bahan dasar evaluasi, Politifact menemukan 510 janji diucapkan Obama pada masa kampanye. Dari semua itu, Politifact mengkategorikan 96 janji yang sudah dapat dievaluasi, dan membaginya menjadi 27 janji masih dijaga (promise kept), 63 janji sedang dalam proses (in the works), dan enam lainnya sudah pasti tidak akan dikerjakan (broken promise) (Farley, Hollan; 2009)

Untuk itu, staf Politifact memeriksa pidato Obama, kemunculan Obama di televisi, serta situs web kampanye Obama. Hasilnya, Politifact telah mengkompilasi 514 janji Obama yang disebutkan saat kampanye. Mulai dari janji untuk menghentikan Perang Irak hingga janji membelikan anjing bagi putrinya.

Untuk memudahkan pemeringkatan. Politifact mendefinisikan janji sebagai berikut: semua pernyataan yang prospektif dari sebuah tindakan atau ada hasil dari pernyataan tersebut yang bisa diukur. Politifact membuat pemeringkatan mulai dari No Action, Stalled, In The Work, Promise Kept, Compromise atau Promise Broken. Tiga label peringkat dalam kelompok pertama menggambarkan proses kerja Obama. Sedangkan tiga peringkat dalam kelompok terkahir menunjukkan seberapa jauh janji tersebut ditepati.

Politifact memilih untuk mengevaluasi semua janji Obama yang diucapkannya saat kampanye dan memenuhi definisi janji ala Politifact, tanpa mengindahkan apakah janji tersebut merupakan 'janji mudah' yang dapat ditepati dengan segea, atau janji yang sulit ditepati. Berikut ini ialah definisi masing-masing kategori peringkat:

**No Action :** Setiap evaluasi janji Obama dimulai di titik ini dan akan tetap begitu sampai Politifact mengajukan proposal formal atau mengambil langkah eksekutif sebagai tindakan memenuhi janji tersebut.

**In The Works:** Sebuah janji dalam label ini dimulai ketika Obama memulai tindakan nyata dengan membuat proposal formal, seperti misalnya ketika Obama mengajukan perencanaan stimulus ekonomi dan akan tetap berada di tingkat ini sampai proposal tersebut jelas diterima atau disetujui kongres.

**Stalled :** Politifact memperkirakan bahwa sejumlah janji Obama akan sulit direalisasikan mengingat keterbatasan dana atau ketidaksetujuan dari oposisi di Kongres.

**Promise broken:** Ada beberapa penyebab yang bisa mengakibatkan sebuah janji dikategorikan sebagai Promis Broken. Misalnya proposal janji tersebut ditolak mentah-mentah oleh Kongres berdasarkan hasil voting di kongres. Bahkan bisa saja sebuah proposal sudah 'mati' terlebih dahulu sebelum dilakukan voting.

**Compromise:** Janji yang dipenuhi Obama lebih sedikit dibandingkan pernyataannya saat kampanye namun tetaplah merupakan sebuah hasil.

Promise Kept: Janji yang telah ditepati atau hampir ditepati.

\ Terkait rating tersebut, Politifact menegaskan bahwa hal paling penting tentang Obameter ialah :Promise Broken tidak berarti kegagalan Obama memenuhi janjinya. Juga tidak dapat dipandang sebagai kegagalan konstitusional. Karena bisa saja, Obama memutuskan untuk tidak merealisasikan janji tersebut karena ada prioritas lain yang lebih mendesak. Atau Obama memutuskan untuk tidak merealisasikan karena tidak mendapat dukungan setelah seluruh upaya yang telah dilakukan gagal disepakati pihak oposisi di Kongres. Justru hal ini bisa dilihat sebagai akibat dari opini publik yang tidak menyepakati janji tersebut. Menurut Adair, pendekatan 'promise by promise' untuk mengawasi kinerja pemerintahan hanyalah salah satu nilai ukur keberhasilan pemerintahan. (Bachko; 2009)

Popularitas janji saat kampanye mungkin akan berkurang popularitasnya saat ini akibat krisis ekonomi. Tapi Politifact tetap memeriksa pelaksanaan janji-janji tersebut untuk konsistensi. Politifact juga menentukan batas waktu dalam memeriksa pelaksanaan janji tersebut. Dalam wawancaranya dengan Katia Backo untuk Columbia Journalism Review, Bill Adair menjelaskan cara kerja Obameter. Menurutnya, semua janji yang masuk dikumpulkan dalam sistem basis data dan dilengkapi tanggal pengecekan. Untuk janji jangka panjang, Politifact menetapkan tanggal 31 Desember 2009 untuk pengecekan.

Adair juga mengungkapkan bahwa janji yang menjadi patokan penilaian ialah janji Obama saat kampanye. Dia juga meyakini bahwa ide tersebut bisa dipahami dan diterima pembaca Politifact. Untuk mengevaluasi 100 hari kepemimpinan Obama, Politifact mendasarkan pada 25 janji Obama sebagai janji yang paling signifikan.

Untuk memeriksa apakah sebuah janji sudah dilaksanakan atau belum, Politifact menghubungi gedung putih dan menanyakan hal tersebut melalui telepon ataupun surat elektronik. Dalam proses pengecekan, reporter Politifact mendatangi pihak-pihak terkait untuk menilai kemajuan proses realisasi janji Obama, misalnya pakar, analis, akademisi untuk memberikan penilaian, yang kemudian menjadi bahan rekomendasi bagi penulis. Proses tersebut, sesekali juga

menjadi perdebatan sendiri di dalam lingkup ruang redaksi. Karena tidak selamanya tiga orang dalam satu tim sepakat atas suatu penilaian.

Hasil penilaian tersebut muncul dalam sebuah artikel ketika Politifact memperbarui status sebuah janji, Politifact menyertakan artikel untuk menjelaskan kemajuan dari pelaksanaan janji tersebut dan alasan pemeringkatan.

Fitur Obameter, diakui Bill Adair, menarik minat banyak pembaca. mengaku lalulintas kunjungan(traffic) ke Politifact.com sangat tinggi, sekitar 400 ribu pengunjung dalam seminggu setelah peluncuran Obameter.

Menurut Adair, orang Amerika menyukai kartu penilaian (score card) untuk pejabat publik mereka. Pembaca selalu ingin mengetahui tentang apa yang sedang dilakukan dan apa yang sudah dilakukan. Karena itu sistem pemeringkatan yang menjadi nyawa Politifact dapat menarik minat banyak pengunjung.

#### **IV.2.4 Tingkat Interaksi**

Politifact.com tidak menyediakan tempat untuk berkomentar pada sebuah artikel seperti yang banyak dimiliki situs web surat kabar Amerika. Namun Politifact menyediakan satu halaman penuh berisi daftar alamat surat elektronik para reporter, peneliti dan editor Politifact yang dapat dihubungi. Pada halaman Politifact.com tertulis bahwa masukan pembaca diterima melalui surat elektronik karena kebanyakan diskusi politik terbuka di situs web terlalu kasar dan cenderung melemahkan semangat.

Dalam situsnya, tidak ada pilihan untuk langsung berkomentar menyuarakan pendapat baik untuk fitur Truth O Meter, Flip O Meter ataupun Obameter. Sementara itu, dalam format berita, Politifact memposisikan diri sebagai "watchdog". Politifact memposisikan diri sebagai pengawas janji kampanye dan pernyataan politik para politikus Amerika. Untuk sebuah pernyataan, yang terjadi ialah diskursus teoretis, namun tidak membuka jalur komunikasi secara terbuka kepada publik.

Satu-satunya cara berkomunikasi ialah melalui surat elektronik kepada penulisnya, atau kepada tim redaksi secara umum. Cara komunikasi ini tidak dapat diperiksa secara luas karena tidak transparan. Fungsi ini mirip dengan rubrik surat pembaca pada surat kabar cetak yang juga ditampilkan secara terbatas. Saya

tidak dapat mengamati secara langsung bagaimana bentuk komunikasi warga dengan warga, atau warga dengan redaksi Politifact.com sehingga tidak ada diskursus yang terjadi.

Sebuah berita diterima oleh pembaca dengan beragam penerimaan. Bisa jadi setuju, tidak setuju atau bahkan tidak peduli. Jika tidak setuju, maka saya tidak mengetahui apakah saya berada di dalam pendapat kolektif karena saya hanya bisa menghubungi penulis dan menyuarakan ketidaksetujuan. Namun saya betul betul tidak mengetahui bagaimana pendapat kolektif pembaca situs Politifact.

Ruang publik tercapai jika ada situasi bicara yang ideal, yang berarti setiap orang dapat berpendapat, apakah sejalan atau berseberangan, dalam kondisi yang bebas dari rasa takut dan terpaksa. Sifat tertutup hubungan surat elektronik, pada satu sisi, melepaskan rasa takut berpendapat.

Dalam situs-situs politik, banyak pengunjung web yang berkomentar panjang lebar, bahkan tidak jarang berkomentar keras dan menyalahkan. Hal itu diakui Adair dan memberikan saluran komunikasi tertutup merupakan salah satu solusi agar orang tidak takut berpendapat, tidak takut berseberang pendapat dan tidak terintimidasi dengan bahasa yang emotif. Namun sesuai pemikiran Habermas, dikursus publik terjadi jika masalah-masalah publik dibicarakan terbuka, dalam forum deliberasi yang membiarkan orang dengan pendapatnya masing-masing namun terarah untuk mencapai konsensus atau kesepakatan.

Posisi pemberi rating seperti yang diambil Politifact dalam mengevaluasi kinerja pemerintahan pada akhirnya akan menuntut tingkat kredibilitas yang tinggi. Dalam prosesnya, membutuhkan jurnalisme verifikasi yang merupakan salah satu bagian elemen jurnalisme Kovach dan Rosenstiel. Adair mengaku, dalam memenuhi tuntutan itu, pihaknya melakukan verifikasi dan melibatkan banyak pihak mulai dari akademisi hingga kantor resmi pemerintahan.

Adair juga mengakui menerima banyak masukan dari kelompok pendukung Obama untuk menaikkan level realisasi sebuah janji. Namun Politifact juga menerima masukan dari kelompok oposisi, yang tidak kalah banyaknya.

Politifact sempat menghapus klaimnya ketika terbukti klaim itu salah. Pada 22 Juni 2009, Politifact menghapus janji Obama yang ternyata ganda. Yaitu

Pada blog 'Inside obameter' itu tertulis "our sharp-eyed reader alerted us that Promise No 413 is essentially the same promise as 411". Politifact mengakomodasi masukan dari pembaca dan mengizinkan bentuk kontribusi meski tidak terbuka.

#### **IV.2.5 Aspek Konvergensi**

Politifact memasukkan video, foto, grafis menarik sebagai unsur multimedia yang menjadikan dirinya konvergen. Pembaca politifact dapat memilih jenis tayangan yang sesuai dengan selera mereka. Grafis yang terdapat pada politifact.com menimbulkan ketertarikan dari sisi desain. Yaitu sesuatu yang tidak terlalu dibuat serius seperti misalnya istilah 'pants on fire'.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Schultz, menunjukkan keterhubungan saat erat antara multimedia dan tingkat interaksi pembaca. Semakin konvergen media tersebut maka tingkat interaksinya semakin tinggi. Pembatasan penelitian tidak membahas lebih lanjut penerimaan audiens terhadap format pemberitaan Politifact. Namun dari pengakuan Adair mengenai tingginya kunjungan menunjukkan adanya indikasi tersebut.

#### **IV.2.5 Format Lama Kemasan baru**

Dalam telaah pustaka yang dilakukan penulis, sejatinya ide dasar Politifact bukan sesuatu yang benar-benar baru. Selama bertahun-tahun, media massa Amerika selalu memiliki rubrikasi reguler untuk penyampaian penilaian mereka terhadap kebenaran sebuah pernyataan politik para politisi AS. (Gordon;2009)

Fungsi 'watchdog' itu yang kemudian dipresentasikan Politifact dalam bentuk yang baru di situs web mereka. Aron Philofer menyebutkan penulisan laporan 100 hari kepemimpinan Obama oleh Politifact yang memenangkan Pulitzer 2009 memiliki kesamaan dengan kemenangan laporan investigasi Bill Dedman berjudul "Color of Money" pada Atlanta Journal tahun 1998.

Kedua laporan itu memiliki persamaan karena menampilkan dokumentasi yang sistematis terhadap isu yang diangkat. Dedman menampilkan dokumentasi yang komprehensif tentang diskriminasi yang sistematis terhadap kaum komunitas dalam hal penyewaan property melalui laporan yang disajikan berseri. Sedangkan Politifact menampilkan laporan evaluasi kepemimpinan Obama di situs web lengkap dengan tautan

yang langsung menghubungkan pembaca kepada dokumentasi janji Obama selama kampanye.

Hal yang membedakan kedua laporan tersebut ialah dimensi media yang digunakan. Media online sebetulnya memiliki kelebihan dibandingkan media tradisional. Struktur Hyper-link, (tautan untuk isi dalam halaman lain yang saling berkaitan) memungkinkan pembaca untuk membangun 'cerita' sesuai tingkat kedalaman yang ia inginkan.

Fungsi 'watchdog' tersebut yang kemudian dipelihara Politifact dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, terutama karena menggunakan sistem basis data. Jadi, dalam menampilkan kebenaran pernyataan politik bisa dengan cara menautkan satu berita dengan berita lain yang bersifat mendukung.

Gaya narasi panjang dalam pers Amerika pun bisa diteruskan dalam format situs web karena tidak dikenal pembatasan ruangan dalam situs web. Bentuk narasi panjang ini justru memberi kesegaran bagi situs web surat kabar yang biasanya berisikan berita berita singkat dan jarang menampilkan berita analisis atau laporan mendalam.

Sifat hipertekstualitas internet juga membuat sebuah informasi dapat dikaitkan kepada informasi lain, sehingga memberikan kesempatan bagi pembaca untuk menggali lebih jauh informasi tersebut sesuai kebutuhannya. Pembaca memiliki pilihan lebih luas untuk mendapatkan informasi dibandingkan dengan media surat kabar konvensional.

Berita-berita panjang itu pun berkesempatan untuk disebar oleh pembaca ke pembaca lainnya, sehingga isu publik bisa terus bergulir.

## BAB V

### KESIMPULAN

Dari pembahasan pada bab IV, penulis menyimpulkan bahwa surat kabar daring Amerika sudah memanfaatkan teknologi web2.0 dalam situs web mereka, namun tidak sepenuhnya bereksperimen dengan teknologi penyampaian narasi. Penyajian berita masih konvensional seperti pada versi cetak, terbukti dengan rendahnya penggunaan hyperlink dalam artikel.

Padahal keunggulan internet dalam menyampaikan berita ialah ruang yang tidak terbatas. Tidak seperti koran konvensional, sebuah situs web surat kabar dapat memuat berita yang sangat panjang bahkan pada satu halaman saja. Tanpa batasan ruang seperti pada koran, sudah sewajarnya berita yang dipublikasikan pada situs web lebih komprehensif dibandingkan dengan koran konvensional.

Berdasarkan tataran yang dibuat oleh Pavlik, maka kebanyakan situs web surat kabar Amerika masih berada di tahap kedua.

Gaya pemberitaan yang diperkenalkan oleh Politifact.com menjadi rubrikasi menarik yang melengkapi versi cetaknya, St.Petersburg Times. Politifact.com cukup berhasil mengoptimalkan kekuatan web2.0 dalam berita, bukan hanya fungsi praktis sebuah situs web. Pada setiap artikelnya, Politifact menyertakan tautan ke halaman lain yang berkaitan sehingga membiarkan pembaca untuk mengeksplorasi berita sejauh yang mereka butuhkan dan inginkan. Aspek ini termasuk hipertekstualitas yang menjadi ciri jurnalisme daring.

Politifact juga menjadikan masukan masyarakat sebagai bagian dari pemberitaan dan memengaruhi produk meski tidak secara total terbuka. Sedangkan dilihat dari proses produksinya maka penyampaian berita semacam Politifact membutuhkan lebih banyak sumber daya manusia yang berimbas pada biaya produksi. Sedangkan sifat alami sebuah lingkungan internet ialah sesuatu yang gratis. Sehingga hal ini akan memberikan tantangan tersendiri bagi Politifact.

Teknologi internet sebetulnya memberikan kesempatan bagi pers untuk menguatkan perannya sebagai pilar ke empat demokrasi yang bertugas sebagai *watchdog*. Sejauh ia membuka diri terhadap komunitasnya. Fasilitas interaktif sebuah situs web sudah semakin beragam sehingga akan lebih memudahkan upaya

kontrol bersama dengan masyarakat. Namun sayangnya, perangkat-perangkat ini tidak dimanfaatkan maksimal sebagai perangkat yang mempelancar komunikasi dan membuka jalur publik.

Sesuai dengan tiga tataran jurnalisme daring Pavlik, disebutkan bahwa tataran ketiga jurnalisme daring ialah ketika sebuah teknologi memungkinkan pembaca menjadi bagian dari proses pembuatan berita. Secara teknologi, kita telah tiba di tataran ketiga jurnalisme daring. Namun situs web surat kabar di Amerika masih mendominasi pada tataran kedua.

Dilihat dari model demokrasi deliberatif yang menempatkan pers sebagai mediator, maka surat kabar Amerika yang memiliki format daring pun tidak dapat sepenuhnya menjalankan peranan itu. Perangkat interaktif yang beragam, nyatanya tidak selalu dapat dimaksimalkan meski sudah dimanfaatkan.

Kemauan surat kabar Amerika lebih membuka dirinya dalam format daring memang sangat berbeda dibandingkan dengan sepuluh atau dua puluh tahun silam. Dari jumlah perangkat interaktif yang digunakan, rata-rata surat kabar Amerika bertiras tinggi tidak memiliki masalah teknis. Namun dalam praktiknya, masih banyak bentuk komunikasi satu arah, atau yang bersifat one to one, atau tertutup. Potensi surat kabar daring membangun forum deliberasi sangat tinggi asalkan memenuhi syarat akses bagi semua warga negara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bachko, K. (2009) *Q and A: St Peterseburg Times's Bill Adair (Behind the scenes of Obameter)*, Coloumbia Journalism Review, February 2009
- Carlson, D. (2002). *The History of Online Journalism, (The internet, democracy and democrazition)*, McGraw Hill.
- Carey, J. (1989) "Space, Time and Communications: a tribute to Harold Innis", in *Communication as Culture*. New York: Routledge: 12.
- Casimir, J. "Keeping the Net Free". *Sydney Morning Herald*. Computers and Communications Section. 1995-6-13: 42.
- Calhoun, C, ed. (1993) *Habermas and the Public Sphere*. Massachussetts: MIT Press.
- Center for a New Democracy. <http://www.essential.org/orgs/CND/CND.html>
- Center for Democracy and Technology. <http://www.cdt.org/>
- Dahlgren, P. (1995) *Television and the Public Sphere: Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage Publications.
- Dahlberg, L. (2001) *Democracy via cyberspace: mapping the rhetorics and practices of three prominent camps*, New media and society SAGE publication.
- Dimitrova, D, Neznanski, M. (2006), *Online journalism and the war in cyberspace: a comparison between US and international news paper*, Journal of Computer-Mediated Communication Vol 12
- Edelman, M. (1993), *Contestable categories and public opinion*, Political Communication Vol. 10 No. 3
- Eriyanto (2002) *Analisis Framing: Konstruksi, ideology, dan politik media*, LKIS Yogyakarta

- Fraser, N. (1993) "Rethinking the Public Sphere: a Contribution to the critique of Actually Existing Democracy" in Calhoun, C, ed. (1993) *Habermas and the Public Sphere*. Massachusetts: MIT Press.
- Gibson, R & Ward, S(1998) *UK political parties and internet: "politics as usual" in the new media?* *Press/Politic*, 3(3), 14-38
- Gordon, Rich(2009), Politifact Pulitzer Validates Journalism-Technology Collaboration, <http://pbs.org/idealab/2009/04/politifact-pulitzer-validates-journalism-technology-collaboration.htm>
- Hadi, Ido Prijana(2007) *Khalayak maya dalam media online: studi reception analysis tentang interaktivitas pada teks suara Surabaya.net*, *Jurnal Ilmiah Scriptira* ISSN 1978-385X Vol I. No 2
- Miller, An(2002), *Journalism and new media*, McGraw Hill
- Musso, J.A, Weare, C & Hale, M.(2000). *Designing web Technologies for local governance reform: good management or good democracy?* *Political Communication* 17 (1), 1-19
- Newhagen, J. , & Rafaeli, S.(1996). *Why communication researchers should study internet: A Dialog* *Journal of Computer Mediated- Communication*, <http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/rafaeli.html>
- Pawito (2008) *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, LKIS Yogyakarta
- Pavlik, J.V.(1997) *The future of online journalism*, *Coloumbia Journalism Review* Vol 36(2) p30-38.
- Pavlik, J.V. (1999). *Understanding the impact of new media to journalism*, <http://www.coloumbia.edu/~jp35/lectures>.
- Poster, M. (1) *Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere*. <http://www.humanities.uci.edu/mposter/writings/democ.html>
- Poster, M. (1990) *The Mode of Information*. Cambridge: Polity Press: 1-20.