

KONSEP PENULISAN JURNALISTIK MASA DEPAN DAN DESAIN STORYBOARD UNTUK ONLINE NEWS

Kehadiran televisi dalam tahun 1960-an sempat mengundang penelitian, studi, dan perbincangan. Salah seorang pengamat televisi waktu itu, Marshall McLuhan dalam bukunya, *Understanding Media—The Extensions of Man* menyatakan bahwa, *the medium is the message*. Bahwa medium yang dipakai untuk menyampaikan informasi dan pesan, membentuk format pesan itu sendiri. McLuhan menganggap media sebagai perluasan manusia, dan bahwa media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda. Media menciptakan dan mempengaruhi cakupan serta bentuk dari hubungan-hubungan dan kegiatan-kegiatan manusia. Pengaruh media dengan adanya kemajuan teknologi menjadi sangat dahsyat bagi umat manusia. Media telah campur tangan dalam kehidupan manusia secara lebih cepat daripada sebelumnya, juga memperpendek jarak diantara bangsa-bangsa.

Kemudian, analogi dari pernyataan McLuhan kalau melihat kondisi sekarang, bisa dikatakan *technology is the message*. Teknologi itulah yang menghasilkan medium baru atau melahirkan *the new media*. Ini bukan untuk melebih-lebihkan pengaruh media. Tetapi, adanya kemajuan teknologi, media menjadi sangat maju - selanjutnya akan disebut teknologi informasi dan komunikasi. Media telah berubah menjadi subyek komunikasi yang interaktif dan menjadi sahabat baru manusia. Pola interaksi sosial melalui media jaringan (komputer) telah menciptakan ruang baru bagi kehidupan manusia yang disebut *cybercommunity* (komunitas *cyber*) yang juga turut andil dalam membentuk suatu pola hubungan sosial yang tanpa batas, sangat luas dan transparan.

Pengalaman empiris menunjukkan, setiap medium baru berpengaruh terhadap media yang ada. Misalnya, sejak munculnya televisi iklim persaingan semakin kentara. Televisi mempengaruhi eksistensi media cetak dalam hal isi, bentuk, distribusi, kebijakan harga, periklanan dan sebagainya. Karenanya, setiap kali muncul media baru, kata kunci untuk media yang sudah eksis dan ingin tetap eksis adalah adaptasi, inovasi, kreatifitas, atau ketinggalan dan ditinggalkan.³

Munculnya medium baru tidak berarti meniadakan medium lama. Antara medium lama dan medium baru terjadi proses saling melengkapi, saling mempengaruhi, saling memperkaya inovasi dan kreatifitas.

Sehingga setiap kejadian yang diberitakan menjadi lebih jelas maknanya, korelasinya dan interaksinya bagi konsumen (pembaca).

Pembahasan dalam artikel ini difokuskan pada sejauh mana media baru penyedia berita *online*, mengubah makna berita, proses pencarian dan penyajiannya akibat adanya teknologi informasi dan komunikasi, yang berkembang sangat cepat, serta mampu mengadopsi cara kerja *broadcast*, termasuk secara *visual*, maupun *printed media* dalam sistem kerjanya.

PERKEMBANGAN BERITA

Berita adalah laporan atau pemberitahuan tentang sesuatu kejadian atau peristiwa yang disampaikan melalui orang lain, baik secara lisan maupun tertulis.⁴ Pengertian berita (*News*) yang dimaksud adalah penyajian informasi yang sudah, sedang dan akan terjadi.

Berdasarkan sejarah perkembangan berita, maka dapat dikategorikan bentuk penyajian berita, yaitu :

1. Berita cetak (*Print News*), yaitu berita yang dibuat dengan teknologi percetakan [koran dan majalah]
2. Berita *broadcast* (*Broadcast News*), yaitu berita yang menggunakan media televisi dan radio
3. Berita elektronik (*E-News*), berita yang menggunakan perangkat komputer yang terhubung dengan jaringan komputer global.⁵ Terdapat juga beberapa istilah untuk berita elektronik yaitu *online news* atau *digital news*.

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengakibatkan adanya tuntutan perubahan bentuk berita, dari pers cetak dan *broadcast* menjadi bentuk berita elektronik (*E-News*). Berita elektronik khususnya lewat internet sekarang berkembang pesat, dimana hampir tiap surat-kabar dan majalah di Indonesia sudah mengembangkan edisi *online*. Belum lagi kalau kita lihat secara internasional khususnya Amerika Serikat, yang sudah mengembangkan lebih dulu surat-kabar dan majalah *online*-nya.

ONLINE NEWS

Berita *online* di Indonesia umumnya dimiliki dan dikembangkan oleh nama-nama surat-kabar dan majalah besar, yang sebelumnya sudah eksis secara cetak dan kuat secara modal serta jaringan distribusi. Dimana para pemilik koran dan majalah menerbitkan edisi *online* sebagai tuntutan kemajuan jaman yang serba cepat dan instan, apalagi adanya revolusi luar biasa di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Karenanya, dengan menggunakan protokol dan teknologi internet, yang menghubungkan sistem jaringan komputer global, diseminasi berita dapat dengan cepat dan seketika. *Kompas.com*, *Media-indonesia.com*, *Bisnis-indonesia.com*, *Suarapembaruan.com*, *Jawapos.com*, *Surya.co.id*, *Suaramerdeka.com*, *Republika.co.id*, *Detik.com*, *Tempo.co.id*, *Gatra.co.id*, *Forum.co.id*, *Tiara.co.id*, *Wartaekonomi.co.id* , dan sebagainya adalah beberapa contoh penyedia layanan berita *online* (*News Service Provider*) terkemuka dan terpercaya di Indonesia.

Pada tahun 1994 baru 4 surat kabar dan majalah yang membuka *homepage* di internet. Tahun 1995, melonjak menjadi 250 surat kabar harian dan majalah yang membuka *online*.

Kemudian, kalau kita baca dari sisi apa saja yang dijual di “e”, diperoleh data yang bervariasi dari satu negara ke negara yang lain,⁷ seperti di bawah ini.

Negara	Apa saja yang dijual di “e”
India	Musik dan Video
Asia Tenggara [Singapore]	<i>Travel</i>
China dan Korea	<i>Finansial Brokerage</i>
Selandia Baru	<i>Health and Beauty</i>
Jepang dan Australia	Komputer
USA	Apa saja bisa dijual di Internet
Indonesia	Berita, Buku dan Hadiah

Dari data di atas, tampak bahwa berita (*News*) menjadi sesuatu yang dicari dan mempunyai nilai serta tempat tersendiri bagi pengakses internet di Indonesia. Masyarakat selalu ingin mengikuti perkembangan politik, ekonomi, dan sosial budaya yang cepat dan seketika, yang mana tidak bisa diperoleh lewat media konvensional.

Berita elektronik yang *nota bene* baru berkembang pesat era 1990-an ternyata secara radikal mempengaruhi industri penerbitan pers cetak, dan

mampu menaklukkan ruang dan waktu yang selama ini dihadapi pers cetak. Proses *gathering information* lewat internet berlangsung melalui *information brokers* (perantara), tidak lewat penerbitan pers, sehingga menjadi lebih singkat dan seketika. Berita elektronik dapat ditampilkan (*upload*) dan diperbarui (*update*) dalam hitungan menit bahkan detik. Sedangkan berita konvensional, khusus media cetak, membutuhkan waktu sedikitnya satu hari untuk proses *gathering information* (peliputan), *layout*, dan cetak. Dalam berita elektronik, cenderung menampilkan berita *straight news*, *breaking news*, singkat dan padat. Namun terus menerus diperbarui.

HYPertext DAN PENULISAN MASA DEPAN

Internet, sebagai sebuah jaringan komputer global, merupakan suatu teknologi yang memicu perkembangan berita elektronik (*E-News*). Teknologi internet memungkinkan berita (*News*) dipublikasikan dengan menggunakan format *Hypertext*.

KONSEP PENULISAN JURNALISTIK MASA DEPAN DAN DESAIN STORYBOARD UNTUK ONLINE NEWS

Markup Language (HTML). Dimana, format berita (teks, gambar/foto, *video*, *audio*, animasi) disajikan secara *digital*, sehingga pembaca dapat mengakses dari komputer dengan cepat dan seketika pada halaman web (*web pages*). Jarak dan waktu bukan lagi kendala. Karenanya, internet sebagai medium informasi memiliki banyak kelebihan dibandingkan media massa lain. Mudah mengaksesnya, memproduksi dan menyebarkan dengan cepat dan murah dengan daya jangkau dunia.

HTML adalah *tag* atau kode yang dapat menampilkan teks dan *layout graphic* yang kemudian dikenal sebagai *web pages*. Dalam file HTML terdapat *tag* atau kode yang dimengerti oleh *web browser* dan dapat menampilkan dokumen pada layar monitor komputer. Dalam *tag HTML* ditandai dengan karakter “<” atau “>”, dan umumnya *tag HTML* dibuat berpasangan, ada *tag* pembuka dan ada *tag* penutup. Format umum *tag HTML* adalah <nama_tag> Teks yang akan ditampilkan

</nama_tag>. *HTML* dikembangkan oleh Tim Berners-Lee dalam awal tahun 1990-an.

Sebuah dokumen bisa merupakan informasi. Sebuah artikel di surat-kabar adalah dokumen (dokumen cetak), demikian halnya dengan paket acara TV, sebuah lagu atau *video* juga merupakan dokumen (dokumen elektronik). Jadi bagi seorang reporter dalam jaman serba elektronik akan dihadapkan pada terminologi baru yang berubah yaitu dokumen. Ketika reporter dan editor membuat sebuah dokumen *news* untuk masing-masing media dimana mereka bekerja, mungkin mereka juga akan berpikir format dokumen yang sesuai, entah itu cetak atau elektronik.

Dokumen elektronik yang nota bene berisi informasi dapat diubah dari format *analog* ke format *digital*. Teknologi internet memungkinkan hal ini. Dimana, dengan format *digital* dokumen dapat diakses lewat internet, termasuk gambar/ foto, *audio* , *video*, instruksi pemrograman *web* interaktif, dan animasi. Yang semua ini bisa diakses lewat *browser* internet. Jadi kesimpulannya *hypertext* bisa dikatakan sebagai jantungnya *online news*.

PENULISAN BERITA UNTUK WEB

Perubahan terbesar dalam hal penulisan berita dengan hadirnya media *web*, yang kemudian berkembang menjadi *digital news* bisa terjadi pada reporter media cetak

Dimana, mereka harus menyesuaikan dengan paradigma baru mengenai konsep atau format tentang isi (teks/gambar/foto/grafis/video/animasi). Walaupun disisi lain dengan hadirnya media *digital news* justru bisa saling melengkapi kekurangan masing-masing, namun perlu dipikirkan untuk masa datang.

Online journalism yang merupakan penerapan jurnalistik dalam sistem *online* adalah kegiatan pendokumentasian narasi yang melaporkan atau menganalisa fakta-fakta dan kejadian yang benar-benar terjadi, dipilih dan disusun oleh reporter, penulis, dan editor untuk menceritakan sebuah kejadian/ peristiwa berdasarkan sudut pandang utamanya. Jurnalistik secara tradisional dipublikasikan dalam format cetak, disajikan lewat film dan *broadcast* pada televisi dan radio. Dalam sistem *Online* masuk banyak *venues*, yang terkenal adalah melalui *World Wide Web*.

Adapun karakteristik yang harus ada dalam *online journalism* dibandingkan dengan jurnalistik tradisional adalah sebagai berikut :

Online = Real Time

Online journalism dapat dipublikasikan dalam waktu yang seketika, untuk *updating breaking news* dan kejadian sudah dan sedang terjadi.

Online = multimedia

Online journalism dapat memasukan elemen multimedia, seperti teks, *graphics*, suara, musik, *motion video*, dan animasi ditambah tiga dimensi.

Online = interactive

Online journalism adalah interaktif. Adanya *hyperlinks* mewakili mekanisme utama interaktif pada *web*.

Seperti diketahui, dalam *online news* penulisan berita bergeser dari seragam (pers cetak) ke personal dengan format penulisan pendek, tajam (*snappier*), dan bergaya percakapan. Karena mengajak pembaca menjadi partisipan. Pembaca dapat merespon secara langsung kepada materi yang disajikan reporter *online*, entah lewat *e-mail*, fasilitas *online reply* , model forum diskusi, *submit* artikel, respon langsung atas komentar-komentar dari pembaca lain atau lewat jajak pendapat *online*.

Salah satu contoh model desain interaktif *News*, pembaca dapat merespon secara langsung kepada materi berita yang disajikan reporter *online*.

Reporter *online* dapat diuntungkan dengan adanya respon 'segera' dari pembacanya atas berita yang disajikan. Sehingga umpan balik dengan cepat dapat diketahui reporter atas suatu peristiwa/kejadian. Inilah yang namanya perubahan mendasar dalam siklus publikasi berita, yang dulu periodik (pers cetak) menjadi seketika dan interaktif. Sehingga, unsur aktualitas berita menjadi sangat mutlak, karena khalayak pembaca *online* umumnya aktif dan menyukai eksplorasi isi *website*. Namun di sisi lain, unsur kesetiaan konsumen (baca : pembaca) terhadap surat kabar/ majalah/ lembaga penyedia berita *online* mudah beralih karena meluapnya informasi dan banyak pilihan-pilihan berita *online* dari sumber lain. Konsumen leluasa memilih berita *online* mana yang diperlukan. Disamping itu, ada faktor psikologis *mouse click*, dimana konsumen mudah untuk berpindah dari satu halaman *web* ke halaman *web* lainnya.

Dari fenomena tersebut di atas, maka model penulisan berita *online* yang baik, dalam arti betul-betul dibaca oleh pengakses berita di internet adalah menggunakan model *inverted pyramid* (piramida terbalik). Dimana dalam penulisan ini reporter meletakkan ide utama (makna utama) pada awal paragraf, diikuti oleh keterangan, fakta, tanda, petunjuk (*evidence*). Seperti ditunjukkan dalam alur berikut :

è MAKNA KHUSUS
TEKS è MAKNA UTAMA è INTEPRETASI è MAKNA KHUSUS
è MAKNA KHUSUS

Sedangkan format penulisan tetap mengedepankan unsur 5 W + 1 H sebagai unsur mutlak dalam jurnalisme. *Who* (Siapa yang pegang peranan), *What* (apa peristiwanya), *When* (bilamana peristiwanya terjadi), *Where* (dimana peristiwa terjadi), *Why* (mengapa peristiwa itu terjadi) dan *How* (bagaimana peristiwa itu terjadi).

Penulisan media *web* model *inverted pyramid* menjadi lebih mengena kepada pembaca, karena secara psikologis desain, pembaca

tidak menyukai *scroll down* teks yang panjang pada *browser*. Pembaca umumnya akan membaca lebih dulu bagian atas berita. Karenanya, desain terbaik adalah memisahkan tulisan ke dalam bagian pendek yang saling berhubungan (*coherent*) untuk menghindari *scroll* halaman ke bawah. Sehingga berita yang ditulis lebih pendek dan memudahkan pembaca menikmati berita secara cepat.

Orang membaca sesuatu di monitor komputer biasanya bersifat *scanning*, sekilas dari atas ke bawah. Pojok kiri ke kanan, dan seterusnya. Mereka ingin mengetahui sesuatu dengan cepat. Karenanya, *layout* (tataletak) *homepage* sebuah *online news* - halaman pertama ketika akses sebuah *website* - yang berisi *headline news* dan informasi terdepan dibuat dalam kalimat pendek, yang bisa langsung menggaet mata pembaca (*eye catching*), dengan *detail* berita pada *link* di *headline news* sebagai halaman berikut untuk konteks beritanya. Teknik ini dikenal dengan *storyboards sketch content* (bagan/uraian ringkas), *graphic* dan *hyperlinks*, dengan mengkombinasikan *content* dengan navigasi. Seperti yang umum dilakukan pada film, televisi, dan penulisan naskah iklan.

Kesan pertama seorang pengunjung *website* terbentuk pada 9 detik pertama. Mencakup koordinasi warna, *layout*, bentuk, *typography* dan *content* – kombinasi ke 5 elemen tersebut membentuk desain yang merepresentasikan isinya dan sesuai dengan target *audience* yang dituju - Karenanya, perhitungan waktu *download* menjadi sangat penting. Salah satu keunggulan penulisan dengan teknik *storyboard* adalah untuk menarik perhatian pembaca, dan mempercepat waktu *download*. Sehingga tampilan *headline news* disertai dengan kalimat pendek mempermudah pembaca untuk mempercepat *scanning* berita yang disajikan.

Untuk lebih jelasnya, contoh *layout homepage online news* bisa dilihat pada *website* Detik.com di bawah ini.

DESAIN STORYBOARD UNTUK ONLINE NEWS

Perkembangan *online news* akan memaksa reporter media cetak mengadopsi gaya *broadcast*. Dalam dunia *broadcast* seorang reporter menulis untuk *video*, *still images* dan suara. Sehingga pemirsa bisa mendengar dari radio maupun melihat dari layar kaca televisi. Kata dalam *broadcast* mampu melengkapi teka-teki informasi dalam benak pikiran pemirsa atau pendengar. Reporter media cetak sebaliknya, harus menggunakan bahasa agar pesannya sampai pada benak pikiran pembacanya seperti apa yang dilihat dilayar televisi. Karenanya, seorang reporter media cetak mencoba membuat sebuah “layar” dalam benak pikiran pembacanya, dengan membangun daya ingat dan imajinasi pembaca.

Seperti halnya dengan reporter *broadcast* tersebut, reporter untuk media *web* juga

telah menambahkan teks elektronik (*e-texts*) dalam cara kerja mereka. Teks elektronik

termasuk didalamnya *video* dan *still images*, animasi, suara, dan tentu saja kata.

Karenanya, tantangan sebagai reporter media *web* adalah mampu memberikan perspektif

baru agar berita menjadi kredibel dan bisa dipercaya masyarakat. Sehingga persepsi

masyarakat yang masih menganggap berita dari media *web* sebagai sumber berita

komplementer dapat diubah dengan menerapkan kinerja profesional, sebagai sumber

berita yang kredibel seperti berita yang disajikan secara konvensional (media cetak dan

televisi). Sebagai informasi, dapat dilihat dalam data hasil *survey* berikut ini :

Online News Association (ONA) telah melakukan penelitian melibatkan 1000 pengguna internet di Amerika Serikat dan 1.300 pekerja media sebagai responden. Penelitian yang dipublikasikan pada 31 Januari 2002 bertujuan untuk mengetahui opini publik seputar kredibilitas berita-berita yang disajikan oleh situs-situs *online*. Hasil yang diperoleh adalah lebih dari 78 persen pengguna Internet mengatakan situs-situs berita yang dioperasikan oleh perusahaan televisi kabel (misalnya *CNN.com*) layak dipercaya. Sementara sekitar 67 persen mengungkapkan, situs-situs yang merupakan

kepanjangan tangan televisi nasional atau surat kabar juga layak dipercaya. Kemudian, 90 persen dari pekerja media menaruh kepercayaan yang besar pada berita-berita yang diterbitkan oleh situs-situs berita Internet milik surat kabar, dan hanya 29 persen yang percaya pada situs-situs berita lainnya. Kesimpulannya, para pengguna internet di Amerika Serikat yakin bahwa berita-berita yang disiarkan secara *online* sama kredibelnya dengan berita yang disajikan secara lebih tradisional, misalnya lewat surat kabar, majalah, ataupun televisi.
