

EDUKASI TATA KELOLA MEDIA *ONLINE* SEBAGAI SARANA INFORMASI YANG MENCERAHKAN MASYARAKAT

Sugiyono¹, Sofyan Hadi²

¹ PGSD, STKIP PGRI Pacitan
email: sugiyonopacitan@gmail.com

² PBSI, STKIP PGRI Pacitan
email: sofyanyahadi@gmail.com

Abstrak

Era digital dan globalisasi sekarang ini, keberadaan media online sangat strategis sebagai sarana publikasi suatu kegiatan. Sasaran kegiatan ini adalah Pengurus Organisasi Kepemdaan yang bergerak di bidang keagamaan secara khusus tim media online. Kegiatan ini difokukan pada tata kelola, kaidah penulisan berita online/daring agar tim media dapat menyuguhkan berita-berita yang akurat, menyenangkan, sesuai dengan realita yang ada, dan mencerahkan masyarakat. Dengan harapan media online yang dimiliki dapat semakin eksis dan mampu berkiprah secara luas sebagai media dakwah virtual, melalui berita-berita yang disajikan dengan santun, tanpa unsur provokatif dan mengada-ada.

Kegiatan dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut: 1) tahap persiapan, penetapan lokasi, dan sasaran kegiatan, 2) tahap pelaksanaan, 3) tahap akhir/evaluasi dan tindak lanjut meliputi penyusunan laporan kegiatan, evaluasi, dan penyusunan proyeksi/rencana kegiatan sebagai tindak lanjut. Hasil kegiatan ini adalah sebagai berikut: 1) Terbentuknya tim media online beserta tugas pokok dan fungsinya; 2) Adanya website khusus pemberitaan yaitu <https://mediakita.info/> yang siap digunakan untuk mempublikasikan berbagai kegiatan dan informasi positif yang dapat menjadi rujukan dan mencerahkan masyarakat.

Kata kunci: *berita, media, online,*

PENDAHULUAN

Era digital dan globalisasi seperti sekarang ini, berita informasi tidak hanya bisa kita dapatkan lewat media cetak seperti surat kabar, majalah dan sebagainya maupun media elektronik seperti televisi dan radio. Media *online* yang dipandang sebagai media interaktif juga dapat berfungsi sebagai media yang menyediakan berbagai informasi di dalamnya, termasuk berita. Keberadaan internet di tengah masyarakat saat ini dimanfaatkan sebagai saluran untuk menyampaikan informasi dengan jangkauan dan kapasitas yang jauh lebih masif. Pengetahuan yang memadai dan kemudahan mengaksesnya membuat masyarakat semakin akrab dengan internet, sehingga sebagian khalayak masyarakat kini mulai mengonsumsi informasi sehari-hari melalui internet. Keberadaan media *online* sangat strategis sebagai sarana publikasi suatu kegiatan.

Namun demikian media *online* tersebut sampai saat ini belum sepenuhnya dimanfaatkan dengan baik untuk sarana publikasi kegiatan. Salah satunya organisasi kepemudaan yang bergerak dibidang keagamaan Pimpinan Anak Cabang Gerakan Pemuda Ansor (PAC GP Ansor) Kecamatan Sudimoro, juga belum memanfaatkan media online secara optimal. Padahal banyak kegiatan-kegiatan positif yang mestinya dapat dipublikasi untuk mengedukasi masyarakat. Tetapi sering kali kegiatan-kegiatan tersebut tidak terpublikasikan karena keterbatasan sumber daya yang menguasai media *online*.

Mencermati kondisi tersebut, Tim Pengabdian kepada Masyarakat melakukan pendampingan dan edukasi tata kelola media *online*. Hal ini, sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas dan produktifitas pemberitaan kegiatan-kegiatan GP Ansor Sudimoro. Sasaran kegiatan ini adalah tim media secara khusus dan pengurus organisasi umumnya. Dengan harapan melalui pendampingan dan edukasi tata kelola media *online* ini diharapkan menjadi semangat baru dan awal kebangkitan media lokal untuk berkiprah secara luas. Juga menjadi media yang dapat dipercaya dengan mengedepankan sikap jujur dan toleransi tinggi tanpa menjatuhkan satu sama lain. Serta dapat menjadi rujukan dan mencerahkan masyarakat, guna berperan serta mewujudkan Indonesia Maju.

KAJIAN LITERATUR

Media Massa

Media massa merupakan media massa yang terkait dengan masyarakat, digunakan berhubungan dengan khalayak (masyarakat) secara umum, dikelola secara profesional dengan bertujuan mencari keuntungan. Dengan demikian tidak semua media informasi dan komunikasi dapat di sebut media massa (Glen Creeber, 2000). Peran media massa dalam kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern telah memainkan peranan yang begitu penting. Media massa sebagai *window on event and experience*, dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana. Atau media merupakan sarana belajar untuk mengetahui berbagai peristiwa.

Fungsi lain dari media adalah, sebagai sarana pemberitaan yang ada di lingkungannya, juga mengadakan korelasi antara informasi yang diperoleh dengan kebutuhan khalayak sasaran, karenanya pemberitaan atau komunikasi lebih menekankan pada seleksi, evaluasi dan interpretasi. Adapun peran lain yang sering ditambahkan pada media adalah sebagai, alat perubahan sosial dan pembaharuan masyarakat. Dalam pengertian media massa adalah media elektronik (radio, televisi, film dan sebagainya), dan media tercetak (print media) seperti surat kabar, majalah, tabloid, buletin dan sebagainya. Media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu mnjangkau massa dalam jumlah besar dan luas, bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa (Sahrul Gunawan, 2017).

Beragam definisi tentang komunikasi massa telah dilontarkan oleh para ahli dan pakar komunikasi. Namun demikian, dari sekian banyak dan ragam titik tekan yang dikemukakan, terdapat benang merah satu sama lain. Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner. Bittner mendefinisikan komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah banyak orang (*mass communication is message communicated through mass medium to a large number of people*) (Jalaludin Rakhmat, 2007: 188).

Media massa mempunyai 4 fungsi, yaitu fungsi edukasi, informasi, hiburan dan pengaruh. a) Fungsi edukasi, yaitu media massa berfungsi sebagai agen atau media yang memberikan pendidikan kepada masyarakat, sehingga keberadaan media massa tersebut menjadi bermanfaat karena berperan sebagai pendidik masyarakat. b) Fungsi informasi, yaitu media massa berperan sebagai pemberi atau

penyebar berita kepada masyarakat atau komunikatornya, media elektronik misalnya memberikan informasi lewat acara berita, atau informasi lain yang dikemas lewat acara ringan, sehingga media massa berperan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan. c) Fungsi hiburan, yaitu media massa berperan menyajikan hiburan kepada komunikatornya atau dalam hal ini masyarakat luas. Hiburan tersebut misalnya acara musik, komedi dan lain sebagainya. d) Fungsi pengaruh, yaitu bahwa media massa berfungsi bagi memberikan pengaruh kepada masyarakat luas lewat acara atau berita yang disajikannya, sehingga dengan adanya media massa diharapkan masyarakat dapat terpengaruh oleh berita yang disajikan. Misalnya ajakan pemerintah untuk mengikuti pemilihan umum, maka diharapkan masyarakat akan terpengaruh dan semakin berpartisipasi untuk mengikuti pemilu (Sahrul Gunawan, 2017).

Media online

Media online merupakan media baru (*new media*) dengan cara penyampaian informasi yang berbeda dengan media konvensional, yakni media cetak dan media elektronik. Media online membutuhkan perangkat berbasis komputer dan koneksi internet untuk mencari dan menerima informasi. Internet dengan karakternya yang tidak terbatas, menjadikan pengguna internet bebas dalam bermedia. Penggunaan istilah media online sering diartikan sebagai situs berita atau praktik jurnalistik secara tertulis yang dipublikasikan melalui internet. Namun, menurut Ashadi Siregar, media online dapat diartikan sebagai sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal berita, website (situs web), radio online, TV online, pers online, mail online dan lain sebagainya, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna atau konsumen memanfaatkannya (Agung Kurniawan, 2005).

Lebih lanjut (Akbar Ali S.T., 2005) mengemukakan bahwa media online merupakan media yang menggunakan internet, sepiantas lalu orang akan menilai media online merupakan media elektronik, tetapi para pakar memisahkannya dalam kelompok tersendiri. Alasannya, media online menggunakan gabungan proses media cetak dengan menulis informasi yang disalurkan melalui sarana elektronik, tetapi juga berhubungan dengan komunikasi personal yang terkesan perorangan.

Media *online* memiliki beberapa karakteristik yang dapat dijadikan pembandingan dengan media konvensional, diantaranya sebagai berikut:

1. Kecepatan Informasi (*Immediacy*)

Jurnalisme yang menggunakan internet sebagai media, memiliki keunggulan dibanding media tradisional, yakni lebih cepat dalam pendistribusian informasi. Umumnya, masyarakat harus menunggu keesokan hari untuk mengetahui apa yang terjadi pada hari ini. Namun, melalui media *online*, informasi dapat didistribusikan bersamaan dengan peristiwa atau isu yang terjadi waktu itu juga. Meskipun kini laporan mengenai sebuah peristiwa melalui media elektronik juga semakin cepat, aktualitas ini tidak akan bisa terjadi pada media cetak. Karena media *online* mudah diakses,

maka penyampaian informasi cenderung singkat dan padat. Hal ini juga mendukung salah satu nilai berita, yaitu aktualitas.

2. Pembaruan Informasi (*Updating*)

Karakteristik internet yang tidak terbatas dan dapat diakses kapan dan di mana saja, membuat media *online* dapat memperbarui informasi yang telah dipublikasikan sebelumnya dengan informasi yang lebih lengkap. Pembaruan informasi dan publikasi tidak memiliki batas waktu dan terus berlangsung selama masih relevan dengan informasi inti, berbeda dengan penayangan program televisi pada saat *prime time* dan *breaking news* yang ada pada media elektronik.

3. Timbal Balik (*Interactivity*)

Apabila dibandingkan dengan media cetak dan elektronik yang komunikasinya berjalan satu arah, media *online* memberikan keleluasaan kepada komunikan untuk memberikan umpan balik dengan waktu yang relatif singkat. Salah satu contoh media *online* yang memiliki tingkat interaktivitas yang tinggi yaitu *discussion group* atau forum. Para pengguna internet dari berbagai wilayah dapat menuliskan pemikirannya mengenai sebuah topik yang didiskusikan. Media *online* seperti portal berita juga selalu menyediakan kolom di bagian bawah berita untuk komentar dari pembaca maupun keluhan untuk tim redaksi.

4. Personalisasi (*Audience Control*)

Pengguna media *online* memiliki *self control*, artinya komunikan diberikan kebebasan untuk mengonsumsi informasi mana saja yang dianggap penting atau menarik. Hal ini berbeda dengan media cetak terutama media elektronik, dimana semua informasi dijejalkan secara langsung kepada masyarakat tanpa adanya kendali untuk memilih dan menyaring informasi. Dalam media *online*, pengguna dapat mencari informasi yang diinginkan melalui mesin pencari (*search engine*) yang selalu disediakan sebuah *website*. Sebab itu, banyak media *online* terutama portal berita memberikan kategori terhadap berita yang mereka tayangkan.

5. Kapasitas Tidak Terbatas (*Storage and Retrieval*)

Karakteristik unggulan media *online* adalah tidak ada batasan kapasitas untuk memproduksi dan mendistribusikan sebuah informasi. Media *online* umumnya memiliki *data bank* atau *data base* (pangkalan data) yang mampu menampung berbagai macam informasi dalam jumlah masif, sehingga audiens dapat mengakses informasi yang sudah lama sekalipun.

6. Pranala (*Hyperlink*)

Informasi yang dipublikasikan melalui media *online* dapat terhubung dengan informasi terkait lainnya baik dalam situs yang sama atau berbeda sekalipun. Seperti halnya suatu kutipan di dalam literatur.

7. *Multimedia Capability*

Media *online* memungkinkan bagi komunikator untuk menyertakan teks, suara, gambar, bahkan video dan komponen lainnya yang berbasis *multimedia* di dalam laman berita yang disajikan.

Menurut Mondry (2008) media online memiliki kelebihan tersendiri, informasinya lebih “personal” yang dapat di akses oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Tentu dengan syarat; ada esarannya, berupa seperangkat komputer/perangkat digital dan jaringan internetnya. Kelebihan lain, informasi yang di sebarakan dapat di-update setiap saat, bila perlu setiap detik. Lebih dari itu, media online juga melengkapi fasilitas pencarian berita dan persiapan berita yang dapat diakses dengan mudah. Sedangkan, Kekurangan Media Online Kelemahan media online terletak pada peralatan dan kemampuannya penggunanya. Media online harus menggunakan perangkat komputer/ perangkat digital dan jaringan internet. Saat ini, belum seluruh wilayah di Indonesia memiliki jaringan internet, di samping di perlukan keahlian khusus guna memanfaatkannya, dan mungkin juga belum banyak orang menguasainya.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut: 1) Tahap Persiapan, meliputi koordinasi pelaksanaan, penetapan lokasi, dan sasaran kegiatan. 2) Tahap Edukasi, meliputi pada tata kelola, etika jurnalistk, kaidah penulisan berita *online/daring*. 3) Tahap pendampingan, pendampingan dalam penerbitan pemberitaan sesuai dengan etika jurnalistik. 4) Tahap Akhir/Evaluasi dan Tindak Lanjut, Meliputi penyusunan laporan kegiatan, evaluasi, dan penyusunan proyeksi/rencana kegiatan sebagai tindak lanjut.

Adapun metode yang diterapkan pada pelaksanaan kegiatan adalah: 1)Edukasi, Edukasi ini difokukan pada tata kelola, etika jurnalistk, kaidah penulisan berita *online/daring* agar tim media dapat menyuguhkan berita-berita yang akurat sesuai dengan kaidah jurnalistik. 2) Pendampingan, melalui pendampingan yang intensif diharapkan media online yang dikelola semakin eksis dan mampu berkiprah secara luas sebagai media dakwah virtual *up to date*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan sesuai dengan tahapan pelaksanaan adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Persiapan dilakukan tim Abdimas dengan berkoordinasi dengan pengurus PAC GP Ansor Sudimoro terkait pengelolaan media *online*. Hasil koordinasi diperoleh informasi bahwa GP Ansor Sudimoro telah memiliki media online yaitu website <http://gpansorsudimoro.or.id/>, tetapi belum ada pengelola khusus yang menangani media *online* tersebut. Tampilan halaman depan media online tersebut disajikan pada gambar berikut.



Gambar 1. Tampilan Awal Media Online

Selanjutnya dilakukan pembentukan tim redaktur pengelola media yang terdiri dari; Penasihat, Penanggung Jawab, Pimpinan Redaksi, Penyunting, Reporter, Desain Grafis, Publisier, dan Pembantu Pelaksana. Pengesahan susunan tim redaktur tertuang dalam Surat Keputusan Pimpinan Anak Cabang Gerakan Pemuda Anzor Kecamatan Sudimoro Nomor 11/PAC/SK-01/V/2020.

2. Tahap Edukasi

Edukasi diberikan kepada tim pengelola media *online* yang difokukan pada tata kelola, etika jurnalistik, kaidah penulisan berita online/daring agar tim media dapat menyuguhkan berita-berita yang akurat, menyejukkan, sesuai dengan realita yang ada, dan mencerahkan masyarakat. Edukasi dilaksanakan dengan mengadakan pelatihan penulisan berita *online* sampai dengan proses penerbitan berita. Pelatihan penulisan berita mengacu syarat berita (Sahrul Gunawan, 2017: 25), diantaranya; 1) Merupakan fakta, bukan karangan (fiksi) yang dibuat-buat; 2) Jika berisi pendapat atau ide, bukanlah dari wartawan atau reporter yang menuliskannya, tetapi pendapat atau ide orang lain. Itu berarti seorang wartawan tidak boleh memasukkan opini atau pendapatnya; 3) Informasi itu harus ditulis dengan cara yang sudah ditentukan; 4) Disebar melalui media massa dengan segera atau secepatnya.

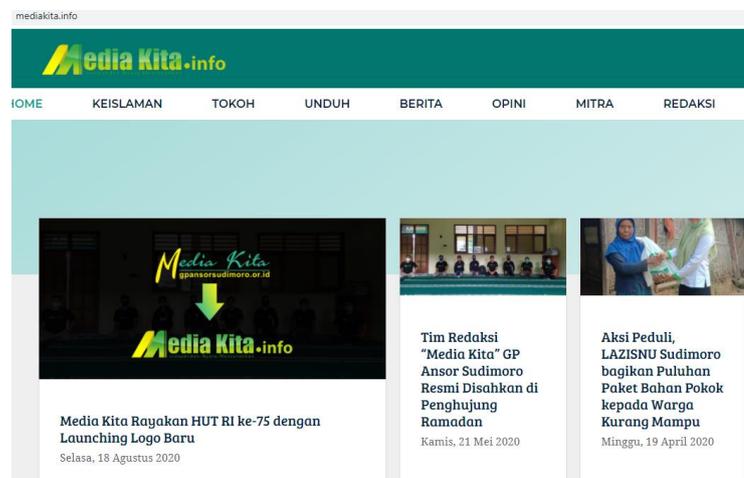
Pelatihan juga diarahkan untuk menghindari pemberitaan bohong atau *hoax* terkait isu-isu terkini yang bisa menyesatkan masyarakat. Berikut hasil pelatihan yang muat dalam media *online* di <http://gpanorsudimoro.or.id/media-kuat-ansor-hebat-pac-gp-ansor-sudimoro-gelar-pelatihan-jurnalistik/>.



Gambar 2. Hasil pelatihan penulisan berita *online*

3. Tahap pendampingan

Pendampingan dalam publikasi berita sesuai dengan etika jurnalistik. Melalui pendampingan yang intensif dan berkelanjutan diharapkan media online yang dikelola semakin eksis dan mampu berkiprah secara luas sebagai media dakwah virtual *up to date*. Melalui berita-berita yang disajikan dengan santun, tanpa unsur provokatif dan mengada-ada. Pendampingan juga diarahkan pada pembuatan media khusus pemberitaan yang terpisah dengan website organisasi. Pendampingan ini mengembangkan website khusus pemberitaan yaitu <https://mediakita.info/>. Dengan adanya website khusus pemberitaan ini, berita yang disajikan tidak hanya bersifat internal organisasi, tetapi juga untuk mempublikasikan berbagai kegiatan dan informasi positif lainnya yang dapat menjadi rujukan dan mencerahkan masyarakat.



Gambar 3. Tampilan <https://mediakita.info/>

4. Tahap Akhir/Evaluasi dan Tindak Lanjut

Kegiatan ini telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah ditentukan. Pada tahap akhir/evaluasi dan tindak lanjut dilaksanakan Tim Abdimas guna mengetahui sejauh mana keberhasilan kegiatan ini. Secara umum seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana dengan hasil yang cukup baik. Adapun kendala yang dihaapi adalah keterbatasan pengelola media online khususnya reporter yang selalu siap melakukan peliputan kegiatan, serta kemampuan menulis yang masih terbatas. Sampai saat ini masih banyak kegiatan yang tidak terpublikasikan dengan baik. Menindaklanjuti kendala tersebut Tim Abdimas melakukan penjaringan relawan reporter yang akan dibekali dengan pelatihan penulisan dan publikasi berita *online*. Dengan harapan, semakin banyak reporter yang siap meliput dan mempublikasikan kegiatan, sehingga produktifitas dan kualitas pemberitaan semakin meningkat.

KESIMPULAN

Hasil kegiatan ini adalah sebagai berikut: 1) Terbentuknya tim media online beserta tugas pokok dan fungsinya. Yang terdiri dari: Penasihat, Penanggung Jawab, Pimpinan Redaksi, Penyunting,

Reporter, Desain Grafis, Publisir, dan Pembantu Pelaksana; 2) Terwujudnya website khusus pemberitaan yaitu <https://mediakita.info/> yang siap digunakan untuk publikasi berita online. Website khusus pemberitaan ini tidak hanya bersifat internal organisasi, tetapi juga untuk mempublikasikan berbagai kegiatan dan informasi positif lainnya yang dapat menjadi rujukan dan mencerahkan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Kurniawan. (2005). *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaruan
- Akbar Ali S.T. (2005). *Menguasai Internet Plus Pembuatan Web*. Bandung: Penerbit M2S.
- Glen Creeber. (2000). *Understanding New Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jalaludin Rakhmat. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, hlm. 188
- Mondry. (2008). *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Malang: Ghalia Indonesia.
- Sahrul Gunawan. (2017). *Peran Media Online Detik.com di Kalangan Civitas Akademika FDK UINAM*. UIN Alaudin Makasar
- Wiryanto. (2000). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.