



@linimas(s)a

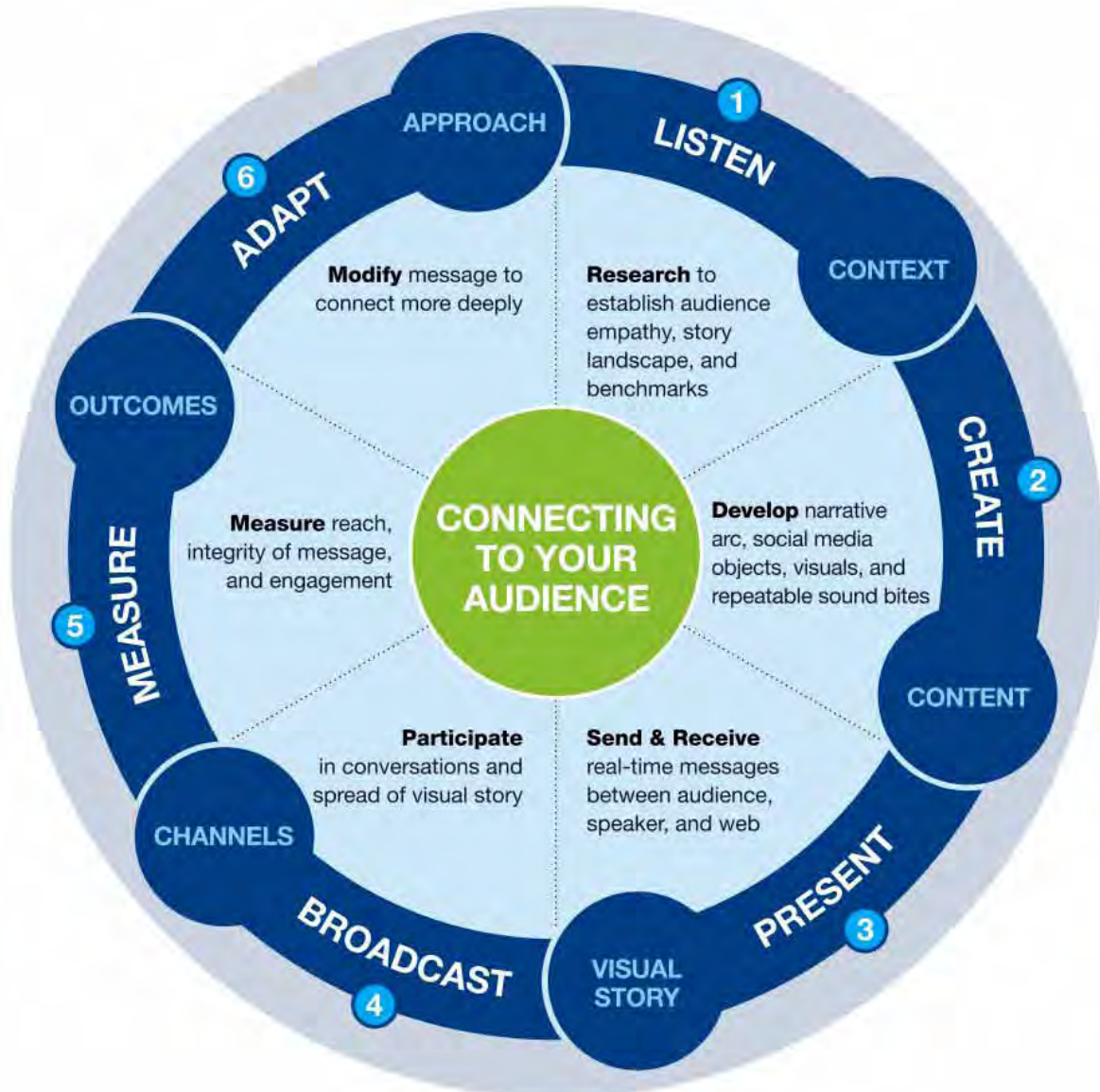


“Pengetahuan adalah Kekuatan”

penyunting: @donnybu / ICT Watch/ 2011



# Six Ways Social Media Helps Your Presentation Resonate



# @linimas(s)a

“Pengetahuan adalah Kekuatan”

penyunting: @donnybu / ICT Watch/ 2011

=====

“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.”  
(Pasal 28F, UUD 1945 Indonesia, Amandemen ke-2)

=====



# “Lebih Baik Lusuh Terbaca.....”

(Pengantar)

**Bagaimana polahnya (dan pongahnya) pengguna Internet dan media sosial di Indonesia tentunya tidak akan cukup buku ini menceritakan. Tak ada maksud untuk mendangkalkan, tetapi memang selusin keterbatasan memaksa buku ini hanya mampu bercerita tentang kulit luar dari fenomena penggunaan media baru di nusantara.**

Terlalu naïf jika buku yang merupakan kumpulan artikel sumbangan 16 (enam belas) penulis ini kemudian bermaksud menjadi kitab paten untuk sukses berkomunikasi di dunia maya. Buku ini juga tidak berusaha menjadi naskah primbon sakti bagi para *netter* di Indonesia. Buku ini hanya sebuah bacaan sederhana.

Sederhana namun lugas dan apa adanya, membuat buku ini tak lebih dari sesuatu yang bisa Anda baca sambil lalu, seingat dan sesempatnya saja. Tidak perlu waktu khusus. Bahkan akan sangat manusiawi jika buku ini akhirnya akan lebih banyak ditemui dalam keadaan lusuh, di dalam kamar mandi, sebagai teman ritual pagi Anda. Prinsip kami, **lebih baik lusuh terbaca daripada rapi tersimpan!**

Waspadalah, tidak ada jaminan Anda akan menjadi pintar bermedia sosial karena membaca buku. Tetapi jika Anda kemudian memahami dan mengembangkan hal-hal yang ada di buku ini, karena ingin memperjelas yang samar-samar tadi, maka Anda akan piawai dan gesit ketika berekspresi dan berinformasi di dunia maya.

Adapun pilihan 16 (enam belas) penulis buku ini, uji



kepatutan dan kelayakan, tidak dilakukan oleh manusia, tetapi tidak pula oleh jin dan mahluk halus lainnya. Mereka terpilih berdasarkan klenik modern yang difasilitasi oleh *search engine* Google. Google lah yang menceritakan apa dan siapa yang memang patut dan layak

dimintai sumbangan artikel untuk buku ini. 16 penulis di buku ini, bukanlah penulis sembarangan. Setidaknya, untuk buku ini, mereka tidak menulis sembarangan. Profesi mereka beragam, dari pengayuh becak hingga doktor dan dirut, dari para pria beruban hingga perempuan rupawan, dari pengacara jalanan hingga motivator tuna netra. Dari aktifis gerakan sosial hingga *entrepreneur* muda!

Pada akhirnya, keberagamanlah yang memperkaya pengetahuan dan pengalaman kita. Laksana gado-gado, keberagaman dalam buku ini menjadi bumbu utamanya. Ya gado-gado cara menulisnya, cara menyampaikan data/faktanya, hingga cara mereka membuat kita yakin dan peduli bahwa Internet, blog, media sosial dan segala turunannya adalah sekedar sebuah fasilitas belaka. Entah itu fasilitas untuk memupuk bakat narsis dan berbual Anda ataukah untuk mendorong potensi Anda dalam mengelola dan memproduksi informasi.

Perubahan tidak (boleh) lagi sekedar wacana. Perubahan adalah sekarang! Pilihannya jelas, libatkan diri Anda dalam proses perubahan tersebut dengan bersenjatakan informasi

(dengan bermodalkan sejumlah petunjuk, kiat maupun strategi yang dipaparkan dalam buku ini), atau sekarang silakan tutup buku ini dan simpan secara rapi di rak buku.

## **PENGETAHUAN ADALAH KEKUATAN**

*Information is the most dangerous weapon of all!* Informasi memang diyakini sebagai senjata paling berbahaya yang pernah ada di sepanjang peradaban umat manusia. Peperangan dan percintaan, dua hal yang selalu menyelimuti bumi, tak akan pernah terwujud tanpa diawali dengan pertukaran informasi. Informasi yang terlambat datang, membuat Romeo dan Juliet tak bisa bersatu di alam fana. Bahkan bualan-bualan informasi tentang adanya senjata pemusnah massal, menjadikan Irak sebagai bulan-bulanan Amerika. Toh benar seperti kata Sun Tzu, “setiap peperangan selalu didasarkan pada bualan demi bualan”.

Maka ketika Anda hendak memperjuangkan sesuatu, pastikan Anda memahami betul strategi dan siasat mengelola serta memproduksi informasi terkait. Tapi harap diingat betul, tidak semua informasi yang Anda gelontorkan nanti dapat ditangkal dan direspon oleh target yang dituju. Mengapa?

“Sejatinya kita ini sedang tenggelam dalam pusaran informasi, tetapi tetap merasa haus dan lapar pengetahuan,” demikian ditegaskan John Naisbitt, penulis buku terkenal. Ya, keberadaan informasi tak serta merta menjadi pemicu perubahan. Tak pula otomatis menggerakkan pikiran dan raga seseorang untuk bertindak. Karena informasi, tanpa disampaikan dengan konten dan konteks yang tepat, hanya sampah belaka. “*Information is not knowledge*,” Albert Einstein mempertegas.

Informasi harus menjadi pengetahuan agar berdaya dan mampu memberdayakan. “*Scientia potential est*” ujaran dalam bahasa Latin yang artinya “**pengetahuan adalah kekuatan**”. Dan, “*the end of knowledge is power!*”

Jadi jelas, bahwa kita perlu piawai dalam mengolah informasi dan kemudian menyajikan pengetahuan kepada masyarakat, jika memang ditujukan untuk memicu dan mendorong perubahan. Tentu saja pengetahuan di sini bukanlah berupa *tacit knowledge* yang hanya ada di benak kita dan tidak semua orang bisa ketahui, pelajari dan pahami. Pengetahuan haruslah dapat diformulasikan dalam bentuk *explicit knowledge*. Ini adalah pengetahuan yang sudah terekam, tertulis, tertuang dalam bentuk gambar, tulisan, suara ataupun video. Teknologi digital dan Internet pun memungkinkan pengetahuan tersebut tersimpan lebih awet, diakses lebih cepat, disediakan lebih akurat dan dimanfaatkan lebih tepat.

Untuk itu, atas nama tim penyusun, pendukung dan donatur buku ini, saya mengucapkan terimakasih kepada ke-16 penulis luar biasa yang telah bersedia mendonasikan pengalaman dan pemahamannya dalam bentuk sejumlah artikel yang lugas, tegas dan cerdas. Pun kepada pembaca, mudah-mudahan buku yang sederhana ini dapat memicu ide strategi perubahan yang tengah Anda perjuangkan dengan bermodalkan pengetahuan. Maju terus, Indonesia!

Donny B.U.

Twitter: @donnybu | URL: <http://donnybu.com>

**“pengetahuan  
adalah  
kekuatan”**

# “Mereka yang Menulis”

- 6. Anggara Suwahju: “MERAWAT KEBEBASAN INTERNET INDONESIA”**  
“bukan aktivis, cuma sekedar part time blogger dan praktisi jalanan biasa”  
Twitter: @anggarasuwahju | URL: <http://anggara.org>
- 14. Antyo Rentjoko a.k.a Paman Tyo: “BANYAK MASALAH (DAN BAHAN) DI SEKITAR KITA”**  
“Busy jobless. Dislike humor. I’m not your problem.”  
Twitter: @pamantyo | URL: <http://antyo.rentjoko.net>
- 24. Aulia Halimatussadiyah a.k.a Salsabeela (Ollie): “THE WORLD IS IN YOUR HAND”**  
“Writer of 19 books. Poet. CTO @kutukutubuku @desainweb @nulisbuku. CMO @tempalabs. Community Organizer @freshforum @GirlsInTechID @startuplokal @bincangedukasi”  
Twitter: @salsabeela | URL: <http://salsabeela.com>
- 30. Blasius Haryadi a.k.a Harry van Yogya: “GARA-GARA E-MAIL KOSONG”**  
“Een becak chauffeur sinds 1990 in Yogyakarta Indonesie”  
Twitter: @harryvanyogya | URL: <http://facebook.com/profile.php?id=848694905>
- 34. Hasnul Suhaimi: “MEMBERIKAN MANFAAT LEWAT NGEBLOG”**  
“CEO PT XL Axiata Tbk sejak 2006. Sehari-hari, saya adalah suami dari seorang istri dan ayah dari dua orang anak.  
Twitter: - | URL: <http://hasnulsuhaimi.com>
- 40. Margareta Astaman: “AN ONLINE MELTING POT”**  
“Likes living and breathing and anything that comes within it, hates waiting and wedding.”  
Twitter: @margaritita | URL: <http://margaritita.multiply.com>
- 44. Megi Margiyono: “SENSITIF TERHADAP ISU”**  
“A full-time journalist, part-time activist, and freelance Muslim.”  
Twitter: @megimargi | URL: <http://facebook.com/megi.margiyono>
- 58. Merry Magdalena: “AGAR SAINS & TEKNOLOGI TAK IDENTIK DENGAN KAUM ADAM”**  
“Writer, social media consultant. Founder of Netsains.com. 1 of 10 Beautiful Women in IT (InfoKomputer mag’s version)”  
Twitter: @merry\_mp | URL: <http://bukumerry.blogspot.com/>
- 64. Nukman Luthfi : “BERMAKNA DI LAUTAN MEDIA SOSIAL”**  
“Entrepreneur, founder of: Virtual.co.id, PortalHR.com, Juale.com, Gilamotor.com, Musikkamu.com. Coffee lover.”  
Twitter: @nukman | URL: <http://nukmanluthfie.com/>
- 70. Onno W Purbo: “HIDUP & BERKIPRAH SEBAGAI PENULIS”**  
“An Ordinary Indonesian. Rakyat Indonesia biasa saja”  
Twitter: @onnowpurbo | URL: <http://facebook.com/onno.w.purbo>
- 78. Purwaka a.k.a. Blontank Poer: “BERCERITA DI DUNIA MAYA”**  
“blogger sepenuhnya di <http://kupertret.in>, pekerja di <http://bengawan.org>, pengoplos teh #blontea a.k.a. #tehpokil dan pengagum #GusDur”  
Twitter: @bloentankpoer | URL: <http://blontankpoer.com>
- 84. Ramaditya Adikara: “MEMBACA TANPA BISA MELIHAT”**  
“I am a blind person, but it doesn’t darken my path of life. In fact, I love it, so that’s why I want to have blog n book to share my joy!”  
Twitter: @ramadityaKnight | URL: <http://ramaditya.com>
- 88. Rapin Mudiardjo: “SALURAN SUDAH DIBUKA, KENAPA HARUS TAKUT...”**  
“Unidentified”  
Twitter: @rapinie | URL: <http://mudiardjo.com>
- 94. Shita Laksmi: “MENGGESER JAKARTA”**  
“mother. tea addict. flat shoes lover. development worker. caffeine best friend. book lover. sleeper. traveller. dreamer. and this is personal.”  
Twitter: @slaksmi | URL: <http://slaksmi.wordpress.com>
- 101. Ventura Elisawati: “PEREMPUAN BERBUAT SOSIAL & BEKERJA DENGAN INTERNET”**  
“Mom with 2 nicely kid, food lovers, likes cycling, daily activity as the stall keeper Inmark Digital.”  
Twitter: @venturaE | URL: <http://vlisa.com>
- 106. Yanuar Nugroho : “INTERNET, MEDIA SOSIAL & MASYARAKAT SIPIL INDONESIA”**  
“amor in silentio”  
Twitter: @yanuarnugroho | URL: <http://audentis.wordpress.com/>

# MERAWAT KEBEBASAN INTERNET DI INDONESIA

Anggara Suwahju

Twitter: @anggarasuwahju | URL: <http://anggara.org>

@LINIMAS(S)/A

6



Foto: koleksi pribadi

## PENDAHULUAN

Informasi adalah suatu mantra sakti yang tersebar luas di abad ini. Karena informasi inilah menyebabkan banyak pemerintahan di dunia ini berupaya keras untuk mengekang laju deras arus informasi dengan bermacam cara. Karena sebuah informasi bahkan dapat menyebabkan suatu rejim menjadi jatuh berguguran. Informasi juga bisa menjadikan seseorang yang dikenal bersih tiba - tiba duduk di kursi pesakitan sebagai terdakwa koruptor di Pengadilan. Namun informasi juga diperlukan oleh para eksekutif di korporasi - korporasi bisnis, baik kecil ataupun besar, untuk menentukan strategi bisnis yang apik untuk dapat menjangkau para konsumennya.

Begitu strategisnya nilai informasi sehingga pada saat ini, Kita - masyarakat, mau tak mau hidup dengan informasi yang bersliweran setiap hari, dari yang bisa dikonfirmasi kebenarannya sampai dengan informasi yang berbalut dengan isu, rumor, dan gosip. Namun satu hal yang pasti kebenaran sebuah informasi hanya bisa diperoleh apabila ada suatu pasar bebas dan kompetisi yang terbentuk secara adil dalam menjajakan informasi. Sehingga masyarakat bisa terdidik secara tidak langsung dalam "memamah" dan menentukan informasi mana yang benar dan baik untuk dikonsumsi. Tanpa adanya pasar bebas dan kompetisi informasi, yang terjadi adalah penyebaran rumor, isu dan gosip yang tak berkesudahan dan jejaringnya akan sulit untuk diurai kembali.

Internet sampai saat ini dikenal sebagai senjata yang ampuh untuk penyebarluasan informasi, tak heran jika banyak pemerintah di negara - negara otoriter atau setengah demokratis begitu memusuhi atau setidaknya



tidaknya mengkhawatirkan pengaruh dari Internet terutama untuk kestabilan pemerintahan. Banyak alat yang digunakan untuk mengkontrol internet dari mulai yang kuno hingga penggunaan alat - alat canggih. Yang kuno sendiri yaitu upaya untuk meningkatkan sensor diri yang berlebihan melalui hukum, terutama hukum pidana dengan ancaman pidana yang tinggi dan tak masuk akal, sementara yang canggih menggunakan metode sensor atau filtering untuk menghambat arus informasi

Sebagai manusia yang hidup di tengah masyarakat, sangat sulit membayangkan jika ada seseorang yang dapat hidup tanpa informasi. Dalam setiap tahapan kebudayaan selalu terdapat proses dan mekanisme bagaimana setiap orang mendapatkan informasi dari pihak lain. Namun secara pasti, semakin mudah informasi didapat maka semakin cepat pertukaran informasi terjadi dan semakin tinggi kemampuan manusia untuk menentukan langkah strategis apa yang akan diambil sehubungan dengan informasi yang diperoleh olehnya

## **INTERNET DAN REZIM KETERTUTUPAN INFORMASI**

Perilaku korupsi dimulai setidaknya karena adanya ketertutupan informasi, sehingga informasi menjadi barang mahal untuk dijangkau dan memiliki nilai komoditasnya tersendiri di pasaran. Hal ini terjadi karena informasi memegang peranan penting dalam kehidupan manusia dan mudah untuk dilihat bagaimana masyarakat pada umumnya memiliki kesulitan untuk mengakses informasi ke badan

- badan/lembaga - lembaga negara ataupun lembaga - lembaga pelayanan umum lainnya.

Internet memegang peran penting di sini, selain menyediakan informasi dan mendobrak ketertutupan informasi, namun sekaligus juga sebagai sarana untuk mengkonfirmasi tentang praktek - praktek koruptif yang merugikan masyarakat. Ada banyak pihak yang dapat diidentifikasi punya keinginan untuk berusaha menutupi informasi, yaitu aparat pemerintahan yang korup, instansi kemiliteran - terkait dengan operasi - operasi militer yang melanggar HAM, dan perusahaan- perusahaan pencemar lingkungan. Blog, Twitter, Facebook, dan Email memegang peran penting untuk penyediaan informasi ini. Sifatnya yang massal dan murah serta nyaris tak terbatas menjadikan internet menjadi senjata ampuh yang digunakan masyarakat sipil

Problem ketertutupan informasi inilah yang menyebabkan tumbur suburnya praktek - praktek korupsi di semua lini yang pada akhirnya menumbuhkan beban bagi masyarakat secara keseluruhan. Beban ini menjadi biaya tidak terlihat yang harus ditanggung oleh masyarakat untuk memperoleh informasi yang seharusnya terbuka untuk masyarakat. Pada masa lalu, Informasi telah diperlakukan sebagai komoditas yang dapat diperjualbelikan oleh para penyelenggara kekuasaan negara.

Tanpa kebebasan memperoleh informasi bagi masyarakat maka mustahil diharapkan tumbuhnya kontrol dari masyarakat terhadap perilaku dari para penyelenggara negara. Tanpa adanya kontrol tentu akan berbanding lurus dengan potensi terjadinya konspirasi dan akibatnya

akuntabilitas dari para penyelenggara negara menjadi minus. Untuk para pelaku penegakkan hukum, seperti kalangan advokat, ketertutupan informasi menjadikan kinerja advokat menjadi rendah karena rendahnya data yang tersedia untuk melakukan pembelaan secara maksimal.

## **INTERNET DAN KEBEBASAN BEREKSPRESI**

Internet adalah sarana yang memudahkan orang untuk saling bertukar ide, gagasan, dan juga informasi. Tak pelak, hal ini justru menunjukkan hubungan yang erat antara internet dan kebebasan berekspresi. Kebebasan berekspresi sendiri dijamin dalam berbagai peraturan hukum nasional dan juga internasional. Peraturan - peraturan itu adalah sebagai berikut:

- **Pasal 28 UUD 1945**  
Kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan dan sebagainya ditetapkan dengan undang undang.
- **Pasal 28 E ayat (3) UUD 1945**  
Setiap orang berhak atas kebebasan berserikat, berkumpul, dan mengeluarkan pendapat.
- **Pasal 28 F UUD 1945**  
Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia
- **Pasal 14 UU No 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia**  
(1) Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi yang diperlukan untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya.  
(2) Setiap orang berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis sarana yang tersedia
- **Pasal 19 Universal Declaration of Human Rights**  
Everyone has the right to freedom of opinion and

expression; this right includes freedom to hold opinions without interference and to seek, receive and impart information and ideas through any media and regardless of frontiers.

- **Pasal 5 d (viii) International Convention on the Elimination of All Forms of Racial Discrimination (diratifikasi melalui UU No 29 Tahun 1999)**  
In compliance with the fundamental obligations laid down in article 2 of this Convention, States Parties undertake to prohibit and to eliminate racial discrimination in all its forms and to guarantee the right of everyone, without distinction as to race, colour, or national or ethnic origin, to equality before the law, notably in the enjoyment of the following rights:  
(d) Other civil rights, in particular: (viii) The right to freedom of opinion and expression;
- **Pasal 19 ayat (1) dan ayat (2) International Covenant on Civil and Political Rights (diratifikasi oleh Indonesia melalui UU No 12 Tahun 2005)**  
1. Everyone shall have the right to hold opinions without interference.  
2. Everyone shall have the right to freedom of expression; this right shall include freedom to seek, receive and impart information and ideas of all kinds, regardless of frontiers, either orally, in writing or in print, in the form of art, or through any other media of his choice.
- **Pasal 13 ayat (1) Convention on the Rights of the Child (diratifikasi melalui Keppres No 36 Tahun 1990)**  
The child shall have the right to freedom of expression; this right shall include freedom to seek, receive and



impart information and ideas of all kinds, regardless of frontiers, either orally, in writing or in print, in the form of art, or through any other media of the child's choice.

Begitu ampuhnya internet dalam mendorong kebebasan berekspresi, berpendapat, dan kebebasan pers dan secara timbal balik menyokong transparansi dan keterbukaan informasi telah membuat berbagai pemerintahan di dunia berupaya membatasi internet. Di negara - negara tertentu seperti China, Burma, dan beberapa negara otoriter lainnya, internet diatur secara keras bahkan mengalami sensor yang luar biasa dari pemerintahannya. Sementara di negara - negara yang masih mengalami "demam" demokrasi, seperti

Indonesia, "terpaksa" melihat kesuksesan negara - negara otoriter untuk membendung laju kebebasan masyarakatnya.

### **INTERNET: ANTARA KEBEBASAN BEREKSPRESI DAN HUKUM**

Kebebasan berekspresi merupakan bagian integral dari keseluruhan kerangka hak asasi manusia. Hal ini terlihat jelas di dalam aturan Konstitusi Indonesia, yakni Pasal 28 dan 28E ayat (3) (kebebasan berekspresi) dan Pasal 28 F. Elaborasi lebih jauh atas jaminan konstitusional tersebut tertuang dalam Undang-Undang No. 39 Tahun 1999 tentang

Hak Asasi Manusia dan juga diratifikasinya International Covenant on Civil and Political Rights melalui UU No 12 Tahun 2005.

Dalam penikmatannya, kebebasan berekspresi bukanlah tanpa batasan, hukum internasional mengakui pembatasan terhadap kebebasan berekspresi.

Berdasarkan ketentuan **Pasal 19 ayat (3) International Covenant on Civil and Political Rights** maka ada syarat - syarat yang harus dipenuhi apabila negara hendak melakukan pembatasan

**“the exercise of the rights provided for in paragraph 2 of this article carries with it special duties and responsibilities. It may therefore be subject to certain restrictions, but these shall only be such as are provided by law and are necessary:**  
**(a) For respect of the rights or reputations of others;**  
**(b) For the protection of national security or of public order (ordre public), or of public health or morals.**

Human Rights Committee juga mengeluarkan **General Comment No 10** pada 29 Juni 1983 dalam kerangka Pasal 19 ICCPR yaitu yang menekankan bahwa :

1. Paragraph 1 requires protection of the “right to hold opinions without interference”. This is a right to which the Covenant permits no exception or restriction. The Committee would welcome information from States parties concerning paragraph 1.
2. Paragraph 2 requires protection of the right to freedom of expression, which includes not only freedom to “impart information and ideas of all kinds”, but also freedom to “seek” and “receive” them “regardless of frontiers” and in whatever medium, “either orally, in writing or in print, in the form of art, or through any other media of his choice”. Not all States parties have provided information concerning all aspects of the freedom of expression. For instance, little attention has so far been given to the fact that, because of the development of modern mass media, effective measures are necessary to prevent such control of the media as would interfere with the right of everyone to freedom of expression in a way that is not provided for in paragraph 3.
3. Many State reports confine themselves to mentioning that freedom of expression is guaranteed under the Constitution or the law. However, in order to know the precise regime of freedom of expression in law and in practice, the Committee needs in addition pertinent information about the rules which either define the scope of freedom of expression or which set forth certain restrictions, as well as any other conditions which in practice affect the exercise of this right. It is the interplay between the principle of freedom of expression and such limitations and restrictions which determines the actual scope of the individual’s right.
4. Paragraph 3 expressly stresses that the exercise of the right to freedom of expression carries with it special duties and responsibilities and for this reason

certain restrictions on the right are permitted which may relate either to the interests of other persons or to those of the community as a whole. However, when a State party imposes certain restrictions on the exercise of freedom of expression, these may not put in jeopardy the right itself. Paragraph 3 lays down conditions and it is only subject to these conditions that restrictions may be imposed: the restrictions must be “provided by law”; they may only be imposed for one of the purposes set out in subparagraphs (a) and (b) of paragraph 3; and they must be justified as being “necessary” for that State party for one of those purposes

Selain itu untuk melihat eksplorasi ketentuan hukum internasional tentang pembatasan kebebasan berekspresi bisa melihat ke dalam **Johannesburg Principles on National Security, Freedom of Expression, and Access to Information**

Setidaknya ada tiga isu pokok dalam pembatasan terhadap kebebasan berekspresi yaitu **Pertama**, pembatasan itu harus ditentukan oleh hukum, **Kedua**, pembatasan ditujukan untuk memenuhi salah satu alasan, antara lain keselamatan publik (*public safety*), ketertiban publik (*public order*), moral publik (*public morals*), kesehatan publik (*public health*), hak-hak dan kebebasan dasar orang lain, hak dan reputasi orang lain dan keamanan nasional, dan **Ketiga**, pembatasan harus dianggap perlu untuk dilakukan (proporsional). Syarat bahwa pembatasan terhadap kebebasan-kebebasan dasar harus ditentukan oleh hukum seharusnya tidak dimaksudkan untuk melemahkan esensi hak asasi manusia yang ditetapkan baik dalam Kovenan ataupun dalam UUD .

Sebelum kelahiran UU No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang kontroversial itu, banyak orang menanggapi bahwa ranah internet adalah ranah yang tak terjangkau oleh hukum. Pendapat itu tidak sepenuhnya benar, karena dalam beberapa hal hukum pidana Indonesia yaitu KUHP masih mampu menjangkau kejahatan - kejahatan tradisional yang dilakukan di medium internet. Yang dimaksud kejahatan tradisional adalah kejahatan seperti: Penghinaan, kesusilaan, penyebaran kebencian, penodaan agama, perjudian, pengancaman, dan beberapa tindak pidana lain. Artinya kasus - kasus yang menggunakan

medium internet namun pada dasarnya kejahatannya adalah kejahatan tradisional masih dapat dijangkau oleh KUHP. Di titik ini, sebenarnya argumen bahwa ranah internet adalah ranah yang tidak terjangkau oleh hukum menemukan kekeliruan. Kekeliruan inipun juga melanda Mahkamah Konstitusi saat menguji ketentuan Pasal 27 ayat (3) UU No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dimana Mahkamah Konstitusi menyatakan, pembeda utama antara interaksi di dunia nyata (*real/physical world*) dan dunia maya (*cyberspace*) hanyalah dari sudut media yang digunakan. Namun demikian keduanya memiliki dampak yang serupa di ranah nyata. Dinyatakan bahwa, seluruh interaksi dan aktivitas melalui internet akan memiliki dampak bagi kehidupan manusia dalam dunia nyata. Kendati tidak ada perbedaan yang prinsipil antara yang ‘nyata’ dan yang ‘maya’, karena yang menjadi ukuran adalah dampaknya, akan tetapi terkait dengan norma pidananya, Mahkamah Konstitusi malah menyatakan bahwa penghinaan yang diatur dalam KUHP (penghinaan *off line*) tidak dapat menjangkau delik penghinaan dan pencemaran nama baik yang dilakukan di dunia siber (penghinaan *on line*). Mahkamah Konstitusi beralasan bahwa unsur-unsur di dalam ketentuan KUHP, tidaklah mungkin dipenuhi dalam penghinaan *on line*<sup>1</sup>.

## MELIHAT RAMBU DAN JERAT HUKUM

Sebenarnya agak sulit menguraikan rambu dan jerat hukum terkait aktifitas seseorang di internet yang berhubungan erat dengan kebebasan berekspresi karena rambu dan jeratnya begitu tersebar dalam berbagai ketentuan UU selain yang sudah ada di dalam KUHP. Namun secara umum ada 5 hal yang patut dicermati yaitu soal penghinaan, kesusilaan, penodaan agama, penyebaran kebencian, kabar bohong, dan pengancaman di dalam KUHP, UU No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, UU No 44 Tahun 2008 tentang Pornografi, dan UU No 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan.

<sup>1</sup> Pertimbangan Putusan No 50/PUU-VI/2008 dan Putusan No 2/PUU-VII/2009

Isu	KUHP	UU 1/1946	UU 11/2008	UU 24/2009	UU 44/2008
Penghinaan terhadap kepala negara sahabat	142	-	27 ayat (3)	-	-
Penghinaan terhadap bendera negara sahabat	142a	-	27 ayat (3)	-	-
Penghinaan terhadap wakil negara asing	143	-	27 ayat (3)	-	-
Penghinaan terhadap kepala negara sahabat dan wakil negara asing dalam bentuk selain lisan	144	-	27 ayat (3)	-	-
Penghinaan terhadap bendera negara Indonesia	154a	-	27 ayat (3)	66 67	-
Penghinaan terhadap penguasa atau badan umum	207	-	27 ayat (3)	-	-
Penghinaan terhadap penguasa atau badan umum dalam bentuk selain lisan	208	-	27 ayat (3)	-	-
Menista	310	-	27 ayat (3)	-	-
Fitnah	311	-	27 ayat (3)	-	-
Penghinaan ringan	315	-	27 ayat (3)	-	-
Penghinaan terhadap pejabat yang menjalankan tugas	316	-	27 ayat (3)	-	-
Pengaduan fitnah	317	-	27 ayat (3)	-	-
Persangkaan palsu	318	-	27 ayat (3)	-	-
Penghinaan terhadap orang mati	320	-	27 ayat (3)	-	-
Penghinaan terhadap orang mati dalam bentuk selain lisan	321	-	27 ayat (3)	-	-
Penodaan Agama	156a	-	27 ayat (3)	-	-
Penghinaan terhadap Lambang Negara	-	-	27 ayat (3)	68 69	-
Penghinaan terhadap Lagu Kebangsaan	-	-	27 ayat (3)	70 71	-
Kesusilaan	281 282	-	27 ayat (1)	-	Keseluruhan
Penyebaran Kebencian	156 157	-	28 ayat (2)	-	-
Pengancaman	268	-	27 ayat (4) 29	-	-
Penghasutan	160 161	-	-	-	-
Kabar Bohong	-	XIV XV	28 ayat (1)	-	-

## MELEWATI JEJARING HUKUM DI INTERNET

Pertanyaan mendasar yang sering muncul adalah apakah mungkin melewati jejaring hukum untuk internet terkait dengan kebebasan berekspresi. Sebenarnya ada beberapa cara untuk mensiasati jejaring hukum yang tersebar luas di dunia internet sehubungan dengan isu kebebasan berekspresi. Ada baiknya kita melihat Kode Etik Jurnalistik yang diadopsi oleh Dewan Pers<sup>2</sup>. Meski bukan jurnalis, namun standar etika yang tinggi yang diadopsi oleh Jurnalis patut mendapat perhatian ketika memposting sesuatu di internet. Selain standar etika jurnalistik kita juga harus melihat standar etika yang melekat dalam diri kita, misalnya jika anda seorang guru, sebaiknya juga mengikuti standar etika dari seorang guru, demikian juga bila anda seorang Hakim, sebaiknya mengikuti standar etika dari seorang hakim<sup>3</sup>.

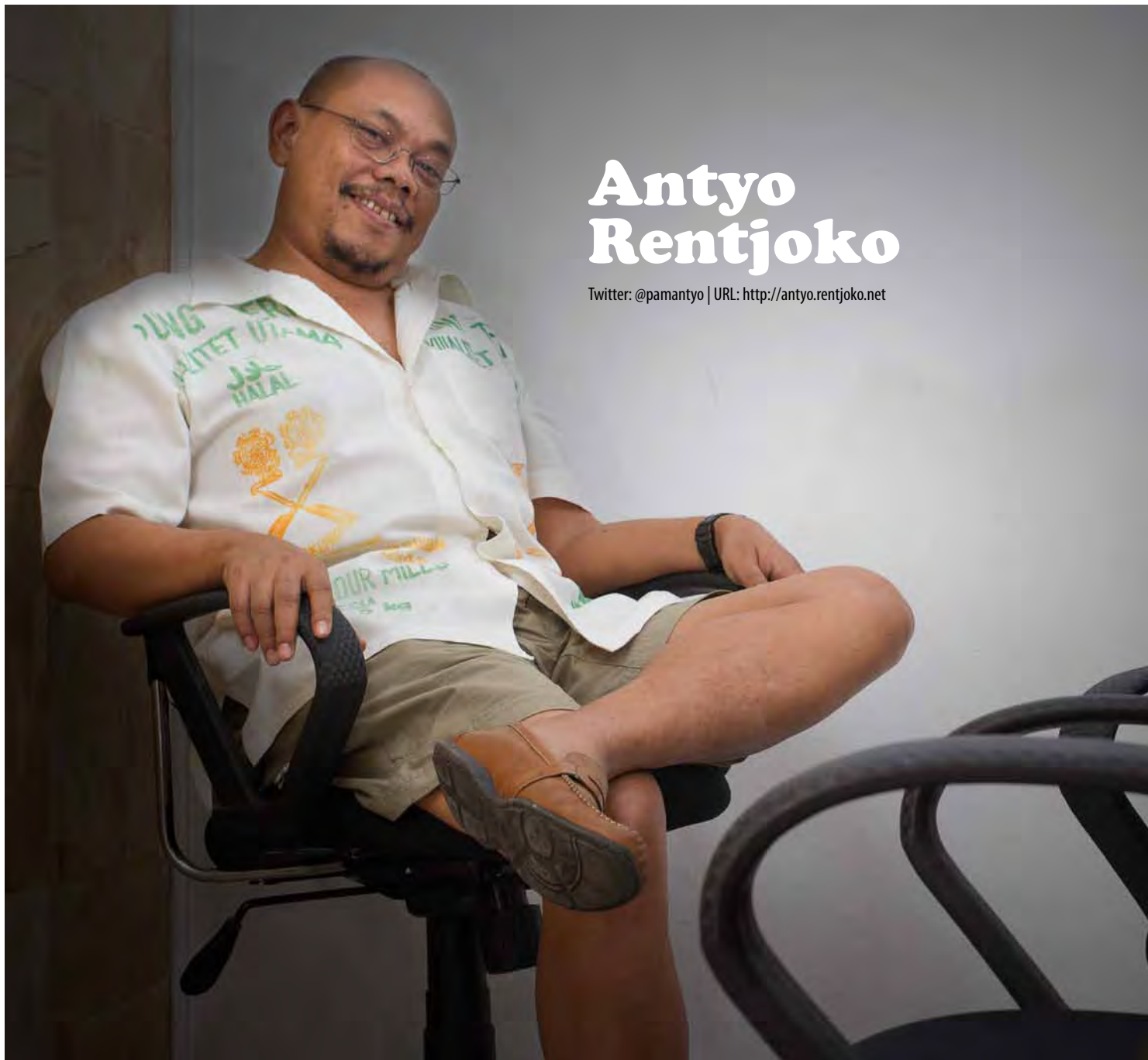
Namun ada 3 prinsip dasar dari seorang Pengguna Internet aktif yang harus dipahami yaitu **Pertama** Pengguna Internet harus jujur dan adil dalam mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi, **Kedua** Pengguna Internet memperlakukan sumber informasi sebagai manusia yang harus mendapatkan penghormatan, dan **Ketiga** Pengguna Internet harus dapat terbuka dan bertanggung jawab<sup>4</sup>. Selain ketiga aspek penting ini yang menjadi syarat wajib jika anda hendak bersiasat untuk melewati jejaring hukum, yaitu anda juga wajib memperhatikan norma - norma sosial yang berkembang di sekitar anda. Selain memperhatikan hal - hal tersebut, sebaiknya anda juga memperhatikan kepentingan kelompok minoritas atau kelompok rentan dalam setiap tulisan anda. Kelompok minoritas dan kelompok rentan yang harus diperhatikan adalah anak - anak, perempuan korban kekerasan seksual, anak - anak dan perempuan korban kekerasan dalam rumah tangga, masyarakat adat, kelompok difabel, dan buruh migran. Kelompok - kelompok inilah yang sering mendapatkan stigma negatif dari masyarakat dan rentan mendapatkan kekerasan berikutnya dari tulisan - tulisan yang kita unggah di internet.

---

<sup>2</sup> Lihat <http://www.dewanpers.org/dpers.php?x=kej&y=det&z=7cc41713ba1b1dc60f2f5f6421866712>

<sup>3</sup> Lihat <http://www.mahkamahagung.go.id/fileyur/PEDOMANHAKIM.doc> Lihat juga [http://www.mahkamahkonstitusi.go.id/pdf/PMK\\_PMK2.pdf](http://www.mahkamahkonstitusi.go.id/pdf/PMK_PMK2.pdf)

<sup>4</sup> Lihat <http://www.cyberjournalist.net/a-bloggers-code-of-ethics/>



# Antyo Rentjoko

Twitter: @pamantyo | URL: <http://antyo.rentjoko.net>



# Banyak Masalah (dan Bahan) di Sekitar Kita

Percayalah, yang namanya hajat hidup rakyat tak hanya apa yang dibicarakan di DPR-RI maupun dipidatoken oleh Presiden.

Bahkan tak usah keluar dari rumah, Anda sudah dapat menemukan masalah untuk dikomunikasikan. Kita mulai dari dua hal, yaitu listrik dan air.

Untuk listrik, berapa kali terjadi pemadaman tanpa pemberitahuan sehingga dendang wajib di rumah Anda adalah “gajah mati meninggalkan gading, listrik mati meninggalkan rekening”? Lalu seisi rumah uring-uringan karena beberapa peranti elektronik jadi pendek umurnya?

Untuk air, ini sederhana tetapi mendasar. Jika Anda hidup di tempat bernama kota, besar maupun kecil, mestinya Anda tak perlu punya sumur. Kenapa? Air tanah harus dikelola oleh pemerintah dan setiap rumah mendapatkan air. Oke, sudah ada air dari PDAM, tetapi yakinkah Anda bahwa itu memang air minum yang layak minum secara mentah (*drinking water*)?

Tetapi, ya tetapi, dua masalah itu membutuhkan penanganan terpadu. Penyelesaiannya tidak bisa cepat.

Meskipun demikian, dua masalah itu akan diperhatikan kalau sering Anda suarakan. Diperhatikan oleh siapa? Pertama-tama ya sesama warga, kemudian naik sampai ke eksekutif, legislatif, dan BUMN maupun BUMD yang mengurus listrik dan air.



## PEKA, REWEL, CERIWIS

Media sosial, dari blog sampai mikroblog, memberi kesempatan kepada setiap orang untuk bersuara. Inilah era ketika masyarakat bisa memiliki medianya sendiri sehingga dapat menyuarakan kepentingannya.

Bandingkanlah dengan era sebelum ada internet: setiap orang harus mengirim surat pembaca ke koran dan majalah tetapi tak tahu kapan akan dimuat. Semuanya bergantung pada tuan-tuan editor. Banyak naskah berebut tempat, padahal kapling terbatas. Sudah begitu naskah harus berbagi ruang dengan iklan.

Blog memberi kesempatan kepada kita. Masing-masing dari kita menjadi reporter sekaligus editor dan bahkan distributor merangkap kepala bagian iklan. Belum pernah ada era penerbitan personal yang semudah ini.

Memang pada era media cetak pernah ada model penerbitan ringkas-manajemen seperti itu, tetapi persebarannya terbatas. Misalnya koran *Daily Star* seperti dalam komik Lucky Luke dan koran *Adil* di Solo yang dijalankan oleh seorang kakek sampai akhir 80-an.

Nah, lantas bagaimana contoh konkret menyuarakan masalah itu? Saya sering diledek sebagai *blogger* atau narablog rewel yang sering meledek atau mengeluhkan soal kota, terutama hak pejalan kaki.

**1** Ranjau Trotoar di Blok M. Masalah serupa ada di kota lain. Mungkin bukan ranjau penyangg kaki tetapi lubang pengeblos pejalan kaki. Ini adalah masalah yang bisa menjadi bahan posting. Sumber: <http://bit.ly/evGISV>

Baru membatasi topik pada hak pejalan kaki saja kita bisa mendapatkan banyak hal. Intinya adalah peka dan kepekaan. Kalau hari ini tak membawa kamera, atau tak sempat memotret dengan ponsel berkamera, maka besok bisa dilakukan. Kok yakin? Banyak masalah yang berulang dalam kehidupan kota, yang kemarin tampak esoknya juga masih.





## memo:

masih daripada yang mana adalah gata merupakan tiada lain pun tiada bukan ya teringat Mogombal

3a

### Parkir Mepet di Jakarta

POSTED ON 31/07/2009 BY ANTYO

Mobil terus bertambah, kapling parkir tak mengimbang. Maka trotoar pun dipakai. Mobil ini terparkir di sebuah tikungan berlampu merah di Jakarta Selatan. Akan disebut jagam parkir kalau menempatkan mobilnya bukan dengan muncur (pakai luntaan kaca spion dan pemberi aba pulsa), tetapi maju. Sisa ruang di kanan-kiri roda sudah mepet. Tetapi mau sepinter apapun parkirnya, kalau di atas trotoar itu di manakah hak pejalan kaki?



Share / Save

THIS ENTRY WAS POSTED BY PERJALANAN AND TAGGED AHMAD DAHLAN, DAMI, HUK PEJALAN KAKI, RESEPTORAH DARI, PARKIR, PEDESTRIAN, HUKAH DAHLAN, SOCPHAWA THE PEDESTRIAN.

2

Soal biasa, lubang penjebak pejalan kaki. Kita bisa menggugat melalui tulisan, ini tanggung jawab siapa? Tetapi sebagai laporan, posting ini punya kekurangan karena keterangan tempat hanya disebut dalam tags. Sumber: <http://bit.ly/emVZam>

Trotoar adalah bagian dari ruang publik. Soal ruang bersama. Selama ini kita cenderung mengamini bahwa para pemerkosa kaki lima adalah pedagang. Ternyata salah. Kelas menengah pun sering semauanya. Lihat contoh di depan sebuah kantor pencari di Kebayoran Baru, Jakarta Selatan .

3a

Tak ada sisa bagi pejalan kaki karena lebar trotoar diisi oleh mobil terparkir. Hanya ada dua pilihan: turun ke jalan beraspal atau melipir dari got. Sumber: <http://bit.ly/hfd7Vr>

Jalanan, termasuk trotoar, adalah potret sosiologis sebuah bangsa. Di sanalah terlihat bagaimana sebuah masyarakat memperlakukan ruang publik, bagaimana mereka mengelola yang privat dan publik (tapi sering aneh), dan ujung-ujungnya adalah bagaimana setiap orang menghargai orang lain. Lihat judul dan foto dalam contoh posting ini.

3b

Hampir setiap hari bangku ini dilintangkan di atas trotoar. Untuk siapa? Para sopir yang menunggu di depan sebuah kantor di Jalan Ahmad Dahlan, Jakarta Selatan. Sumber: <http://bit.ly/gCK3zK>



## PEWARTA SUKARELA DAN PELUANG

Blog menjadikan kita sebagai penulis dan sekaligus penerbit. Kendali ada pada kita. Jika menyangkut perkabaran, di manakah posisi kita?

Ketika diperhadapkan dengan media terlembagakan, seorang narablog jelas kalah dalam banyak hal. Tetapi informasi yang diberikan oleh narablog di kota manapun, tak hanya Jakarta, akan tersimpan dalam pengindeksan mesin pencari. Bukan tidak mungkin apa yang mulanya diwartakan oleh seorang narablog akan menjadi umpan bagi media terlembagakan untuk ditindaklanjuti dan disebarakan.

Misalkan laporan dari sebuah blog tentang kehidupan di bawah peron Stasiun Gambir, yang telah menggerakkan editor sebuah koran kota (*city paper*) untuk menindaklanjuti. Tapi maaf, tautan asrip berita di koran belum saya temukan.

**Warung makan buruh di Stasin Gambir, Jakarta, tepat di bawah peron. Tak semua orang tahu apalagi peduli. Posting pada 25 April 2010 (<http://bit.ly/gwwy54>) merupakan kelanjutan dari posting 8 November 2007 dari blog yang sama (<http://bit.ly/dTEEUi>).**

Tak semua narablog beruntung dalam arti semua postingnya dibaca dan menjadi umpan bagi pewarta profesional dan media terlembagakan. Tetapi juga konten terus diperbarui, dan isi blog dapat dipercaya, maka secara perlahan reputasi akan didapat.

Agar narablog sebagai pewarta sukarela tak terlalu besar berharap maupun terlalu tinggi menempatkan diri, ada baiknya mengenali perbedaan posisinya bila dibandingkan pewarta profesional.

## Cerita Dangkal dari Gambir

ANTYO on APRIL 25, 2010 - 26 COMMENTS

### WARUNG TERSEMBUNYI ITU MASIH HIDUP.



Stasiun Gambir Jakarta sudah berubah. Sedikit. Beberapa kios baru sudah terisi. Kafe ber-*hotspot* sudah ada. TV Gambir terus menayangkan gambar hidup. Dan di bawah peron, tempat menunggu serta masuk-ke luar penumpang ke gerbong, tetap ada warung. Itu warung kecil yang dinaungi bibir peron.

Sabtu pagi kemarin pemilik warung masih tidur terlelap. "Yah, masih ngimpi dia," keluh seorang kuli angkut (manol, porter) sesuai berganti baju.

"Begadang kali semalaman," kata seorang petugas parkir yang juga busman berganti baju kerja.



Pelanggan datang dan pergi. Membeli rokok. Memesan teh atau kopi hangat. Sambil kongko melepas penat. Juga ngobrol di tengah kebisingan roda besi dan gemuruh diesel saat kereta berhenti dan melintas.

Pelanggan datang sekalian mematu diri. Ada cermin di sana. Setelah rapi dia akan melompat ke atas, ke peron. Lebih praktis ketimbang berjalan dulu ke ujung peron yang terbuka.



Selalu ada kantong ekonomi murah di setiap tempat. Seperti warung murah untuk pramuniaga dan satpam di mal – atau di bandara.

KONDISI	PEWARTA SUKARELA	PEWARTA PROFESIONAL
MEDIA	Milik sendiri, atau milik komunitas nirlaba	Milik perusahaan penerbitan, merupakan badan hukum
STANDAR KERJA	Nilai-nilai pribadi atau menurut kesepakatan anggota komunitas	Merujuk pada standar kerja perusahaan dan etika profesi. Mengenal pelatihan, penugasan, kepatuhan, dan sanksi, serta evaluasi kerja yang berujung pada pengupahan
FREKUENSI TERBIT	Tak menentu, kadang bergantung mood dan kesempatan	Terjadwal, terencana
BIAYA OPERASIONAL DAN PERALATAN KERJA	Dari kocek pribadi, atau iuran anggota komunitas, dan mungkin juga hibah. Bisa juga cuma meminjam, misalnya memanfaatkan fasilitas kantor atau teman	Dari anggaran perusahaan, dikontrol/ diaudit, khusus untuk alat kerja mengenal penyusutan nilai
PENDAPATAN	Cenderung tidak direncanakan, walaupun ada pemasukan dari iklan itu hanya subsidi untuk biaya operasional, bukan sebagai upah	Upah (honor/gaji) dari perusahaan penerbitan yang memperoleh uang dari iklan, sirkulasi (cetak), dan cara lain yang mendatangkan uang (misalnya layanan arsip berbayar)
CAKUPAN ISI	Sempit, subyektif, kurang mencakup semua sumber berita ( <i>cover both sides</i> ), dengan bank data yang cenderung terbatas	Lebih lengkap karena ada organisasi kerja yang mendukung (editor, jaringan repoter dan koresponden, bank data, riset, fotografer, dlsb)
AKSES TERHADAP SUMBER INFORMASI	Terbatas, cenderung hanya pada apa yang dilihat, didengar, atau dialami	Lebih luas, apalagi reputasi media dengan dukungan organisasi kerjanya akan lebih mudah menembus sumber

Dari tabel tersebut kita dapat mengambil contoh tentang sebuah bangunan yang terbakar. Seorang narablog yang notabene aktivis media sosial dengan cepat akan melaporkan jika peristiwa ada dalam jangkauan kesaksiannya. Info dan foto di Twitter bisa lebih cepat daripada media terlembagakan. Setelah itu, beberapa jam kemudian, cerita lengkap muncul dalam blog.

Tetapi tak sampai sejam setelah terkabarkan via Twitter, media terlembagakan sudah melaporkan lebih lengkap, mencakup alamat rumah, nama pemilik rumah, nama penghuni, kutipan dari polisi, kutipan dari pejabat dinas pemadam kebakaran, dan kesaksian tetangga - atau malah ditambahi kutipan dari korban yang selamat.

Bahkan media terlembagakan, melalui berita *online*-nya,

dapat mencicil perkembangan sepuluh menit sekali. Mengapa bisa begitu, sekali lihat tabel. Media terlembagakan dapat mengerahkan semua sumber daya yang dimilikinya - dari jaringan reporter, fotografer, sampai bagian dokumentasi - untuk meraup dan menyajikan informasi. Kadang hanya dengan menelepon narasumber pun mereka sudah mendapatkan hasil.

Lantas, masih adakah peluang bagi narablog? Ada! Banyak!

Jika menyangkut *hard news* mungkin hanya akan unggul di awal, sebagai umpan bagi jurnalis profesional dan media terlembagakan. Tetapi itu pun dengan catatan: jika peristiwanya terjadi di depan mata.

Karena bakal kalah dalam *hard news*, kecuali dalam kondisi khusus, maka yang dapat dilakukan narablog sebagai

## memo:

memo daripada yang mana adalah yaitu merupakan tiada lain pun tiada bukan ya ternyata blogmal

### Jeruk Israel Masup Indonesia

POSTED ON 03/09/2010 BY AKTYO



Terkabar sudah lama jeruk Jaffa masuk Indonesia, melalui negara perantara. Menariknya, sejauh saya tahu, iklan dan katalog pasar swalayan tak pernah menyebutkannya sebagai "jeruk Jaffa" maupun "jeruk Israel". Konsumen mengiranya sebagai jeruk Cina atau California; tapi tanyalah pedagang buah, umumnya mereka tahu saat kulakan. Soal Israel dan Yahudi memang bisa peka bisa biasa, bergantung konteks dan selera. (Lihat: Grafik PSKD) :D

Share / Save

THIS ENTRY WAS POSTED BY BELANJA, BEANS, JAHN AND TAGGED CUBURER SQUARE, DAVAL, JERUK, JAFFA, SWALAYAN, SWEET ORANGE, TOTAL, BUAH SEGAR, YAHUDI, ZENHUB, BOOKMARK THE PERMALINK.

## memo:

memo daripada yang mana adalah yaitu merupakan tiada lain pun tiada bukan ya ternyata blogmal

### Maka si (bukan) Sarimin pun Terkapar

POSTED ON 03/09/2010 BY AKTYO



Dulu sempat orang yang menemukannya dia tak dipanggil sebagai Sarimin. Tak pernah juga ketemu nama jomblo. Jomblo ini akhirnya disebut dengan nama jomblo. Dalam cerita kaka-ya kami Kambur, kadang-jangan bisa dia-dia jomblo, mereka yang berawal dari Cirebon (mungkin kebetulan dari kota apa) itu berhadapan hingga jomblo meninggalkan jomblo-kita di Angke, Jakarta Utara, ke Koko-koko Beta, Jakarta Selatan.



Berani kadang-biaya ini ada Rp 20.000, kata salah seorang. Akan pulang kampunglah. Lebaran nanti? Terus, Berani si sarimin? Berani ada seribu-an saja seorang.



Si sarimin mengemukakan beberapa alasan kenapa dia. Dari yang gagah jomblo-sarimin yang mati itu bukan sebagai jomblo. Masih ada waktu-dia minggu untuk menambak nang lebaran. Bantuk atau sedikit perusahaannya, menurut tetanggah padawan lagi kelurga-nya. Mereka? Termasuk si sarimin, sebagai padawan lagi bag kelurga-mana.



Share / Save

THIS ENTRY WAS POSTED BY BELANJA, BEANS, JAHN AND TAGGED JOMBLO, KAMBUR, PERUSAHAAN, PERUSAHAAN, SARIMIN, TERANG MONYET, SWALAYAN, THE PERMALINK.

← Lajing Nanti

Permalink to "Maka si (bukan) Sarimin pun Terkapar"

pewartanya sukarela adalah melaporkan apa saja yang sifatnya awet, dari sisi *timeliness* lebih longgar, dan tak menuntut konfirmasi ke segala sumber.

Dari contoh posting di blog tadi Anda akan melihat sejumlah kekurangan. Sebagai berita, maka 5W + 1 H-nya tidak lengkap. Selain itu, dalam posting tak ada kutipan dari orang sekitar tentang ranjau besi maupun lubang got yang menganga: sejak kapan berlangsung? Hanya menanya, apa sih susahannya?

Laporan seorang narablog tak hanya hal yang merupakan masalah. Bisa juga cerita tentang kudapan di sebuah kedai, tutupnya sebuah toko yang berdiri sejak zaman kolonial, sampai pembukaan mal lengkap dengan bioskop baru dan *fitness center* anyar.

Lihat contoh ini. Peti kayu jeruk asal Israel dan rombongan topeng monyet pun bisa jadi cerita.

**Israel adalah isu sensitif. Bagaimana kita harus menyikapinya? Posting ini akan semakin bernilai juga Anda punya data sekunder, misalnya dari Kementerian Perdagangan, tentang neraca ekspor-impor buah-buahan. Sumber: <http://bit.ly/esai2Q>**

**Orang Jabodetabektangsel sering melihat topeng monyet dan menganggapnya biasa. Tapi siapa yang peduli bahwa menjelang Lebaran, hasil bersih ngamen sehari-hari hanya Rp 20.000? Sumber: <http://bit.ly/diIPUG>**

## NARABLOG, SEJARAH, DAN KONVERGENSI

Lantas buat apa menulis itu semua? Sederhana saja: menuliskan kesaksian agar menjadi potret zaman.

Ah, abstrak! Baiklah, misalkan Anda warga Tulungagung atau Takalar, apakah Anda berharap informasi tentang kota Anda yang terendus oleh Google maupun Bing hanya dari situs pemerintah daerah?

Apapun yang Anda ceritakan tentang kota Anda, atau desa Anda, jika isinya mudah dipahami, dan dipercaya, maka akan dicari dan dirujuk orang. Artinya Anda tak hanya menyumbangkan isi ke dalam belantara teks bernama internet tetapi juga turut mencatat sejarah. Akan memalukan jika info tentang kota atau desa Anda justru didapatkan dari sumber-sumber asing.

Tapi nanti dulu, kenapa hanya disebut blog dan narablog? Sabar, itu hanya contoh. Sebetulnya semua layanan media sosial itu saling melengkapi.

Hanya saja sejauh ini, yang pengarsipannya paling bagus dan ramah mesin pencari adalah blog. Tanpa tweetbackp.com Anda akan kesulitan mencari kicauan Anda sendiri dan teman lain. Dan sejauh perkembangan hari ini, sulit sekali mencari tulisan dan foto yang Anda ceplungkan ke Facebook secara cepat.

Maka secara sederhana Anda dapat melakukan sebuah konvergensi. Misalnya begini...

KASUS	BLOG	AGREGATOR KOMUNITAS	WADAH PENULISAN KOLEKTIF	TWITTER	FACEBOOK
Contoh 1: Soal ringan, sapaan, cerita lucu, komentar terhadap berita				Serentak di Twitter dan Facebook	
Contoh 2: Pelayanan umum. Mengurus KTP harus bayar	Tulis di blog	Akan terangkut secara otomatis (impor konten melalui RSS)	* Bisa "ditulis ulang" alias copy and paste * Lebih baik kalau versinya berbeda, jadi bukan hanya copy and paste * Misalnya di Politikana.com dan Publikana.com	Serentak di Twitter dan Facebook, secara otomatis, setelah blog terbaru	Mengabarkan secara manual ke Facebook
				Mengabarkan secara manual ke Twitter melalui tombol "share" di bawah posting	Atau membiarkan Facebook mengimpor RSS ke dalam Notes

Sekarang jika Anda mendapati pengalaman macam ini, apa saja yang Anda lakukan di blog, Twitter, dan Facebook? Lihat contoh...

Drama Ibu Kota, sebuah kesaksian zaman. Anda bisa membayangkan seseorang yang jalan kaki menyusuri beberapa ruas jalan Jakarta demi mendapatkan pekerjaan? Apalagi jika Anda berkesempatan ngobrol dengannya, membawanya ke sebuah rumah untuk sekadar singgah, makan, dan minum. Sumber: <http://bit.ly/g92pqK>

## RISIKO: APA BOLEH BUAT

Kita terlahir dalam risiko. Bahkan ketika kita memutuskan untuk tidak melakukan apapun itu juga tetap mengundang risiko. Ogah mendapatkan apalagi mencari informasi tahu-tahu rumah Anda pada malam hari didatangi petugas perazia KTP sehingga tidur Anda pun terganggu.

Dalam menuliskan laporan, takarlah risikonya. Berikut ini beberapa patokannya:

1. Utamakan bukti, misalnya foto atau dokumen pendukung
2. Jika pihak yang Anda hadapi sangat kuat, dalam arti dapat melakukan gugatan maupun cara lain yang bersifat memaksa, samarkanlah identitas orang maupun lembaganya
3. Pilihlah cara berkomunikasi yang dapat diterima semua pihak, jangan menistakan ("Dasar birokrat goblok doyan sogokan!"). Respon negatif bisa muncul karena perasaan terhina.
4. Bisa juga menggunakan gaya bertanya, "Apakah benar ngurus KTP itu gratis, Pak Camat?"



### JALAN KAKI SEJAUH 60 KM LEBIH. SETIAP HARI.



Dari kejauhan saya menyangkanya seorang mahasiswa yang sedang diplonco. Namun dalam sekejap saya ingat, sekarang belum musim inisiasi akademis. Ketika jarak saya makin dekat, terbacalah tulisan di punggungnya itu: "Saya sedang mencari kerja."

Namanya Jero. Usianya 35. Lajang. Kulitnya menggelap terpanggang Mentari. Wajahnya berkilat oleh keringat. Bibirnya kering menahan haus.

Sudah hampir sebulan dia saban hari menyusuri jalanan Jakarta. Tadi saya melihatnya selagi dia menyusuri Jalan Radio Dalam dari arah Pondok Indah.

Saban pagi, pukul enam, dia berangkat dari rumahnya di Jatibening, Bekasi, dekat jalan tol. Melintasi Kalimalang, dan seterusnya, lantasan

5. Gunakan cara meledek yang moderat, semacam cerita komedi yang menyindir halus. Misalnya, "Pak Kapolda, itu polantas lucu banget, kayak anak kecil yang suka petak umpet, bersembunyi di balik pohon, nunggu orang terjebak. Atau karena dia nggak mau kepanasan? Mestinya sih justru ngingetin pemotor supaya jangan ngelanggar lampu merah."
6. Genjot kreativitas untuk menyampaikan opini, misalnya seolah-olah punya empati terhadap pelaku ketidakberesan. Padahal di balik itu Anda melakukan serangan tajam dan pedas, namun tak kentara.

Mengapa risiko harus ditakar? Ketika Anda hanya warga biasa, bukan jurnalis profesional, maka Anda relatif kurang terlindungi. Lain halnya jika Anda punya teman pengacara.

Contoh cara lunak dalam menyampaikan fakta namun dikemas sebagai opini yang sok simpatik bisa dilihat dari posting ini.





## Drama Nasional Denda Damai di Negeri Permai

by ANTYO on JUNE 5, 2008 · 67 COMMENTS [EDIT]

### SESEKALI LIHATLAH DENGAN HATI...



Bukan hal baru. Kita sama-sama jemu membahasnya. Bahkan untuk menjadikannya sebagai lelucon pun kita sudah tak sanggup. Soal apa? Pungli dan denda damai sebagai bagian dari *megapuzzle* bernama budaya korupsi.

Saya memergoki ini kemarin sore, di Jakarta Selatan. Tak saya dengar pembicaraan Pak Polisiwan dengan si korban (pelanggar). Hanya bahasa tubuh mereka, dengan adegan merogoh dompet dan penyerahan uang, yang menjelaskan. Semua yang melihat tahu. Para pelintas paham.

Begitu ada orang mendekat, apalagi bawa kamera, bahasa tubuh mereka berdua langsung membentengi diri, sorot mata pemangsa memancarkan tak hanya ketidaksukaan melainkan juga hawa perseteruan.

Itu wajar. Manusiawi. Setiap orang ingin terlihat baik dalam setiap momen.



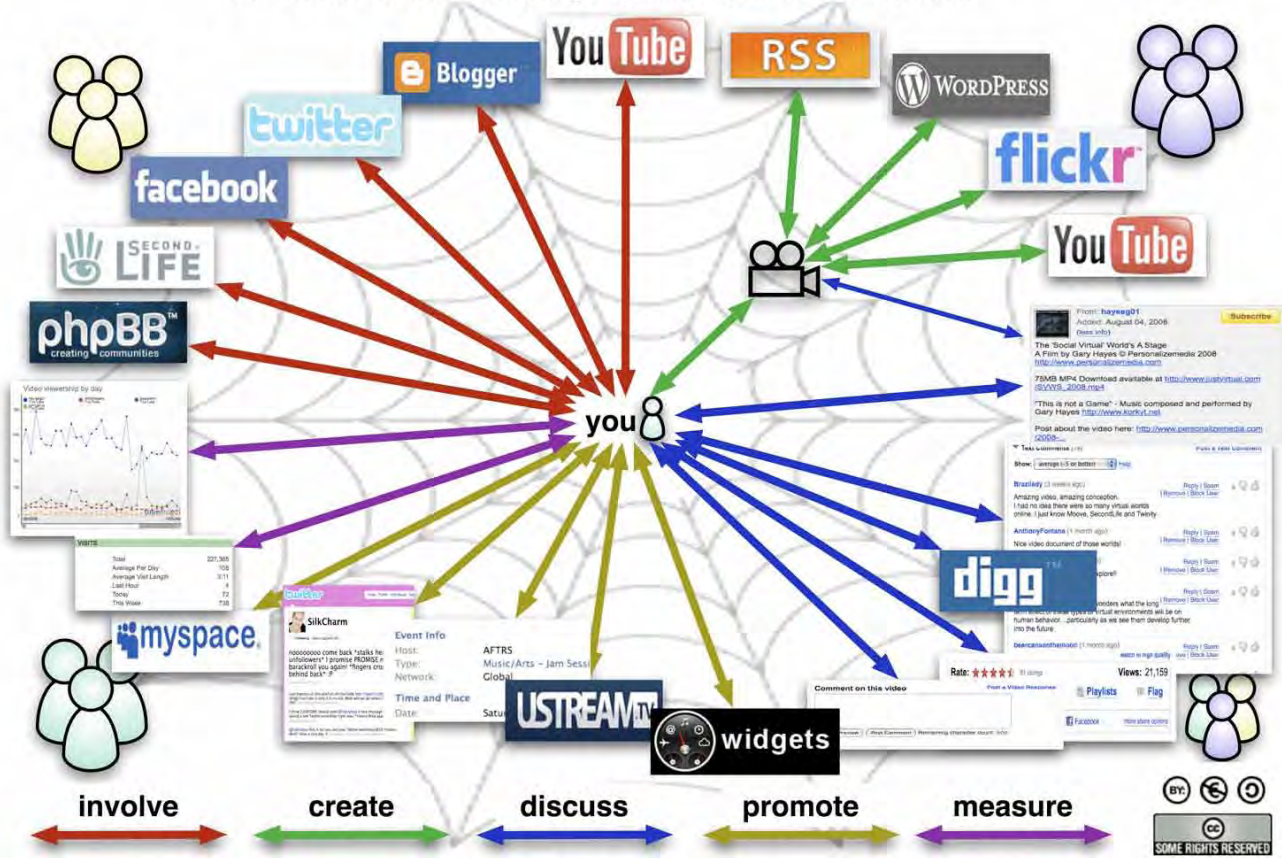
Foto petugas, pelat nomor, dan wajah korban pemerasan disamarkan dengan sepenuh kesadaran penulis? Kenapa? Dia hanya polisi rendahan, kasihan dia dan keluarganya kalau dipecat gara-gara pemerasan Rp 10.000. Wajah dan motor korban juga disamarkan agar dia tak menjadi sasaran balas dendam misalkan terjadi hal buruk pada Pak Polantas. Haruskah begini cara posting? Ini soal pilihan. Anda bebas memilih cara yang blak-blakan.

Adakah tip lain? Tidak. Hanya dengan melihat beberapa posting dari kedua blog yang dicontohkan di sini Anda akan segera mengenali kekurangannya. Lalu Anda membuat laporan yang lebih keren dan siap dipertanggungjawabkan.

Hanya dengan mencoba maka Anda akan merasakan sensasinya. Kalau hanya berangan-angan, padahal sebenarnya mampu, maka Anda menya-nyiakan kapasitas Anda. Sayang.

-----  
(seluruh foto jepretan sendiri dengan kamera saku / ponsel)

The Social Media Campaign by Gary Hayes & Laurel Papworth



The World is in Your Hand



Foto: koleksi pribadi

**Aulia Halimatussadiyah a.k.a Salsabeela (Ollie):**

Twitter: @salsabeela | URL: <http://salsabeela.com>

Jika kamu berpikir untuk dapat merubah kondisi yang kurang baik kamu perlu menjadi orang besar, kaya dan terkenal terlebih dahulu, kamu salah. Perubahan selalu dapat dimulai dari diri sendiri. Meski berstatus sebagai 'orang biasa', kita bisa menggerakkan orang lain dengan pemikiran kita. Caranya? Dengan menggunakan tulisan.

Menulis adalah salah satu cara untuk menyampaikan pesan kita kepada orang lain. Salah satu sarana paling mudah adalah dengan **membuat jurnal online**. Mengapa jurnal? Karena dengan jurnal, kita dapat menyampaikan pesan tanpa kesan menggurui. Kita jadi punya saluran untuk menumpahkan ide dan pemikiran kita hasil dari reaksi atas apa saja yang kita amati sehari-hari terutama di lingkungan sekitar. Dengan jurnal pula kita dapat sarana untuk merekam emosi, refleksi dan instropeksi diri untuk menuju kualitas diri kita yang terbaik.

Saya percaya setiap orang punya pemikiran hebatnya masing-masing, punya pengalaman hidup yang unik, dan punya cerita sendiri untuk dibagikan kepada orang lain. Banyak sekali orang yang berminat untuk membaca lebih banyak tentang hidup dari sudut pandang orang lain dan mengambil pelajaran dari situ. Kamu dan cerita mu sendiri itu unik dan menarik. Lebih menarik dari cerita selebriti di televisi. Jauh lebih menarik dari itu. *Trust me!*

Dari dulu saya sangat tertarik dengan hal yang berbau realita kehidupan dan eksperimen hidup. Cerita-cerita itu sering saya bagi melalui jurnal online (blog) saya baik di <http://salsabeela.com> atau <http://salsabeela.posterous.com>. Banyak hal yang saya sharing, bentuknya bisa hasil pengamatan lingkungan seperti keprihatinan tentang anak kecil yang berjualan koran di stasiun atau suatu eksperimen yang saya buat sendiri untuk dilihat bagaimana hasilnya dan di-share ke orang banyak seperti waktu saya bereksperimen menyempatkan memuji semua orang yang saya temui dalam 1 hari. Dari situ saya tahu kalau orang-orang akan mengeluarkan reaksi yang berbeda saat dipuji. Ada yang malah merendahkan dirinya, ada yang menjadi lebih bersemangat, ada yang dengan percaya diri menerimanya. Pengalaman itu memperkaya saya dengan insights baru tentang hidup dan kehidupan, terutama dalam berhubungan atau menjalin *networking* dengan kenalan baru. Karena sifatnya yang personal inilah, pembaca menjadi merasa dekat dengan cerita dan lebih mengapresiasi tulisan saya, daripada sekedar membahas berita umum yang sudah sering mereka dapatkan dari media lain.

## WHAT'S YOUR PASSION?

Kamu adalah orang yang paling tahu apa misi hidupmu dan apa passionmu. Jika belum tahu, pikirkan terlebih dahulu. *What wakes you up every morning? What drive you?* Apa yang akan tetap lakukan saat kamu punya *all the money in the world?* That, is your passion.

Sejalankan isi jurnal kamu dengan passion-mu. Bagi saya, perhatian terbesar saya jatuh ke area bisnis, penulisan, travel, pendidikan anak, dan masalah wanita. Jurnal online saya banyak membahas hal-hal seputar topik yang saya sebutkan di atas.

### Beberapa keuntungan menuliskan jurnal:

- **Aware terhadap lingkungan**  
Pernah merasa hidupmu berubah menjadi rutinitas yang membosankan? Itu karena kamu menjalaninya tanpa sadar pada lingkungan sekitar. Cobalah saat beraktifitas, berhenti sejenak dan mendengarkan serta mengamati: apa warna baju resepsionis kantor hari ini? Orang seperti apa saja yang kamu temui di dalam angkutan umum? Berapa banyak pedagang atau pengamen di lampu merah? Bertanya dimana mereka tinggal? *And so on.*
- **Pengalaman baru**  
Bagi kebanyakan orang, mencoba hal baru itu menakutkan. Karena hal baru itu asing dan membuat mereka keluar dari zona nyaman. Padahal dengan mencoba hal-hal baru yang tak terbayangkan sebelumnya, pengalaman hidup mu menjadi lebih menarik dan lebih kaya. Cobalah sesekali tersenyum pada orang asing, apakah ia membalas senyum kamu? Jika tidak kira-kira kenapa? Analisa dan tuliskan hasilnya di jurnal. Pernahkah pergi ke tempat-tempat wisata di dalam kota mu? Jika belum coba luangkan waktu, ambil foto atau video-nya, dan ceritakan kembali pengalamanmu di jurnal.
- **Membantu dan menginspirasi orang lain**  
Jika pesan kita tersampaikan melalui tulisan, orang yang membacanya akan terinspirasi dan *hopefully* akan melakukan aksi positif yang sama. Efeknya seperti virus yang menyebar dengan cepat. Kamu bisa melakukan perubahan, *one post at a time!*
- **Menambah teman**  
Dengan menuliskan jurnal sesuai topik yang kamu

sukai, tanpa sadar kamu sudah memposisikan diri untuk didekati teman-teman yang punya ketertarikan yang sama. Jangan heran jika sebentar saja kamu akan punya banyak teman sepemikiran dan langsung klop dalam berbagi pengalaman.

- **Kepuasan batin**

Selain untuk menyampaikan pesan, sesungguhnya menulis itu menyembuhkan. Ceritakan tentang pengalaman pribadi kamu yang tak menyenangkan, selain menyembuhkan diri sendiri, juga agar orang lain dapat mengambil pelajaran berharga dari pengalaman kita.

Untuk mempertahankan semangat menulis, bergabunglah dengan komunitas-komunitas menulis di internet maupun twitter, seperti @nulisbuku @writingssession dan lainnya, yang diharapkan akan selalu menginspirasi kamu untuk terus menulis sekaligus menjadi tempat kamu sharing hasil tulisan-tulisan kamu di jurnal.

Selain menggunakan sentuhan personal, perdalam tulisan kamu dengan riset via Google. Masukkan data atau fakta penting yang perlu diketahui pembaca. Bisa juga dengan melakukan riset dadakan melalui twitter, yang hasilnya bisa kamu masukkan ke dalam tulisan sebagai pelengkap. Ingat untuk menambahkan foto atau video yang relevan dengan pesan yang ingin kamu sampaikan agar pesan sampai lebih cepat. Cari materi foto dan video-nya, dengan kata kunci pengikat topik tulisan kamu, di Flickr.com atau Youtube.com.

### WRITE WHEN YOU'RE INSPIRED.

Jangan tunda menuliskan ceritamu hari ini, karena hari esok akan membawa ceritanya sendiri. Sekarang sudah banyak sekali alat untuk bisa langsung menuliskan dan mem-publish ceritamu, salah satunya adalah dengan menggunakan *smart phone* yang membuat kamu bisa langsung *post* jurnal kamu dengan segera, tanpa perlu duduk di depan laptop/PC.

### PUBLISH IT.

Setelah dalam jangka waktu tertentu, tulisan kamu yang sudah banyak terkumpul juga bisa dibukukan. Tawarkan naskah kamu ke penerbit atau terbitkan sendiri via layanan online self publishing NulisBuku.com.

Layanan online self publishing NulisBuku.com saya dirikan bersama teman-teman Angeline Anthony, Brilliant Yotnega dan Oka Pratama pada tahun Oktober 2010. Ini berawal dari *concern* kami tentang banyak-nya pemikiran hebat dari calon-calon penulis di Indonesia yang tidak terekspose karena tulisannya belum berhasil diterbitkan. Kami yakin, dengan semakin mudahnya kamu menerbitkan karya, kamu akan semakin bersemangat dan produktif dalam berkarya hingga kualitas tulisan akan semakin baik pula.

Yakinlah, dengan membukukan tulisan-tulisanmu, akan lebih banyak orang yang akan terinspirasi dengan pesan yang ingin kamu sampaikan dan *eventually* akan melakukan perubahan mulai dari dirinya sendiri dan lingkungan terdekatnya seperti keluarga.

### BUT HOW TO FINISH A BOOK?

Kita bisa mulai menulis artikel per artikel, *go with the flow*, hingga artikel yang terkumpul cukup banyak. Namun cara ini akan memakan waktu lama, karena kita menulis sesuai dengan mood, dan tidak tahu dengan jelas tujuan akhir kita.

Tentukan dari awal, misi kita dengan buku ini apa, hingga tulisan-tulisan di dalamnya akan mempunyai benang merah yang sama. Misal, jika saya ingin menginspirasi wanita untuk berbisnis, maka saya akan menulis semua artikel tentang entrepreneurship terutama dalam hubungannya dengan wanita. Saya bisa menguraikan dalam buku bahwa wanita cocok berbisnis karena wanita adalah multitasker sejati, dan juga fleksibilitas waktu saat menjadi entrepreneur akan sangat bermanfaat untuk kegiatan wanita sebagai *family manager*.



How Nulisbuku.com works

**Buat outline** sehingga kita tahu persis apa saja isi buku yang akan kita tulis ini, dari awal hingga akhir. Formatnya bisa dimulai dari perkenalan apa yang ingin kita sampaikan, tips dan trick cara mencapai tujuan, dan cara mengatasi halangan atau rintangan yang mungkin dihadapi.

**Buat target & jadwal.** Jangan terlena, dan tantang diri sendiri. *Push yourself to the limit!* Jika kamu ingin membuat buku yang berjumlah 100 halaman dalam satu bulan, maka setiap harinya kamu harus menulis rata-rata 3 halaman. Pagi kamu bisa menulis 1,5 halaman dan lanjut malam hari 1,5 halaman lagi. Mungkin ilustrasinya menjadi sekitar 3 post jurnal per hari. Terlewat sehari? Bawa target kamu di hari berikutnya. Konsistensi dan komitmen adalah yang terpenting.

Jika waktu 30 hari sudah selesai, langsung bungkus tulisan kamu dan berikan pada pembaca pertama yang bertugas memberikan kritik membangun untuk *first draft* kamu. Tidak ada *first draft* yang sempurna, maka bungkus saja!

*Not in the mood? My tips to cure writer's block:*

- Jangan manjakan diri kamu. Paksa untuk menulis dengan **freewriting**. Tulis apa saja tanpa editing sama sekali selama 5 menit. Jangan tekan *backspace* dulu sampai selesai.
- Berikan **reward** kecil jika kamu berhasil melakukannya. Misal jika berhasil freewriting selama 10 menit, maka setelah itu kamu boleh ngetwit satu kali atau makan makanan yang kamu suka.
- **Motivasi** dirimu, pikirkan apa yang akan terjadi jika buku kamu selesai dan diterbitkan. Bayangkan kebanggaan keluarga, uang royalti yang bisa kamu gunakan untuk membeli barang-barang yang kamu mau, *etc.*
- Membaca buku karya pengarang lain, membaca timeline twitter atau facebook, bisa membantu mencairkan pikiranmu

## **SELL YOUR WRITING.**

Setelah buku dicetak dan diterbitkan, apakah pekerjaan sudah selesai? Tentu saja belum. Untuk mendapatkan hasil yang lebih luas, kita harus mempromosikan buku kita dengan baik. Jadilah seorang *writerpreneur* yang tidak hanya bisa menulis, tapi juga bisa menjual tulisannya.

Kegiatan marketing dalam mempromosikan buku dibedakan menjadi 2 cara yaitu online dan offline strategy. Dengan online strategy kita memulai dengan creating buzz di antara pembaca sedangkan offline strategy ditujukan untuk menciptakan keintiman dan lebih dekat dengan pembaca.



WWW.CHICKENSTRIP.ORG

**Online marketing strategy:**

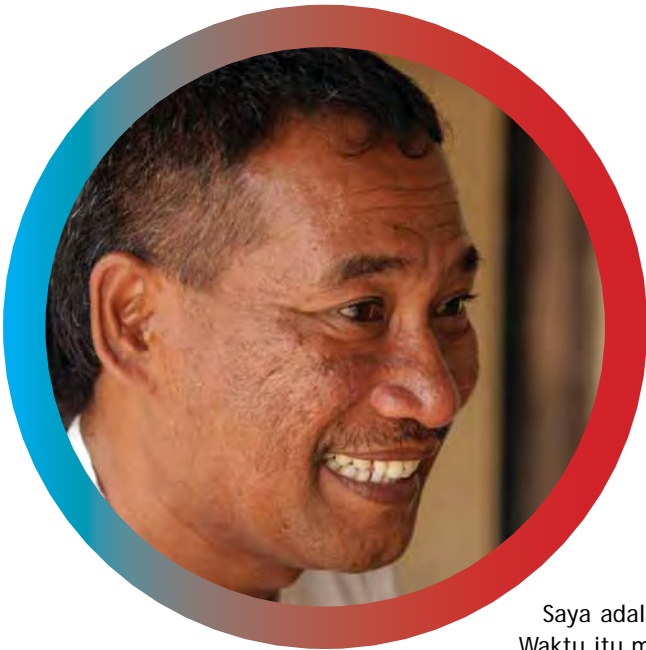
- Membuat launching buku dengan *limited edition pre-order* dengan tanda tangan dan *gimmick* lain seperti t-shirt
- Bermain-main lah dengan pembaca. Gunakan social media seperti twitter untuk bermain. Contoh, gunakan hashtag untuk melemparkan pertanyaan seputar buku
- Update status kamu di facebook maupun twitter dengan cuplikan dari buku sehingga orang akan semakin penasaran
- *Get reviewed*. Minta-lah teman-teman kamu membaca buku kamu terlebih dahulu dan memberikan review di blog, twitter atau facebook mereka.
- Distribusikan ke toko buku online
- *Be creative!* Buat video promo yang menarik untuk di-upload melalui YouTube dan dapat disebarakan via Twitter atau Facebook

**Offline marketing strategy:**

- Bikin bedah buku untuk membahas tuntas buku kamu
- Bikin book signing di toko buku favorite-mu
- Bikin seminar atau talk show di kampus atau sekolah-sekolah
- Sebarkan buku ke media-media untuk di-review dan ditampilkan

Gabungan online dan offline marketing strategy diharapkan dapat menjangkau pembaca yang lebih luas lagi sehingga pesan yang ingin kamu sampaikan bisa diterima oleh lebih banyak orang.

Jika sudah begini, uang dan popularitas pun otomatis menjadi bonus. Siapa yang tidak mau kaya, terkenal dan bahagia (karena melakukan pekerjaan yang sesuai passion)? *The Journey of a thousand miles begins with one small step. So, what are you waiting for? Write your journal, record your life, inspire others. Now!*



# Gara-Gara e-Mail Kosong

**Blasius Haryadi a.k.a Harry van Yogya:**

Twitter: @harryvanyogya | URL: <http://facebook.com/profile.php?id=848694905>

Saya adalah salah seorang tukang becak di Yogyakarta sejak tahun 1990. Waktu itu masih tercatat sebagai mahasiswa semester empat Fakultas MIPA Jurusan Pendidikan matematika IKIP Sanata Dharma Yogyakarta. Karena kesulitan biaya, maka di malam hari saya mencoba untuk mencari tambahan biaya kuliah dengan berprofesi sebagai tukang becak, namun ternyata uang yang saya dapatkan dari narik becak ini tetap tidak bisa menutup biaya kuliah. Dengan sangat terpaksa saya memutuskan untuk tidak melanjutkan kuliah mulai semester lima, dan kemudian secara penuh saya bekerja sebagai tukang becak. Saya tidak pernah merasa malu dan menyesal dengan pilihan hidup yang saya ambil ini. Karena bagi saya apapun profesi dan pekerjaan kita asal dilakukan dengan senang hati, penuh semangat dan professional maka akan mendapatkan kesuksesan. Kesuksesan yang tentunya tidak selalu diukur dari materi.

Setahun menjadi tukang becak dengan menelusuri berbagai jalan di Yogyakarta atau tidak mempunyai pangkalan yang tetap, saya mulai berpikir mengapa saya tidak mangkal dan mencari penumpang di kawasan yang banyak wisatawan manca negara saja. Bukankah saya pernah mendapatkan pelajaran bahasa Inggris sewaktu sekolah? Tentunya dengan bahasa Inggris yang pernah saya dapatkan akan banyak membantu dalam berkomunikasi dengan para wisatawan manca negara ini. Ada dua kawasan di Yogyakarta yang mendapat predikat sebagai kampung Internasional karena di dua kawasan tersebut banyak sekali dijumpai wisatawan manca negara yang tinggal maupun menginap di hotel dan penginapan yang ada. Dua kawasan tersebut adalah kawasan Prawirotaman dan Dagen maupun Sosrowijayan di dekat Malioboro. Bahkan di dua kawasan ini wisatawan manca negara bisa hidup berbau dengan masyarakat sekitar ketika mereka berkunjung menikmati keindahan berbagai macam wisata Yogyakarta.

Pada tahun 1991 saya mulai mangkal dan mencari penumpang di kawasan Prawirotaman. Benar juga ternyata berbekal bahasa Inggris yang pernah saya dapatkan sewaktu sekolah dulu sangat membantu dalam menjalin komunikasi dengan para wisatawan manca negara untuk menawarkan jasa transportasi becak. Bahkan dengan keseharian bertemu, bergaul



dan sering mendapatkan penumpang wisatawan manca negara, maka bisa menambah kelancaran berkomunikasi dalam bahasa Inggris, maupun mulai sedikit-sedikit mengerti bahasa asing lainnya. Selain itu wawasan dan cara berpikir saya juga semakin luas dengan seringnya mengobrol dengan wisatawan dari berbagai belahan dunia.

Sekitar tahun 1996 saya mendapatkan penumpang berkewarganegaraan Amerika. Warga negara asing ini sering datang berkunjung ke Indonesia khususnya Yogyakarta yang penuh dengan aneka ragam budaya, sejarah, barang kerajinan dan cinderamata, makanan maupun keramah-tamahan masyarakatnya. Di setiap berkunjung ke Yogyakarta wisatawan asing ini selalu mencari saya apabila membutuhkan jasa transportasi becak. Dan karena sering berkunjung ke Yogyakarta maka untuk memudahkan komunikasi dibutuhkan sebuah media yang efektif dan efisien. Pada waktu itu telepon genggam atau yang lebih dikenal dengan handphone (HP) masih merupakan barang yang mahal dan tidak semua orang bisa memilikinya. Untuk itu wisatawan manca negara ini menyarankan saya untuk berkomunikasi menggunakan email atau surat elektronik. Namun demikian waktu itu saya juga belum mempunyai akun email, maka warga negara Amerika ini mengajari saya membuat akun email dan cara menggunakannya.

Dalam waktu yang tidak terlalu lama saya sudah bisa membuat dan memiliki akun email sendiri serta memahami cara menggunakannya. Sejak saat itu saya mulai sering ke

warnet untuk sekedar mengecek apakah ada surat email yang masuk atau tidak. Namun demikian karena teman email saya hanya seorang maka selalu dalam keadaan kosong. Sebagai orang Jawa ada perasaan tidak enak apabila datang ke warnet hanya mengakses sebentar kemudian keluar, meskipun juga sudah membayar. Untuk itu setelah mengecek email dan ternyata dalam keadaan kosong, saya lanjutkan untuk belajar banyak tentang internet. Saya asal klik saja dan ikuti apa yang diperintahkan, dan tentunya kemampuan berbahasa Inggris yang saya miliki sangat membantu.. Apabila sudah mengikuti berbagai petunjuk yang ada dan akhirnya menemukan pengisian form yang berbayar, maka langsung saya tinggalkan.

Saya mulai mengikuti chatting di mIRC dan Yahoo Messenger, dan dari sanalah saya banyak mendapatkan teman baru baik dari Indonesia maupun dari berbagai belahan dunia. Dan dari pertemanan ini ada banyak yang menawarkan atau mengajak saya untuk bergabung dalam segala macam jejaring social yang ada waktu itu.. Dan akhirnya saya bisa bergabung atau menjadi member banyak jejaring sosial seperti friendster, tagged, flixster, hi5 dan masih banyak lagi. Dan ketika belakangan muncul facebook dan twitter, sayapun juga menjadi member di sana.



## MENCARI UANG VIA INTERNET

Barangkali orang akan bertanya, apakah dengan seringnya ke warnet untuk ber-internet justru tidak akan mengganggu pekerjaan saya sebagai tukang becak ? Tentunya selain mengurangi waktu untuk bekerja dan itu artinya saya kehilangan kesempatan untuk mendapatkan uang, juga masih harus kehilangan uang untuk membayar akses internet. Sayapun mulai memikirkan hal itu, mencari solusi dan cara agar hobby baru mengakses internet bisa jalan namun demikian tidak mengganggu isi kantong saya. Apakah mungkin ? Sepertinya memang sangat tidak mungkin, namun demikian akhirnya saya bisa menemukan sebuah cara yang saya yakin akan berhasil.

Jaringan pertemanan saya di internet semakin hari semakin bertambah banyak, dan ini sebuah peluang bagi saya untuk bisa dimanfaatkan dalam mendapatkan uang. Saya mencoba menawarkan jasa transportasi becak kepada teman-teman di dunia maya, yang kebetulan merencanakan untuk berkunjung ke Yogyakarta. Ternyata tawaran ini ditanggapi beragam, ada yang percaya dan tentunya ada juga yang tidak percaya kalau saya tukang becak.. Mana ada tukang becak bisa menggunakan internet dan bisa berkomunikasi dalam bahasa Inggris, serta punya wawasan yang luas, begitulah tanggapan yang sering saya terima dari teman-teman di dunia maya. Tidak salah memang apa yang menjadi pemikiran teman-teman, dan dengan sabar saya jelaskan tentang siapa saya. Biasanya setelah mendengar banyak penjelasan yang saya sampaikan, teman-teman yang tadinya tidak percaya akan mulai bisa mempercayainya. Kepercayaan teman-teman semakin hari semakin bertambah kuat setelah ada banyak yang datang ke Yogyakarta dan membuktikan sendiri menggunakan jasa transportasi becak saya untuk berkeliling menikmati berbagai wisata di kota Yogyakarta.

Dari sekian banyak jejaring sosial yang saya ikuti, facebook memang merupakan jejaring sosial yang paling saya sukai dan sering saya buka. Makanya tidak mengherankan kalau jumlah teman di facebook lebih banyak dari jumlah teman di jejaring sosial lainnya, dan saat ini sudah mendekati angka 5000 teman. Bagaimana saya bisa memanfaatkan banyaknya teman di facebook, selain menjalin pertemanan, berbagi informasi dan ilmu serta wawasan juga sebagai media dalam mendapatkan penghasilan ? Ada banyak teman di facebook yang menurut saya dalam menawarkan produk baik barang maupun jasa terlalu menggebu-gebu, dan hal ini justru akan membuat orang lain tidak tertarik dan merasa terganggu. Dan tentunya kalau sudah merasa terganggu tidak menutup kemungkinan akan me-remove atau menghapus anda dari daftar pertemanan, hal ini sangat merugikan anda. Untuk menjaga agar dalam menawarkan barang dan jasa tidak menimbulkan ketidaknyamanan bagi orang lain perlu dijaga ritme dalam menulis status di facebook, yaitu tidak melulu hanya menulis status penawaran barang ataupun jasa. Akan tetapi kadang menulis status yang serius tentang berbagai peristiwa yang sedang terjadi di pemerintahan maupun masyarakat, menulis status "guyonan" atau yang sifatnya bercanda, dan lain sebagainya.



Selain hal yang saya kemukakan di atas, perlu juga diingat bahwa seni dalam berkomunikasi dan membangun relasi dalam sosial media adalah dengan percakapan ataupun obrolan, bukan hanya menulis status-status ataupun menawarkan sebuah produk baik barang maupun jasa. Dengan seringnya melakukan percakapan ini kita bisa menjelaskan tentang apa yang kita tawarkan secara detail, dan bisa membuat orang lain atau teman kita tersebut merasa lebih diperhatikan sehingga terjadi sebuah pertemanan yang akrab. Dengan percakapan ini juga saya menawarkan jasa transportasi becak, mengenalkan kepada semua orang tentang berbagai macam wisata yang ada di Yogyakarta, baik wisata budaya, wisata sejarah, wisata belanja, wisata kuliner dan lain sebagainya. Dan ternyata apa yang sudah

lama saya lakukan ini sangat bermanfaat, mempermudah dalam menjaring atau mencari calon penumpang dan tentunya juga bisa meningkatkan pendapatan saya.

Kesimpulan yang bisa diambil adalah, dunia maya maupun nyata sebenarnya tidak jauh berbeda, sama-sama sebuah media. Dan asal kita bisa menggunakan media ini secara baik, menjaga etika dan kesopanan, bertanggung jawab, tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain tentunya akan membawa banyak manfaat yang positif dan baik juga. Internet memang bagaikan dua sisi mata pisau, tergantung sisi mana kita menggunakannya, mau memilih yang tajam atau yang tumpul, semua terserah kita dan tentunya disadari betul tentang segala konsekuensi dari pilihan kita.



Foto: koleksi pribadi

## Memberikan Manfaat Lewat *Nge-Blog*

**Hasnul Suhaimi**

URL: <http://hasnulsuhaimi.com>

PADA AWALNYA, internet hanyalah sebuah infrastruktur yang kemudian berkembang menjadi media. Pemanfaatan internet sekarang ini sungguh luar biasa. Menjadi alat bantu manusia untuk bersosialisasi, berkolaborasi, bahkan untuk memproduksi.

Internet sebagai alat komunikasi global telah membantu kita untuk menjelajah dunia dengan lebih mudah dan murah. Walaupun zona waktu masih menjadi masalah tersendiri, namun jarak dan lokasi geografis secara praktis bukan lagi masalah besar. Keterbatasan wawasan dapat terkikis dengan derasnya arus informasi global. Pengetahuan pun dapat diperkaya dari sumber ilmu di luar negeri.

Namun ironisnya, konten informasi, layanan, dan aplikasi dari dalam negeri kita sendiri masih belum cukup banyak.

**Di dunia maya internet, tidak ada batasan negara dan geografis. Dengan infrastruktur yang sudah cukup memadai, artinya Indonesia berpotensi dan juga memiliki kesempatan yang sama untuk ikut berkontribusi di dunia global.**

Secara umum, pengguna internet Indonesia masih lebih menjadi konsumen. Belum banyak yang menjadi produsen walaupun jumlah kolaborator dari Indonesia juga tidak sedikit. Apalagi mengingat data dari wordpress.com bahwa Bahasa Indonesia adalah bahasa yang paling banyak digunakan nomor tiga di situs penyedia layanan blog tersebut.

Sebenarnya, internet-nya sendiri bukanlah hal yang baru. Namun sebagai media dalam penyebaran informasi, internet mampu menggantikan media tradisional. Kita bisa melihat fenomena yang terjadi beberapa tahun belakangan ini, betapa maraknya jejaring sosial telah mendorong pengguna internet Indonesia untuk bergeser ke media internet dalam berkomunikasi. Aktivitas sehari-hari pun menjadi tidak lepas dari internet. Jejaring sosial mampu menumbuhkan budaya saling berbagi informasi. Trafik pertukaran informasi pun meningkat, dan tidak lagi terbatas oleh jarak geografis.

Bahkan, saat ini banyak sekali situs aplikasi dan layanan hasil karya orang Indonesia. Banyak bermunculan “*startup* lokal” yang terus berusaha gigih untuk menciptakan “produk digital” yang berkualitas standar global. Saat ini tidak sedikit investor yang mulai melirik “*startup* lokal” ini

dan melakukan inkubasi dengan *capital venture* maupun akuisisi. Koprol misalnya, menjadi salah satu produk yang menarik di mata Yahoo! yang akhirnya diakuisisi. Ini menjadi bukti bahwa Indonesia mampu untuk menelurkan produk yang hebat. Karena di dunia maya internet, tidak ada yang namanya batasan negara dan geografis. Tidak ada yang membedakan antara negara maju, negara berkembang, ataupun negara miskin selain infrastruktur jaringannya. Dengan infrastruktur yang sudah cukup memadai, artinya Indonesia berpotensi dan juga memiliki kesempatan yang sama untuk ikut berkontribusi di dunia global.

## **BLOG**

BLOG JUGA MERUPAKAN salah satu media untuk berbagi informasi di internet. Bahkan, dalam beberapa sisi, blog memberikan keleluasaan lebih dibanding situs jejaring sosial pada umumnya. Bagi saya, blog merupakan suatu media yang dapat kita gunakan untuk berbagi. Tidak hanya informasi, namun dapat pula untuk berbagi wawasan dan pengetahuan. Blog yang pada awalnya bersifat personal, kini banyak yang tematik. Bagi saya ini tidak masalah, tergantung tujuan dari pemilik atau pengelola blog itu sendiri.

Berbagi tidak ada ruginya. Dengan menulis di blog, kita dapat berbagi, dan pembaca blog kita pun dapat mengambil manfaat dari tulisan kita. Pemilik blog pun dapat berinteraksi dengan pembaca melalui kolom komentar. Dengan adanya interaksi ini, tidak jarang pula pemilik blog dapat berdiskusi dan menarik informasi bermanfaat dari pembacanya.

Untuk membuat sebuah tulisan yang baik, tentu membutuhkan sumber daya yang tidak sedikit. Baik itu informasi, wawasan, fakta, maupun pengalaman. Sering kali penulis perlu melakukan riset dan penggalian fakta atau sekedar verifikasi data untuk menunjang tulisannya. Tidak jarang pula proses ini memberikan manfaat bagi si penulis itu sendiri.

Memulai menulis di blog itu gampang-gampang susah. Mungkin sedikit sulit jika tidak memiliki pengalaman menulis, tetapi bukan berarti tidak bisa. Semua itu bisa dilakukan jika kita siap. Niat dan kemauan sudah lebih dari cukup untuk memulai, karena kemampuan bisa didapatkan seiring proses. Sesuaikan tema tulisan dengan minat Anda. Atau, sesuai dengan bidang yang Anda kuasai. Namun, jika Anda merasa dibatasi dengan adanya tema, tidak ada salahnya membebaskan diri dari batasan tema. Yang penting adalah memulai.

## **BERBAGI PENGALAMAN DAN PENGETAHUAN**

SAYA SENDIRI MENULIS blog mengenai manajemen, kepemimpinan (*leadership*) dan strategi bisnis, bidang yang sedikit banyak saya kuasai. Saya berharap dapat dijadikan studi kasus untuk para pembaca yang tertarik dengan topik ini, sehingga saya dapat memberikan manfaat kepada mereka. Kolom komentar di blog juga dapat menjadi media diskusi antara saya dan pembaca yang tak jarang bisa menjadi ide baru atau sekedar inspirasi.

Selain itu, kejadian sehari-hari yang terjadi di lingkungan kerja juga dapat saya jadikan materi untuk tulisan di blog. Kasus dan pengalaman memang bisa menjadi materi pembelajaran yang efektif. Jika selama ini hanya bisa menjadi pembelajaran bagi kalangan terbatas di lingkungan kerja saya saja, dengan mempublikasi di blog sebagai sebuah artikel maka akan lebih banyak orang yang dapat mengambil manfaat dari hal tersebut.

Ini yang sebenarnya penting. Selain memproduksi konten lokal, kita juga bisa memberi arti dan bermanfaat

**menulis di blog itu gampang-gampang susah. Mungkin sedikit sulit jika tidak memiliki pengalaman menulis, tetapi bukan berarti tidak bisa**

bagi orang lain, masyarakat, bangsa, bahkan dunia. Saya sendiri tidak menyangka kalau banyak orang yang bersedia meluangkan waktunya untuk membaca [www.hasnulsuhaimi.com](http://www.hasnulsuhaimi.com). Ketika saya memulainya, niat saya hanya satu, ingin berbagi mengingat banyak pengalaman dan pengetahuan yang kebetulan saya dapatkan sepanjang perjalanan hidup mungkin bermanfaat bagi masyarakat.

Sebelum saya tulis dalam blog, saya sering membaginya pada saat mengisi seminar di berbagai institusi, wawancara dengan wartawan, atau menulis artikel permintaan untuk media. Saya merasa senang sekali melakukannya karena merasa pengalaman dapat bermanfaat bagi orang lain. Namun, untuk melakukan itu tentunya butuh waktu dan biaya. Dan tentunya audiensnya terbatas pada institusi itu saja (mungkin ditambah dengan para undangan). Namun, ketika saya mempublikasikan artikel di blog mengenai materi seminar itu, maka saat itu juga artikel itu dapat diakses secara global. Jumlah orang yang mendapatkan materi jauh lebih banyak, sehingga manfaatnya

http://www.hasnulsuhaimi.com/kuis/berbagi-cerita-tentang-xl/

Most Visited - Getting Started - Latest Headlines - Apple - Yahoo! - Google Maps - YouTube - LAT Photographic Di... - Wikipedia - News - Popular -

Blog  
Hasnul Suhaimi

Home | Tentang Saya

## Berbagi Cerita Tentang XL

Posted on August 4th, 2010 Comment: [62 Comments](#) »

**13** shares  
Share

Saya ingin mengetahui pengalaman pelanggan menggunakan produk dan layanan XL (Voice, Blackberry, SMS, dan internet XL ). Silakan tulis pengalaman Anda menggunakan XL, cukup 2 sampai 3 paragraf. Sebagai bentuk apresiasi, saya akan memilih dua cerita terbaik yang berhak mendapatkan hadiah menarik dari XL berupa handphone XL.

Saya menunggu kiriman cerita Anda sampai batas akhir tanggal 31 Agustus 2010. Pemenangnya akan diumumkan di blog ini.

Cerita Anda boleh diposting di blog masing-masing, atau blog saya ini dengan mencantumkan nama lengkap, email serta nomor handphone. Nomor handphone tidak akan di share ke publik. Bagi yang menulis di blog sendiri, link tulisannya dishare ke blog saya.

Terimakasih.

**Kategori •**

- Jurnal (28)
- KUIS (16)
- Manajemen (19)
- Perspektif (23)
- Uncategorized (3)

**Posting Terakhir •**

- [Menjadi Dosen](#)
- [Mobile Commerce dan C-Gen](#)
- [Bagaimana Memotivasi Karyawan](#)

pun lebih luas lagi. Apalagi biaya yang perlu dikeluarkan jauh lebih sedikit, membuat blog ini menjadi sarana berbagi dengan biaya yang sangat efisien.

### KONTRIBUSI PEMBACA

BERBAGI TIDAK HARUS mengajari. Walaupun pembaca dapat belajar banyak hal dari blog, namun tidak banyak pembaca yang suka dengan gaya tulisan “mengajari”. Blog bukanlah buku pelajaran ataupun diktat. Blogger bukanlah akademisi, walaupun tidak sedikit juga akademisi yang

juga blogger. Dunia blog dapat kita jadikan tempat untuk mencari pengetahuan, tetapi budaya blog tentunya berbeda dengan dunia akademis. Gaya tulisan naratif mungkin bisa jadi pilihan agar lebih terkesan komunikatif.

Seperti yang telah saja sebutkan sebelumnya, pembaca blog merupakan hal penting bagi saya. Mereka bisa menjadi kolaborator. Interaksi dari pembaca juga menjadi masukan. Interaktivitas ini yang merupakan nilai lebih dari media digital, karena itu kita sebagai blogger harus memanfaatkan hal ini.

Tanpa adanya tanggapan dari pembaca, kita tidak

bisa mengukur baik atau jeleknya tulisan kita. Tidak ada tulisan yang sempurna, namun kita tetap harus terus mengejar kesempurnaan. Setiap manusia itu berbeda, unik. Subjektivitas orang tentu berbeda. Semakin banyak pembaca, tentu akan semakin banyak sudut pandang. Ini dapat memperkaya tulisan itu sendiri.

Kolom komentar tidak jarang menjadi ajang diskusi oleh para pengunjung untuk membahas topik tulisan itu sendiri. Bahkan, ajang berbagi pengalaman para pembaca yang mungkin mengalami hal yang mirip dengan yang saya alami.

Terkadang memang kita sebagai blogger perlu juga memancing pembaca untuk memberikan respon. Misalnya menutup artikel dengan sebuah pertanyaan, sehingga pembaca merasa tergelitik untuk mengisi kolom komentar. Yang bisa jadi, pertanyaan itu bisa membuat kolom komentar itu menjadi sebuah ajang diskusi dan kolaborasi yang pada akhirnya menghasilkan sebuah pemikiran baru. Selain itu, kita juga perlu mengambil inisiatif untuk menulis topik-topik yang sekiranya penting untuk diketahui oleh masyarakat.

## CEO BLOG

MULANYA, SAYA SENDIRI juga ragu apakah memang perlu saya membuka blog. Beberapa masukan mencoba mengingatkan, dengan posisi saya saat ini di perusahaan, bisa jadi blog saya nanti justru akan banjir dengan komplain dan keluhan pelanggan. Saya dan perusahaan pun mungkin juga akan mudah “diserang” oleh pihak-pihak yang tidak menyukai kami.

Memang ada benarnya, sebagai pimpinan sebuah perusahaan, saat turun ke masyarakat digital mau tidak mau nama perusahaan tetap menempel pada diri saya. Namun, atas pertimbangan perlunya saya untuk lebih banyak lagi “bersilaturahmi” dengan publik, termasuk di antaranya puluhan juta pelanggan kami, maka [www.hasnulsuhaimi.com](http://www.hasnulsuhaimi.com) tetap saya buat. Saya tidak ingin ‘sembunyi’ di saat akses informasi dari dan untuk masyarakat sudah demikian mudah dan murah, apalagi perusahaan saya juga menawarkan ke

masyarakat layanan kemudahan akses informasi ini.

Memang, tidak jarang keluhan pelanggan yang tidak berhubungan dengan tema tulisan masuk di ruang komentar. Bagi saya itu tidak menjadi masalah. Ini konsekuensi yang tetap harus saya hadapi. Keluhan pelanggan bahkan acap kali bermanfaat bagi saya. Jika selama ini saya menerima keluhan pelanggan secara tidak langsung melalui laporan dari staff perusahaan, maka sekarang saya dapat menerima keluhan secara langsung. Tentunya sudut pandang keluhan itu akan berbeda antara yang saya terima langsung dengan yang saya terima secara tidak langsung melalui laporan.

Selain itu saya juga dapat menyampaikan informasi seputar perusahaan kepada masyarakat secara langsung dari sudut pandang pribadi saya. Bukan sudut pandang perusahaan yang kaku. Masyarakat mungkin bisa lebih menerima informasi tersebut karena saya mencoba menyampaikannya dengan cara yang lebih fleksibel, tidak kaku. Masyarakat tentunya dapat pula menanggapi di kolom komentar. Sehingga saya dapat melihat reaksinya langsung.

Dengan blog, kita dapat mempublikasi ide dan tulisan kita dengan lebih mudah dan bebas. Namun tentu saja kita musti bisa memilah mana informasi yang bisa dibagi dengan mana yang tidak. Hal lain yang juga harus saya perhatikan adalah terkait dengan posisi saya, sebagai orang yang bertanggung jawab pada perusahaan dengan ribuan karyawan. Tentu saja saya tidak bisa seleluasa teman-teman aktivis dalam menuangkan aspirasi.

Prinsip saya, data dan fakta yang dipaparkan dalam tulisan di blog harus benar dan jujur. Untuk itulah diperlukan riset serta verifikasi. Kepentingan orang lain juga perlu diperhatikan. Mengkritik itu memang tidak dilarang, namun tetap harus ada sisi kesopanan dan norma etika. Jangan sampai tulisan kita sampai mengganggu orang lain atau bahkan merugikan orang lain. Bebas, namun tetap ada batas. Untuk mencegah hal tersebut, memang diperlukan pengendalian diri serta kebijaksanaan kita dalam menulis. Dengan demikian, blog yang kita buat akan bermanfaat bagi siapa saja.





## DAMPAK NEGATIF

HAL LAIN YANG PERLU dikhawatirkan dari derasnya arus informasi global dengan internet ini adalah dampak negatifnya yang tak bisa kita hindari. Namun, setiap hal pasti memiliki dampak positif dan negatif. Tentunya hal ini bukan menjadi alasan bagi kita untuk tidak turut menggunakan teknologi ini.

Untuk memerangi dampak negatif ini, selain dengan berusaha menekan jumlah informasi negatif, kita juga bisa melakukannya dengan memperbanyak informasi positif. Misalnya dengan menulis di blog yang tentunya berisi informasi positif.

## PELUANG BAGI INDONESIA

TIDAK HARUS MENCIPTAKAN produk yang wah untuk berkontribusi dalam memperkaya konten lokal. Dengan menulis blog saja sebenarnya kita sudah berkontribusi. Nge-blog adalah sebuah langkah awal yang baik bagi bangsa Indonesia untuk berperan secara aktif memberikan informasi sehingga bukan saja sebagai konsumen namun mampu menjadi kolaborator atau bahkan menjadi produsen.

Dengan perkembangan dunia blog, sekarang membuat blog sudah jauh semakin gampang jika dibandingkan saat pertama kemunculannya. Hal yang dibutuhkan hanyalah kemauan dan informasi yang ingin dituangkan dalam blog itu sendiri. Saya yakin dengan jumlah penduduk Indonesia yang sudah lebih dari 200 juta jiwa ini mampu berkolaborasi dan memproduksi artikel dan informasi berdampak positif dan luar biasa. Dan saya pikir informasi lokal ini harus merajai dunia digital Indonesia.



## An Online Melting Pot

**Margareta Astaman**

Twitter: @margaritita |

URL: <http://margaritita.multiply.com>

*Seandainya saya dan Mas Sofyar bertemu di dunia nyata, mungkin kami sudah jambak-jambakkan sambil gampar-gamparan.*

Mas Sofyar adalah seorang pria paruh baya berbahasa santun yang paling gemar membahas perlunya menaati aturan keagamaan secara utuh dan mutlak. Dalam blognya, Mas Sofyar menulis tentang kontradiksi, masjid, pernikahan dini, hingga poligami.

Sedangkan saya, adalah anak perempuan kota Jakarta berusia 20-an yang berbahasa ceplas-ceplos urakan, tidak suka *tendeng aling-aling*, dan suka menyakitkan hati. Seperti anak muda urban pada umumnya, saya paling cerewet mengkritik pelaksanaan aturan keagamaan dan tradisi secara mutlak. Bagi saya, banyak yang asal jalan dan malah jadi melenceng.

Pertama kali saya mengenal Mas Sofyar adalah ketika saya menulis tentang betapa praktik poligami di masa sekarang ini seringkali sudah tidak atas dasar menjalankan ibadah dalam blog. Mas Sofyar langsung memberi komentar sepanjang empat lembar halaman folio tentang betapa praktik poligami itu tetap harus dibebaskan.

Saya lalu membalas tak kalah panjang tentang mengapa saya bersikukuh dengan pendapat saya. Mas Sofyar kembali membalas komentar berlembar-lembar tentang mengapa pendapat saya terasa kurang tepat. Lalu ada beberapa pembaca yang mendukung Mas Sofyar, yang menambahkan

beberapa halaman folio di kolom komentar.

Saya membalas sepanjang tiga setengah halaman A4, ditambah beberapa teman yang juga sealiran, menulis sekitar beberapa halaman. Di akhir diskusi, panjang komentar yang diberikan sudah jauh melebihi panjang artikel awal.

Hal yang sama terjadi untuk setiap artikel saya yang sedikit saja berkaitan dengan isu SARA. Mas Sofyar selalu setia menulis komentar beberapa paragraf karya tulis ilmiah, yang saya balas tak kalah panjang.

Meskipun selalu sukses membuat setiap artikel kalah panjang dari debat kusir yang menyertai, saya tak pernah bosan menanggapi Mas Sofyar. Kami memang selalu berbeda pendapat, tetapi Mas Sofyar bukan musuh saya. Saat sesama blogger lainnya membuat tulisan rasis yang menjatuhkan saya, Mas Sofyar jadi orang pertama yang membela dan mendukung agar tetap menulis.

Jika bukan karena blog, jangankan untuk gampargamparan, mengenal seorang Mas Sofyar saja rasanya sudah sulit. Kami akan punya aktivitas sendiri-sendiri, pergi ke rumah ibadah agama yang berbeda, bergaul dengan teman sekolah atau rekan sekantor, lalu pulang ke rumah di daerah masing-masing. Seandainya berpapasan, kami takkan repot-repot menoleh dan saling tegur.

Seandainya takdir menempatkan kami dalam lift macet, atau kerja sama kantor atau kondisi yang memaksa kami bertegur sapa, sudah pasti, isinya akan sangat basa-basi. Topik-topik sensitif semacam isu poligami takkan kami angkat.

Jika, seandainya, seandainya lagi, topik tersebut tak dapat dihindari, dengan kecerewetan kami berdua dalam bentuk tulisan, sudah pasti bahasa verbalnya akan jadi panas, sengit, dan berisiko melibatkan properti seperti bambu runcing dan batu.

Dalam dunia nyata, manusia berbeda latar belakang memang hanya punya sedikit kesempatan untuk berinteraksi. Kalaupun bertemu, ada topik-topik yang akan dianggap terlalu pribadi, terlalu sensitif karena dikhawatirkan bersifat menyinggung. Meskipun sudah jadi bagian dari keseharian interaksi dan tidak dapat dihindari, isu-isu tersebut selalu dicoba disembunyikan.

Padahal, seperti kata pepatah, tak kenal maka tak sayang. Gara-gara takut menyinggung dan tidak kenal, menjadi tidak pernah berinteraksi dengan orang-orang yang punya latar belakang berbeda. Tidak pernah berinteraksi, menjadi tidak terbiasa dengan keberagaman. Namun jejaring sosial seolah memberi kesempatan untuk berkenalan dengan individu yang berbeda ini.

Kenyamanan mengakses dalam kenyamanan kamar tidur pribadi dengan menggunakan PC alias komputer pribadi, atau bilik privat warnet, tanpa harus bertatap muka dengan siapapun memberikan persepsi seolah media internet adalah ruang pribadi. Terlebih jejaring sosial yang diakses bisa dipersonalisasi dan punya alamat web yang dibuat sendiri.

Ketakutan akan sensitivitas juga tidak terlalu mengancam, karena bentuk komunikasi blog yang tidak langsung. Debat kusir yang mungkin terjadi karena ketidakpahaman dan prasangka bisa dibatasi dalam bentuk tulisan semata. Sebanter-banternya aksi fisik, paling dekat dalam bentuk saling 'poke' atau 'colek' di Facebook yang masih terasa relatif bersahabat.

Seseorang menjadi lebih bebas mengekspresikan pendapatnya, ketertarikannya dan jati dirinya lewat media internet. Hal-hal yang suka dianggap lebih layak disimpan dalam hati seperti topik sensitif SARA, protes terhadap instansi besar hingga kisah kehidupan pribadi, kini seolah mendapat tempat dalam media sosial. Pembahasannya pun bisa jadi lebih santai, lebih jujur dan lebih kritis seolah

bicara pada diri sendiri.

Namun di sisi lain, jejaring sosial tetaplah sebuah ruang publik. Tempat seseorang bisa mengakses informasi, mengenal orang lain dan menjalin hubungan lewat sebuah medium komunikasi. Mungkin sebuah ruang publik yang sangat publik, karena jangkauannya yang begitu luas. Pengguna dari latar belakang yang berbeda, tempat tinggal yang berbeda, dan punya kepentingan yang berbeda, tiba-tiba bisa saling berinteraksi.

Terbukanya akses terhadap informasi 'pribadi' di ranah publik membuka kesempatan untuk untuk berdiskusi dengan orang-orang berbagai berlatar belakang berbeda tentang isu-isu sehari-hari yang selalu disembunyikan. Blog menjadi semacam *online melting pot*, tempat manusia-manusia yang berbeda latar belakang bertemu, berdiskusi, dan hidup rukun.

Awalnya, saya tidak punya motivasi tertentu dalam menulis blog pribadi, selain untuk curhat tentang hal-hal yang terjadi dalam hidup sehari-hari di lingkungan terdekat saya. Karena saya adalah seorang perempuan, beragama

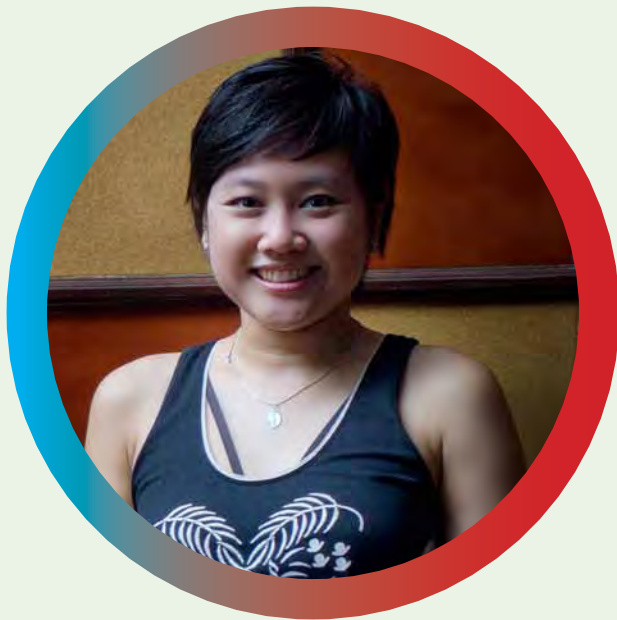
Katolik, keturunan Cina yang tinggal di Jakarta, otomatis isu gender, rasial, keagamaan hingga interaksi sosial masyarakat urban sering mewarnai keseharian yang kemudian saya tulis.

Artikel blog saya sebenarnya lebih bersifat *sharing* karena saya memang bukan seorang pakar dalam topik-topik yang terdengar berat itu. Terkadang, informasi agama atau etnisitas hanya sekadar menjadi sebuah latar belakang dan bukan menjadi tema utama.

Namun, setiap tulisan yang menyinggung soal keberempunaan dan SARA selalu banyak mendapat tanggapan. Pembaca dari berbagai latar belakang yang tak pernah saya temui langsung ramai mengajak diskusi sekaligus meminta pandangan saya sebagai seorang keturunan Cina dan perempuan dalam berbagai isu.

Merasa saya cuma anak muda tengil yang kurang paham sejarah leluhur, saya sering menyarankan pembaca budiman untuk berdiskusi dengan orang-orang yang lebih kredibel. Tapi anjuran saya takkan digubris sambil kebanyakan memberi respon serupa, *habis jarang sih ada orang Cina,*





*Katolik ngomongin beginian. Perempuan pula.*

Saya akhirnya pasrah dijadikan narasumber tak berijazah. Namun reaksi teman-teman di dunia maya ini menyadarkan saya satu hal, ada keinginan untuk berinteraksi dan hidup bersisian dalam masyarakat. Dan, jejaring sosial internet menjadi medium yang pas untuk menyuarakan isu-isu paling sensitif sekalipun untuk membangun pemahaman yang benar tentang keberagaman.

Blog, Facebook dan Twitter bisa digunakan untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang tak berani ditanyakan secara langsung. Memberi kesempatan untuk meluruskan asumsi gender atau stereotip yang sudah mengakar dan seolah mutlak *darisononye*. Atau sekadar menjadi medium bagi pengguna internet mengenal latar belakang yang berbeda.

Lewat interaksi itu, para blogger bisa melihat bahwa manusia yang berbeda itu ternyata hanya manusia biasa saja. Kesalahpahaman akibat budaya dan kepercayaan yang berbeda bisa luntur dengan sendirinya.

Lalu blogger yang membaca, meluruskan salah paham yang lain di jaringannya. Lalu jaringannya ke jaringan yang lain, sehingga semangat kesetaraan semakin luas dan cepat tersebar, membentuk komunitas yang kompak, semacam gerakan *#malaysiacheatlas* di Twitter.

Tentu saja, sebanyak ruang yang diberikan bagi setiap orang untuk menyatakan latar belakangnya dan memberi kesempatan untuk diskusi keragaman, sebanyak itu pula ruangan yang diberikan bagi mereka yang suka menyebarkan kebencian yang mengganggu harmoni pluralisme.

Kesempatan untuk tidak bertatap langsung dengan orang lain memungkinkan seseorang untuk lebih leluasa menyatakan pandangan yang fanatik berlebihan hingga menyinggung orang lain. Internet memungkinkan seorang pembaca memaki-maki dengan ekstrim berdasarkan opininya yang bergaris keras, yang kemudian tersebar lebih luas dan mempengaruhi berbagai golongan lintas batas geografis.

Namun, efek negatif inilah yang menguatkan ciri internet sebagai medium yang demokratis. Internet menjadi contoh sempurna akan apa yang seorang filsuf pro-demokrasi John Milton, konsepkan sebagai *free market place of ideas*. Segala macam ide, yang baik maupun buruk punya kesempatan yang sama untuk berkembang. Masyarakat akan menggunakan norma yang ada untuk memilih ide yang terbaik.

Dalam internet, munculnya pandangan antikeberagaman tidak bisa terhindari. Tapi justru berkat adanya pandangan semacam ini, pentingnya keberagaman jadi menguat. Dari 3194 komentar pada blog yang diduga adalah milik jaringan ekstremis Noordin M Top pasca tragedi bom JW Marriott II, tidak ada satupun yang memberi tanggapan positif pada isi pengumuman tentang aksi terorisme tersebut.

Akun Twitter milik sebuah organisasi keagamaan yang dikenal cukup keras, baik dalam pandangan maupun aksinya, memiliki 6462 pengikut. Sedangkan akun versi - *yeah* organisasi ini, yaitu yang memberi kritik atas tindakan yang dianggap ekstrim, punya pengikut sebanyak 46.862 per tanggal 22 April 2011.

Saat semua orang dari berbagai latar belakang bertemu dan hidup berdampingan, kita mungkin tidak bisa setuju dengan semua orang. Kita juga mungkin tidak bisa membuat semua orang sejalan seragam. Tapi blog telah memungkinkan *geng* saya dan *geng* Mas Sofyar saling kenal. Blog telah membiasakan kami menerima pandangan yang berbeda namun tetap saling menghormati.

Dan berkat online *melting pot* ini, seandainya, seandainya saya bertemu Mas Sofyar, saya yakin kami tetap akan berdiskusi tanpa gampar-gamparan.

# Sensitif terhadap Isu

Margiyono | Twitter: @megimargi | URL: <http://facebook.com/megi.margiyono>

## I. PEMBUKA

Darimana datangnya berita? Seorang jurnalis pemula sering kebingungan menjawab pertanyaan ini. Apalagi kalau kita terpaksa dengan sumber berita formal. Seolah-olah berita itu hanya bersumber wawancara, konferensi pers, siaran pers, atau sumber-sumber yang “lazim”.

Akhir-akhir ini terjadi perubahan konsep sumber berita. Kicauan seorang menteri di Twitter bisa mejadi berita heboh di media. Status Facebook seorang tokoh bisa dibahas di media massa. Sumber berita semakin kaya dan beragam, seiring kemajuan teknologi dan perilaku manusia menggunakan media. Media sosial telah dianggap sebagai sumber berita yang “lazim”. Bahkan banyak jurnalis yang mengintip berita dari media sosial seperti Twitter dan Facebook. Jurnalisme warga adalah salah satu praktek perilaku bermedia yang memperkaya konsep sumber berita.

Menurut Dan Gillmor, peneliti pada Center for Citizen Media di Universitas Harvard, praktek jurnalisme warga muncul di Amerika Serikat sejak abad ke-18. Praktek itu dirintis seorang penulis pamflet Thomas Paine dan para penulis anonym. Mereka menerbitkan dan mencetak sendiri tulisan-tulisan mereka. Para jurnalisme warga ini yang mempopulerkan gagasan *Federalists Papers*, konsep perubahan konstitusi AS.

Saat muncul telegram, para jurnalis warga juga memanfaatkan telegram untuk menyebarkan informasi-informasi penting. Berita bisa apa saja, semua yang mereka ketahui dan umumnya tak dimuat koran.

Jurnalisme warga mencengangkan publik Amerika pada 1962. Penembakan presiden AS John F Kennedy diabadikan Abraham Zapruder, seorang buruh garmen dalam video. Selain Zapruder, ada 32 warga lain yang menggabadikan kejadian itu. Sementara tak satupun jurnalis yang mendapat gambar saat Kennedy tertembak, karena mereka menunggu kedatangan Kennedy di Dallas Trade Mart, tempat yang rencananya dikunjungi Kennedy. Sebagaimana mengikuti di

belakang iring-iringan presiden, yang mendapat gambar setelah Kennedy tertembak, bukan saat tertembak.

Pada tahun 1980-an, jurnalisme warga kembali menghebohkan Amerika Serikat. Penyiksaan warga bernama Rodney King di Los Angeles oleh seorang perwira polisi direkam dan disebar oleh seorang warga bernama George Holliday. Rekaman penganiayaan itu membangkitkan protes kaum kulit hitam yang berujung kerusuhan terbesar dalam sejarah AS. Akhirnya, perwira polisi tersebut diadili di pengadilan Federal.

Menurut Crist Anderson, mahasiswa doktoral bidang jurnalisme di Universitas Columbia, munculnya website kembali membangkitkan praktek jurnalisme warga. Protes massal terhadap pertemuan World Trade Organization di Seattle tahun 1999 yang tidak diberi porsi oleh media *mainstream*. Berita-berita cenderung memojokkan pemrotes yang dikesankan brutal. Para aktivis informasipun mendirikan sebuah situs Indymedia.org, sebagai situs informasi terbuka. Indymedia.org menjadi sarana setiap orang untuk menulis serta menerbitkan foto maupun video mengenai protes Seattle itu. Akhirnya, upaya memblokir pemberitaan di media *mainstream* bisa digagalkan melalui jurnalisme warga.

Peristiwa penyerangan Gedung Kembar World Trade Center di New York pada 11 September 2001 diabadikan oleh seorang warga yang tengah belajar menggunakan kamera. Juga, ribuan warga biasa mengambil gambar saat serangan terjadi melalui kamera ponsel. Video tsunami Aceh yang sangat populer juga dibuat warga biasa, bukan jurnalis profesional.

Saat Amerika menyerang Irak, jurnalisme warga kembali memainkan peran penting. Penyerangan pasukan Amerika ke Irak memang diliput media massa besar-besaran. Tapi, kebanyakan jurnalis media Barat *embedded* pada pasukan Sekutu. Berita-berita di media *mainstream* didominasi dengan sudut pandang pergerakan pasukan Sekutu dan

cenderung takimbang. Sementara tak satupun media Irak yang hadir memberitakan peristiwa dari sudut lain. Lalu muncullah seorang blogger Irak, Salam Pax, yang terus-menerus membuat laporan pandangan mata dari dalam Irak. Laporan-laporan Salam Pax menyeimbangkan informasi mengenai kondisi mengenai perang Irak. Mata dunia akhirnya dibukakan oleh informasi dari sudut pandang yang berbeda dari media *mainstream*.

Masih banyak lagi kisah-kisah keberhasilan jurnalisme warga yang tak kalah dengan jurnalisme profesional. Intinya, tak jarang seorang warga biasa mampu menyampaikan informasi yang lebih berkualitas dari jurnalis profesional.

Jurnalisme warga pada intinya mengembalikan fitrah bahwa setiap orang adalah pewarta. Setiap orang memiliki kabar yang ingin dibagi kepada orang lain. Semakin maraknya praktek jurnalisme warga, semakin deras arus informasi, semakin banyak sudut pandang atas informasi. Informasi tak hanya datang dari satu arah, namun datang dari berbagai arah. Warga bukan lagi hanya konsumen informasi, namun juga menjadi produsen informasi.

Namun, ternyata tak semua orang merasa percaya diri untuk menjadi pewarta warga. Padahal, tanpa disadari kebanyakan dari kita sering mengabarkan hal-hal yang dilihat di jalan, di rumah maupun di tempat kerja kepada kerabat. Namun, untuk menyampaikan itu kepada publik yang lebih luas, orang merasa tak percaya diri. Salah satu hal yang membuat orang tidak percaya diri menjadi jurnalis warga adalah merasa tidak memiliki bekal kemampuan jurnalisme.

Agar warga merasa percaya diri menjadi jurnalis warga, ada baiknya mengerti prinsip-prinsip jurnalisme. Berikut ini adalah sebagian prinsip-prinsip dasar jurnalisme yang bisa diadopsi oleh jurnalis warga. Prinsip tersebut bisa dilakukan siapa saja. Dengan prinsip-prinsip itu, setiap jurnalis warga diharap dapat membuat laporan jurnalisme dengan “benar”.

Dalam buku terbarunya *Blur: How to Know What True in Age of Information Overload*, Bill Kovach dan Tom Rosenstiel mengatakan bahwa di saat ini kita memasuki era kelebihan informasi (*information overload*). Jutaan tulisan di blog, twitter dan Wikipedia membanjiri internet setiap hari. Tentu tak semua fakta yang disuguhkan di internet itu layak dipercaya. Jurnalis sering bingung memilih dan memilih fakta dan opini yang benar dari internet.

Bill Kovach dan Tom Rosenstiel menyarankan cara menginterpretasikan informasi dari internet dengan enam pertanyaan berikut ini:

1. Konten jenis apa yang saya baca?
2. Apakah informasi yang kita hadapi sudah lengkap? Jika tidak, dimana bagian yang hilang?
3. Siapa sumber beritanya dan apa yang membuat saya mempercayai sumber itu?
4. Bukti apa yang disuguhkan dalam tulisan itu, bagaimana cara menguji dan memeriksa bukti itu?
5. Apakah ada cara lain untuk menginterpretasikan atau memahami bukti yang disuguhkan itu?
6. Apakah saya tahu apa yang saya butuhkan?

## MENYAJIKAN BERITA YANG RELEVAN

Seorang jurnalis dituntut menyampaikan informasi yang relevan bagi khalayak. Tentu, karena setiap jurnalis menulis untuk media yang ditujukan bagi khalayak yang berbeda-beda, maka ukuran relevansi jarga beragam. Berikut ini ilustrasinya.

Taruhlah ada sebuah peristiwa yang cukup besar, misalnya tsunami yang merenggut nyawa ribuan orang. Tapi tak semua media memberitakan peristiwa itu. Sementara ada peristiwa kecil, taruhlah sebuah perusahaan terbelit hutang, tapi diberitakan oleh sebuah media. Bukankah kalau dilihat besarnya peristiwa, peristiwa tsunami itu lebih layak diberitakan? Dengan kata lain, nilai berita tsunami yang merenggut nyawa ribuan orang tentu lebih besar dari sebuah perusahaan yang terbelit hutang.

Tentu, pendapat tersebut benar. Tapi mengapa suatu media menerbitkan suatu berita karena berita tersebut dianggap relevan bagi pembaca media tersebut. Sementara ada berita besar namun tidak dianggap relevan bagi bagi *audience* media yang lain.

Di era informasi seperti sekarang ini, tiap detik informasi berlalu-lalang menghampiri kita melalui berbagai media.

Tapi tak semua informasi itu relevan bagi kita.

Bagaimana mengukur relevansi suatu informasi? Pertama, kita harus menentukan khalayak sasaran informasi kita. Dimana mereka tinggal? Berapa usia mereka? Apa profesi mereka? Dan sebagainya.

Sebagai contoh saja, informasi mengenai anggaran pemerintah DKI Jakarta hanya relevan untuk penduduk Jakarta. Bagi penduduk di luar Jakarta, informasi tersebut tidak menarik, juga tak banyak gunanya. Kalau kita membuat berita mengenai APBD DKI Jakarta, pembaca kita yang di luar DKI Jakarta pasti tak banyak yang menyimak. Artinya, informasi tentang DKI Jakarta hanya relevan untuk warga Jakarta.

Contoh lainnya. Informasi mengenai kelompok musik T-12 yang digemari remaja saat ini. Tentu informasi itu hanya menarik bagi anak-anak muda. Ayah dan ibu kita tak akan antusias jika diajak membahas musik anak muda. Begitu juga kalau kita angkat menjadi sebuah tulisan, hanya anak-anak muda yang akan membaca tulisan mengenai T-12. Artinya, informasi tentang musik T-12 hanya relevan bagi anak-anak muda.

Menurut Committee of Concerned Journalists, elemen ke-7 dalam jurnalisme adalah menyajikan berita yang menarik dan relevan. "Menarik" artinya informasi tersebut menjadi perhatian masyarakat, tentu masyarakat yang menjadi target berita kita. Sedangkan "relevan" berarti informasi tersebut berguna, memiliki kaitan, dan signifikan bagi masyarakat. Dengan kata lain, informasi tersebut dapat mereka manfaatkan atau bisa mempengaruhi mereka.

(Prinsip-Prinsip Jurnalisme, <http://www.journalism.org/resources/principles>)



## KEDEKATAN BERITA DENGAN AUDIENCE

Hal lain yang dipertimbangkan dalam memilih informasi adalah kedekatan (*proximity*) dengan khalayak sasaran berita kita. Seperti konsep relevansi, konsep kedekatan juga beragam. Pandangan yang paling tradisional mengenai kedekatan dilihat dari aspek geografis. Suatu berita dinilai menarik apabila berisi informasi mengenai hal-hal di sekitar tempat tinggal *audience*.

Bencana banjir yang menewaskan 10 orang hanya menarik bagi orang-orang yang tinggal di wilayah sekitar terjadinya banjir itu. Berita satu orang meninggal dunia karena sakit biasa hanya menarik bagi para tetangganya. Mungkin juga kejadian itu menarik bagi orang yang tinggal jauh dari tempat kejadian itu, namun memiliki ikatan dengan wilayah itu, entah karena memiliki keluarga di situ, pernah tinggal di situ, atau berencana berkunjung ke tempat itu.

Tapi lambat-laun, konsep kedekatan juga mulai berubah. Di Amerika Serikat muncul istilah *Afghanistanism*. Bagi orang Amerika, kejadian di Afganistan lebih menarik dibanding kejadian di dalam negerinya. Padahal, dari segi lokasi, Afganistan jauh dari Amerika Serikat. Mengapa Afganistan menjadi perhatian? Tentu karena Amerika Serikat sedang berperang dengan negara itu. Afganistan dianggap ancaman bagi warga Amerika Serikat. Dengan demikian, warga Amerika Serikat memiliki kedekatan dengan Afganistan.

Berita-berita di Amerika Serikat juga sering menjadi perhatian dunia. Hampir semua penduduk dunia memperhatikan Amerika Serikat, padahal belum tentu punya relasi dengan negeri itu. Ini karena dominasi Amerika Serikat terhadap dunia yang begitu kuat. Orang selalu berpikir bahwa kejadian di Amerika Serikat bisa jadi mempengaruhi negaranya.

Tindakan dan ucapan seorang pejabat sering mendapat sorotan media massa. Ini juga karena masyarakat memiliki kedekatan dengan pejabat. Kedekatan semacam apa? Tentu karena pejabat memiliki wewenang membuat kebijakan dan keputusan-keputusan yang bisa mempengaruhi orang banyak.

Bagaimana dengan selebriti? Apa yang membuat orang merasa dekat dengan selebriti sehingga mereka kerap mendapat tempat di media massa? Selebriti adalah pekerja hiburan yang sering menjadi idola banyak orang. Orang cenderung ingin tahu lebih banyak seluk-beluk orang yang mereka idolakan.

## SEMUA BERMULA DARI PENASARAN

Pekerjaan utama seorang jurnalis adalah bertanya. Sebab, sikap yang harus dikembangkan untuk jurnalis adalah sikap skeptis. Jurnalis yang baik tak akan percaya begitu saja terhadap apa yang ia lihat, ia dengar dan ia baca. Terhadap mata dan telinga sendiri saja, jurnalis tak boleh percaya. Ia harus bertanya “benarkah?”, dan mengecek lagi. Bagi seorang jurnalis, malu bertanya itu menyedihkan pembaca.

Pertanyaan-pertanyaan membuat seorang jurnalis untuk selalu penasaran. Sebagai contoh, teman saya seorang jurnalis kerap lari pagi di Gelora Bung Karno, Senayan, Jakarta. Ia melihat seorang perempuan bersama anak lakinya yang terkapar, duduk di tikar dan sebuah kaleng untuk menampung koin sumbangan. Banyak orang yang menaruh recean ke kaleng itu, tanpa bertanya. Tapi, teman saya bersikap lain. Ia bertanya ke perempuan itu mengenai anaknya, sebab sakitnya dan terlibat perbincangan panjang. Dari perbincangan itu dia mendapat cerita lengkap mengenai anak itu. Anak itu koma sudah tahunan. Perempuan yang berasal dari Pandeglang, Banten itu telah menjual habis hartanya untuk mengobati sang anak. Yang lebih dramatis, ia sudah dua tahun lebih mengumpulkan sumbangan di tempat itu tapi belum terkumpul. Lalu, teman itu menuliskan kisah ibu itu menjadi sebuah *feature* dan dimuat di website. Tak dinyana, belum seminggu tulisan itu dimuat, puluhan email membanjiri mailbox teman saya dan semua menawarkan bantuan. Bahkan ada beberapa pekerja asal Pandeglang di Qatar berhasil mengumpulkan hingga Rp 30 juta untuk membantu si ibu itu.

Bagi orang yang tidak memiliki rasa penasaran, perempuan itu dianggapnya pengemis saja. Mereka sudah membuat cerita sendiri di kepala mereka dan menutup terhadap kemungkinan ada cerita yang lain yang tak diduga. Tapi bagi orang yang memiliki rasa penasaran, ia membuka dirinya untuk mendapat cerita yang jauh lebih menarik dari apa yang ia lihat dengan matanya.

Menurut Amy Graham, kolumnis di Poynter, seorang jurnalis pada dasarnya harus selalu penasaran dan tertarik dengan segala hal di sekitarnya. Jika kita penasaran, kita akan tertarik. Dengan ketertarikan, kita akan terdorong menggali informasi, dan akhirnya kita mendapat kisah yang menarik.

Menurut Dr. Ron Ross, pemimpin redaksi *Calayts*, sebuah terbitan milik National Association of Citizen Journalist dan penulis *Handbook for Citizen Journalist*, ada enam sifat yang harus dimiliki seorang jurnalis warga, yaitu:

1. **Sikap Penasaran.** Ini adalah darahnya seorang jurnalis warga. Sikap penasaran membuat ia terus siaga dan selalu menerima cerita baru.
2. **Sadar situasi.** Jurnalis warga harus selalu memiliki perhatian mengenai apa yang terjadi di sekitarnya. Kebanyakan orang menaruh perhatian untuk isu-isu besar, jurnalis warga harus menaruh perhatian terhadap hal-hal di sekitarnya.
3. **Ahli bertanya.** Jurnalis warga dituntut untuk selalu berpegang dengan pertanyaan 5 W + 1 H (*what, when, where, why* dan *how*). Tapi dengan enam pertanyaan itu saja tak boleh puas. Ia harus terus menggali sampai dapat informasi lengkap.
4. **Pendengar yang baik.** Jurnalis warga harus selalu menyimak apa yang dikatakan orang untuk mengetahui apa yang tidak dikatakan. Kebanyakan jurnalis terlalu asyik bertanya tapi lupa menyimak jawabannya, sehingga tak tahu apa yang tidak dikatakan orang.
5. **Berpikir kritis.** Jurnalis warga tidak boleh percaya begitu saja apa yang disampaikan orang. Ia harus bisa membedakan propaganda dan ucapan jujur.
6. **Ahli berkisah.** Agar informasi-informasi yang dikumpulkan menarik bagi pembaca, jurnalis harus mampu menuturkan secara menarik. Agar berita yang dibuatnya menarik, jurnalis warga dituntut mampu:
  - a. mensintesis fakta dan kejadian. Ia harus mampu menangkap esensi dari fakta-fakta dan kejadian yang dia ketahui.
  - b. Menyampaikan fakta-fakta itu secara sederhana dan sejelas mungkin.
  - c. membuat gambaran atau ilustrasi, untuk menyampaikan fakta agar tidak terdengar rumit.

### TANYAKAN: KENAPA?

Berpikir kritis adalah modal penting bagi jurnalis warga agar bisa menyajikan informasi yang berkualitas. Seorang jurnalis tidak boleh menerima begitu saja apa yang disajikan oleh narasumber. Siaran pers, konferensi pers, wawancara dan bahan-bahan lain tidak boleh dianggap sebagai kebenaran yang final. Jurnalis warga harus bisa menguji setiap fakta yang disampaikan sumber. Batu uji terhadap fakta tersebut adalah pikiran kritis. Jurnalis selalu diajari dengan pomeo “bahkan jika ibumu bilang aku sayang kamu, cek dulu faktanya, jangan langsung percaya!”

Namun, tidaklah mudah untuk berpikir kritis. Menurut Greg Lich, editor web *The Washington Post*, salah satu

hambatan bagi pikiran kritis adalah *mind-set* si jurnalis itu sendiri. Pikiran jurnalis sering terkurung dalam kerangka pikir yang ada di kepalanya sendiri.

Berpikir kritis pun perlu latihan. Dengan sering latihan, seorang jurnalis warga akan terbiasa untuk menerapkan metode berpikir kritis. Menurut Leonard Downie, Jr dan Miceal Sculdson dalam *Columbia Journalism Review* ada lima teknik untuk berpikir kritis, yaitu:

1. Lebih banyak menggali sebab, jangan hanya mengupas simptom kejadian.
2. Menimbang dan mereka ulang bukti-bukti yang dikumpulkan.

3. Mengenali semua *stakeholder*.
4. Banyaklah pertanyaan “mengapa”.
5. Selalu menguji ulang kesimpulan.

Intinya, untuk bisa kritis jurnalis harus selalu skeptis terhadap segala hal. Skeptis berarti tidak langsung mempercayai apa yang dia terima. Micheal Bugeja, pengajar pada sekolah jurnalisisme pada Iowa State Univerity menyarankan agar jurnalis warga menerapkan prinsip 4 D agar bisa berpikir skeptis, yaitu:

1. *Doubt* (ragu), jangan percaya begitu saja apa yang Anda terima.
2. *Detect* (deteksi), terus bersikap seperti seorang detektif, dengan cara mengejar potongan-potongan fakta untuk memperoleh gambaran utuh.
3. *Discern* (camkan), selalu menelaah yang disampaikan sumber, kalau perlu menghubungi lagi apabila perlu penjelasan di kemudian waktu.
4. *Demand* (menuntut), selalu meminta informasi-informasi yang belum diberikan baik itu dokumen, referensi, dan sebagainya.

**Salah satu modal penting untuk bersikap kritis, jurnalis harus bisa membedakan berita dan opini. Sebab, seringkali yang disampaikan narasumber hanyalah opini namun hal itu dianggap sebagai berita atau fakta. Berikut perbedaan opini dan berita yang perlu diketahui:**

1. Berita memberi *informasi*, opini berisi *persuasi*
2. Berita di *didasarkan banyak sudut pandang*, opini *didasarkan satu sudut pandang saja*.
3. Berita *membiarkan fakta berbicara sendiri*, opini *selalu dibubuhi argumen*
4. Berita *bersifat obyektif dan impersonal*, opini *bersifat subyektif dan personal*.



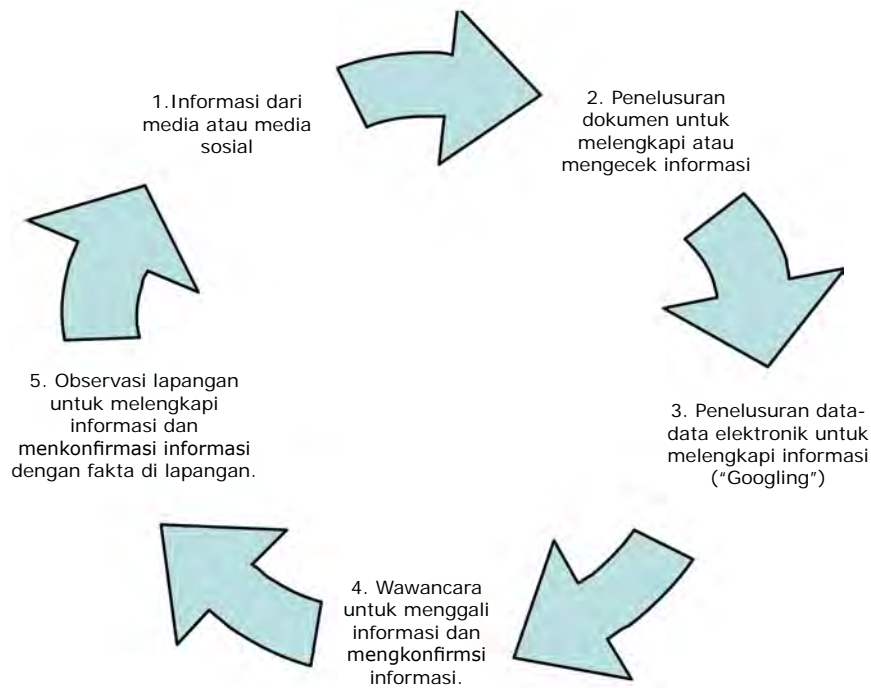
Foto: (ist.)

### **BAGAIMANA MENGGALI ISU?**

Di era *overload* informasi seperti sekarang, jurnalis masih mengalami kesulitan mencari isu untuk ditulis. Semakin banyak informasi, malah semakin membingungkan. Jurnalis biasanya menggunakan teknik penelusuran berita berupa:

1. *Paper trail*, menggali berita dari media massa, koran, media online, dan sebagainya. Berita-berita tersebut lalu ditindaklanjuti oleh jurnalis.
2. *Document trail*, yaitu menggali informasi dari dokumen-dokumen seperti laporan keuangan, laporan tahunan, hasil riset dan sebagainya.
3. *Human trail*, yaitu menggali informasi dari orang melalui wawancara.
4. *Electronic trail*, yaitu menggali data dari komputer dan internet.
5. Kerja lapangan, yaitu melakukan observasi ke lapangan untuk mengumpulkan informasi sebagai bahan berita.

Umumnya, jurnalis tidak menggunakan satu metode saja. Beberapa metode sering digabung, sehingga mendapat informasi yang lengkap. Berikut Alur yang sering digunakan untuk menggali sebuah isu:



## MENELUSURI BERITA MEDIA

Pada dasarnya seorang jurnalis bukan hanya produsen berita, ia juga konsumen berita. Berita dari media sering menjadi sumber, setidaknya menjadi inspirasi, untuk membuat berita lainnya. Jurnalis mengembangkan berita-berita dari media massa, untuk menulis sudut pandang lain, atau mendalami atau bahkan dijadikan bahan awalan liputan mendalam.

Kehadiran sosial media membuat jurnalis lebih mudah. Jurnalis tidak lagi teraku pada berita-berita *mainstream* untuk ditelusuri, tapi juga media sosial. Menurut riset terbaru yang dilakukan Miderbelr Communication bersama Society for New Communication Research, pada tahun 2010 sebanyak 70% menggunakan media sosial untuk membantu liputan. Padahal, tahun 2009 "hanya" 40% jurnalis yang menggunakan media sosial. Media sosial dinilai memberikan informasi lebih cepat dibanding media tradisional.

Kemajuan teknologi informasi telah memudahkan jurnalis mengumpulkan informasi. Akhir-akhir ini muncul istilah "*desktop journalism*" yang artinya jurnalisme yang menggali informasi melalui computer. Jurnalis mengikuti informasi dari

media sosial, mesin pencari, mengunjungi blog-blog. Untuk wawancara jurnalis juga memanfaatkan Yahoo Messenger, Skype dan fasilitas serupa. Munculnya desktop journalism membuat kerja jurnalis juga lebih efisien.

*Seattle Times* memenangi hadiah Pulitzer tahun 2010 berkat kemampuannya memanfaatkan media sosial. Suatu hari, terjadi penembakan terhadap empat polisi di sebuah kafe di Lakehood, Seattle, AS. Cory Heik, editor *Seattle Times*, menelusuri media sosial seperti Google Wave untuk mengikuti perkembangan berita itu. Dari Google Wave itu Heik memperoleh *update* perkembangan penembakan itu secara *realtime*, juga banyak mendapat cerita dan gambar dari saksi mata. Dengan Google Wave, Heik memperoleh narasumber sebanyak 500 orang, semuanya saksi mata dan memberi informasi *realtime*. Alhasil, *Seattle Times* mendapatkan hadiah bagi jurnalis paling bergengsi di dunia itu untuk kategori *breaking news*.

## MENELUSURI DOKUMEN

Dokumen adalah sumber berita penting. Banyak liputan investigatif yang mengguncang dunia bermodal pada penelusuran dokumen-dokumen yang umumnya berkategori rahasia negara. Harian New York Times pernah membuat liputan berdasarkan dokumen Pentagon Papers yang membongkar skandal politik AS dalam perang Vietnam pada 1971.

Kehadiran Wikileaks yang mengunggah dokumen-dokumen rahasia ke internet sangat bermanfaat bagi jurnalis. Jurnalis dapat menelusuri dokumen-dokumen tersebut untuk membongkar skandal-skandal politik.

Adanya kebebasan informasi juga dapat dimanfaatkan oleh siapapun untuk membuat berita-berita berdasarkan dokumen. Indonesia memiliki Undang-Undang No. 14 tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Berdasarkan UU ini, lembaga-lembaga publik wajib menyediakan informasi publik. Warganegara dapat menuntut agar pejabat publik menyediakan informasi publik. Jika menolak, warganegara dapat membawa sengketa informasi publik ke Komisi Informasi. Bahkan, pejabat publik yang tidak memberikan informasi publik dapat digugat ke pengadilan.

Tentu saja, UU KIP masih mengandung banyak kelemahan karena ada pasal 17 tentang Informasi yang Dikecualikan. Informasi-informasi yang dikecualikan meliputi rahasia negara, rahasia perusahaan, dan rahasia pribadi.

Walau informasi-informasi tersebut dikecualikan, jika dipandang mengandung kepentingan publik jurnalis tetap boleh menerbitkan. Sebab, jurnalis bekerja untuk mengabdikan kepada kepentingan publik.

Dokumen-dokumen yang umumnya ditelusuri

1. Laporan tahunan perusahaan atau lembaga pemerintah
2. Laporan riset
3. Arsip-arsip yang sudah daluarsa masa retensinya
4. Website pemerintah atau perusahaan
5. Putusan-putusan pengadilan
6. Lembaran negara dan berita negara.

Menurut Kode Etik Jurnalistik, jurnalis harus menggunakan cara-cara yang etis untuk mendapat informasi. Mendapat dokumen secara tidak sah, misalnya mencuri atau menyuap orang, dianggap cara yang tidak etis. Namun dalam liputan investigasi, mencuri dokumen dibenarkan sepanjang hal itu dilakukan demi kepentingan publik. Namun demikian, di banyak negara jurnalis tidak terbebas dari jerat pidana jika terbukti mencuri dokumen.

Di AS, jurnalis yang membocorkan dokumen rahasia dapat terbebas dari jeratan pidana karena dilindungi Amandemen Pertama. Kasus *Pentagon Papers* adalah salah satu contoh dimana jurnalis lepas dari jerat pidana karena dapat membuktikan bahwa yang dirahasiakan dalam dokumen rahasia negara tidak sungguh-sungguh rahasia. Pemerintah terbukti menyalahgunakan rahasia negara.

## MENELUSURI ORANG: WAWANCARA

Wawancara adalah cara menelusuri isu yang paling sering digunakan. Dengan wawancara jurnalis dalam menggali informasi dari narasumber dengan pertanyaan-pertanyaan. Dibanding metode penelusuran isu lainnya, wawancara dianggap paling efektif karena memungkinkan interaksi antara si jurnalis dengan narasumber. Selain itu, wawancara juga disenangi karena memudahkan si jurnalis, sebab jurnalis bisa memperoleh jawaban yang instan. Namun wawancara juga memiliki kelemahan, antara lain narasumber tidak selalu memberi informasi yang dibutuhkan.



Agar wawancara itu efektif, jurnalis perlu memiliki kiat khusus. Berikut ini 13 kiat wawancara yang umumnya dipakai para jurnalis:

1. **Memilih tempat yang bagus untuk wawancara.** Tempat sangat memengaruhi narasumber. Tempat yang cocok bisa membuat narasumber memberi informasi yang diinginkan jurnalis. Umumnya tempat yang dipilih adalah yang merupakan “wilayah kekuasaan” narasumber seperti kantor atau rumah narasumber. Banyak juga jurnalis yang melakukan wawancara di tempat yang memiliki kaitan sejarah dengan topic yang dibahas, karena mampu membangkitkan memori narasumber tentang peristiwa yang dibahas. Tempat historis juga membangkitkan mood karena aura suatu peristiwa akan muncul. Jurnalis disarankan tidak wawancara di tempat yang terlalu gaduh seperti kafe. Di tempat seperti ini narasumber akan kehilangan konsentrasi.
2. **Tentukan gol dari wawancara.** Gol yang dimaksud tentu informasi yang akan digali dari narasumber. Setiap wawancara memiliki gol yang beragam, seperti mendapat penjelasan akan suatu masalah, mengorek informasi yang disembunyikan, mengkonfirmasi suatu isu atau tuduhan, memperoleh informasi latar dari suatu masalah, dan lain sebagainya. Tanpa menetapkan gol yang jelas wawancara bisa melantur ke mana-mana dan setelah hendak menulis menjadi berita jurnalis merasa “tidak mendapat apa-apa”.
3. **Buat poin-poin pertanyaan.** Poin-poin pertanyaan membuat jurnalis akan fokus pada go wawancara dan menghindari adanya pertanyaan yang terlewat. Namun jurnalis tak boleh berpaku pada poin-poin itu, ia harus menggali lebih dalam apa yang dikatakan sumber. Jika jurnalis hanya terpaku pada poin-poin pertanyaan,

wawancara akan kering dan jurnalis tak mendapat informasi secara lengkap.

4. **Buat mengalir.** Wawancara yang baik adalah seperti obrolan biasa yang mengalir dan hidup. Namun jurnalis sering gagal melakukan wawancara yang mengalir, yang terjadi hanya tanya-jawab. Ini salahsatunya karena jurnalis terlalu terpaku dengan pointer dan kurang menguasai masalah sehingga tak mampu mengimbangi narasumber. Narasumberpun akan kehilangan moodnya untuk bercerita karena pembicaraan menjadi *garing*.
5. **Sesuaikan dengan medium Anda.** Tiap medium memiliki teknik wawancara sendiri-dendiri. Teknik wawancara untuk media televisi, radio, cetak dan internet berbeda-beda. Wawancara untuk televisi mensyaratkan suara dan visual yang bagus, maka jurnalis televisi perlu menimbangkan pencahayaan, ketenangan dan juga memancing narasumber untuk lebih ekspresif. Teknik wawancara untuk radio menuntut adanya suara yang jernih dan suara narasumber yang menarik, juga clips yang bagus. Teknik wawancara untuk media cetak dan internet hanya fokus untuk menggali informasi, maka kenyamanan narasumber diutamakan. Semua teknik ini bisa diterapkan oleh jurnalis warga sesuai medium yang dipakai. Jurnalis yang memiliki blog video bisa menerapkan teknik wawancara televisi.
6. **Bawa peralatan yang diperlukan.** Alat perekam, notes, bullpen, baterai, kamera, dan alat-alat lain jangan ketinggalan. Begitu ketinggalan salah satunya, wawancara bisa gagal. Cek dulu semua peralatan sebelum berangkat ke temoat wawancara. Kehabisan tinta bullpen di tengah-tengah wawancara bisa mengacaukan wawancara, membuat jurnalis panic dan kehilangan konsentrasi. Hal ini bisa membuat narasumber merasa tidak diperhatikan karena jurnalis sibuk mencari bullpen saat wawancara. Narasumber bisa kehilangan respek terhadap jurnalis yang seperti ini karena tidak dianggap profesional, dan akhirnya meneruskan wawancara dengan *ogah-ogahan*.
7. **Jangan teralu obsesif.** Jurnalis sering merekam dan mencatat apa saja dan memotret atau men-shoot apa

saja, seolah-olah semua itu akan ditayangkan. Padahal hanya sebagian kecil hasil wawancara yang ditayangkan. Sifat yang terlalu obsesif seperti ini membuat jurnalis lupa menyimak dalam-dalam apa yang dikatakan narasumber. Maka, catat informasi yang penting saja, gunakan energi lebih banyak untuk menyimak dan menggali informasi melalui pertanyaan-pertanyaan.

8. **Jangan takut nakal.** Untuk mendapat jawaban yang penting dan menarik, jurnalis harus nakal. Pertanyaan-pertanyaan yang kurangajar membuat narasumber berusaha menjawab secara serius. Pertanyaan kurangajar juga membuat narasumber kehilangan kontrol, sehingga yang tadinya “jaim” akan menunjukkan sifat aslinya. Bagi medium televisi atau radio, pertanyaan nakal akan menghasilkan audio dan visual yang menarik. Jangan takut dimarahi atau diusir narasumber, itu hanya resiko kecil saat menggali informasi. Kadang jurnalis menggunakan teknik wawancara “*Devil Advocates*”, yaitu menggunakan pertanyaan dimana jurnalis selah berada di pihak yang jahat. Tentu, setelah usai wawancara jangan lupa minta maaf.
9. **Sedikit licik.** Jadi jurnalis tidak boleh terlalu “lurus”, kalau ingin mendapat informasi yang benar-benar penting. Omongan narasumber saat wawancara dan di luar wawancara sering berbeda. Saat wawancara narasumber biasanya hati-hati, sehingga jurnalis sering “tak mendapat apa-apa.” Daging informasi sering didapat setelah wawancara selesai karena narasumber sudah merasa terbebas dari menit-menit yang menegangkan. Maka tak jarang jurnalis tetap ngobrol-ngobrol setelah wawancara resmi selesai dan berusaha membangun zona nyaman untuk membuat narasumber bicara lebih leluasa. Kalau narasumber “keceposan” saat ngobrol-ngobrol yang nyaman itu, tanyakan “apa boleh dikutip?”. Kalau dia bilang “*off the record*”, jurnalis harus tetap menghormati, tapi bisa menggunakan informasi “*off the record*” itu untuk menelusuri isu dan cari sumber lain yang mau bicara. Kalau berhasil merayu narasumber untuk dikutip secara anonim, jurnalis akan mendapat berkah tak terduga dari obrolan di luar wawancara resmi

itu. Kenakalan ini harus dilakukan seara etis, jurnalis tidak boleh mengorek dengan cara mengajak narasumber mabuk atau mengencani narasumber, misalnya.

10. **Berdayakan narasumber.** Seringkali narasumber tidak tahu apa yang dimau jurnalis, sehingga akan memberi jawaban sekedarnya dan tidak jelas. Teknik yang umumnya dipakai untuk menghadapi situasi seperti ini adalah melontarkan pertanyaan “lalu, apa solusi Anda?”. Saat ditanya mengenai solusi, orang umumnya lebih semangat menjawab, atau malah kelabakan.
11. **Buat narasumber semangat.** Salahs atu cara untuk membangkitkan narasumber yang lesu adalah melempar pertanyaan “mengapa Anda peduli masalah ini?”. Seringkali narasumber akan mengungkapkan hal-hal yang emosional dan kuat untuk dikutip, sehingga jurnalis mendapat ktipan yang tidak biasa-biasa saja. Sering jurnalis juga menanyakan kisah saat-saat narasumber mengalami titik balik, entah saat berhasil atau saat jatuh. Hal ini membuat narasumber mengungkapkan kisah-kisah yang menggugah.
12. **Ciptakan keheningan sesaat.** Terus-menerus bertanya memang bisa membuat wawancara hidup, tapi jurnalis kadang harus diam untuk beberapa saat, terutama saat narasumber menyampaikan hal-hal yang sensitif. Coba diam beberapa saat, tetap duduk, biarkan suasana hening...dan tunggu apa yang keluar dari narasumber berikutnya. Seringkali narasumber melontarkan jawaban yang benar-benar asli, polos, tanpa polesan apapun.
13. **Tanyakan apa yang Anda ingin tahu.** Hal yang paling membuat frustasi jurnalis bukan saat didamprat narasumber, tapi saat narasumber tak tahu apa yang dimau jurnalis. Ini karena pertanyaan-pertanyaan jurnalis tak bisa ditebak oleh narasumber. Untuk itu, jurnalis harus tahu apa yang diinginkan dari narasumber dan menanyakan secara langsung informasi apa yang dimau.

Tentu hal diatas hanyalah tips, yang tidak berlaku dalam semua kondisi. Jurnalis bisa mengembangkan tips-tips sendiri. Semakin sering wawancara, ia akan semakin kaya tips.

Hal yang penting diperhatikan jurnalis adalah melindungi narasumber, dengan merahasiakan identitasnya. Dengan demikian, jurnalis harus menggunakan nama samaran, atau sumber anonim. Identitas sumber yang wajib dirahasiakan adalah:

1. Korban kejahatan seksual.
2. Anak-anak pelaku kejahatan.
3. Orang yang nyawanya terancam jika identitasnya dibuka.
4. *Wistle blower*, orang yang mengungkap skandal dari dalam organisasinya, baik itu lembaga pemerintah, perusahaan maupun organisasi lain.

Di luar empat narasumber yang wajib dirahasiakan, jurnalis masih dimungkinkan menggunakan narasumber anonim. Dari praktek-praktek jurnalisme, banyak media menetapkan tujuh syarat sumber anonim yaitu:

1. Sumber tersebut berada di lingkaran pertama peristiwa berita. Yang dimaksud lingkaran pertama adalah orang yang terlibat atau menyaksikan sendiri suatu peristiwa. Mereka bisa jadi pelaku suatu peristiwa, korban suatu peristiwa, atau saksi mata.
2. Anonimitas bertujuan untuk melindungi keselamatan. Keselamatan tersebut bukan hanya nyawa narasumber tapi juga anggota keluarganya. Namun penggunaan narasumber anonim tidak dibenarkan hanya untuk melindungi hubungan sosial narasumber.
3. Motivasi si narasumber semata-mata untuk memberikan informasi yang penting untuk diketahui publik. Untuk itu jurnalis harus mencari tahu motivasi narasumber anonomi. Jika narasumber mengungkapkan informasi untuk menghantam lawan politik atau persaingan bisnis, maka jurnalis tak dibenarkan menggunakan sumber anonim.
4. Integritas narasumber anonim harus diperhatikan. Jurnalis harus menggali rekam jejak si narasumber,



apakah ia dapat dipercaya, apakah ia pernah bohong, apa ia suka mengarang cerita dan sebagainya.

5. Redaktur dan pemimpin redaksi harus tahu identitas narasumber anonim. Syarat ini berlaku bagi *Washington Post* dan *New York Times* setelah wartawan mereka memenangi hadiah Pulitzer dengan liputan bersumber anonim. Ternyata di kemudian hari terbongkar berita tersebut hanya karangan.  
Tentu bagi jurnalis warga, ketentuan ini juga tak bisa diterapkan.
6. Sumber minimal dua orang. Ini dikenal dengan prinsip Brand Bandlee, diambil dari nama redaktur *Washington Post*. Perkataan narasumber anonim harus dikonfirmasi kepada narasumber lain, untuk menghindari kebohongan. Intinya, keterangan narasumber anonim harus bisa dikroscek dengan sumber lain.
7. Menurut Bill Kovach, selain syarat di atas, ada syarat tambahan. Narasumber anonim harus membuat pernyataan bahwa jika suatu saat terbukti pernyataannya bohong, jurnalis berhak mengungkap identitasnya di depan publik.

---

**Jurnalis yang melindungi identitas narasumber dilindungi oleh *Shield Law* (Hak Tolak). Di Indonesia Hak Tolak diatur oleh Undang-undang Pers. Namun, hak tolak tersebut dapat dicabut oleh hakim dengan syarat demi kepentingan umum atau ketertiban umum. Jika Hak Tolak dicabut, jurnalis harus mengambil resiko masuk penjara jika tetap melindungi narasumber.**

---

## LIPUTAN LAPANGAN

Liputan lapangan adalah salah satu aktivitas yang paking sering dilakukan jurnalis untuk memperoleh data, terutama data primer. Memang akhir-akhir ini praktek *desktop journalism* semakin marak, namun tak semua informasi dapat diperoleh di dunia maya. Banyak informasi yang harus dikumpulkan dari lapangan, baik itu gambar maupun informasi yang diperoleh dari pengamatan.

Unjuk rasa di kota-kota besar dapat kita ikuti dari balik meja komputer. Kita bisa wawancara dengan narasumber dengan *chatting*. Gambar-gambar unjuk rasa juga diunggah di media sosial. Tapi jurnalis masih merasa perlu datang untuk mengamati sendiri. Dengan turun ke lapangan jurnalis akan melakukan banyak hal antara lain:

1. Memverifikasi dan melengkapi informasi yang diterima melalui media, dokumen, dan sebagainya.
2. Mencari kemungkinan sudut pandang lain yang belum diungkap.
3. Mengambil gambar peristiwa.
4. Menambah kontak narasumber.

Untuk melakukan liputan lapangan, jurnalis warga perlu memperhatikan hal-hal di bawah ini:

1. Mengecek peralatan, seperti alat rekam, kamera, baterai, dan sebagainya.
2. Mempertimbangkan keselamatan, terutama untuk liputan beresiko tinggi seperti liputan konflik dan liputan lingkungan hidup.

3. Memastikan tempat yang dikunjungi dan jalur transportasinya, kalau perlu cek dulu di peta online seperti Google Map atau Google Earth.
4. Menghubungi para narasumber yang akan diwawancarai sebelum berangkat, jangan sampai setelah di lapangan tidak dapat menemui mereka. Kalau ada dana cukup, pertimbangkan membayar pemandu atau *fixer* lokal.
5. Melakukan perencanaan akomodasi jika liputan lapangan akan menginap, apakah akan menginap di hotel atau rumah warga.
6. Mengumpulkan semua informasi terkait tempat yang akan dikunjungi dan data-data sekunder yang akan diliput.
7. Membuat jadwal perjalanan yang cermat. Perencanaan yang tidak matang bisa membuat liputan tertunda dan akhirnya membuat biaya membengkak.
8. Membuat anggaran biaya yang cermat, jangan sampai kehabisan uang di lapangan. Juga pastikan apakah di tempat liputan ada anjungan tunai mandiri, bisa menggunakan kartu kredit, atau semua transaksi harus dengan uang kas.

---

MENURUT BILL MITCHELL DARI POYNTER INSTITUTE ADA 20 CARA UNTUK MENGGALI ISU YANG LAZIM DIGUNAKAN OLEH JURNALIS. TIPS BERIKUT DAPAT DITIRU OLEH JURNALIS WARGA.

1. Selalu membangun *mind-set* memburu berita.
  2. Selalu berpikir bahwa setiap berita memiliki kelanjutan, sehingga jurnalis terus membuat sambungan berita setelah menulis suatu berita.
  3. Selalu membaca berita.
  4. Baca publikasi yang beragam.
  5. Perhatikan kalender dan agenda-agenda.
  6. Jangan abaikan iklan, banyak berita yang dapat ditelusuri dari iklan.
  7. Sering keliling, jalan-jalan.
  8. Mengobrol dengan banyak orang di jalan, angkutan umum dan sebagainya dan perbanyak komunitas.
  9. Pelajari peta sekitar kita
  10. Kumpulkan nomor telepon dan kontak sebanyak mungkin.
  11. Selalu *update* berita yang sudah ditulis untuk mencari hal-hal yang bisa ditindaklanjuti.
  12. Catat hari-hari besar di kalender untuk membuat agenda berita terkait hari besar.
  13. Jangan terpaku untuk membuat berita tentang para bintang, kadang-kadang orang tak terkenal punya berita lebih menarik. Dalam setiap lakon pasti ada pemain figuran, jadi bisa juga menggali berita dari orang yang dekat figur-figur besar.
  14. Terus memolak-balik sudut pandang suatu berita. Kalau pernah membuat tulisan mengenai hal-hal makro, coba buat mengenai hal-hal mikro dan sebaliknya.
  15. Buat tulisan mengenai liburan.
  16. Coba buat tulisan mengenai efek berita internasional dan nasional yang sedang ramai terhadap masyarakat lokal.
  17. Sering-sering menghubungi narasumber dan menanyakan apa ada berita yang menarik.
  18. Selalu bawa kartu nama narasumber. Saat tak ada berita, kita mungkin punya ide berita setelah melihat-lihat kartu nama.
  19. Jangan sepelekan iklan baris, sering ada hal-hal menarik untuk ditulis dari iklan baris.
  20. Sehabis wawancara selalu tanyakan, “apakah masih ada hal lain yang perlu sampaikan?” Seringkali narasumber punya berita lain yang tak kita duga.
-

## PENUTUP

Menjadi jurnalis warga tidak berarti amatiran. Banyak sekali jurnalis warga yang bekerja secara profesional dan hasilnya tidak kalah dengan jurnalis profesional, baik dalam hal kualitas karya maupun dari segi finansial. Di Sri Lanka jurnalis warga membuat media bernama *Groundviews.com* yang perannya mampu mengalahkan media mainstream. Di Korea Selatan jurnalis warga memiliki *Ohmynews.com*.

Dengan motto "setiap warga adalah reporter", media jurnalisisme warga ini berhasil menempatkan diri sebagai media papan atas dengan *pageview* 2,5 juta per hari. Banyak sekali kesuksesan jurnalisisme warga.

Jurnalis-jurnalis yang hebat bukan lahir dari sekolah-sekolah jurnalisisme, namun mereka banyak yang belajar dari praktek. Pulitzer, jurnalis yang namanya menjadi hadiah jurnalisisme paling bergengsi bukanlah jebolan sekolah jurnalisisme namun orang yang belajar sambil bekerja. Hampir semua jurnalis percaya bahwa kualitas jurnalisisme sangat tergantung jam terbang dan sikap untuk terus belajar.

Hal ini, semestinya berlaku juga bagi jurnalis warga. Seorang jurnalis warga yang terus-menerus mengasah kemampuannya pada akhirnya akan mampu kualitas yang profesional. Dari praktek itu para jurnalis warga akan mendapat pelajaran yang jauh lebih berharga.



# Agar Sains Teknologi Tak Identik dengan Kaum Adam

Oleh: Merry Magdalena

Twitter: @merry\_mp | URL: <http://bukumerry.blogspot.com/>



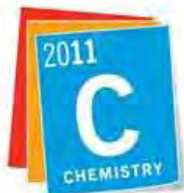
Foto: koleksi pribadi

*Membuat situs sains dan teknologi yang melibatkan banyak orang? Bahkan mampu membuat para ilmuwan membunih? Sebuah mimpi di masa lalu, dan kini sudah terwujud. Lebih jauh, kami ingin “membunuh” mitos bahwa sains dan teknologi selalu identik dengan kaum Adam.*

Berawal dari menjadi jurnalis sains dan teknologi di sebuah harian, saya merasa bahwa Indonesia kekurangan media yang fokus pada bidang sains dan teknologi. Kalaupun ada, berupa buletin atau majalah internal komunitas akademisi tertentu, dengan gaya bahasa sangat teknis, tampilan menjemukan, sama sekali tak dilirik kaum awam. Hal serupa terjadi di ranah maya, dimana situs yang membahas sains dan teknologi berbasis konten lokal masih sangat minim. Kalaupun ada, terafiliasi dengan instansi pemerintah maupun swasta, dengan ciri yang nyaris sama dengan buletin internal akademis di atas tadi. Saya jadi gemas sendiri, kenapa kita tidak bisa membuat situs sains dan teknologi yang ngepop, menarik, dan mengundang banyak orang untuk terlibat?

your knowledge for the world  
**NetSains.Com**

NetSains.com supports:



# IYC 2011

SOSIAL SCIENCE



PHARMACY



ASTRONOMY



TEMUI KAMI DI...

Facebook  
 Yahoo  
 Twitter

LANGGANAN

RSS Feed  
 RSS Email

Pengumuman:

Dalam rangka mendukung Tahun 2011 sebagai Tahun Kimia Internasional, NetSains mengajak para pembaca dan kontributor untuk mengirimkan Artikel di bidang Kimia! Ikuti terus update terbaru melalui Twitter NetSains atau Facebook Page NetSains!

## Memberikan password pada document word 2007

11 Feb 2011 M. Adam Hesa

Netsains.com-Penggunaan

TANYA PAKAR

Penyakit di Musim Hujan



Tanya:Dok, aku mau nanya-nanya

### POTENSI KONTEN LOKAL

Dari situlah terpikir untuk membuat sebuah situs sains teknologi populer yang menarik, dengan konten 100% lokal.

Kenapa lokal? Sebab jika hanya artikel atau berita terjemahan saja, media mainstream sudah banyak memuatnya. Apakah kita mampu menyediakan konten lokal? Tentu saja mampu. Dari pengalaman sebagai jurnalis, saya banya bersua dengan banyak akademisi, mahasiswa, orang awam, yang cukup tertarik dengan bidang sains dan teknologi. Mereka punya opini, ide, pengalaman, untuk ditulis dan dibagikan. Selain itu, ada segudang karya tulis ilmiah para ilmuwan kita yang terenggok di perpustakaan, bahkan juga temuan-temuan menarik.

Sayang sekali apabila itu semua tidak dipopulerkan, dibuat agar nyaman dibaca, dibagikan kepada siapa saja, secara gratis, di Internet. Kenapa internet? Tentu saja, teknologi inilah yang paling memungkinkan. Siapa saja, dimana saja, yang memiliki akses internet, dapat langsung mencerna informasi tersebut. Tidak perlu kertas dan tinta untuk mencetak, tak perlu ada biaya transportasi dan distribusi. Paling hemat biaya, praktis, dan ramah lingkungan.

## AGAK SKEPTIS

Saat menggulirkan ide ini, memang ada sedikit sambutan skeptis dari beberapa pihak. Mungkin karena saya perempuan? Ah, perasaan itu berusaha saya tepis. Sulit diingkari bahwa dunia sains dan teknologi masih identik dengan kaum Adam. Maka jika ada ide seputar dunia tersebut berasal dari perempuan, orang agak enggan menerima. Bisa jadi ada sedikit rasa tidak percaya bahwa ide ini dapat diwujudkan. Ditambah lagi saya bukan seorang ilmuwan atau akademisi sejati.

Saat itu kebetulan saya masih jurnalis, sehingga kenal baik beberapa narasumber praktisi Teknologi Informasi (TI) yang kompeten di bidangnya, seperti Onno W Purbo, Romi Satria Wahono, I Made Wiryana, Mas Wigrantoro Roes Setiyadi. Kepada mereka lah saya banyak belajar secara langsung maupun tidak mengenai dunia TI.

Sadar bahwa mengajak orang menulis untuk situs yang masih sangat baru, dengan topik langka, sains, pastilah sulit, maka perlu kegesitan tersendiri. Siapa yang mau mengisi situs macam itu? Ya, pasti saya sendiri. Masak bikin sendiri, lalu nulis sendiri, dan promosi sendiri? Betul, itulah yang saya lakukan. Pelan-pelan mulai menodong tulisan dari para narasumber TI dan ilmuwan yang biasa saya temui di lapangan saat liputan. Saya juga melakukan blogwalking, demi mencari tulisan menarik di blog yang dapat dimuat di Netsains, dengan seizin pemiliknya.

Modal nekad, saya mepresentasikan Netsains di Menteri Negara Riset dan Teknologi saat itu, Kusmayanto Kadiman, sekaligus juga menodong beliau untuk menulis di situs itu. Sambutannya di luar dugaan, dan beberapa tulisannya disumbangkan untuk Netsains. Dari situlah pelan-pelan banyak kontributor yang secara sukarela menulis di untuk web ini. Seiring waktu berjalan, Netsains mulai dikenal sebagai situs yang mempublikasikan artikel dan berita sains dan teknologi berbahasa Indonesia populer.

## BANGKITKAN MINAT MENULIS

Sejak digulirkan 5 tahun lalu, kini Netsains memiliki setidaknya 100 kontributor, dari dalam dan luar negeri, dengan lebih dari 1000 artikel, yang update setiap hari. Topik yang diangkat seputar dunia sains dan teknologi, dengan semua cakupan ilmu. Mulai dari biologi, matematika, fisika, kimia, hingga politik, ekonomi, budaya, bahasa, dan banyak lagi. Intinya kami ingin publik Indonesia memahami bahwa sains dan teknologi itu bukan melulu milik kaum ilmuwan dan akademisi saja, melainkan milik semua orang. Sains juga tidak selalu identik dengan ilmu eksak, rumus-rumus memusingkan, eksperimen di lab, melainkan juga sangat dekat dengan masalah kita di keseharian.

Seperti situs lain yang mengikuti perkembangan zaman, Netsains.Com juga mengandalkan social media sebagai ajang interaksi dengan para pembaca dan kontributornya. Hingga hari ini Fan Page Netsains.Com di Facebook memiliki 5700 member yang cukup aktif berinteraksi. Beberapa kali kami mengadakan gathering, walau hanya sekadar silaturahmi santai.

Yang menyenangkan adalah, kami berkontribusi secara sukarela, tanpa unsur paksaan. Sejauh ini Netsains.Com masih bersifat non profit, dimana semua tulisan yang masuk tidak mendapat hononarium, namun sebagai rasa terima kasih, kami memuat biodata dan foto para penulis, lalu mempromosikan tulisan mereka di Facebook, Twitter, dan Milis. Tidak semua penulis adalah *public figure* atau memang penulis andal, tidak sedikit berasal dari kalangan awam yang sama sekali belum pernah mempublikasikan tulisannya. Ini sebuah hal yang menyenangkan, sebab kami berhasil membangkitkan semangat menulis banyak orang. Bahkan sejumlah ilmuwan yang awalnya enggan menulis dalam bahasa populer, kini aktif mengirimkan tulisannya untuk Netsains.Com. Sebut saja Prof. Adrianto Handoyo, guru besar dengan bidang keahlian optika pada Program Studi Teknik Fisika ITB, atau Terry Mart, ilmuwan dan pengajar Fisika Universitas Indonesia, dengan senang hati berkontribusi di Netsains.Com. Ini semua sangat sesuai dengan tujuan utama Netsains.Com, yaitu mengajak ilmuwan Indonesia mau berbagi ilmu, opini, dan pengalamannya kepada masyarakat awam.

# Social Media Landscape 2011



Sebaliknya, siapa saja tanpa harus ilmuwan, juga termotivasi untuk menulis sains populer. Tak jarang kami temui mahasiswa, karyawan biasa, atau bahkan orang yang benar-benar awam, mengirimkan tulisannya. Dan di luar dugaan, tulisan itu sangat menarik. Salah satu kisah unik dialami oleh Jaki Umam, pemuda asal Tegal, Jawa Tengah, sukses mendapat beasiswa S1 dari seorang pengusaha setelah ia memperlihatkan kumpulan tulisannya seputar bidang Fisika di Netsains.Com.

Untuk menginspirasi generasi muda agar berminat di bidang sains, kami mewawancarai sejumlah ilmuwan Indonesia yang sukses di seantero dunia. Sebut saja Haryo Sumowidagdo yang bergabung dengan CERN (Conseil Européene pour la Recherche), pusat riset fisika nomor satu di dunia. Juga ada Merlyna Lim, profesor yang sudah mengajar lebih dari 70 perguruan tinggi di seluruh dunia.

Semangat berbagi juga dirasakan dengan hadirnya rubrik Tanya Pakar, dimana pengunjung Netsains bebas mengirimkan pertanyaan apa saja seputar dunia sains dan kesehatan, yang akan dijawab oleh para ilmuwan kami. Semua ini dijalankan secara sukarela, tanpa pamrih mendapatkan imbalan materi.

Lalu, dari mana kami menutupi biaya operasional situs ini? Walau tidak komersil, Netsains selalu mendapat pemasukan dari iklan, yang tarifnya jauh lebih murah dari situs lain. Dari situlah kami membayar sewa server dan domain, bahkan masih ada simpanan uang kas.

## **ISU GENDER**

Dari sisi gender, kontributor Netsains memang masih didominasi kaum lelaki, sementara kaum perempuan masih bisa dihitung dengan jari. Barangkali memang peminat sains dan teknologi memang identik dengan kaum Adam. Untuk itu kami terus berusaha menampilkan sejumlah tulisan yang tidak melulu berkutat pada topik sains eksak, melainkan juga non eksak, seperti sosial, ekonomi, politik, budaya, bahasa, seni, dan sebagainya. Kami juga ada rubrik resensi buku, dimana kontributor bebas meresensi buku apa saja, tidak melulu bertopik sains.

Sebuah studi membuktikan bahwa menulis mampu membuat kaum perempuan mengejar ketertinggalan di bidang sains. Akira Miyake dari University of Colorado, belum lama ini



melakukan penelitian demi memahami mengapa dunia sains dan teknologi masih didominasi atau identik dengan kaum lelaki. Ternyata masalahnya lebih ke aspek psikologis.

Miyake dan timnya melakukan pelatihan terhadap 399 pelajar lelaki dan perempuan. Mereka diminta menulis mengenai nilai-nilai penting dalam hidupnya, mulai dari relasi dengan teman dan keluarga, pembelajaran, dan meraih pengetahuan. Pada akhir masa pelatihan, yaitu 15 minggu, gap antara lelaki dan perempuan dalam meraih nilai ujian makin menyempit. Kaum wanita yang mengikuti pelatihan menulis mengalami peningkatan nilai ujian. Namun kaum lelaki tidak mengalami perbaikan berarti.

"Hasil ini menyatakan bahwa menulis esai penguatan percaya diri bagi wanita mampu membuatnya lebih termotivasi dalam menghadapi ujian sains. Ini disebabkan psikologi mereka mampu melawan stereotip negative bahwa kaumnya kurang dapat diandalkan di bidang sains," komentar Miyake seperti yang dilansir LiveScience.Com.

Berdasar dari studi tersebut, saya yakin memotivasi kaum perempuan untuk menulis akan membuat mereka kian tertarik berpikir logis, yang merupakan basis dari ketertarikan pada dunia sains dan teknologi.

Tidak harus menjadi ilmuwan atau akademisi untuk menulis sains dan teknologi. Siapa saja bisa, tanpa peduli dia lelaki atau perempuan, jurnalis atau bukan, berpendidikan tinggi atau tidak. Contoh paling nyata adalah diri saya sendiri, seorang perempuan tanpa latar belakang pendidikan sains dan teknologi, namun berhasil mewujudkan impian membuat situs sains dan teknologi populer. Barangkali karena memang pengalaman menajai jurnalis sains dan teknologi lah yang membuat saya menyukai bidang ini.



Sedikit ingin berbagi kisah, menjadi perempuan yang berprofesi menjadi jurnalis di masa kini memang sudah tidak terlalu mengalami kendala berarti. Nyaris tidak ada diskriminasi lagi. Hanya untuk bidang sains dan teknologi, terutama Teknologi Informasi (TI), bidang peliputannya masih didominasi kaum Adam. Barangkali masih terpaku dengan mitos yang saya singgung di atas, bahwa hal-hal teknis memang cenderung dikuasai kaum lelaki. Setelah tidak menjadi jurnalis, saya masih menulis artikel dan buku-buku seputar TI, yang lagi-lagi dunia penulis bidang ini pun juga didominasi kaum pria. Namun saya tidak melihat kondisi itu sebagai kendala, justru tantangan tersendiri, sebab saya sebagai perempuan mampu menyajikan tulisan bertopik TI dengan prespektif tersendiri. Artikel maupun buku yang saya tulis cenderung tidak terlalu teknis, lebih memandang TI dari aspek humanis, seperti mengaitkannya dengan relasi dengan sesama pengguna TI, atau imbasnya pada kehidupan sehari-hari. Bagi saya, penulis bisang sains dan teknologi perempuan akan memberi warna dan dinamika tersendiri .

\*\*\*

# Bermakna di Lautan Media Sosial

Nukman Luthfie

Twitter: @nukman | URL: <http://nukmanluthfie.com/>



Salah satu sisi positif social media seperti blog, Facebook, dan Twitter adalah menguatnya fenomena jurnalisme warga (citizen journalism). Di pertengahan tahun 2.000-an, blog melahirkan lebih dari sejuta blogger Indonesia, yang begitu aktif menulis apapun di blog masing-masing dan rajin memberi komentar di blog teman-temannya. Tiba-tiba, jurnalisme warga, yang sebenarnya bukan barang baru di radio, menguat di dunia maya. Dan, tanpa bisa ditahan, kian meledak dengan semakin popolarnya Facebook dan Twitter. Tutup tahun 2010, mengguna Facebook di Indonesia tembus angka 32 juta dan Twitter sekitar 10 juta pengguna.

Pertanyaannya, bagaimana kita menjadi bermakna di lautan jutaan pengguna blog, Twitter dan Facebook? Bagaimana kita tidak sekadar menjadi blogger, pengguna Facebook, Twitter dan media sosial lain dan tenggelam di balik hiruk pikuk warganya? Bagaimana kita bisa memberikan kontribusi positif, membrandingkan diri menjadi jurnalis warga yang dikenal dan diakui di bidangnya, lalu mendapat benefit yang layak?

### TANGGA TEKNOGRAFI SOSIAL

Sebelum menjawab pertanyaan di atas, lebih baik kita fahami dulu tentang Tangga Teknografi Sosial yang diperkenalkan Forester Reaseach.

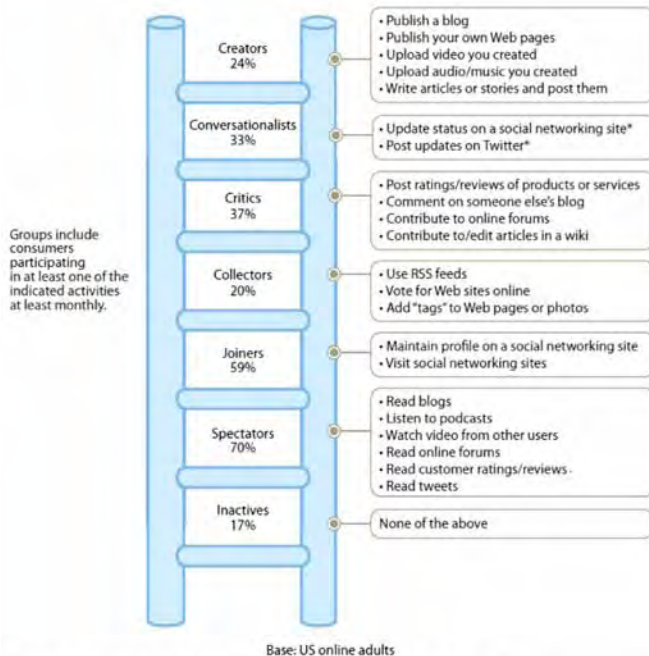
Di tangga teratas, ada golongan yang disebut sebagai **Creator**.

Ciri utamanya adalah: memiliki blog atau website pribadi yang rajin diperbarui serta membuat dan mengupload audio atau video karyanya ke website (bisa YouTube misalnya). Khusus untuk Indonesia, mengingat beratnya mengupload video dan audio, ciri ini bisa disederhanakan menjadi: memiliki blog dan rajin memperbaruinya.

Blogger memang tepat digolongkan sebagai pekarya. Mereka berkarya membuat tulisan, apapun kategorinya, ekonomi, bisnis, musik, hiburan, cerita. Apapun juga bentuknya, bisa dalam bentuk teks, gambar, audio maupun video. Di Indonesia, sudah ada beberapa yang berkarya dan menyebarkannya dalam bentuk audio di Internet seperti Indonesia Bercerita (indonesiabercerita.org).

Di anak tangga kedua ada **Conversationalist**.

Mereka adalah para pengguna Facebook dan Twitter yang rajin menulis status. Mereka tidak memiliki blog. Tapi mereka rajin menulis, meski hanya 140 karakter di Twitter, atau 300 karakter di Facebook, atau di media sosial lain seperti Linked-In atau bahkan Friendsters. Meski bukan creators, mereka cerewet. Apapun mereka tulis di status, mulai dari barang yang mereka konsumsi, diri sendiri, hingga



Source: North American Technographics\* Empowerment Online Survey, Q4 2009 (US)  
\*Conversationalists participate in at least one of the indicated activities at least weekly.

urusan kantor, tak luput dari update di media sosial.

Menariknya, 140 karakter, jika ditulis rutin, membawa pengaruh cukup besar. Sebuah tulis di blog, dengan seribu karakter lebih, memang memiliki pengaruh besar terhadap pembacanya. Namun 140 karakter di Twitter dan Facebook juga punya pengaruh, jika diulang-ulang atau disebarakan oleh pengguna lainnya sehingga membantu viral.

Di bawah kedua tangga di atas, masih ada anak tangga lain, yang disebut sebagai Critics (tak punya blog, tidak mengupdate status di Twitter/Facebook, namun mengomentari blog/tulisan orang lain), Collectors (menggunakan RSS, memanfaatkan tag), Joiners (sekadar bergabung ke jejaring sosial), Spectators (membaca informasi di berbagai jejaring sosial tapi tak punya akun), dan Inactive (tak melakukan apaun).

Namun, hanya dua segmen teratas, yakni Creator dan Conversationalist, yang berperan besar dalam mempengaruhi publik/konsumen pada umumnya mengambil keputusan. Oleh karena itu, jika ingin membangun citra diri dan bermakna di media sosial, syarat utamanya adalah anda harus berada di tangga teratas, yakni memiliki blog/website sendiri, yang rajin diperbarui. Lalu gunakan Facebook dan Twitter sebagai media untuk penyebarannya, sekaligus menjalin komunikasi cepat. Tepatnya, menjadi creator sekaligus conversationalist!

## **BLOG SEPERTI APA?**

Akhir tahun 2010, tercatat lebih dari dua juta blog yang ditulis pengguna Indonesia, baik itu dibangun di penyedia jasa blog gratis global seperti Wordpress.com dan Blogger.com, lokal seperti BlogDetik.com, Kompasiana.com dan Dagdigdug.com, maupun yang dibangun dengan nama domain sendiri. Tidak semuanya populer tentu saja. Lalu, blog seperti apa yang dapat punya potensi populer, mendapat trafik tinggi dan menghasilkan?

*Pertama: Fokus pada bidang tertentu.*

Buatlah blog sesuai dengan minat. Apa saja. Mulai dari teknologi, komunikasi, hiburan, jalan-jalan, kebudayaan, pemasaran, manajemen makro, manajemen sumber daya manusia, game, dan lainnya. Apapun. Yang penting, fokus yang berdasarkan minat. Karena minatlah sumber utama energi untuk menulis.

Saya menemukan beberapa blogger yang berbasis minat ini sukses meraih nama dan keuntungan lain. Misalnya Trinity, yang saat ini dikenal luas sebagai penulis buku ternama pariwisata Indonesia, yang terus berbagi via blognya di [www.naked-traveller.com](http://www.naked-traveller.com). Namanya terus berkibar dan pengaruhnya diakui oleh berbagai kalangan, termasuk Departemen Pariwisata, berkat blog dan bukunya.



Contoh lain, Yodhia Antariksa, yang tekun menulis blog mengenai strategi majemen di [www.strategimanajemen.net](http://www.strategimanajemen.net). Tulisannya sangat renyah dan mudah dicerna, tapi isinya berbobot. Melalui blognya itu, namanya kian tenar di kalangan manajer, terutama Human Resource, dan rezekinya terus mengalir dari sini. Ia pun kemudian melahirkan bisnis online menjual materi presentasi manajemen....dan laku!

Hanifa Ambadar, yang semula iseng membuat blog mengenai fashion di [www.fashionesedaily.com](http://www.fashionesedaily.com) kini naik pangkat menjadi pengusaha karena blognya menjadi blog komersial yang disukai banyak perempuan di Indonesia.

Saya bisa sebutkan beberapa contoh lain seperti Roni Yuzirman yang ngeblog mengenai kewirausahaan di blog pribadinya, [www.roniyuzirman.com](http://www.roniyuzirman.com), Ollie Salsabeela - seorang penulis chicklit yang beberapa bukunya best-seller - memiliki blog [www.salsabeela.com](http://www.salsabeela.com) dan lainnya.

Saya sendiri rajin menulis blog mengenai digital marketing di [www.virtual.co.id/blog](http://www.virtual.co.id/blog) yang kini menjadi referensi bagi banyak perusahaan untuk memahami online marketing, digital marketing, social media marketing dan sejenisnya.

*Kedua, rajin mengupdate blog.*

Kelihatannya sepele: rajin memperbarui blog. Namun tak banyak yang berhasil di sini. Apalagi di era sekarang, era social media yang sedang didominasi Twitter dan Facebook, di mana penggunanya lebih suka update status daripada update blog. Itu sebabnya, dari juta blog yang dibuat orang Indonesia, hanya segelintir yang punya nama dan pengaruh.

Untuk memaksa diri rajin menulis, Yodhia Antariksa mengumumkan jadwal khusus update blognya secara terbuka: setiap hari Kamis hadir tulisan baru di Strategi-manajemen.net. Pengusaha pakaian jadi Roni Yuzirman mengupdate blognya sepekan sekali. Sedangkan Hanifa, jangan tanya lagi soal seringnya update blog FashioneseDaily.com karena sudah menjadi portal perempuan top di negeri ini.

Dari pantauan saya terhadap blog-blog yang sukses, mereka meng-update minimal sepekan sekali untuk menjaga minat kunjungan pembacanya.

*Ketiga, padukan dengan Facebook dan Twitter*

Dulu, andalan penyebaran informasi blog adalah RSS, tautan ke blog lain, dan template aplikasi blog yang memang Google Friendly. Namun, sekarang, di era Twitter dan Facebook, semua

itu tidak cukup. Blog masa kini harus diintegrasikan dengan kedua jejaring sosial agar semaksimal mungkin tersebar.

Yang paling sederhana, tambahkan menu Retweet (untuk Twitter) dan Share (untuk Facebook) di setiap posting blog baru. Dengan kedua menu tadi, pengguna Twitter dan Facebook yang jumlahnya puluhan juta itu dengan mudah menyebarkan posting blog yang ia baca. Fakta menunjukkan, blog yang dilengkapi dengan kedua menu ini menunjukkan bahwa Twitter dan Facebook menjadi referensi terbesar trafik blog setelah search engine.

Facebook ini memberi fasilitas baru berupa status “like” yang bisa ditambahkan di blog, untuk setiap postingan. Berbeda dengan “share”, maka “like” menunjukkan bahwa pengguna Facebook itu menyukai tulisan itu, yang akan terbaca oleh teman-temannya di Facebook. Dalam user behavior, status “like” ini lebih tinggi ketimbang “share”

Namun, untuk membangun brand, blogger wajib memiliki Fanpage untuk blognya di Facebook. Buatlah fanpage sesuai dengan nama blognya. Gilamotor.com misalnya, blog penggemar motor yang dikelola secara profesional oleh jurnalis warga, memiliki fanpage di Facebook dengan alamat [www.facebook.com/gilamotor](http://www.facebook.com/gilamotor) yang bisa menggaet hampir 200 ribu fans pada akhir tahun 2010 dalam tempo satu tahun.

Kecuali memiliki fanpage di Facebook, blog wajib dilengkapi dengan akun Twitter yang sama dengan blognya. Gilamotor.com misalnya, memiliki akun Twitter @gilamotor.

Keduanya, baik Facebook Fanpage maupun akun Twitter, harus dikelola serius. Tanpa pengelolaan yang serius, kedua akun tadi hanya akan menjadi akun mati dan tidak memberi kontribusi apapun kepada blog. Bahkan, bisa jadi malah merugikan.

Sama seperti blog, kunci keberhasilan akun Facebook dan

Twitter adalah percakapan. “Marketing is conversations”. Blog yang hidup akan terlihat dari komentar-komentar di postingannya. Facebook dan Twitter yang hidup akan terlihat dari percakapannya di dua jejaring sosial tersebut.

Sebagai creator, nara blog yang serius akan mengupdate blognya sepekan sekali. Namun, untuk menjadi conversationalist di Twitter dan Facebook, update status sekali sehari saja, serta menjawab pertanyaan follower dan fans, bahkan belum cukup.

### **Berpikir Jangka Panjang**

Saya banyak bertemu dengan creator dan conversationalist yang inginnya instan, langsung berhasil. Langsung memiliki blog yang hebat, follower yang banyak di Twitter, fans yang berjibun di Facebook.

Tidak ada yang instan di membangun citra diri. Semuanya membutuhkan proses, bukti, ketekunan, konsistensi, persistensi. Blog biasanya baru terlihat bagus setelah setahun. Selama setahun itu harus ditunjukkan konsistensi mengupdate blog, menulis yang menarik, kemampuan membagi info dan menjalin komunikasi dengan audiencenya. Pada saat yang sama, untuk menumbuhkan Fans di Facebook dan follower di Twitter pun butuh kerja ekstra.

Maka, membangun citra diri sebagai jurnalis warga, bukan hanya wajib memiliki blog dan mengintegrasikannya dengan Twitter dan Facebook, tetapi juga harus memiliki visi jangka panjang.

Tanpa visi jangka panjang, pekerjaan ini akan cepat melelahkan.

Namun, jika kita berpikir jangka panjang, hasilnya akan manis, seperti beberapa contoh yang saya uraikan di atas.



# The Hectic Schedule of a Social Media Manager



## ✉ CHECK

Immediately checks e-mails missed during the five hours of slumber.

### Remember:

The social media world never sleeps.

## 👁️ SCAN

Scans news feeds for interesting articles, blog posts or videos to share.

## 🐦 TWEET & RETWEET

Writes interesting tweets and retweets other relevant links to continue the passing on of ideas.

Times the tweets to automatically go out while in meetings, at lunch & driving home.

## 📡 PUBLISH

Publishes a blog entry or status update based on the latest news. Shares the published material with friends, coworkers and industry big names.

## ?... FOLLOW UP

Follows up with the sales team to see if they've delivered the customer testimonial video.

## 🔄 REPLY

Engages with the community by diligently replying to messages or comments.

Checks alerts for positive or negative mentions of the brand's product or service.

**BRAND AMBASSADORS. CONTENT MANAGERS. EVANGELISTS.** These are all words that are often used to describe the constantly evolving social media manager of today. In order to be a successful one, he or she must take on a pretty demanding schedule of constant updates, meetings and tweets — all the

while maintaining an effective online presence. **Here we offer a glimpse inside a hardworking social media manager's day...**



## 🍴 LUNCH

Goes to lunch with another social media manager to discuss the latest scoop in the social media sphere.

Remembers to check in on [foursquare](#)

## 📹 REC & UPLOAD

Records an impromptu video with the CEO, department managers and fellow employees, and uploads it to YouTube.

## ✍️ WRITE

Writes another blog entry.

## 💬 SKYPE

Skypes into a conference about corporate microblogging.

## 🔄 REVISIT

Revisits the usual social media haunts for follow-ups and supervises periodically throughout the day to make sure things are going smoothly.

## 📡 PRESENT

During the weekly department meeting, provides a crash-course presentation on the importance of RSS feeds, Facebook and Twitter.



## 📈 REVIEW

Reviews traffic volume, bounce rates and other relevant metrics on Google Analytics.

## ✓ X SIGN UP

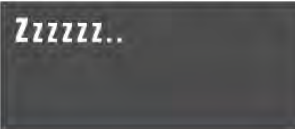
Registers and marks calendar for the next anticipated Social Media Strategies Summit.

## 🕒 SCHEDULE TWEET

Schedules tweets to go out overnight to promote your brand to night owls and those in other countries.

## 📧 CHECK

Checks e-mail one last time on the smartphone before going to bed.



# *Hidup & Berkiprah Sebagai Penulis*

Onno W. Purbo

Twitter: @onnowpurbo | URL: <http://facebook.com/onno.w.purbo>





**Kalau di rata-rata** sebagian besar teman-2 seangkatan saya di teknik elektro ITB yang jumlahnya sekitar 120 orang pada saat lulus 90+ persen mencari pekerjaan sebagai pegawai perusahaan / swasta. Kebanyakan memang di Telkom & Indosat. Hanya segelintir, tidak sampai 10 orang, yang menjadi dosen.

Dua puluh lima tahun kemudian, mereka yang terbaik biasanya mencapai jabatan tertinggi di perusahaan tersebut seperti president direktur / vice president. Mereka yang di perguruan tinggi mungkin mencapai gelar Professor. Memang sebagian ada yang tidak mencapai jabatan tersebut, sebagian bahkan tidak bekerja di bidangnya.

Kebetulan saya sendiri yang mungkin mempunyai karir yang jauh berbeda dengan kebanyakan teman-2 seangkatan. Dari teman-2 seangkatan, saya barangkali yang pertama menjadi seorang pensiunan (tepatnya pensiunan dosen ITB), pada usia 35 tahun, dan bekerja di rumah saja sebagai penulis artikel / buku. Tidak bekerja di mana-mana, tidak menerima pekerjaan sebagai konsultan. Tapi fokus hanya menulis artikel & buku khususnya bidang teknologi informasi. Walau belakangan ini lebih banyak fokus hanya menulis di web, e-book & wiki saja yang di lepaskan gratis ke masyarakat.

Dalam tulisan ini akan di coba dibahas berbagai keuntungan dan tip untuk menjadi seorang penulis.

## KEUNTUNGAN SEORANG PENULIS

Berbeda dengan seorang profesional yang bekerja di perusahaan, terutama di perusahaan besar. Seorang penulis biasanya,

- Bisa bebas bekerja dimana saja, dirumah, di cafe, di taman, di restoran, di pantai. Bahkan pada saat tulisan ini ditulis, saya sedang di sebuah rumah kecil di kawasan Darmaga Bogor sampai nikmati udara dan alam yang sejuk.
- Penulis bisa juga menjadi side job / pekerjaan sampingan, tanpa perlu pemberi kerja yang utama kuatir. Malah bukan mustahil menjadikan karir anda di pekerjaan utama naik karena keahlian menulis tersebut.
- Penulis juga tidak memiliki waktu pensiun :) ..
- Modal usaha seorang penulis sangat kecil sekali di bandingkan usaha lain. Biasanya kalau mau agak enak kita membutuhkan sebuah laptop, USB harddisk, modem 3G. Rasanya itu yang minimal sekali kita butuhkan. Investasi sekitar Rp. 4-5 juta sudah menutupi kebutuhan yang ada. Tentunya bagi pemula dapat saja menggunakan fasilitas pinjaman seperti di warnet dll.
- Biaya operasional seorang penulis juga relatif murah sekali. Yang langsung berkaitan adalah biaya akses Internet unlimited, biasanya sekitar Rp. 100-200.000 / bulan unlimited.
- Penghasilan dari penulis pemula lumayan lah sebagai penghasilan sampingan. Bayangkan kalau satu artikel dikoran / majalah di hargai Rp. 150-250.000,- / artikel. Padahal waktu yang dibutuhkan hanya sekitar 2 jam-an / artikel.
- Bagi mereka yang sudah mencapai tahapan yang lebih tinggi lagi dengan menulis buku. Biasanya penghasilan dari sebuah buku sekitar Rp. 5-7 juta / buku.
- Penulis yang sudah sering sekali menulis, bukan mustahil akan sering di undang memberikan ceramah / seminar / workshop untuk memperoleh keterangan lebih lanjut tentang apa yang dituliskannya. Honor memberikan ceramah / seminar / workshop ini lumayan lah.

- Penulis sering kali di setarakan dengan seorang ahli / pakar, apalagi jika telah menelurkan banyak sekali buku. Biasanya, semakin banyak seseorang menulis, maka semakin tinggi nilai intelektual seseorang tersebut di mata pembacanya. Tentunya semakin tinggi posisi kita biasanya badai akan semakin besar, hidup akan lebih mudah jika kita dapat membuka mata dan kuping lebar-lebar untuk memperoleh masukan tentang tulisan / ilmu yang kita tulis.

Salah satu kesulitan utama barangkali dari status penulis adalah kurang keren / kurang “cool” sering dilihat sebagai sebuah pekerjaan pengangguran karena sering terlihat di rumah saja. Tidak pernah pergi ke kantor. Tidak punya gelar / jabatan yang keren. Agak sulit untuk meyakinkan orang tua, atau sebagian besar calon mertua, bahwa pekerjaan penulis ini cukup menjanjikan penghasilan untuk keluarga.

Penulis mungkin akan sangat berbeda dengan pekerjaan yang umum. Penulis hampir tidak pernah mengerjakan pekerjaan administratif, klerikal atau event organizer. Biasanya pekerjaan administratif perlu di bantu / di kerjakan oleh orang lain.

Pertanyaan yang paling konyol yang sering saya terima di berbagai kesempatan / pertemuan dengan orang adalah “Anda dari mana?” (maksudnya kantor / perusahaan mana?) ... penanya akan langsung tertegun kalau saya jawab “Saya dari rumah”. Padahal memang demikian adanya.

**Akan sangat menarik membaca tulisan seseorang yang bisa melihat sisi sisi yang biasanya tidak terpikirkan oleh kebanyakan pembacanya**



### MEMBACA MENJADI FONDASI MENULIS

Menjadi seorang penulis tidak serta merta dapat dilakukan dengan mudah. Salah satu kecakapan utama yang harus dibina sejak dini adalah kebiasaan membaca. Semakin banyak kita membaca dan semakin fokus bahan yang dibaca maka akan semakin luas pengetahuan kita khususnya pada bidang yang kita fokuskan. Keluasan pengetahuan ini akan sangat memudahkan kita dapat menulis di kemudian hari.

Tulisan yang di baca tidak harus berbentuk buku yang berbentuk formal. Kita pada hari ini sangat beruntung dengan adanya Internet. Kita dapat dengan mudah memperoleh berbagai sumber bacaan yang di tulis di berbagai web.

Saat ini, bahan bacaan yang bukan bahasa Indonesia di Internet bukan masalah yang besar. Dengan adanya Google Translate <http://translate.google.com> kita dengan mudah menterjemahkan tulisan dalam berbagai bahasa ke dalam bahasa Indonesia. Oleh karenanya, akses kita pada berbagai sumber pengetahuan menjadi sangat terbuka sekali pada hari ini.

Kedalaman pengetahuan seseorang akan sangat tercermin dari kedalaman & sudut pandang tulisannya.

Akan sangat menarik membaca tulisan seseorang yang bisa melihat sisi sisi yang biasanya tidak terpikirkan oleh kebanyakan pembacanya. Disini sebetulnya selain kedalaman pengetahuan, akan lebih ditolong oleh cara berfikir alternatif yang tidak standard mengikuti pakem / alur yang biasa di adopsi oleh kebanyakan orang.

### FOKUS PADA HAL TERTENTU

Fokus pada satu hal tertentu saja barangkali akan sangat sulit dilakukan belakangan ini. Dengan banyaknya hal yang menarik di sekeliling kita, akan sulit menentukan mana hal yang ingin kita fokuskan dan dalam secara serius. Kesalahan paling fatal yang sering dilakukan adalah, sering kali kita ingin mendalami / membaca semua hal sekaligus pada saat yang sama. Ini akan menyebabkan kita kesulitan untuk mendalami secara baik semua topik.

Maklum isi kepala / volume otak kita sebetulnya sangat terbatas. Akan lebih mudah bagi kita juga dapat memfokuskan diri pada satu hal saja. Mendalami satu hal akan jauh lebih mudah daripada mendalami banyak hal sekaligus. Jika kita sudah cukup dalam di satu hal, tidak ada masalah jika kita



ingin mendalami yang lain. Tentunya akan lebih baik jika yang kita pelajari selanjutnya masih berkaitan dengan yang kita pelajari sebelumnya; hal ini akan memperkuat keilmuan kita.

Biasanya, akan lebih mudah memfokuskan diri jika kita dapat mempelajari hal-hal yang kita suka. Sayangnya, sering kali kita lebih suka mempelajari sesuatu karena menurut kita mempunyai kemungkinan untuk bekerja / memperoleh rejeki. Biasanya kita akan kerepotan di kemudian hari jika kita memaksakan diri untuk mempelajari hal yang kita tidak suka, karena hanya semata untuk mencari sesuap nasi. Terus terang, beberapa teman penulis di tidak berhasil mencapai puncak karir-nya karena memang tidak menyukai hal yang dia pelajari di masa muda-nya.

### **TIP Mencari TOPIK YANG MENARIK**

Pada saat kita berkelana dalam karir. Salah satu tantangan yang paling besar dalam menulis adalah mencari tahu topik apa yang paling menarik bagi pembaca. Maklum penerbit / redaksi akan lebih suka jika kita dapat menulis hal-hal yang menarik bagi pembaca. Semakin banyak orang yang suka akan tulisan kita maka akan semakin tinggi nilai di hadapan penerbit / redaksi. Di web ini mungkin termasuk kategori hit rate / rating.

Ada beberapa tip sederhana yang dapat digunakan untuk mengetahui topik yang paling menarik bagi pembaca,

- Ikut diskusi di forum, mailing list, atau group.
- Mulai sebagai pendengar / pembaca biasa di forum / mailing list untuk mengetahui adat istiadat yang digunakan di forum.

- Untuk bisa menjiwai / meresapi apa yang di minati para pembaca, ada baiknya kita mencoba untuk menjawab berbagai pertanyaan di forum. Tentunya jangan menjawab sembarangan, pastikan jawaban yang kita berikan adalah benar. Uji dulu jawaban tersebut, atau cek ke Google.
- Bagi anda yang sering menjawab pertanyaan di forum pasti mengetahui bahwa sebagian besar pertanyaan yang ada di forum biasanya pertanyaan “itu-itu lagi”. Jika kita sudah mulai dapat melihat hal tersebut, sudah waktunya kita menulis artikel-artikel pendek yang berisi jawaban pertanyaan “itu-itu lagi”.
- Khususnya untuk bidang Teknik, para pembaca teknik biasanya mencari hal-hal yang bersifat praktis, tidak ngawang, tidak mimpi. Akan lebih baik jika hal tersebut bersifat solusi terhadap masalah pembaca. Semakin mudah sebuah solusi biasanya akan semakin di minati oleh orang banyak.

Lakukan hal ini dalam waktu lama, bukan mustahil kita akan menjiwai betul apa yang di inginkan oleh rekan-rekan yang ada di forum tersebut. Semua proses ini tidak mungkin selesai dalam 1-2 hari; biasanya bertahun-tahun.

Khususnya dibidang telekomunikasi & Internet sebetulnya kalau di sederhanakan tidak banyak yang dicari oleh bangsa Indonesia, yaitu,

- Bangsa Indonesia ingin Internet yang murah kalau bisa gratis tapi kuenceng dan aman.
- Bangsa Indonesia ingin telepon yang gratis.
- Bangsa Indonesia ingin cari uang sampingan dari Internet dan halal.

Rasanya tiga (3) hal itu yang utama / sering menjadi topik utama bagi tulisan-tulisan khususnya teknologi Informasi. Hal yang tidak berbeda jauh akan kita dapati untuk bidang-bidang lainnya.

## TRIK MENULIS

Menulis adalah seni. Seni menyampaikan sesuatu dalam bentuk tulisan.

- Terlepas dari masalah seni. Terus terang, penulis sendiri menulis karena pelupa. Susah buat mengingat banyak hal dalam kapasitas otak yang kecil. Oleh karena itu semua di di tulis :) .. kita cukup beruntung pada hari ini dengan teknologi wiki dan blog, sangat memudahkan untuk mencari catatan-catatan yang pernah kita tulis sebelumnya dengan memasukan kaya kunci.
- Menulis buku akan sangat mudah, jika kita sudah menulis banyak catatan pendek tentang berbagai hal. Buku sebetulnya lebih pada merangkum berbagai hal yang pendek tersebut menjadi sesuatu yang panjang.
- Menulis sebetulnya lebih menyerupai sutradara. Kita perlu mengatur alur cerita, atau tahapan argumentasi agar mudah di cerna / mudah meyakinkan pembaca. Jika argumentasi kita semrawut kurang runtut maka akan lebih sulit untuk meyakinkan pembaca.
- Menulis akan lebih mudah lagi, jika kita pernah atau sering mempresentasikan hal yang kita tulis. Khususnya bidang IT, sering kali kita harus mempresentasikan sebuah konsep atau teknik berulang-ulang untuk audience / peserta yang berbeda. Jika kita sering mempresentasikan hal tersebut maka secara tidak sadar kita membentuk skenario cerita di kepala kita. Jika skenario tersebut telah matang maka akan sangat mudah untuk membuat sebuah tulisan.
- Membuat skenario tersebut akan sangat dibantu dengan Slide / Power point. Sebuah slide dapat lebih mudah di edit / di atur skenario ceritanya tanpa perlu pusing masalah tata bahasa / susunan kalimat. Sangat di sarankan untuk penulis pemula untuk mulai tulisannya dari slide / power point agar mudah mengatur jalan ceritanya. Tentunya akan lebih baik jika kita dapat beberapa kali mempresentasikan slide tersebut untuk melihat reaksi pendengar.

## **PADA AKHIRNYA JUMLAH PEMBACA MENJADI TUJUAN UTAMA**

Jika kita sudah menjadi seorang penulis yang profesional, maka tujuan utama yang perlu dikejar adalah memperbanyak jumlah pembaca anda. Semakin banyak orang membaca tulisan kita. Semakin banyak pembaca yang terbuka pola pikirnya oleh apa yang kita tulis.

Pada tahapan mencari jumlah pembaca ini teknologi penerbitan konvensional menjadi sangat terbatas,

- Koran akan kesulitan menerbitkan tulisan kita jika tulisan tersebut lebih dari 2 halaman dan topiknya terlalu teknik. Kalaupun terbit jumlah exemplar koran biasanya hanya puluhan ribu. Memang honor tulisan di koran lumayan, sekitar Rp. 250.000 / tulisan.
- Majalah akan kesulitan menerbitkan tulisan kita jika tulisan tersebut lebih dari 4 halaman. Beberapa majalah IT masih dapat menerima topik yang sifatnya teknik. Tapi majalah juga dibatasi oleh jumlah exemplar yang ordenya juga ribuan. Honor tulisan hampir sama dengan koran.
- Buku memang lebih leluasa jumlah halaman bisa mencapai 150-200 halaman. Jika terlalu banyak biasanya penerbit akan menolak karena harga jual buku akan terlalu mahal. Sayangnya, jumlah exemplar buku terbatas, biasanya sekitar 3000 exemplar sekali terbit. Sulit untuk mencetak ulang sebuah buku jika tidak ada jaminan pembeli yang besar. Honor sebuah buku lumayan sekitar 10% dari harga jual buku tersebut; jika harga buku Rp. 30.000,- maka bukan mustahil kita akan memperoleh honor sekitar Rp. 5-6 juta dari sebuah terbitan.
- Televisi merupakan media yang lebih parah lagi. Amat sangat sulit sekali untuk berbicara sangat teknis di Televisi. Di samping itu slot waktu tayang terbatas biasanya hanya praktis 20 menit-an. Belum lagi harga airtime yang sangat mahal.

Mungkin salah satu media yang memungkinkan kita berekspresi dengan mudah tanpa ada banyak batasan adalah Internet. Disini kita dapat menulis dalam bentuk

- Jawaban diskusi (bisa di mailing list, forum, mailing list). Walaupun hanya beberapa kalimat saja, hampir semua forum diskusi mengarsip diskusinya di web. Jadi orang dapat mencari jawaban kita di kemudian hari.
- Blog, untuk tulisan yang agak panjang. Banyak sekali blog-blog gratis di Internet pada hari ini.
- Wiki, ini bagi mereka yang betul-betul suka menulis. Terus terang wiki lebih memudahkan kita melakukan link ke berbagai istilah, konsep, artikel lain dalam artikel yang kita buat. Sayangnya, wiki sulit digunakan bagi kita yang ingin sedikit narsis dan mencantumkan nama penulis di setiap tulisannya.

Kesulitan utama dari media Internet ini adalah dalam mencari rejeki. Di Internet sebagian besar tulisan akan bisa di akses secara gratis oleh pembacanya. Penulis pemula biasanya bingung dia akan dapat rejeki dari mana? Coba bayangkan skenario sederhana di bawah ini,

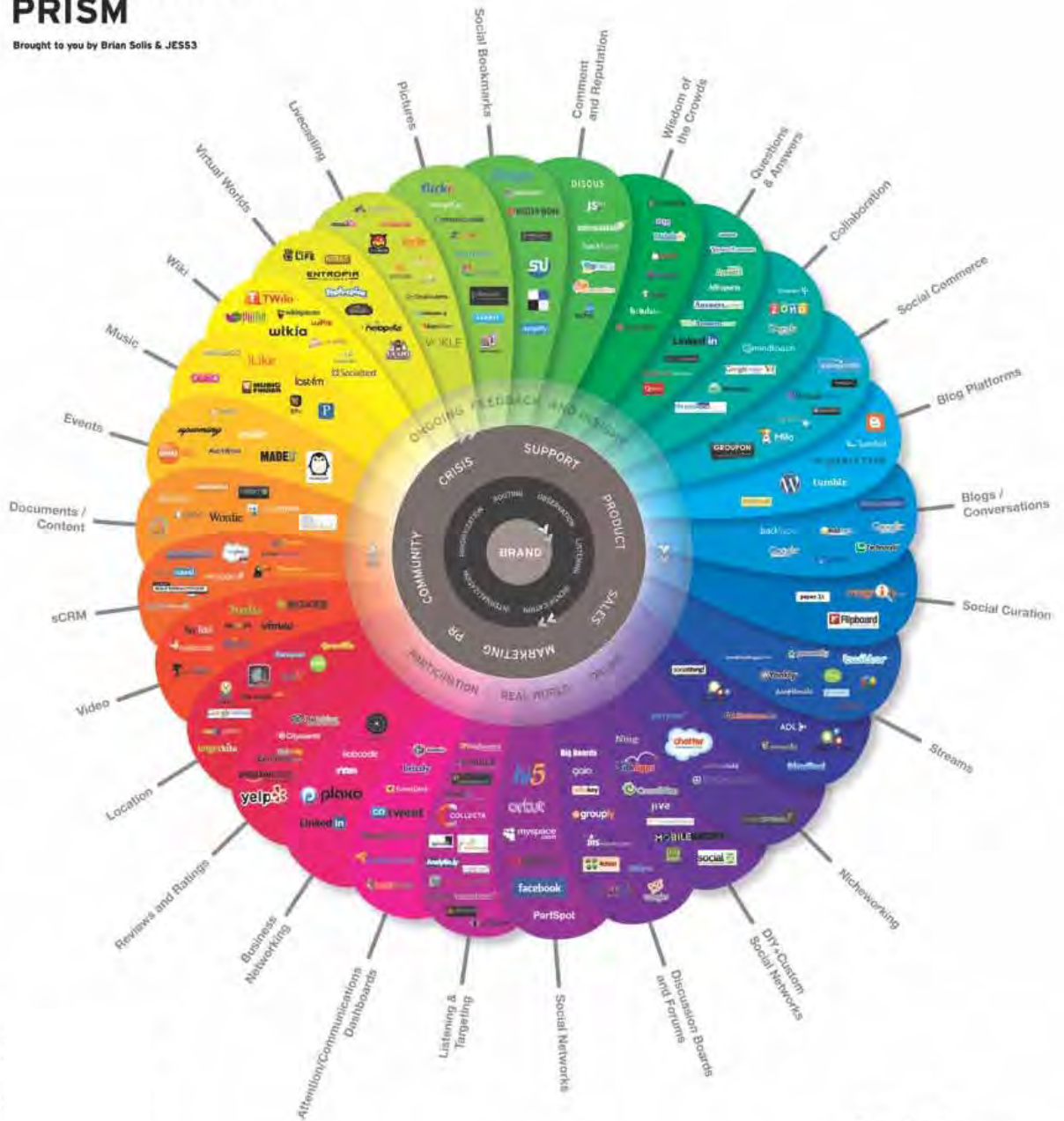
- Kita menulis di Internet
- Banyak pembaca membaca tulisan kita.
- Tulisan tersebut berpengaruh pada pola fikir pembaca.
- Biasanya akan ada yang diuntungkan, bisa komunitas, bisa pemerintah, sukur-sukur vendor atau perusahaan swasta.
- Bukan mustahil mereka yang diuntungkan akan ikhlas memberikan dukungan kepada kita agar kita tetap dapat menulis. Dukungan dapat berupa alat, undangan pembicara di event, sukur-sukur honor.

Jadi rejeki penulis di Internet tidak harus datang langsung dari pembaca-nya, tapi biasanya secara tidak langsung dari mereka yang diuntungkan oleh tulisan kita.

Semoga tulisan ini dapat bermanfaat.

# THE CONVERSATION PRISM

Brought to you by Brian Solis & JESS3



For more information  
check out [theconversationprism.com](http://theconversationprism.com)



Bercerita

# di Dunia Maya

Blontank Poer  
Twitter: @blontankpoer  
URL: <http://blontankpoer.com>

*Mengapa kita lebih leluasa bercerita apa saja, bahkan kadang tentang hal-hal yang tak perlu -seperti sedang sakit perut, jalan-jalan ke mal atau nonton bioskop, lewat Facebook, Twitter atau status Yahoo! Messenger? Kenapa, orang tidak bisa bercerita apa saja lewat blog, selemuas dan senyaman meng-update status di Facebook dan Twitter?*

Kebanyakan orang sudah keder duluan ketika disarankan menuliskan pengalaman atau gagasannya melalui blog. Yang *pertama*, orang cenderung berdalih bahwa menulis untuk blog seperti lazimnya membuat naskah pidato atau paper kerja seperti tugas kuliah. Harus pakai referensilah, mengerti kaidah penulisanlah, atau paham tata bahasa, dan sebagainya.

Alasan *kedua*, menulis untuk blog dianggap seperti layaknya jurnalis menuliskan reportase, sehingga harus aktual dan memenuhi kaidah 5W + 1H. Pokoknya, *What, Who, When, Where, Why* dan *How* harus komplit! Sebab, hasil reportase memang ditujukan untuk memuaskan pembaca melalui sebuah paparan ceritera yang menarik.





## **BENARKAH DEMIKIAN?**

Jawabannya: YA!! Ya, jika Anda memang ingin mempersulit diri-sendiri untuk memulai berbagi ceritera lewat tulisan, layaknya seorang profesor menyiapkan narasi akademis untuk sebuah simposium internasional. Bagus juga *sih* kalau kita bisa membuat tulisan berbobot seperti itu. Tapi, kalau disajikan lewat blog, siapa yang betah membaca?

Saya memilih jawaban TIDAK untuk pertanyaan di atas. Alasannya sederhana: saya ingin berceritera atau menuliskan apa yang sedang ingin saya tulis. Persoalan isinya menyangkut kegelisahan saya melihat situasi sosial-politik yang saya anggap melenceng dari yang seharusnya, itu tergantung *mood*. Juga ketersediaan referensi. Tapi kalau merasa tidak memiliki bekal apa-apa alias sedang jengkel saja, ya saya akan membuat karangan atau ceritera apa saja, demi memuaskan kegelisahan.

Yang penting, ganjalan di pikiran atau perasaan bisa dituntaskan. Dibaca atau tidak oleh orang lain, tak pernah saya jadikan beban, sebab saya menulis untuk kepuasan batin saya sendiri. Walau sejujurnya, akan senang kalau ada orang yang menanggapi, atau berkomentar. Apresiasi pembaca, bagi saya, lebih disikapi sebagai tambahan energi, atau vitamin yang membuat saya bergairah menulis lagi, agar orang lain berkunjung kembali, dan membaca lagi.

## **APAKAH TULISAN DI BLOG HARUS BERAT?**

Kalau saya, secepat kilat akan menjawab TIDAK! Halte bus *TransJakarta* yang tinggi dan curam, mungkin bukan sebuah ‘persoalan’ bagi ratusan ribu manusia yang mencari makan di ibukota. Tapi keberadaan halte-halte untuk calon penumpang *Batik Solo Trans* di Kota Solo bisa menyadarkan dan menggelitik emosi saya, ketika beberapa teman tuna daksa yang setiap hari hidup bersama saya dalam satu rumah, mengeluhkan kesulitan mereka untuk mengaksesnya. Tidak adanya *ramp* dan akses jalan bagi pengguna kursi roda, sama saja memutus hak mereka sebagai warga negara, yang juga membayar pajak untuk gaji-gaji aparatur pemerintah.

Ironi akan lebih terasa jika mengaitkan Solo sebagai kota rehabilitasi cacat pertama dan terbesar di Indonesia. Tak hanya itu, Solo merupakan kota pertama di Indonesia yang memiliki Peraturan Daerah tentang Kesetaraan Difabel atau orang-orang yang memiliki perbedaan kemampuan (*different ability*). Andai Prof. DR. Soeharso masih hidup, pastilah beliau menangis tiada henti, sebab upayanya merintis pusat rehabilitasi direspon pemerintah secara setengah hati.

\*\*\*

## **PERNAHKAH ANDA MENDENGAR OLOK-OLOK, BAHWA TWITTER MENDEKATKAN YANG JAUH, DAN MENJAUHKAN YANG DEKAT?**

Jejaring sosial yang satu ini memang kian populer bagi masyarakat dunia, tak terkecuali Indonesia. Seperti halnya Facebook, Twitter memungkinkan seseorang terhubung dengan orang lain, meski untuk menyampaikan suatu pesan hanya dibatasi hingga 140 karakter. Kemudahan mengunggah (dan berbagi foto/gambar) baik pada Facebook maupun Twitter, kian memudahkan orang untuk 'saling mengenal' satu sama lain. Apalagi, kedua media jejaring sosial itu memang sengaja dibuat guna memenuhi kebutuhan dasar manusia, yakni berkomunikasi.

Semula, kehadiran Facebook dan Twitter terasa sangat berguna bagi orang-orang di yang sibuk atau memiliki kendala waktu dan kesempatan untuk bersosialisasi secara tatap muka, terutama masyarakat perkotaan. Tapi, sejalan dengan kemudahan dan keleluasaan menggunakannya, serta kian luas dan majunya telekomunikasi, orang-orang yang tinggal di pedesaan dan pedalaman atau di tengah laut sekalipun, bisa tetap menjalin komunikasi atau berbagi informasi dari mana saja, tentang apa saja.

Pada beragam kasus, khususnya di Indonesia, Twitter telah menunjukkan keunggulannya dibanding Facebook. Pada peristiwa bencana banjir di Wasior, Papua, tsunami di Mentawai (Sumatera Barat) dan erupsi Gunung Merapi di Jawa Tengah/DIY, Twitter sungguh berhasil 'mendekatkan yang jauh'. Mobilisasi bantuan dan relawan, yang dilakukan oleh banyak kalangan, individu, komunitas atau kelompok, berhasil menutup 'celah kosong' lambannya aparaturnya negara dalam menangani bencana dan korban bencana.

Terbukti kini, dari keberadaan akun Twitter **@jalinmerapi** yang diinisiasi dan dikelola Combine, sebuah organisasi masyarakat sipil di Yogyakarta, tidak banyak terdengar cerita telantarnya pengungsi yang keseluruhannya lebih dari setengah juta manusia! Bahkan, urusan 'nasib' ternak yang ditinggal mengungsi para pemiliknya dan satwa liar, pun tak luput dari perhatian publik karena keberadaan **@relawansatwa**. Dari soal pakan, kebutuhan kandang, keamanannya dari pencuri dan sebagainya, dibereskan oleh

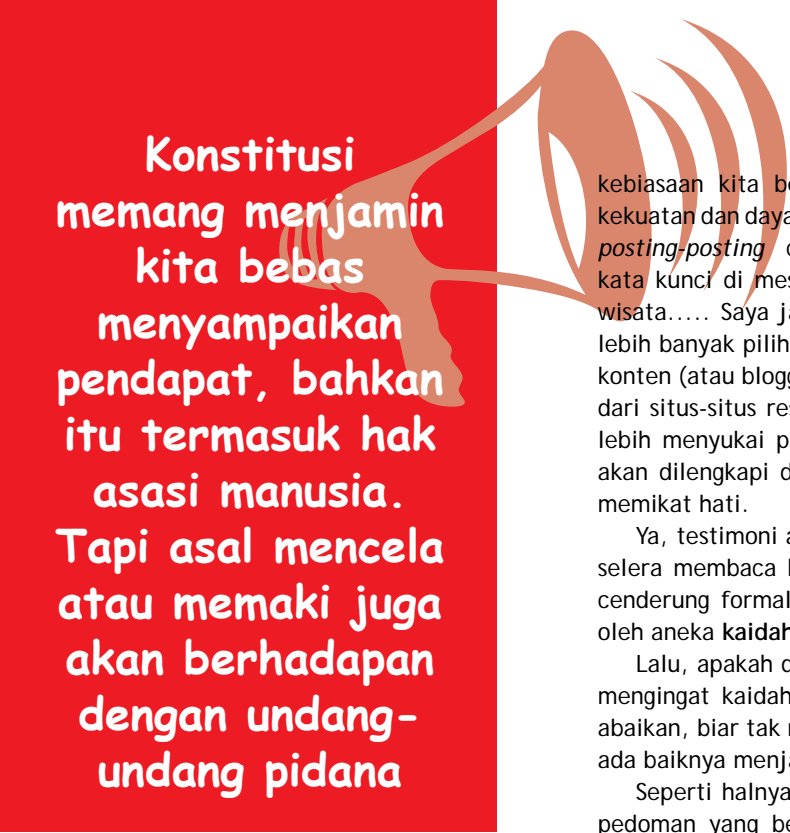
sebuah gerakan masyarakat sipil lewat situs jejaring sosial.

Satu hal menarik, jaringan komunikasi (dan pertemanan) yang semula berlangsung secara *online* di Facebook dan Twitter lantas termanifestasikan secara *offline*, alias adanya kehadiran secara fisik. Dalam kasus bencana Merapi, kehadiran fisik individu/kelompok dengan keragaman latar belakang profesi dan kecakapan dari berbagai daerah di Indonesia digerakkan oleh kepedulian dan semangat berbagi.

Mereka yang hadir, berusaha menunjukkan 'kepedulian' namun menyisipkan agenda tertentu, seperti promosi oleh badan-badan usaha, akhirnya tergusur oleh ketulusan orang-orang untuk berbagi, mengurangi penderitaan orang lain tanpa butuh imbalan atau pujian. Sebuah peristiwa yang lantas membuka nalar dan mengetuk hati banyak pihak, untuk lebih berhati-hati untuk menyusupkan motivasi-motivasi pribadi atau kepentingan industri pada aksi-aksi simpati atau peduli

\*\*\*





**Konstitusi  
memang menjamin  
kita bebas  
menyampaikan  
pendapat, bahkan  
itu termasuk hak  
asasi manusia.  
Tapi asal mencela  
atau memaki juga  
akan berhadapan  
dengan undang-  
undang pidana**

kebiasaan kita bertutur sehari-hari, justru bisa menjadi kekuatan dan daya tarik bagi orang lain untuk setia membaca *posting-posting* ceritera kita. Cobalah Anda ketikkan kata kunci di mesin pencari, hal-hal tentang kuliner atau wisata..... Saya jamin, di hadapan Anda akan terpampang lebih banyak pilihan cerita yang yang dibuat para produsen konten (atau blogger) dibanding produksi kantor berita atau dari situs-situs resmi media massa. Saya yakin, Anda akan lebih menyukai paparan **testimoni** pribadi, yang biasanya akan dilengkapi dengan foto-foto atau bahkan video yang memikat hati.

Ya, testimoni atau kesaksian pasti akan lebih menggoda selera membaca kita dibanding bahasa media massa yang cenderung formal, dan sangat berhati-hati karena terikat oleh aneka **kaidah dan etika**.

Lalu, apakah dalam menuliskan sesuatu, kita juga harus mengingat kaidah dan etika? Untuk kaidah, bolehlah kita abaikan, biar tak memperumit keadaan. Namun, soal etika, ada baiknya menjadi pertimbangan.

Seperti halnya dalam pergaulan sehari-hari, kita punya pedoman yang bersumber pada kesepakatan umum. Kita tidak bisa menjelek-jelekkan atau menyerang pribadi dan lembaga sesuka hati kita. Bicara tidak pantas di muka umum, membuat kita diasingkan lingkungan. Memuji secara berlebihan, pun bisa berakibat tuduhan bahwa kita sedang menjilat. Jadi, yang sedag-sedang saja. Kita bisa menimbang, sampai sejauh mana pernyataan dan cara menyampaikan pernyataan, yang bisa diterima banyak orang.

Namun demikian, bukan berarti kita tak boleh menyampaikan gagasan-gagasan kritis. Catatan atau pernyataan atas sebuah kekurangan atau kritik bisa kita sampaikan pula secara terbuka lewat blog atau media jejaring sosial, seperti halnya dalam kehidupan nyata. Memaki-maki orang tanpa dasar atau tendensius bisa berbuah petaka. Konstitusi memang menjamin kita bebas menyampaikan pendapat, bahkan itu termasuk hak asasi manusia. Tapi asal mencela atau memaki juga akan berhadapan dengan undang-undang pidana.

**Terhadap kasus bencana Merapi**, misalnya, siapapun bisa menjadikannya sebagai bahan ngeblog, selain bisa mengunggahnya lewat catatan atau *note* di Facebook, juga pesan bersambung lewat Twitter. Kita, misalnya, bisa bercerita mengenai pendapat orang-orang di sekitar kita, apakah ia saudara, tetangga atau teman sepermainan, tentang tanggapan berita koran, televisi, atau bahkan kesibukan orang-orang membuat nasi bungkus atau mengumpulkan pakaian layak pakai, atau menghimpun uang atau harta benda untuk keperluan menyumbang pengungsi agar merasa tak menderita sendiri.

Apakah tulisan bertema demikian akan dianggap cengeng? Jawabnya: TIDAK! Sepanjang masa, cerita demikian akan berguna untuk merawat nurani, menumbuhkan kepedulian bagi siapa yang membaca. Orang lain tak perlu menghafal alamat (URL) website/blog kita, sebab mesin pencari sudah bekerja untuk kita, menyimpan atau meng-*index* tulisan dan foto aktivitas keseharian kita yang diunggah di blog.

Penulisan yang spontan, dengan gaya bahasa seperti

\*\*\*

**Kita, mungkin pernah menjumpai** tetangga kita, yang akibat ketiadaan harta, tak mampu berobat ke dokter atau mencari kesembuhan ke rumah sakit. Apalagi, jika si korban tak memiliki kartu jaminan kesehatan. Mungkin, sakitnya 'biasa-biasa saja' alias bukan jenis penyakit yang menarik wartawan media massa untuk meliputnya. Sebagai tetangga, kita punya beberapa pilihan: mengulurkan (lewat mobilisasi) bantuan, membantu menanyakan dan mengurus kartu asuransi ke kelurahan atau sekaligus menceritakan fakta yang kita jumpai lewat tulisan, baik melalui situs jejaring sosial atau blog.

Sepanjang kita berceritera apa adanya, tak ada satu pasal pun yang bisa menjerat atau mengantarkan kita ke balik jeruji penjara. Pasal 34 UUD 1945 sudah memberi jaminan tegas, bahwa *fakir miskin dan anak telantar dipelihara oleh negara*. Jika ada warga negara yang telantar, maka kita bisa menyimpulkan, negara dan aparaturnya telah gagal menjalankan amanat konstitusi.

Menceritakan hal demikian bisa kita niatkan sebagai bagian dari usaha kita untuk merawat kebersamaan dan mengingatkan aparaturnya untuk tidak lalai menjalankan tugas dan melaksanakan amanat konstitusi. Aparatur negara digaji, dan untuk melaksanakan tugas dan kewajibannya sudah dibiayai oleh negara, yang salah satunya berasal dari pajak bumi dan bangunan (PBB), pajak pertambahan nilai (PPN) dan pajak penghasilan (PPH) yang disetor warga negaranya. Baik warga negara, aparaturnya maupun negara, sama-sama punya hak dan kewajiban.

Tak hanya sisi buruk semata, banyak kebaikan-kebaikan atau *success story* yang bisa kita bagikan ceritanya kepada khalayak. Tak jarang, cerita-cerita manis dan serba baik bisa menginspirasi orang lain untuk meniru. Cerita tentang tata kota yang ramah untuk warganya tanpa membeda-bedakan latar belakang dan kemampuan warganya, akan membuat orang penasaran mengunjunginya. Dari pengalaman berkunjung ke kota Anda, seseorang bisa membandingkan lantas berusaha menutupi kekurangan, bahkan berusaha mengungguli kebaikan di daerahnya dibanding Kota Anda. Jika demikian, akan jauh bermanfaat, bukan?

\*\*\*

**Intinya, jangan pernah ragu** dan malu untuk bercerita atau menuturkan sesuatu. Kemampuan memasak dengan hasil superenak pun bisa ditularkan lewat blog atau Facebook. Orang lain bisa belajar dari pengalaman Anda, mulai komposisi bahan dan jenis bumbu yang Anda gunakan, serta cara memasak yang efisien. Makanan yang lezat belum tentu yang berbiaya besar. Siapa tahu, cerita pengalaman memasak Anda bisa ditiru orang lain, atau justru dikembangkan hingga bisa dijadikan rujukan untuk usaha catering atau rumah makan pembaca tulisan Anda.



Jika Anda masih bingung bagaimana membuat blog, sebaiknya tak usah kuatir. Jika bermain Facebook saja Anda mampu, pasti tak akan pernah kesulitan ngeblog. Cukup banyak tutorial membuat blog, bahkan yang berbahasa Indonesia. Pilihan desain/tampilan juga tersedia aneka-rupa. Kalau masih belum puas, pun Anda bisa mencari tutorial atau panduan tata cara membuat desain untuk mengubah tampilan agar blog Anda menarik.

Di Indonesia pun sudah banyak penyedia jasa hosting blog tanpa bayar alias gratisan. Dagdigdug.com, blogdetik.com, kompasiana.com bisa Anda pilih. Kalau mau yang berbayar, pun juga sudah banyak yang memberi fasilitas harga murah, mulai Rp 200 ribu per tahun pun sudah banyak dengan nama domain sesuai keinginan.

Kalau boleh saya sarankan, pilihlah penyedia hosting lokal, baik yang gratisan maupun berbayar. Memang kesannya seperti mengada-ada. Padahal, ada satu yang perlu kita tahu, bahwa penggunaan hosting yang servernya berada di luar negeri, sama saja kita menghambur-hamburkan devisa.

Nalarnya sederhana: setiap mengakses/membuka situs yang servernya di luar negeri, berarti kita membutuhkan

*bandwidth* yang harus kita bayar. Semakin sering mengakses atau makin tinggi intensitasnya, semakin besar biaya *bandwidth* yang harus dikeluarkan karena dihitung berdasarkan *traffic* atau lalu-lintas *download* dan *upload* datanya. Asal tahu saja, nilainya mencapai triliunan rupiah per tahunnya.

Karena server Facebook dan Twitter berada dan dimiliki asing, namun karena kehadirannya nyaris tak bisa kita tolak (setidaknya hingga saat ini), ada baiknya kita menggalakkan menuliskan ceritera-ceritera kita di blog berserver di dalam negeri. Facebook dan Twitter bisa kita gunakan untuk mengarahkan orang membaca posting-posting di blog kita.

Saya membayangkan, kekayaan potensi wisata, sumberdaya dan aneka ceritera tentang Indonesia sangat menarik perhatian masyarakat dunia. Jika kian banyak blog-blog berbahasa Inggris (atau bahasa asing lainnya) yang sarat informasi yang dibutuhkan publik dunia dan ber-*hosting* di dalam negeri, saya yakin devisa yang bisa kita dapat bisa kian membuat masyarakat kita sejahtera.

Selamat datang di dunia blogging, selamat memproduksi konten sebanyak-banyaknya.

# “Membaca Tanpa Bisa Melihat”

Ramaditya Adikara | Twitter: @ramadityaKnight | URL: <http://ramaditya.com>

Pembaca, dunia maya alias internet ternyata tak hanya jadi milik orang berpenglihatan. Saat ini, tunanetra pun tak mau kalah berpartisipasi di ranah online. Ada yang gemar chatting, blogging, Facebook-an, bahkan menghasilkan karya berupa konten-konten yang bermanfaat bagi orang banyak! Wah, kok bisa ya? Padahal tunanetra tidak bisa melihat? Bagi yang penasaran, simak terus artikel ini!

Kalau kita mendengar kata "tunanetra" lalu menghubungkannya dengan akses informasi, biasanya yang terbayang di kepala kita adalah seorang buta yang membaca dan menulis menggunakan Braille, yaitu format huruf timbul yang ditulis dengan cara menusukkan pena ke cetakan khusus yang hasilnya dapat dibaca dengan cara diraba menggunakan jari. Namun, seiring terus berkembangnya teknologi, akses tunanetra terhadap informasi tak hanya terbatas pada bahan berformat Braille saja. Kini, mereka sudah dapat menerima dan memberi informasi lewat internet, yang merupakan sumber informasi terbesar dan terluas di dunia.

Lalu, bagaimana tunanetra dapat berselancar di internet, yang notabene membutuhkan penglihatan untuk dapat mengaksesnya?

Sebelum menjawab pertanyaan tersebut, penulis ingin menyampaikan bahwa untuk mengakses internet, tunanetra juga menggunakan input yang sama dengan orang berpenglihatan. dengan berbekal seperangkat PC, laptop, atau ponsel, tunanetra sudah dapat mengakses informasi seperti halnya rekan-rekan mereka yang berpenglihatan.

Nah, untuk dapat mengakses internet menggunakan perangkat di atas, tunanetra menggunakan aplikasi pembaca layar (screen reader), yaitu perangkat lunak yang berfungsi mengubah teks atau obyek yang tampil di layar ke bentuk suara. Jadi, tunanetra mengakses informasi bukan dengan melihat, namun mendengar keluaran suara yang telah diproses oleh pembaca layar.

Contoh paling sederhana, bila tunanetra mengetik huruf I N T E R N E T S E H A T, maka tiap tombol yang ditekan



akan menghasilkan suara sesuai dengan huruf yang diakses. Nah, semisal di layar monitor terdapat tulisan INTERNET SEHAT, maka bila diakses menggunakan screen reader akan terdengar bunyi "internet sehat" di speaker komputer.

### **PENASARAN INGIN MENCOBANYA?**

Salah satu aplikasi pembaca layar yang paling populer adalah JAWS (Job Access with Speech) yang dapat diunduh di [www.freedomscientific.com](http://www.freedomscientific.com). JAWS dapat dipasang di komputer atau laptop yang menggunakan sistem operasi Windows jenis apa pun, baik yang 32-bit atau 64-bit. Sebelum memutuskan untuk membeli versi utuhnya, Anda dapat menjajal versi demonya yang bisa dipakai selama 40 menit, lalu Anda harus reboot komputer untuk dapat menggunakannya lagi. Untuk ponsel, tunanetra dapat menggunakan Talks ([www.nuance.com/talks](http://www.nuance.com/talks)), atau Mobile Speak ([www.codefactory.es](http://www.codefactory.es)). Tersedia juga Oratio, pembaca layar untuk BlackBerry, namun hingga saat ini baru BlackBerry Curve 8520 yang didukung oleh pembaca layar tersebut.

Bagi tunanetra yang ingin mengakses internet menggunakan perangkat besutan Apple (Macintosh, iPhone, atau iPad), tersedia juga pembaca layar bawaan yang dapat dijalankan dari menu Accessibility. Meski tak senyaman pembaca layar komersial, namun cukup membantu untuk akses perangkat yang bersangkutan.

Berkat adanya teknologi pembantu yang memungkinkan tunanetra mengakses internet ternyata membawa dampak dan manfaat positif yang cukup besar, tak hanya bagi tunanetra sendiri, namun bagi masyarakat pada umumnya.

Bayangkan. Dengan makin banyaknya konten yang dirilis tunanetra di internet, maka semakin banyak pula orang yang sadar dan mengenal dunia tunanetra. Masyarakat jadi tahu bagaimana cara tunanetra hidup dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar, bagaimana tunanetra dapat bersekolah dan bekerja, atau hal-hal unik lainnya yang selama ini "tersembunyi dalam kegelapan" lantaran tunanetra dulunya tak memiliki akses internet semudah sekarang.

Namun, tentu saja masih ada beberapa kendala yang dihadapi tunanetra saat berinteraksi di internet. Dulu, ketika layanan online belum serba otomatis seperti sekarang, tunanetra yang gemar nge-blog atau berbagi informasi via website harus membuat sendiri lamannya menggunakan kode HTML atau Javascript. Salah satunya adalah penulis yang kala itu membangun situs pribadi secara manual.

Jadi, jangan heran bila Anda mengunjungi website buatan tunanetra, maka Anda akan menemukan tulisan yang tidak terbaca lantaran warnanya tidak serasi dengan latarnya, atau foto yang kebesaran (dan tak jarang terbalik posisinya) sehingga menghancurkan konten-konten di sekelilingnya.

Masalah lain yang menghambat tunanetra dalam proses pertukaran informasi di internet adalah masih banyaknya situs yang didesain tanpa mengindahkan struktur aksesibilitas bagi tunanetra, sehingga tunanetra kesulitan mengaksesnya. Selain masalah di atas, tentunya masih banyak persoalan lain yang perlu diperhatikan agar tunanetra dapat lebih mudah dan leluasa dalam ber-internet.

Nah, sekarang Anda pasti penasaran ingin melihat bagaimana hasil karya tunanetra Indonesia yang sudah mejeng di internet, kan?

Yang pertama, tentu saja, adalah laman pribadi milik penulis. Situs yang beralamat di [www.ramaditya.com](http://www.ramaditya.com) ini sudah online sejak 2003, dan masih aktif hingga sekarang, berdampingan dengan akun Multipliy, Facebook, Twitter, dan YouTube, yang juga penulis gunakan sebagai media interaksi di internet.

Lewat situs pribadi dan beberapa akun jejaring sosial di atas, penulis coba berpartisipasi di ranah online dengan menyajikan kisah hidup penulis sebagai jurnalis, pemusik, blogger, dan trainer tunanetra. Penulis juga bercerita tentang berbagai perjalanan keliling Indonesia yang penulis lakukan, baik via foto atau pun video. Ini tentu saja sebagai wujud cinta penulis terhadap Indonesia, sekaligus menunjukkan bahwa ternyata tunanetra pun bisa menyajikan konten berupa foto dan video, meski banyak terdapat kekurangan di sana-sini.

Selain situs pribadi milik penulis, beberapa orang tunanetra di Indonesia yang cukup aktif ber-internet pun mendirikan KARTUNET. Tenang, ini bukan situs film kartun atau kartu telepon, melainkan wadah bagi tunanetra untuk menuangkan karya-karyanya. Ya, karena KARTUNET sendiri merupakan singkatan dari Karya Tunanetra, yang situsnya dapat diakses melalui [www.kartunet.com](http://www.kartunet.com).

Lewat KARTUNET, pengunjung dapat membaca berbagai konten yang dikirimkan oleh tunanetra yang menjadi anggotanya. Ada CERPEN, puisi, bahkan essay yang tak kalah kualitasnya dengan karya penulis-penulis berpenglihatan. Jika ingin berinteraksi dengan anggota KARTUNET, Anda juga dapat bergabung di forum KARTUNET yang juga dimoderatori oleh tunanetra.

Salah seorang pentolan KARTUNET yang bernama lengkap Aris Yohanes ternyata juga menekuni bidang programming! Bayangkan! Tanpa bantuan penglihatan, Aris telah menguasai Visual Basic dan beberapa bahasa pemrograman berbasis teks lainnya.

Kiprah Aris sebagai programmer tunanetra dimulai sekitar tahun 2005, di mana ia mulai belajar bahasa pemrograman lewat artikel-artikel berbahasa Inggris yang diunduhnya. Pria yang gemar mengutak-atik perangkat keras ini pun bergabung di berbagai forum dan milis luar negeri guna menimba ilmu lebih dalam.

Aris kemudian membuat sebuah blog yang beralamat di [www.aris-tutorial-tutorial.netfirms.com](http://www.aris-tutorial-tutorial.netfirms.com), berisi macam-macam tutorial pemrograman yang dikuasainya, yang ditulis menggunakan bahasa Indonesia. Hal ini tentu saja memudahkan pengunjung yang awam bahasa Inggris untuk mempelajari materi yang sebelumnya juga dipelajari Aris.

**Meskipun  
dibatasi oleh  
kekurangan  
fisiknya, namun  
mereka tetap  
berusaha ambil  
bagian dalam  
perkembangan  
internet bangsa kita**

Sayang, karena saat itu Aris menggunakan layanan free hosting, sepertinya situs perdananya itu sudah tidak aktif lagi, mungkin digusur oleh si empunya layanan guna memberi tempat buat mereka yang membayar jasa layanan hosting.

Namun, hal itu tak menyurutkan semangat Aris dalam berkarya. Selain aktif sebagai moderator di KARTUNET, kini Aris pun membuka layanan free hosting yang beralamat di [www.aristeg.com](http://www.aristeg.com).

Tak hanya pria, ternyata wanita tunanetra pun sudah mulai nge-blog. Tengok saja laman pribadi milik Chrysanova Dewi yang beralamat di [www.crisanova.blogspot.com](http://www.crisanova.blogspot.com).

Nova, begitu panggilan akrabnya, sangat menyukai cerita fiksi. Ia pun tertarik menuangkan imajinasinya ke dalam blog. Memang, untuk soal berimajinasi Nova tidak mengalami kesulitan berarti, karena dulunya penglihatan Nova masih dapat berfungsi, namun karena satu dan lain hal kini ia kehilangan fungsi penglihatannya. Soal update, Nova tergolong cukup rajin mengisi blognya. Saat ini, ia tengah menggarap sebuah kisah fiksi bersambung yang selalu di-update setiap bulannya.



Contoh-contoh di atas hanyalah sebagian kecil dari tunanetra Indonesia yang telah aktif berinteraksi dan berkarya di internet. Tanpa kita sadari, mereka telah menjadi bagian dari aktivitas online bangsa kita, yang layak mendapat perhatian dan posisi dalam interaksi konten di dunia maya.

Penulis yakin bahwa banyak di antara pembaca artikel ini yang gemar berinteraksi di internet, apa pun jenis aktivitasnya. Yang menjadi pertanyaan sekarang adalah apakah kita memiliki semangat dan motivasi yang sama dengan rekan-rekan tunanetra di Indonesia, yang meskipun dibatasi oleh kekurangan fisiknya, namun mereka tetap berusaha ambil bagian dalam perkembangan internet bangsa kita?

Setelah selesai membaca artikel ini, cobalah untuk menutup mata barang sejenak. Bayangkan seandainya

penglihatan itu hilang sama sekali, dan Anda tak lagi dapat menggunakannya untuk menatap keindahan dan kemakmuran Indonesia, yang mana seharusnya hal itu dapat Anda tuangkan lewat konten-konten lokal yang bermanfaat dan menggugah hati siapa pun yang membacanya. Lalu, ingatlah mereka, rekan-rekan tunanetra di Indonesia yang saat ini tengah berusaha dengan gigih dan giat untuk menghasilkan hal yang positif menggunakan internet tanpa dibekali penglihatan seperti Anda.

Maka, setelah Anda membuka mata lagi, penulis berharap kesadaran baru akan muncul, yang akan menaikkan semangat dan motivasi Anda untuk lebih rajin dan giat ber-internet, tentunya selain untuk membahagiakan diri sendiri, juga dapat memberikan kontribusi yang positif bagi orang lain.

Selamat berkarya!





# SALURAN SUDAH DIBUKA, KENAPA HARUS TAKUT...

**Rapin Mudiardjo:**

Twitter: @rapinie | URL: <http://mudiardjo.com>

**Sebagian besar dari kita mungkin tidak menyadari (setidaknya masih ragu)** bahwa Konstitusi Negara Kesatuan Republik Indonesia telah memberikan hak penuh kepada warga negaranya untuk menggunakan segala jenis saluran informasi yang ada di jagad raya ini<sup>1</sup>. Salurannya sudah dibuka (diberikan), kenapa kita masih takut. Bagian ini yang akan menjadi pangkal diskursus mengenai peran serta warga negara untuk memanfaatkan segala potensi yang ada pada diri dan lingkungan sekitar untuk pengembangan diri dan lingkungan sosialnya. Dalam konteks kekinian kemudian dikenal sebagai *pewartanya warga (citizen journalist)*.

Revolusi media yang terjadi menyebabkan dunia kita menjadi seolah tanpa batas dan kesempatan setiap individu semakin besar, terutama dalam hal mendapatkan sumber informasi. Revolusi media yang dimaksud dalam hal ini dimulai sejak majunya teknologi internet pada tahun 1990 silam. Pada awalnya masyarakat hanya sebagai pengguna informasi, saat ini masyarakat telah menjadi produsen informasi.

Beragamnya referensi yang tersedia, termasuk kelengkapannya (tools) menjadikan internet sebagai media yang cukup dekat dengan penggunanya. Ambil contoh saja *google*, *wikipedia*, *facebook* atau *twitter* yang begitu mendunia dan memberikan ruang komunikasi yang terbatas. Sehingga keberadaan internet sebagai media sosial menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari perkembangan peradaban masyarakat dunia. Setidaknya dapat kita catat, pengguna internet di Indonesia saat ini menduduki peringkat 5 (lima) dunia (tidak termasuk pengguna 3G), yakni sebesar 34 juta orang. Bisa dibayangkan ruang komunikasi yang demikian terbuka dan memungkinkan terjadinya pertukaran informasi. Dari hasil pertukaran informasi tersebut, seberapa besar memberikan manfaat bagi setiap individunya.

---

<sup>1</sup> Pasal 28 F Undang-Undang Dasar 45 Amandemen Kedua : *setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.*

*\* Pengetahuan tidaklah cukup;  
kita harus mengamalkannya.  
Niat tidaklah cukup; kita harus  
melakukannya.*

*(Johann Wolfgang von Goethe)*

Bila kita cermati lebih lanjut, keinginan publik (pengguna internet/media) adalah turut berpartisipasi (aktif) dalam setiap saluran informasi. Hal inilah yang kemudian peran sumber daya manusia sebagai pelaku, pengguna, kontributor informasi menjadi demikian besar dan terbuka. Sebagai suatu aset intelektual, setiap individu dapat menjadi sumber informasi bagi orang lain. Lihat saja jumlah pemilik akun twitter di Indonesia yang saat ini telah menduduki peringkat 3 (tiga) Asia.

Ilustrasi tersebut tentunya bukanlah isapan jempol belaka. Indonesia sebagai negara kesatuan memiliki “landasan filosofis” yakni sebagai negara yang guyub dan rukun. Dimana setiap individu hidup dalam suatu aturan dan semangat untuk berbagi. Munculnya media sosial seperti *facebook* dan *twitter* semakin menguatkan eksistensi individu bersangkutan di dalam forum (komunitas) yang lebih besar. Dalam dimensi yang lebih sempit (dengan kemudahan yang ada), seharusnya setiap individu dapat mengembangkan diri menuju masyarakat sejahtera (*welfare community*). Sejahtera dalam konteks kemauan berbagi demi tujuan, cita-cita dan kemajuan bersama.

“Ruang demokrasi” telah diberikan oleh konstitusi kita, meski

demikian kebebasan yang diberikan selalu berdampingan dengan tanggung jawab hukum yang melekat pada setiap hidup. Di era yang serba digital ini, informasi menjadi lebih bernilai untuk dipertukarkan. Sehingga tidak bisa tidak, setiap pelaku/pengguna/pembuat informasi selain harus memahami setiap kata yang dituliskan dia juga harus memahami konteks suatu informasi agar terhindar dari tindakan/perbuatan yang berpotensi merugikan orang lain.

Pada tataran itulah kemudian, secara natural terbentuk suatu “hukum demokrasi” di internet. Pengakuan adanya hak berinformasi menjadi keharusan dengan tanpa harus melanggar hak dan atau kepentingan orang lain. Sehingga tidak ada alasan lagi bagi setiap individu untuk berbagi di “ruang demokrasi” yang bernama internet untuk menyampaikan apa yang sesungguhnya menjadi haknya sebagaimana yang diamanatkan oleh Konstitusi.

## **“SURAT KABAR” MASA DEPAN ADA DITANGAN ANDA**

Jatuhnya Pemerintahan Suharto pada tahun 1998 silam merupakan awal awal terjadinya perubahan surat kabar dalam bentuk cetak yang kemudian bertransformasi dalam bentuk elektronik <sup>2</sup> (lihat sejarah media online). Munculnya [www.detik.com](http://www.detik.com) sebagai pelopor “surat kabar” digital merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perubahan budaya (keseharian) pengguna informasi. Selanjutnya beberapa media pendahulunya entah disengaja atau karena tuntutan bisnis kemudian mengubah cara berkomunikasi, dari bentuk kertas menjadi bentuk elektronik.

Sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut, publik mengalami perubahan cara mencari, dan mengumpulkan informasi. Berita yang tadinya hanya diketahui oleh sebagian kalangan saat itu kemudian bias dipertukarkan dengan media elektronik lainnya (mulai dari televisi, radio hingga internet). Saat itu pengguna/pembaca berita mengalami perubahan “budaya” dalam berkomunikasi mengenai informasi yang ada disekelilingnya.

Mekanisme kontrol pun berjalan, media yang tadinya mendapatkan kontrol hanya dari pemerintah (penguasa) saat itu pula mendapatkan kontrol dari pembacanya. Saat ini mekanisme

<sup>2</sup> Sejarah Media Online

<http://madanionline.com/?open=view&newsid=365>

kontrol tersebut semakin di akomodir oleh penyelenggara media. Sebagai contoh, adanya satu kolom yang memang disediakan khusus bagi pembaca untuk menyampaikan unek-uneknya. Sehingga saat ini media (pemberi layanan berita) yang ada tidak saja berasal hanya dari si penyedia layanan berita. Publik dapat berperan aktif (berpartisipasi) dalam kegiatan penyampaian informasi melalui saluran yang disediakan tersebut.

Mencermati tren yang terjadi di seluruh dunia (tidak hanya di Indonesia), jelas terjadi "revolusi media" di kalangan pembaca/pengguna informasi sendiri. Munculnya *blog*, *wiki*, media sosial (*facebook/twitter/flicker*) dan teknologi informasi (telepon dan komputer) semakin menegaskan bahwa media publik tidak melalui berasal dari penyedia layanan informasi (berita).. Telepon pintar berteknologi 3G misalnya, telah menciptakan kesempatan baru kepada publik untuk mencari, mengumpulkan, membuat, berbagi informasi dalam waktu yang singkat. Surat Kabar masa depan saat ini ada di jari anda sekalian.

Mengutip *Johann Wolfgang von Goethe*; "*pengetahuan tidaklah cukup, kita harus mengamalkannya dan niat tidaklah cukup, kita harus melakukannya*". Internet sebagai salah referensi dapat kita manfaatkan untuk pengembangan pribadi dan lingkungan sosial. Media sosial merupakan contoh nyata dimana informasi (pengetahuan) dipertukarkan dan informasi itu kemudian dijadikan referensi. Dalam konteks inilah kemudian para pelaku/pengguna harus dapat sedemikian rupa memanfaatkan saluran informasi yang tersedia. Tunggu apa lagi, lakukan sekarang dimanapun dan kapanpun. Dunia luas ada ditangan anda sekarang.

## PAHAMI HAK DASAR ANDA SEBELUM BERTUKAR INFORMASI

Sadari apa yang menjadi hak (kepentingan hukum) anda sejak dini, karena disitulah Konstitusi kita memberikan perlindungan hukum. Termasuk di dalamnya hak untuk berkomunikasi dan berinformasi dan hak-hak lain yang secara natura melekat pada setiap individu di bumi nusantara. Disamping hak tentunya terdapat kewajiban kita menghormati dan menghargai hak (kepentingan) orang lain.

Pada tahun 2008 lalu, kasus Prita Mulyasari<sup>3</sup> sempat menghebohkan di negara ini karena yang bersangkutan untuk pertama kalinya dipidana dengan menggunakan Pasal 27 ayat 3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Prita dituduh telah mencemarkan nama baik karena telah mengirimkan "curahan hati" nya selama yang bersangkutan menjalani perawatan di Rumah Sakit ONMI International Tangerang dengan menggunakan media elektronik (surat elektronik).

Pasal 27 ayat 3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tersebut mengatur dengan tegas bahwa "*setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik*".

<sup>3</sup> kronologis kasus Prita Mulyasari : <http://www.sumbawanews.com/berita/utama/inilah-kronologis-kasus-prita-mulyasari-pm.html>



Tidak bakunya cara menafsirkan sebuah peraturan (pasal) di negara ini menjadikan perkara tersebut menjadi *blunder* dan berjalan dengan persetujuan kepentingan dari banyak pihak. Termasuk kepentingan politik pada saat itupun (jelang pemilu 2008) masuk di dalamnya. Prita Mulyasari akhirnya harus menelan pil pahit di balik jeruji, meski belakangan Prita Mulyasari dibebaskan. Hal ini merupakan salah satu potret mirisnya penegakan hukum di Indonesia, dimana tidak bisa menempatkan suatu perkara secara proporsional.

Munculnya dukungan terhadap Prita Mulyasari, mulai dari anak kecil hingga pembesar negeri ini merupakan suatu ilustrasi bahwa hukum tidak selalu berjalan dengan kepentingan masyarakat. Media online (internet) sebagai alat penyampai pesan bukanlah alasan untuk memperberat sanksi suatu perbuatan, melainkan untuk memperkuat alasan adanya pelanggaran hak. Karena pemidanaan (hukuman pidana) sesungguhnya bukanlah untuk menimbulkan efek jera, namun bagaimana si pelaku dapat bertanggungjawabkan perbuatan secara proporsional.

Bahkan di kalangan *blogger* pun membuat gerakan nasional untuk “menolak” Pasal 27 ayat 3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, karena telah menghambat orang untuk mengekspresikan pendapatnya melalui media online. Tidak salah, namun menjadikan berpotensi menciptakan suatu kondisi yang tidak pasti lagi. Sesungguhnya Pasal 27 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 memberikan “ruang demokrasi” yakni adanya redaksional (unsur) di dalam pasal. Adapun yang menjadi unsur tindak pidana di dalam Pasal 27 ayat 3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 antara lain ;

1. *setiap orang*
2. *dengan sengaja dan*
3. *tanpa hak*
4. *mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik*
5. *yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik*

Setiap unsur tindak pidana yang tertuang di dalam Pasal 27 ayat 3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 harus dibuktikan. Bila salah satu unsur tidak dapat dibuktikan oleh jaksa penuntut umum maka yang bersangkutan (terdakwa) harus dibebaskan. Unsur “**tanpa hak**” di dalam pasal tersebut merupakan unsur esensial (penting) agar suatu perkara dapat dikenakan pasal ini.

Bila kita kaji lebih lanjut, unsur “tanpa hak” pada kasus Prita Mulyasari merupakan unsur yang sangat esensial. Prita Mulyasari adalah pasien yang memiliki hak untuk diperlakukan sebagai konsumen kesehatan. Kesadaran akan hak sebagai konsumen kesehatan salah satunya adalah mendapatkan informasi sejelas-jelasnya dan seterang-terangnya mengenai kondisi kesehatan yang dialaminya. Bila yang bersangkutan tidak mendapatkan kejelasan/keterangan mengenai hak yang seharusnya diterima, maka yang bersangkutan berhak untuk menuntut pemenuhan hak tersebut.

Selanjutnya bagaimana keterkaitan dengan unsur tindak pidana yang lainnya, bilamana yang bersangkutan mengirimkan surat elektronik tersebut kepada pihak lain dan yang bersangkutan menyampaikan apa yang sesungguhnya menjadi hak daripada konsumen kesehatan seharusnya yang bersangkutan tidak dijatuhi pidana. Karena yang bersangkutan telah menyampaikan apa yang menjadi haknya (konsumen kesehatan). Kecuali di dalam penyampaian informasi tersebut yang bersangkutan menyampaikan informasi yang diluar haknya sebagai konsumen.

Dari ilustrasi diatas, kata kuncinya adalah kesadaran kita akan hak dasar yang dimiliki sebagai pelaku/pembuat/penggiat/produsen informasi (pewartar warga). Seberapa besar atau jauh hak kita adalah selalu berdampingan dengan kewajiban terhadap orang lain atau hak orang lain. Dalam konteks seperti itu, akhirnya sebuah penghargaan akan rasa saling menghormati satu sama lain tetap menjadi yang utama. Jikapun terjadi suatu benturan kepentingan, sampaikan apa yang sesungguhnya menjadi “hak dasar” kita dalam berkomunikasi dan berinformasi di dalam kehidupan keseharian.

Kehadiran media sosial makin memberikan “ruang demokrasi” di Indonesia menjadi lebih terbuka. Bahkan kritik pedaspun tidak jarang menghiasi forum diskusi. Cukup hanya menggerakkan jari jemari kita di ponsel atau di *keyboard* komputer kita sudah dapat berpartisipasi dalam pergaulan di dunia maya. Dalam hitungan detik, seluruh dunia akan mengetahui informasi apa yang anda sampaikan. Khusus para produsen informasi (*blogger*), selain memahami akan adanya hak anda di negara ini, berikan suatu pernyataan hukum (*disclaimer*) guna menegaskan proporsionalitas informasi yang anda sampaikan.

## PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PEWARTA WARGA (CITIZEN JOURNALIST)

Kemajuan teknologi informasi dan media sosial bukan berjalan tanpa suatu masalah. Ketiadaan aturan baku dan multi intepretasinya ketentuan di dalam peraturan membuat “ruang demokrasi” seolah kembali terpasung. Padahal tidaklah demikian, kesadaran kita akan hak yang kita miliki merupakan faktor kunci pada saat kita berkomunikasi melalui media sosial yang ada. Pewarta Warga (*citizen journalist*) di Indonesia mulai marak sejak setiap individu mulai berani menyampaikan informasi melalui media sosial seperti facebook dan twitter. Namun ketidaktahuan dan ketidaksadaran pemilik akun yang dahulu hanya pengguna saat ini telah menjadi produsen informasi menjadikan pangkal seolah media sosial tersebut adalah ruang pribadi.

Dengan munculnya media sosial, informasi pribadi diperlakukan secara terbatas, saat ini “dengan sengaja” didistribusikan ke jalur publik. Batasan “ruang pribadi” dan “ruang publik” menjadi tidak jelas dan kabur. Sebagai contoh penulisan status di *facebook* atau di *twitter* misalnya, kadang merepresentasikan keadaan si pemilik akun. Ditambah fitur dari media sosial tersebut sangat mendukung aktifitas kita dalam berbagi informasi. Mulai pertukaran file dalam



format yang sederhana (file dokumen kerja) hingga format yang lebih kompleks (foto dan film).

Belum lagi, beberapa situs besar seperti *youtube*, *google* dan *yahoo* menyediakan fasilitas atau layanan yang semakin memudahkan setiap individu (pemilik akun) untuk mengeksploitasi informasi yang dimiliki secara nirbayar. Mudah dan cepat seperti ini menjadikan pewarta warga ini menjadi semakin marak. Munculnya “kelompok” yang melibatkan orang dalam berbagai latar belakang menunjukkan aktifitas sosial yang di potret dan disitribusikan oleh anggota kelompok menjadikan media sosial semakin digemari. Selain “otentik” dan “up to date”, hasrat manusia Indonesia (guyub dan rukun) yang selama ini terpendam memiliki saluran sosial yang mudah dan cepatpun terpenuhi.

Pemilik akun yang tadinya hanya pengguna/pemanfaat informasi saat ini telah bertransformasi menjadi pewarta warga yang siap memberitakan informasi yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Mulai dari informasi kemacetan, kesehatan, politik, kejahatan hingga wisata kulinerpun menjadi topik hangat untuk dibagi. Pewarta warga tadi harus memiliki beberapa bekal antara



lain ; (1) pemahaman masalah/topik yang sedang dibicarakan (2) memiliki saringan/filter informasi pribadi (3) pemahaman dan pengakuan mengenai hak dan kewajiban orang lain (4) mengetahui koridor (aturan) yang berlaku umum (5) penghargaan akan hak kekayaan intelektual orang lain.

Berbekal pengalaman dan pemahaman setiap individu telah menciptakan sebuah paradigma baru mengenai “kepatuhan” individu dalam berkomunikasi. Mulai dari diri sendiri untuk menyampaikan informasi yang ada di sekeliling kita secara bertanggung jawab (tidak bertentangan dengan hak dan atau kewajiban orang lain) dengan tetap mengetengahkan proporsionalitas dari sebuah fakta. Terbuka akan kritik (masukan) yang akan mendewasakan “ruang demokrasi” yang telah dijamin oleh Konstitusi kita.

Hukum telah memberikan perlindungan terhadap para pewarta digital dalam konteks privat (sosialisasi antar anggota/kelompok). Hukum yang berlaku adalah hukum tidak tertulis dalam bentuk kesepakatan diantara anggota kelompok). Selanjutnya mengenai perlindungan dalam konteks publik, pewarta digital tetap harus berpegang pada 5 (lima) hal yang telah diuraikan

diasar agar terhindar pelanggaran kepentingan publik (orang lain dan negara). Berpikir sejenak sebelum menyampaikan informasi melalui media online. Saluran sudah dibuka, kenapa harus berhenti disini. Sampaikan apa yang menjadi hak anda sebagai pewarta warga karena konstitusi telah menjamin hak dasar kita untuk berkomunikasi dan bersosialisasi di wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia. Karena pengetahuan yang ada bukan untuk disimpan namun untuk diimplementasikan di dalam kehidupan sehari-hari.” *Think before posting.* (RAM)

# “Menggeser” Jakarta “Menggeser” Jakarta Jakarta Jakarta

Shita Laksmi

Twitter: @slaksmi | URL: <http://slaksmi.wordpress.com>

Titiek Puspa pernah menulis lagu untuk mantan Presiden Soeharto yang berjudul “Bapak Pembangunan.” Kabarnya lagu itu ditulis karena kekaguman Titiek Puspa atas kontribusi Soeharto dalam membangun Indonesia. Kalau saja saya kenal Titiek Puspa, mungkin saya bisa mengajukan ide lain untuk mengubah ide pembangunan menjadi khusus untuk Jakarta. Judul lagu kemudian bisa lebih spesifik menjadi, “Soeharto, Bapak Pembangunan Jakarta”.

Kenapa Jakarta? Karena menurut saya, kontribusi pembangunan utama Soeharto hanya terasa di Jakarta baik yang sifatnya substansial atau infrastruktur.

Coba kita lihat pembangunan di provinsi Banten --yang saat Soeharto menjabat berada menjadi bagian dari Jawa Barat. Provinsi yang hanya berjarak kurang lebih 90 km dari ibukota ini sangat berbeda dari Jakarta. Pertengahan

tahun 2006 kita masih dikejutkan dengan berita ratusan balita yang mengalami busung lapar di Kabupaten Lebak, provinsi Banten. Jangan salah, walaupun sudah berlangsung lima tahun yang lalu, isu soal busung lapar atau gizi buruk itu sampai sekarang belum hilang karena diskusi soal ini, menurut para aktivis informasi di Pusat Informasi Warga<sup>1</sup> di Lebak masih terjadi.

Itu kondisi wilayah yang berjarak dekat dari Jakarta. Jangan tanya kondisi Indonesia di wilayah lain terutama wilayah Timur Indonesia. Untuk akses listrik, Pulau Saponda di Sulawesi Tenggara yang berhadapan langsung dengan Laut Banda hanya punya akses ke listrik dari jam 6 sore sampai tengah malam. Kalau mau kerja lembur, harus dengan lilin.

<sup>1</sup> Pusat Informasi Warga adalah sebuah wadah untuk penyaluran informasi pada masyarakat sekaligus penampungan aspirasi untuk di salurkan pada badan-badan publik yang di harapkan, atau sebagai pusat informasi, layanan, pendampingan, dan kegiatan masyarakat. (<http://kasemen.wordpress.com/>)





Pembangunan Indonesia memang berpusat di Jakarta. Jakarta sentris juga terefleksikan dalam industri media di Indonesia. Kalau kita melihat sistem penyiaran Indonesia sebelum UU Penyiaran No 25 tahun 2002 disahkan, maka yang kita dapatkan adalah sistem penyiaran Jakarta. Semua isi penyiaran dikontrol dari Jakarta. Apa yang penting untuk Jakarta adalah penting untuk semua wilayah di Indonesia. Kalau Anda mau berpartisipasi di televisi maka Anda harus terbang dulu ke Jakarta karena studionya ada di Jakarta. Kalau Jakarta mengalami kemacetan di jalan Sudirman maka seluruh Indonesia perlu mengetahuinya. Bahkan adzan Maghrib di Indonesia pun harus menurut Jakarta karena semua televisi menyiarkan adzan Maghrib berdasarkan waktu Jakarta.

Keterpusatan isi penyiaran belum selesai walaupun UU Penyiaran tahun 2002 sudah memperjuangkan keberagaman isi (*diversity of content*). Sejatinnya, dalam UU Penyiaran, yang berhak melakukan siaran televisi nasional hanyalah Televisi Republik Indonesia (TVRI). Selebihnya harus mengutamakan siaran lokal atau berjaringan. Tentu saja perjuangan untuk keberagaman isi ini belum selesai karena industri penyiaran keberatan dan Peraturan Pemerintah yang tidak sejalan dengan UU nya. Alhasil, kita masih melihat wajah Jakarta di televisi kita.

'Jakarta' sentris tidak hanya terjadi di siaran televisi. Siaran radio juga. Errol Jonathans, Direktur Operasional Suara Surabaya Media bercerita pada saya soal trend radio yang bergaya Jakarta dialami oleh banyak radio non Jakarta terutama yang bersegmen anak muda. Dia mengambil contoh saat menjadi pelatih di dua radio komunitas wilayah Lombok Timur. Peserta sangat fasih berbahasa dan bergaya Jakarta. Hal itu terefleksikan ketika peserta membuat materi siaran, mengembangkan naskah dan bersiaran. Hampir tidak ada gaya Lombok Timur yang mewarnai produksi mereka. Dan ini, mengkhawatirkan.

“Jakarta sentris” ini memang sudah sangat membahayakan karena mayoritas definisi atas sebuah kejadian dimaknai berdasar kacamata Jakarta. Contoh lain adalah definisi soal kota yang sejatinya unik dan disesuaikan dengan lingkungan sekitar.

Marco Kusumawijaya, Direktur *Rujak Center for Urban Studies* yang sedang menginisiasi Jaringan Pengetahuan Perkotaan Indonesia mengatakan, Jakarta terlalu mendominasi wacana soal perkotaan di Indonesia<sup>2</sup>. Kendati Jakarta tidak bisa lagi dijadikan patokan karena sudah kehilangan esensi sebagai kota, tetapi karena wacana Jakarta sebagai kota sangat dominan, Jakarta menjadi referensi utama bagi pembangunan kota-kota lain di Indonesia.

## MENDORONG ISI LOKAL

Lalu apakah ada hubungan antara Jakarta sentris dengan Internet? Buat saya, ada. Apakah Internet bisa membantu menggeser (cerita) Jakarta? Sangat bisa.

Seperti yang kita ketahui, digitalisasi dan teknologi Internet telah merubah cara dunia bekerja. Perubahan terjadi di proses komunikasi yang terjadi di tingkat inter personal dan sosial, prosedur/ protokol politik dan hubungan dengan pemerintah. Semua proses komunikasi ini sedang mengalami pencarian definisi yang baru karena teknologi Internet. Proses komunikasi ini kemudian mempengaruhi transformasi/ perubahan sosial dan partisipasi politik.<sup>3</sup>

Semua orang yang punya akses ke Internet punya hak yang sama untuk bersuara dan menyatakan pendapat. Internet perlahan tetapi pasti telah menggeser industri media yang awalnya terpusat di ruang redaksi. Saat ini, pembaca punya peran yang sangat penting menentukan apa yang baiknya ditulis. Sekarang, *user generated content* web

<sup>2</sup> Marco Kusumawijaya, *Urban Knowledge Dynamics in Indonesian City-Regions*, 2010

<sup>3</sup> Terjemahan bebas dari kalimat pembuka Kertas Posisi Digital Natives, “*Position Papers, Digital Natives with a Cause? Thinkathon*”, Digital Natives, Hivos, The Centre for Internet and Society, December 2010.

menjadi bagian penting dalam industri media.

Ketersediaan informasi yang Jakarta sentris ini bisa mulai dilawan dengan memperbanyak informasi non Jakarta di Internet. Bahwa Indonesia terdiri dari banyak wilayah dengan keragaman masalah yang tidak seringkali tidak terkait dengan Jakarta menjadi penting untuk diperkenalkan. Kita perlu tahu gambaran Indonesia yang lebih utuh ketimbang hanya gambaran Jakarta.

Coba cek misalnya website yang dikelola oleh jaringan media komunitas di Indonesia<sup>4</sup> yang beralamat di <http://suarakomunitas.net>. Suarakomunitas punya sekitar 350 kontributor dari radio dan media komunitas yang tersebar di seluruh Nusantara. Jumlah berita yang diunggah sampai pertengahan tahun 2010 sekitar 2,023 artikel. Jumlah itu mungkin tidak terlalu besar, tetapi upaya untuk mengumpulkan cerita yang punya *news value* itu yang patut diacungi jempol.

Satu cerita datang dari Lombok Utara. Syairi, anggota dari Suarakomunitas yang bermarkas di Primadona FM menuliskan cerita tentang perlunya memperbaiki infrastruktur jalan di Torean. Torean ini sangat strategis karena sebagai jalan penghubung ke Danau Segara Anak dan Gunung Rinjani, dua atraksi turis yang terkenal di Lombok. Lebih dari sekedar turis, jalan itu juga diperlukan untuk ekonomi lokal karena

<sup>4</sup> Data didapat dari Budhi Hermanto, Pemimpin Redaksi SuaraKomunitas, Juli 2010. Data ini pernah diramu oleh Penulis untuk tulisan pendek di Asian Media and Information Centre (AMIC) -yang tidak dipublikasikan, Agustus 2010.





ÜBERTWITTER: APLIKASI TWITTER CLIENT UNTUK BLACKBERRY

hasil bumi seperti jagung, pisang dan kopi harus melalui jalan itu untuk dipasarkan.

Sundawati, Sekretaris Desa mengatakan pada Syaiiri bahwa dia sudah didekati oleh partai politik dan pemerintah lokal yang berjanji akan segera memperbaiki jalan itu. Tapi tidak ada tindak lanjut yang konkrit. Wawancara itu diunggah ke web Suarakomunitas dan diskusi dimulai. Artikel itu mendapat banyak komentar termasuk dari pemerintah lokal yang kemudian memberikan langkah lebih konkrit atas janjinya.

Cerita menarik lainnya datang dari Pattimuan, Jawa Tengah, tentang Kartu Tanda Penduduk (KTP). Yossy Suparyo, salah satu reporter dari Suarakomunitas menuliskan pengalaman pribadi dia dalam mengurus KTP. Dia menuliskan cukup detail kurangnya akuntabilitas dalam proses pembuatan itu seperti ketidakjelasan prosedur dan permintaan tips secara tidak langsung. Ketika cerita ini diunggah, banyak sekali komentar datang sampai Yossy dan keluarga mendapatkan 'ancaman' dari pemerintah lokal di Patimuan. Suarakomunitas tidak tinggal dia dengan 'ancaman' yang ada dan meneruskan cerita itu ke berbagai media dan mendapatkan banyak respon. Tidak hanya dari sesama media komunitas tetapi juga dari media lokal. Diskusi ini membawa perubahan cukup baik karena akhirnya kecamatan Patimuan memperbaiki proses pembuatan KTP menjadi lebih transparan dengan prosedur yang jelas dan tertulis sehingga bisa dibaca oleh semua orang yang ingin mengurus KTP.

### **AKSI DI ATAS INFORMASI (THE ACT UPON INFORMATION)**

Tentu banyak cerita lain yang serupa yang juga inspiratif seperti dua cerita saya diatas. Kasus Prita adalah salah satu contoh yang konkrit soal peran Internet dalam yang bisa menggerakkan semua komponen bangsa untuk merespon adalah contoh nyata bagaimana Internet bisa menjadi medium yang strategis dalam menstimulasi perubahan.

Sebagai individu yang bekerja di isu pembangunan memang menjadi penting buat saya untuk melihat bagaimana informasi bisa menjadi amunisi untuk membuat aksi dan bila berhasil, bisa membawa perubahan. Cerita yang saya tulis diatas menunjukkan bahwa banyak aksi yang dibuat diatas

informasi yang diterima

Aksi yang dibuat atas informasi ini bisa juga sangat spontan seperti yang terjadi tanggal 7 Februari 2011. Tanggal 6 Februari terjadi pembantaian Ahmadiyah di Cikeusik yang direspon ramai sekali di twitter di hari yang sama. Kerisauan individual itu yang menggerakkan Tunggal Pawestri, seorang aktivis perempuan untuk membuat aksi bersama di depan Istana Negara di Jalan Merdeka keesokan harinya. Dibantu baik secara *offline* dan *online* oleh teman-temannya, Tunggal akhirnya bisa memobilisir kurang lebih 80 orang yang kemudian bertambah menjadi ratusan setelah aksi serupa oleh kelompok lain yang diadakan di Bundaran HI bergabung ke Istana. Gerakan yang kemudian ramai disebut dengan #SeninHitam ini sporadis dan dimobilisir secara spontan oleh banyak orang yang mungkin tidak saling mengenal. Gerakan #SeninHitam ini juga berlangsung di kota Jogjakarta dan Medan yang dilakukan tanpa harus koordinasi antar wilayah.

Upaya mendorong aksi diatas informasi ini dilakukan secara sistematis oleh Tactical Technology Collective<sup>5</sup>, organisasi internasional yang punya basis diantaranya Inggris dan India. Mereka mengembangkan website yang membantu

aktivis informasi untuk mengubah informasi menjadi aksi yang mereka beli label, 10 taktik. Cerita 10 taktik ini dikemas dalam bentuk video yang telah diterjemahkan ke lebih dari 20 bahasa dan flash card yang membantu memahami video. Semua ini bisa dengan gratis diunduh.

Banyak hal yang menarik dari website ini, tetapi yang paling menyenangkan adalah membaca cerita inspiertatif dari banyak negara soal upaya mereka membuat perubahan. Contoh terkini yang diunggah ke web itu<sup>6</sup> -saat saya menulis artikel ini adalah "Pemetaan Partisipatif Pelecehan Seksual yang terjadi di Kairo"<sup>7</sup>. Pemetaan yang melibatkan tiga teknologi utama, Ushaidi, Facebook dan Twitter serta kurang lebih 100 sukarelawan itu menjadi sangat hidup karena mengawinkan upaya pengaduan via sms dan facebook juga kegiatan *offline*. Banyak pembelajaran terjadi saat diskusi *offline* yang terkait dengan isu pelecehan seksual. Yang lebih menarik, cerita soal pelecehan seksual itu tidak hanya datang dari perempuan, tetapi juga laki-laki, perempuan asing dan anak-anak.

Kalau melihat cerita-cerita inspiratif seperti itu termasuk potensi yang dimiliki Indonesia sebagai pengguna Internet nomor lima di Asia, Twitter nomor tiga di Asia dan Facebook nomor dua<sup>8</sup> di dunia, maka kita jelas berpotensi membawa aksi diatas informasi dan mudah-mudahan ada perubahan. Perubahan yang saya harapkan akan terjadi di seluruh Indonesia karena berasal dari semua sudut Indonesia, tidak hanya Jakarta.

Karena teknologi Internet, telah memungkinkan kita untuk menggeser dominasi Jakarta. #selesai.

<sup>5</sup> Website: <http://www.informationactivism.org/>. Hivos adalah salah satu pendukung website ini.

<sup>6</sup> Ringkasan dari <http://www.informationactivism.org/en/node/1139>

<sup>7</sup> <http://harassmap.org/>

<sup>8</sup> Dokumen dari ICT Watch, dari beragam sumber.



# Perempuan: Berbuat Sosial dan Bekerja dengan Internet

Ventura Elisawati | Twitter: @venturaE | URL: <http://vlisa.com>

Melalui konten di internet, seseorang bisa berbuat sesuatu. Dari sekadar mencari kawan, bergaul, berbuat sosial untuk sesama, sampai mencari nafkah untuk menghidupi keluarganya.

Ketika musibah Merapi berlangsung, internet terbukti menjadi salah satu media yang punya kekuatan. Dari internet tak hanya disuguhkan informasi tentang kondisi terkini Merapi, tapi juga evakuasi korban, keberadaan pos pengungsian, kebutuhan pengungsi, kurangnya relawan, dan bahkan perilaku aparat yang masih sempat “main-main” di tengah bencana.

Lalu apa bedanya dengan media? Media juga melakukan hal yang sama. Tapi, ada yang berbeda. Media melakukan karena itulah profesi wartawannya. Tapi yang dilakukan netizen - begitu sebutan orang-orang yang aktifitasnya di internet -- dalam musibah Merapi adalah inisiatif spontan warga negara dengan semangat untuk membantu sesama. Tentu masyarakat mengenal Jalin Merapi. Kelompok anak muda yang dibentuk tanpa perlu Pansus ini begitu intensif memberikan berbagai informasi seputar musibah merapi.

Bahkan tak cuma menyebarkan informasi –yang kadang dikutip—oleh media *mainstream*, tapi juga melakukan penggalangan bantuan, baik natura maupun non natura. Jalin merapi mau bergandeng tangan dengan pihak manapun dalam penyebaran informasi, pengumpulan bantuan, distribusi bantuan dan penerahan relawan.

## BERBUAT SOSIAL

Mungkin banyak pihak yang tidak tahu. Tidak semua admin akun Jalin Merapi –di media sosial seperti Facebook dan Twitter-- berada di markasnya, Yogyakarta. Ada seorang ibu yang berada Palangkaraya, yang melamar menjadi relawan Admin media sosial Jalin Merapi. Ibu ini tergerak ingin membantu karena ia merasa bisa berbuat sesuatu melalui internet untuk para korban Merapi, dan tentu saja untuk masyarakat yang ingin mendapatkan update informasi seputar Merapi.

Ibu ini selalu menghubungi posko di jaringan Jalin Merapi, kemudian dia menyebarkannya melalui akun Facebook dan Twitter Jalin Merapi. Dengan informasi yang selalu anyar, dia juga bisa menjawab berbagai pertanyaan masyarakat seputar musibah Merapi. Kegiatannya tak berhenti meskipun erupsi Merapi sudah berakhir.

Ketika banjir lahar dingin menerpa Yogya dan Magelang. Ibu inilah yang menjelaskan pertanyaan-pertanyaan masyarakat melalui akun sosial media Jalin Merapi. “Jalur Magelang-Yogya, putus. Di wilayah Salam lahar dingin menghancurkan jembatan dan menutupi jalan setebal 50cm,” begitu antara lain, dia melaporkan.

# THE CMO'S GUIDE TO: THE SOCIAL LANDSCAPE

2010 IS THE YEAR CMOs WILL HEAVILY INVEST IN SOCIAL MEDIA. HERE'S A GUIDE TO HELP YOU UNDERSTAND HOW BEST TO LEVERAGE MAJOR SOCIAL MEDIA SITES.

**GOOD!**

**OK.**

**BAD!**

## WEBSITE

### CUSTOMER COMMUNICATION

### BRAND EXPOSURE

### TRAFFIC TO YOUR SITE

## SEO

### twitter

A microblogging site that enables users to send 'tweets', or messages of 140 characters or less

Use keyword search monitoring through a program such as Hootsuite, Tweetlump or Radian 6 to track what people are saying about you and your competitors.

Offers unique opportunities for Web site integration and to engage with customers in a viral way, helping your company stand out from the masses.

Potential can be large, but promotion is an art form -- promote your brand too heavily and turn off followers, yet don't promote enough and receive little attention.

Value to your site's SEO is limited, but tweets will rank high in search results -- good for ranking your profile name and breaking news, though shortened URLs are of little benefit.

### facebook

A social networking site where users can add friend, send messages and build their own profile

Great for engaging people who like your brand, want to share their opinions, and participate in giveaways and contests.

Facebook brand pages are great for brand exposure. Jump-start your brand exposure through the ad platform, or hire a Facebook consultant to help you grow your brand presence.

Traffic is decent and on the rise thanks to share buttons and counters, but don't expect massive numbers of unique visitors to go to your site.

Little to no value, aside from blogs picking up and featuring your posted links. Not worth the time expenditure.

### flickr

An image and video hosting website where community members can share and comment on media

Unnecessary to spend too much time on this, though properly tagged photosets of company events can help customers put a face on the team behind your brand.

Participation in industry-related groups might get your photos, and thus your brand, viewed by people with similar interests, but numbers will be small.

Even if you get tens of thousands of visits to a photo hyperlinked with your URL, click-through rates are among the lowest around.

Heavily indexed in search engines, passing links and page ranks. Also helps images rank higher in Google Images and in building inbound links.

### Linked in

A social networking site for business professionals

Not the primary focus, but customer engagement opportunities are possible by answering industry-related questions, establishing yourself as an expert in the field.

Effective for personal branding and demonstrating your organization's professional prowess. Encouraging employees to maintain complete profiles to strengthen your team's reputation is advisable.

Unlikely to drive any significant traffic to your site, though you never know who those few visits might be from -- perhaps a potential client or customer.

Very high page rank -- almost guaranteed on the first page of search results -- especially for your company name or individual employee's names, but that's about it.

### YouTube

A video sharing website where users can share and upload new videos

Whether you seek to entertain, inform, or both, video is a powerful channel for quickly engaging your customers, responding to complaints, and demonstrating your social-media savvy.

One of the most powerful branding tools on the Web when you build your channel, promote via high-traffic sites, and brand your videos.

Traffic goes to the videos. If the goal is to get traffic back to your site, then add a hyperlink in the video description, but don't expect traffic to correlate closely with video views.

Very good for building links back to your site because video search rank high. Also a tried-and-true way for your brand to gain exposure.

### digg

A social news site where users can discover and share content

Not the site's primary strength, though occasionally an objective third-party writeup as a PR effort, perhaps to counteract bad press or customer sentiment, can be promoted.

Opportunities are huge, especially for promoting objective press/blog coverage of your brand. Make sure content doesn't read like an ad, or your site might be banned for being overly commercial.

The grandfather of traffic spikes, so become active in the community or find someone who is. If your site is corporate, then consider launching an industry blog on a noncommercial Web domain to establish yourself as a thought leader.

Very good because even if your story doesn't become popular, then your page will still be indexed quickly. If your story does become popular, this is likely the best site in terms of getting linked to by bloggers.

### StumbleUpon

A social news community where members discover and share webpages

Paid StumbleUpon traffic can be a very targeted method of communicating, but whether you're reaching your existing customers is purely random and costly to determine.

A paid campaign can be good for brand awareness, especially following efforts to get free, organic traffic to your home page. Targeting is very accurate, but keep in mind you're paying 5 cents per visit (\$50 CPW).

Enables a diverse range of people to discover your content and share links via the sup link shortener on Twitter. Tagging helps, but you don't want the same people repeatedly giving you a thumbs-up.

Very good if your story makes it to the top page for its tag. StumbleUpon's large user base enables many people to find and link to your stories. For vanity name searches, profile pages rank well, too.

### Y!b

A social news site where community members can vote on stories

Editor-driven and moderated, so this shouldn't be your primary focus.

Noncommercial sites are heavily favored by moderators, so business sites should not waste time in this uphill battle.

Get in the moderators' good graces, and you have a chance to hit absolutely massive numbers -- but it's a long shot.

If you make the front page of Yahoo, then you will get a ton of backlinks, but chances are unlikely unless you are a large, established brand.

### reddit

A social news community where users post links to the site's home page

The community is fickle, and anything perceived as spam will be destroyed. However, look deep into the categorized 'subreddits' to unearth small niche communities, and you could get valuable feedback.

Unless you're a bacon company, don't try to build your brand here. You'll end up banned from the site without even realizing what happened.

If Reddit loves you, then traffic is often right up there with Digg and StumbleUpon. Be careful: Push too hard for votes from your friends and risk being banned, but don't push at all and you'll wind up with nothing.

Make the front page and many reputable sites will pick up your story, generating valuable backlinks and extending trust to your site.

### del.icio.us

A social bookmarking site used for sharing and storing bookmarked pages

Site is intended for people to bookmark content. You can see what people tag with your brand name, but communication with them is nonexistent.

Not enough ongoing brand recognition to make it worth your while unless you want to be known for providing reference content for later retrieval.

Not as big as it used to be, but informative, massive reference pieces bookmarked for later use can net you a few thousand recurring monthly visitors.

Pretty much everything about the site helps: When your page is bookmarked, it's a direct link back to your site. When you're on the front page of the site, the big category tag pages are full of trust, which will pass directly to your URL.

Internet telah memberi tempat bagi ibu ini untuk berbuat sesuatu. Konten di internet yang dia buat di sela-sela memasak dan mengasuh anaknya, telah menembus ruang dan waktu dan disadari atau tidak, telah memberi manfaat bagi sesama.

Atau seorang sahabat yang aktif di *social media*. Dengan kemampuannya menggugah kawan-kawannya di dunia maya, untuk berbagi ilmu, yang kemudian ia 'wadahi' dalam akademi berbagi. Ini sebuah wadah berbagi ilmu secara gratis yang boleh diikuti siapa saja yang berada di dunia media sosial. Setelah berjalan beberapa bulan, kelas ini pun nyaris sudah menyerupai sebuah akademi betulan, dan ilmu yang dibagikannya pun beragam, tak hanya soal *social media*.

## BEKERJA DENGAN INTERNET

Lain halnya dengan seorang sahabat yang saya kenal melalui dunia maya. Dia seorang ibu dengan dua anak, yang hidup dalam keluarga mapan. Dia ibu rumah tangga yang gemar menulis di berbagai situs, dia juga suka berbagi dalam banyak hal: dari cara mengurus anak, sampai melakukan aksi sosial membantu anak miskin. Tak heran dia memiliki puluhan



ribuan teman dan juga fans di dunia maya.

Selama ini kebutuhan hidup keluarganya dipenuhi oleh sang suami. Namun karena suatu hal perkawinannya kandas. Hak mengasuh kedua anaknya ada padanya. Syukurlah dia orang yang kuat, yang tak mau hancur hidupnya setelah perkawinannya hancur.

Kemampuan menulisnya di berbagai situs di dunia maya, membangkitkan semangat hidup dan semangat menghidupi kedua anaknya. Dia bisa mendapatkan pekerjaan melalui berbagai konten di internet yang dibuatnya. Beberapa produsen mempercayainya untuk membuat ulasan produk. Berbagai bisnis jasa sosial media mempercayainya untuk menjadi *influencer* dalam berbagai kampanye. Tak jarang dia juga diundang untuk berbicara tentang konten dan jejaring sosial di internet.

Mereka, mungkin juga masih banyak perempuan-perempuan lain, tak pernah mengira bahwa konten internet dan internet itu sendiri, telah menghadirkan profesi baru bagi orang yang memiliki jaringan pertemanan yang positif. Profesi mengulas produk melalui blognya, memperkenalkan

produk (*endorser*), *influencer* dan atau sekedar sebagai *buzzer*, adalah profesi yang baru, yang muncul seiring dengan pemanfaatan internet untuk komunikasi pemasaran. Dan profesi ini hanya bisa dimiliki oleh seseorang yang memiliki banyak teman, serta *passion*, dan konsistensi dalam membuat konten di internet. Dengan kata lain, seseorang yang memiliki *personal branding* di dunia maya.

### **MEMBANGUN JEJARING DI DUNIA MAYA**

Tentu untuk menjadi seseorang yang bisa berperan di dunia internet ini perlu proses dan juga konsistensi. Internet adalah medium tanpa batas yang bisa dimanfaatkan oleh siapa saja, gratis. Kalaupun berbayar, paling hanya untuk membeli biaya *bandwidth* yang kita langgani. Yang diperlukan kemudian adalah: bagaimana memanfaatkan medium ini, caranya” baik dalam memilih konten maupun memilih mediumnya.

Yang pasti, kebanyakan dari kita jika ditanya kenapa nge-*blog*, nge-*facebook*, jawabannya adalah untuk mengisi waktu dan menyalurkan hobi menulis, atau tak kurang juga



yang karena suka ngerumpi. Prosesnya dari ide tulisan yang “in” agar bisa mengundang komen, ditulis dengan apik, ditambah dengan ilustrasi foto atau gambar yang segar. Kemudian memilih medium yang pas untuk mempublikasikan ‘karyanya’. Bisa bikin blog, atau di facebook, atau di komunitas maya lainnya.

Ibaratnya orang bergaul di dunia nyata, untuk membangun jejaring di dunia maya, juga perlu usaha dan ketelaten. Contohnya, seorang pemilik *blog* juga harus rajin *blog walking*, bertandang ke *blog-blog* yang lain, meninggalkan pesan atau komen. Begitu pula di Facebook, tak cuma menunggu komen teman di status kita, tapi juga mesti rajin menyapa kawan yang lain, memberi komen statusnya atau fotonya, memberi salam ketika kawan berulang tahun, dan sebagainya.

Tapi apakah membuat konten di internet mutlak hanya milik orang yang memiliki kemampuan menulis? Jangan khawatir. Konten

di internet, tak hanya tulisan, di situ ada foto ada pula video. Hampir semua orang bisa membuat foto dan video, dari alat yang paling sederhana, yaitu fitur yang menempel di hapenya.

Seorang teman lama saya, jujur saja dia gptek (gagap teknologi). Mengenal e-mail baru ketika kantor menggunakan intranet. Dia juga tak pandai menulis artikel. Namun ketika facebook marak, dia tak mau ketinggalan, ikut membuka akun. Walau untuk itu perlu dibantu sana sini.

Memang tak gampang mengajari dia untuk sekadar membuat akun di facebook sekalipun. Namun akhirnya berhasil juga dia memiliki akun di facebook. Ratusan teman-teman sekolahnya bisa dia temukan di situs jejaring sosial tersebut. Setelah tegur sapa, dia ingin lebih dari sekadar bertegur, di ingin seperti yang lain, *update* status dan menampilkan foto-foto miliknya. Ini jadi masalah lagi bagi beberapa temannya, mengajarkan padanya untuk mengunggah foto dan melengkapi fitur *tag*nya.

Bosen dengan memajang foto dirinya, dia mulai memamerkan koleksi batik yang dimilikinya. Kebetulan dia memang penggemar batik, jadi dia bisa memberikan keterangan agak rinci tentang batik koleksinya. Dari corak batik, bahan, sampai asal batik dia sertakan. Kadang-kadang, saran bahwa batik seperti itu pantas untuk rok panjang, pendek atau blus. Ulasan dan foto yang dia tampilkan, tanpa disadarinya telah menjadi konten yang memberi manfaat, setidaknya bagi teman-temannya.

Percakapan tentang batik menjadi seru di *wall*-nya. Beberapa teman menanyakan di mana batik itu bisa dibeli, ada pula yang “maksa” batik koleknya agar dijual. Dari percakapan di jejaring sosial itulah, dia mulai mencoba menawarkan beberapa batik pilihannya. Foto tak lagi dia ambil dengan hape, tapi dengan kamera digital, hasilnya memang cukup bagus.

Tak disangka, usaha iseng-isengnya di internet ini mendapatkan sambutan. Awalnya memang hanya seputar kawan-kawannya saja. Tapi internet itu tanpa batas ruang, dalam waktu yang tak begitu lama, info dari wall ke wall, dari tag ke tag, menghasilkan viral yang luar biasa. Kini ia tak cuma mendapatkan banyak kawan baru atau penghasilan tambahan saja, tapi malah sudah ‘kebanjiran’ order batik melalui



jaringan dunia maya.

Internet telah membuka kehidupan baru baginya. Dia tak mengira bakal jadi pedagang batik. Tapi kini dia telah melakoninya. Dia tak paham internet marketing yang sering di bahas dalam seminar-seminar di hotel berbintang, tapi dia sudah menjadi praktisi di dunia itu.

Dalam 'bermain' dengan konten di internet memang tak semuanya mulus dan berbuah lebat. Ada juga yang sudah mencoba berkali-kali masih nihil, bahkan juga gagal. Ada pula yang justru mendapatkan pengalaman kurang menyenangkan karena konten yang ia unggah di internet, seperti Prita Mulyasari dua tahun silam. Tentu saja, seiring berjalannya waktu, yang berhasil juga jauh lebih dominan. Dan ini yang kemudian menginspirasi banyak pihak untuk masuk ke dunia internet.

Yang pasti, untuk bermain dan mendapatkan manfaat dari internet orang tak perlu mengerti atau ahli teknologi. Justru yang penting punya konten yang akan disampaikan, dan itu bisa apa saja. Bisa pengalaman sehari-hari, kesaksian apa yang kita rasakan, pelaporan apa yang kita lihat, bahkan

juga sekadar bertanya. Di era *user generated content*, itu semua bisa menjadi 'bahan' berita menarik untuk dibagi melalui media kita sendiri.

Tak beda jauh dengan pola konvensional, agar 'khalayak' *online* kenal dan tahu kehadiran konten yang baru kita unggah, ia perlu juga di 'promosi' kan. Misal, melalui kanal-kanal media sosial lainnya yang kita miliki. Intinya adalah bagaimana orang tertarik untuk datang ke 'rumah maya' kita, membaca dan bahkan menyebar luaskan informasi yang kita buat.

Nah, karena internet ini sifatnya tanpa batas, ada hal-hal yang sangat penting yang perlu kita pahami, yaitu rambu-rambunya 'hidup' di dunia tanpa batas ini. Misalnya, konten (tulisan, gambar ataupun video) tidak menyinggung perasaan orang lain, mendiskreditkan pihak lain, mengandung unsur SARA dan pornografi.

Internet, bisa jadi tak pernah menjajikan apapun bagi pemakainya. Tapi banyak pihak telah mendapatkan nilai dan manfaat ketika menyemai konten di internet. Jadi tak ada alasan untuk berhenti membuat konten di internet.

# MENJARING GAGASAN:

## Menjalin Media Sosial & Dinamika Masyarakat sipil di Indonesia (Penutup)



HANYA DUA HARI SETELAH tsunami meluluh-lantakkan semenanjung utara Sumatera Desember 2004, para relawan Airputih berhasil menghubungkan kembali Aceh dengan dunia luar. Tanpa kenal lelah mereka menyediakan fasilitas komunikasi dan koneksi internet yang memungkinkan kerja-kerja kemanusiaan rekonstruksi pasca-bencana dilakukan. Ketika Merapi memuntahkan awan panas, mencabut nyawa ratusan orang dan memaksa belasan ribu warga Yogya dan Jawa Tengah mengungsi di bulan Oktober 2010, para relawan Jalin Merapi memobilisir korps relawan dan bantuan kemanusiaan dengan bantuan Twitter.

Di Aceh dan di Merapi, sisi teknis teknologi bertemu dengan wajah kemanusiaan kita. Lewat Internet dan jejaring sosial kabar duka disebarluaskan, solidaritas digalang, dan bantuan disalurkan. Kecepatan tersiarnya kabar, atau tergalangnya bantuan, sering di luar imajinasi manusiawi kita. Mobilisasi relawan dan besaran bantuan ke Aceh dalam minggu pertama pasca bencana, yang dimungkinkan karena fasilitas komunikasi yang disediakan Airputih, mencengangkan tak hanya bagi kita tapi juga komunitas dunia. Contoh lainnya: kebutuhan 6000 nasi bungkus untuk pengungsi Merapi di Posko Wedi Klaten yang disampaikan Jalin Merapi lewat Twitter (5/11/2010, 19.30) terpenuhi dalam waktu kurang dari setengah jam saja.

Masih banyak kisah serupa, baik ketika bencana alam mendera, maupun saat masalah kemanusiaan, seperti kasus Prita atau Bibit-Candra, mengemuka. Namun tak semua kisah itu berakhir sama. Facebook yang tampil jumawa dalam upaya mengumpulkan koin untuk Prita atau menggalang sejuta dukungan untuk Bibit-Candra, misalnya, nampak tak berdaya membela korban lumpur Lapindo di Sidoarjo sana. Apa sebabnya?

Nampaknya peran manusia tak bisa dilepaskan dalam seluruh cerita ini. Dalam semua cerita tadi, keterlibatan kelompok masyarakat sipil seperti Airputih dan

Yanuar Nugroho |

Twitter: @yanuarnugroho | URL: <http://audentis.wordpress.com/>

Jalin Merapi memainkan arti. Kita tahu, di balik setiap kinerja teknologi, selalu ada faktor agensi. Bagaimana kita memahami kaitan ini?

### **BUKAN SEMATA-MATA SOAL TEKNOLOGI...**

Berkembang dari inovasi teknologi militer yang hanya digunakan segelintir orang, pengguna internet melonjak dari puluhan ribu di awal 1990an menjadi hampir satu milyar satu dekade berikutnya - membuatnya menjadi inovasi teknologi yang mungkin berdifusi paling cepat dalam sejarah manusia modern. Tahun 2007 ada sekitar 1,173 milyar pengguna Internet di seluruh dunia (sekitar 17,8% penduduk bumi) dan angka ini mencapai 1,966 milyar (sekitar 28,7% penduduk bumi) pada tahun 2010 (eTFForecasts, 2007; Internet World Stats, 2007; 2010).

Melonjaknya pengguna ini tentu berkaitan erat dengan makin banyaknya hal yang dapat dilakukan di, dan melalui, internet: mulai dari membaca berita hingga transaksi keuangan, mulai dari mengirim email hingga menghadiri kuliah jarak jauh. Dalam kurang dari dua dekade terakhir, Internet berkembang menjadi apa yang disebut multi-platform. Perkembangan terbesar, barangkali, adalah Web 2.0 - yakni transformasi (dari teknologi Web 1.0) yang memungkinkan pengguna Internet punya kontrol sendiri terhadap data apapun yang akan diunggah, tak hanya yang

diunduh (O'Reilly, 2005). Dengan transformasi ini Web 2.0 mampu melayani sejumlah besar pengguna sekaligus dan, secara teknis, memudahkan transfer data antar aplikasi. Dicatat oleh Kaplan dan Haenlein (2010), bahwa berbagai aplikasi Web 2.0 dirancang dengan dua feature utama: (i) kemampuan berjejaring dan berinteraksi bagi penggunanya, dan (ii) memungkinkan pengguna untuk meng'isi' sendiri aplikasi tersebut. Sejak blog, Wiki, Flickr, Youtube, hingga Facebook dan Twitter, para pengguna -yang aktif menentukan sendiri apa yang ingin disampaikannya- ditempatkan sebagai bagian dari sebuah jejaring besar. Istilah 'media jejaring sosial' (social network media), atau sering juga disebut 'media sosial' (social media) pun, makin mendunia.

Ada tujuh bentuk dasar media sosial ini menurut Mayfield (2008). Pertama, jejaring sosial (social networks) yang memungkinkan penggunanya membangun sendiri komunitas dan jaringannya seperti teman, rekan kerja, partner bisnis, keluarga, dll. Kedua, blog yang bisa dianggap juga sebagai jurnal atau catatan harian pribadi online. Berikutnya, kita kenal wiki yang sebenarnya adalah platform informasi terbuka a la ensiklopedia yang bisa dibuat sendiri isinya. Keempat, podcast, yang memungkinkan pengguna mengunggah data audio dan video. Selanjutnya adalah forum yang memungkinkan penggunanya saling berdiskusi dua arah. Bentuk keenam adalah komunitas konten (content communities) yang isinya spesifik seperti Flickr untuk mengunggah foto dan Youtube untuk video. Bentuk terakhir media sosial ini disebut microblogging karena menggabungkan fasilitas jejaring sosial dan mini-blogging.

Sebenarnya apa yang menarik dalam perkembangan media sosial ini adalah keluasan perilaku berinteraksi, lebih dari soal teknologinya sendiri. Media sosial punya beberapa karakteristik dasar: keterbukaan (openness), partisipasi (participation), perbincangan dua arah (conversation), berfokus pada komunitas (community) dan keterhubungan

(connectedness) (Mayfield, 2008). Dampak media sosial ini sangat konkrit dalam hidup sehari-hari dan dalam aspek lain seperti pendidikan dan bisnis. Departemen Pendidikan di AS mencatat fakta bahwa mahasiswa yang dalam belajarnya aktif mencari informasi secara online berprestasi lebih baik dari mereka yang hanya belajar di kelas (Qualman, 2010). Media sosial memungkinkan konsumen memberi opini tentang produk yang dibelinya dan membagikannya pada orang lain. Tercatat 34% blogger menuliskan pendapatnya soal produk dan merek (Padgett 2010).

Bagaimana di Indonesia? Dari sisi pengguna (users dan subscribers), Indonesia sebenarnya tertinggal dibandingkan negara lain dengan hanya kurang dari 5% populasi (total sekarang 240 juta) menggunakan Internet. Namun prosentase yang kecil ini, sebenarnya cukup besar secara nominal. Menurut APJII pengguna Internet terus bertambah secara signifikan, melonjak lebih dari 770% selama periode 1998-2002, dari 0,5 juta menjadi 4,5 juta (APJII, 2003). Di tahun 2005 angka ini menjadi 16 juta, 20 juta pada 2007, dan melampaui 30 juta pada 2010 (APJII, 2007; Internet World Stats, 2010). Dari perhitungan kasar, saat ini diperkirakan ada lebih dari 45 juta pengguna Internet di tanah air.

Namun perlu dicatat bahwa akses Internet di Indonesia masih amat tak merata. Kesenjangan akses bisa ditemui dalam dua stereotip berikut: kota-desa dan Jawa-luar Jawa. Mereka yang ada di kota bisa mudah mendapatkan akses Internet, bahkan dengan pita-lebar. Sebaliknya yang di desa lebih sulit mendapatkan akses serupa. Mereka yang ada di Jawa (dan Bali) relatif lebih mudah mengakses Internet, apalagi dengan kecepatan tinggi, daripada mereka yang ada di luar Jawa. Dengan kata lain, meminjam istilah Manuel Castells (1999), masih ada 'technological apartheid' di Indonesia. Walau hadirnya teknologi seluler barangkali membantu menjembatani ketimpangan ini -ada sekitar 80 juta warga Indonesia (34% populasi) yang berlangganan jasa seluler— ketakmerataan akses ini tetap jadi masalah utama.

Namun demikian, trend media sosial tetap melanda. Media sosial menduduki tempat cukup tinggi, jika bukan yang tertinggi, dalam anak tangga pemakaian internet di Nusantara. Jumlah pengguna Facebook di Indonesia mencapai 34,298 juta, membuatnya menjadi nomor dua di

dunia setelah AS (Socialbakers, 2011). Dalam penggunaan Twitter, sensus yang dilakukan ComScore (2010) mencatat bahwa di Indonesia 20,8% dari pengguna Internet yang berusia 15 tahun ke atas men'twit'. Ini angka terbesar di dunia, yang lalu disusul Brazil dengan 20,5% dan AS dengan 11,9%. Mudahya akses situs-situs media sosial lewat telepon seluler tentu mempengaruhi besarnya angka-angka ini.

Lantas bagaimana kelompok-kelompok dan penggiat masyarakat sipil di Indonesia memanfaatkan Internet dan media sosial? Dan apa dampak pemanfaatan ini bagi perubahan sosial?

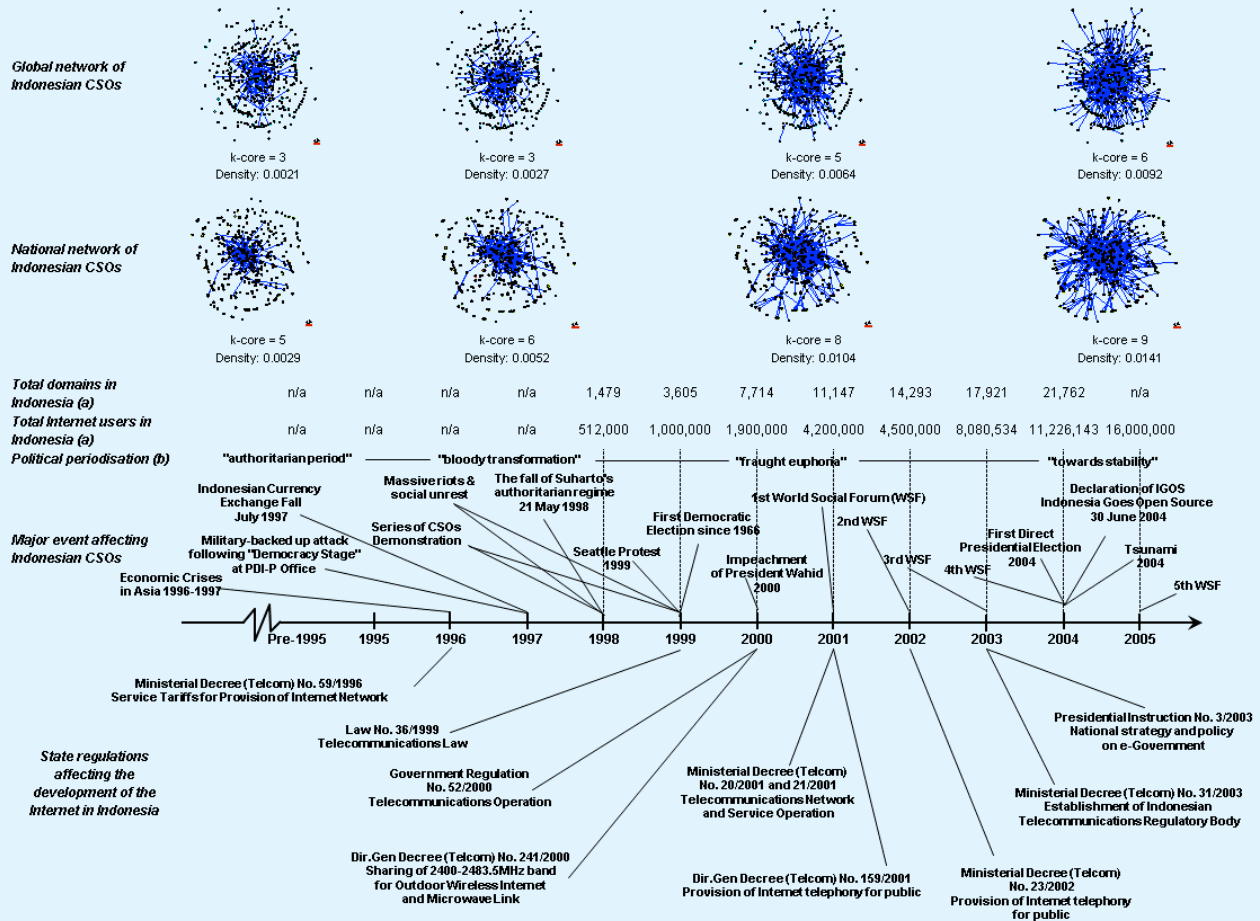
### **... NAMUN SOAL KETERLIBATAN AKTIF MASYARAKAT SIPIL**

AKTIVITAS DAN DINAMIKA masyarakat sipil di Indonesia, suka atau tidak, memang dipengaruhi oleh penggunaan Internet dan media sosial. Dan sebaliknya, penggunaan Internet di Indonesia juga terpengaruh oleh dinamika gerakan masyarakat sipil. Jauh sebelum penyedia jasa Internet menjadi marak, tahun 1990an INFID sudah menyediakan provider bernama NusaNet (dalam bentuk akses dial-up 9.6kbps) bagi aktivis pro-demokrasi. Bersama dengan YLBHI, INFID dan NusaNet melatih tak hanya soal jejaring aktivitas namun juga penggunaan email terenkripsi untuk banyak lembaga non-pemerintah. Jejaring NusaNet inilah yang menjadi tulang-punggung komunikasi dan pengorganisasian kelompok pro-demokrasi ketika mendesakkan pergantian rejim Orde Baru (Nugroho, 2008).

Dalam masa keterbukaan pasca-Soeharto, berbagai kelompok masyarakat sipil menggunakan Internet untuk menciptakan dan memperluas ruang publik, yang kini tak hanya off-line tetapi juga on-line. Yang paling terlihat, barangkali adalah bagaimana Internet dimanfaatkan sebagai alat untuk konsolidasi proses-proses demokratik, untuk mendorong program-program pembangunan dan pengembangan masyarakat, dan advokasi hak-hak sipil-politik dan hak-hak sosial-ekonomi-budaya (Nugroho, 2008; akan datang). Makin banyak aktivitas masyarakat sipil yang langsung terkait dengan Internet: mulai dari partisipasi dalam pemilu dan pengawasan pemilu (Hill, 2003; Hill dan

Sen, 2005), memahami diskursus globalisasi di tingkat akar-rumput (Nugroho, 2010a), memperluas ruang aktivisme publik (Lim, 2002; 2006), hingga pembangunan pedesaan berkelanjutan (Nugroho, 2010b).

Lihat gambar di bawah.



Gambar 1. Lini masa dinamika jaringan masyarakat sipil dan perkembangan Internet di Indonesia 1995-2005

Sumber: Nugroho (2007:280)

a: sumber APJII; b: periodisasi menurut Nugroho dan Tampubolon (2008)

Gambar di atas adalah rangkuman pengamatan atas berkembangnya jejaring sekitar 300 organisasi masyarakat sipil sejak sebelum 1995 hingga satu dekade berikutnya yang ditempatkan dalam dimensi yang sama dengan penambahan jumlah pengguna Internet di tanah air, peristiwa-peristiwa penting dalam gerakan sosial dan kebijakan-kebijakan yang mempengaruhi perkembangan Internet di Indonesia (Nugroho, 2007). Terlihat erat bagaimana aktivisme masyarakat sipil dipengaruhi, dan pada saat yang sama mempengaruhi, dinamika penggunaan Internet di Indonesia.

Dalam nada serupa, kini bisa terlihat bahwa penggunaan media sosial di Indonesia pun mewarnai –dan sebaliknya juga diwarnai oleh– dinamika masyarakat sipil. Kesuksesan penggalangan dukungan untuk Prita atau Bibit-Candra, di satu sisi, tentu tak bisa dilepaskan dari dimanfaatkannya Facebook. Tetapi juga, di sisi lain, keberhasilan gerakan ini

membuat orang makin banyak menggunakan media sosial tersebut – dan lebih penting: makin peduli dengan nilai-nilai yang diperjuangkan.

Apa yang menjadi kunci di sini, nampaknya, bukanlah semata-mata soal media sosialnya, melainkan bagaimana kelompok-kelompok masyarakat sipil tersebut (baik formal ataupun tidak) secara strategis dan politis menggunakan media sosial itu untuk melipatgandakan dampak kerja mereka. Pelipatgandaan kinerja ini terjadi di dua sisi: antar organisasi/kelompok (lewat kolaborasi), dan antara organisasi/kelompok dengan publik (lewat kampanye). Selain itu, juga terlihat jelas bahwa penggunaan media sosial akan makin strategis dan berdampak luas ketika dihubungkan dengan media konvensional seperti media cetak dan audio/ audio visual karena akan menjangkau publik yang tak mendapatkan akses pada Internet.

Efektivitas pemanfaatan media sosial juga meningkat ketika digunakan bersama-sama (dalam konvergensi) dengan media lainnya. Hal ini bisa kita amati dalam aktivitas Jalin Merapi setelah meletusnya Gunung Merapi Oktober 2010. Berita dari lapangan dikirim oleh para relawan ke posko di Bantul lewat HT (handy transceiver), atau pesan singkat SMS. Berita ini direlay ke puluhan ribu follower akun Twitter (@jalinmerapi dan @jalinmerapi\_en), dan secara otomatis muncul di situs <http://merapi.combine.or.id>, disebarakan lewat Facebook page (<http://www.facebook.com/pages/Jalin-Merapi/115264988544379>) dan disiarkan lewat jaringan radio komunitas. Website tersebut berfungsi menjadi landing page yang mengintegrasikan semua informasi dari dan ke publik dan meng-konvergensi-kan semua jenis media yang terlibat (lihat Gambar 2 di bawah).

Dalam masa keterbukaan,  
berbagai kelompok  
masyarakat sipil  
menggunakan Internet  
untuk menciptakan dan  
memperluas ruang publik,  
yang kini tak hanya off-line  
tetapi juga on-line



Tentang Jalin Merapi | Peta Jaringan | Kontak Posko | Peta Situs

08180 438 9000  
ketik: MERAPI <spasi> isi pesan

12/02/11 09:27 081805942550 : MERAPI Bagaimana kondisi Gem  
Indeks sms

GABUNG sbg RELAWAN | Daftar Kebutuhan Posko | Sampaikan Bantuan Anda | Data Penyaluran Bantuan via Jalin Merapi | PETA SEBARAN POSKO PENGUNSIAN dan ZONA AMAN | ? Situasi Dusun Pasca Etnpsi 2010

13 Feb 11, 14:05 WIB  
JOGJA - MAGELANG  
JUMOYO : PADAT  
pelapor: Administrator  
CCTV JUMOYO | CCTV Jalan Magelang

Saluran Bantuan:  
Donate  
Diantar langsung ke lokasi kontak dibawah ini, atau transfer bank ke

CIMB NIAGA  
Cab. Slamet Riyadi Solo  
acc. 056-010422-1003  
SWIFT CODE : BNIADJA  
a/n Yayasan COMBINE Resource Institution

Kontak di Jalin Merapi  
Kontak Posko di Jogja:  
COMBINE Resource Institution  
JI KH Ali Maksum 183 Pelemsewu,  
Panggunharjo, Sewon - Bantul, DIY.  
55188  
Telp 0274 411 123 /  
0274 - 749 8131 (TELP SAJA)  
SMS: 08180 438 9000 (SMS SAJA)

Peta Lokasi Posko Jalin Merapi

Kontak YIM Chat  
- JM Induk  
- JM Jumoyo - Muntilan  
- JM Cangkringan Sleman  
- JM Dukun Magelang

JALIN MERAPI  
jalinmerapi

#GEMPA RT @infoBMKG  
Mag:3.9SR,13Feb 19:51 WIB  
Lok:8.11 LS,110.34 BT (24km  
BaratDaya BANTUL-DIY),  
Kedlmn:10 Km Dirskan Yogyakarta  
II-III MMI  
6 hours ago · reply

12.33 #INFOLALIN RT @osirocita  
Jalur jogja-magelang daerah Salam  
ramai lancar. #merapi  
13 hours ago · reply

7.05 Jalur Jogja-Magelang dan  
sebaliknya AMAN LANCAR RT  
@blonmenariko jalan Jogja ke  
Magelang apa bs dilalui pagi ini?  
19 hours ago · reply

INFO RT @sudjwotedjo: Dusun  
Tutup Ngisor Lereng #Merapi  
cepat luar bisa ada 70 kepala

twitter Join the conversation

Temukan kami di Facebook  
Jalin Merapi  
Anda menyukai ini. Tidak Suka

Jalin Merapi  
Buat Merapi Tersenyum Kembali  
Fakultas Kehutanan Universitas gadjah  
Mada (UGM) bekerjasama dengan Radio  
Komunitas Lintas Merapi (Sidorejo),  
Plugin sosial Facebook

INFO MERAPI

SHOUTBOX

13 Feb 2011 @dimasfrotor 13 Feb '11 20:44 · reply

Gambar 2.

Website Jalin Merapi

Sumber: <http://merapi.combine.or.id> –  
dikunjungi 13/2/2011, 20.44WIB

Menilik beragamnya media sosial dan mereka yang menggunakannya, berbagai komunitas masyarakat sipil memang dituntut untuk lebih taktis kalau mau memanfaatkan inovasi teknologi ini. Dari pengamatan terbatas dalam studi yang dilakukan baru-baru ini (2010), strategi media sosial nampaknya makin dibutuhkan oleh kelompok masyarakat sipil. Wadah seperti AIMI (Asosiasi Ibu Menyusui Indonesia, <http://aimi-asi.org/>), misalnya, punya strategi media yang sederhana namun menarik, dan berfungsi baik. Di AIMI, Twitter digunakan untuk pemasaran (menyebarkan gagasan, menarik simpatisan dan calon anggota), Facebook group

digunakan sebagai sarana berdiskusi antar anggota untuk saling mendukung, mailing list dan email digunakan untuk konseling. Dan seperti Jalin Merapi, website organisasi lantas menjadi landing page sekaligus blog yang praktis berfungsi sebagai portal bagi para anggota atau simpatisan AIMI. Namun sayangnya, tak banyak komunitas masyarakat sipil yang punya strategi jelas dalam memanfaatkan media sosial.

Konvergensi antara media sosial (Facebook, Twitter, Blog) dan media konvensional (radio komunitas, HT, SMS) seperti di Jalin Merapi, atau strategi media sosial seperti di AIMI tidak terjadi dalam ruang kosong. Tanpa keterlibatan Combine Resource Institution, sebuah lembaga nirlaba di Yogyakarta, yang mengkoordinasikan gerak relawan Jalin Merapi dan mengelola infrastruktur media, konvergensi teknologi itu tak akan terjadi. Ditto, karena kerja keras para pegiat di AIMI yang secara sukarela menjadi administrator, maka kampanye tentang pentingnya ASI, diskusi dan konseling melalui berbagai media sosial itu tak akan terjadi. Hal serupa kita temui di aksi Koin Prita ataupun Sejuta Dukungan untuk Bibit-Candra. Selalu ada agensi, orang konkrit pada ruang dan waktu tertentu, yang terlibat di sana. Hanya melalui agensi ini teknologi sebagai struktur yang cenderung membatasi (karena desain spesifikasi teknis yang terbatas) bisa diubah menjadi struktur yang membebaskan (karena strategi dan nuansa penggunaan).

Dengan kata lain, adalah naif untuk semata-mata melihat aspek teknis media sosial, apalagi akses terhadap Internet, sebagai penentu keberhasilan sebuah gerakan masyarakat sipil (atau perubahan sosial) dan mengabaikan faktor manusianya. Kenaifan yang sama terjadi jika kita semata-mata melihat aspek manusianya dan mengabaikan bagaimana aspek teknikalitas media sosial dan Internet mampu mempengaruhi kinerja manusiawi itu. Lewat kacamata ini, barangkali kini kita bisa melihat mengapa sebuah upaya pemanfaatan media sosial untuk perubahan bisa berhasil ataupun gagal.

Tanpa bermaksud menghakimi atau mengevaluasi, mari kita lihat kasus Lumpur Lapindo yang solidaritas terhadap korban-korbannya juga digalang lewat media sosial (Facebook, blog, twitter). Dibandingkan dengan Koin Prita atau Dukungan untuk Bibit-Candra, Solidaritas Korban Lapindo relatif tak sesukses yang lain - advokasi terhadap korban tak berjalan seperti yang diharapkan, kampanye masyarakat sipil tak berhasil membuat pemerintah berubah sikap untuk berpihak kepada korban. Beberapa analisis menggarisbawahi adanya faktor eksternal berskala besar yang sukar dihadapi organisasi masyarakat sipil, seperti aspek ekonomi-bisnis dan politik, yang terlibat. Analisis lainnya melihat absennya koneksi media sosial dengan media konvensional. Sementara analisis-analisis ini barangkali punya derajat kebenaran, aspek agensi -orang—jarang disinggung di situ. Padahal, upaya membela korban Lumpur Lapindo ini bukan hanya soal teknis media sosial melainkan juga soal keterlibatan agensi. Misalnya, pelibatan warga lokal dan pengungsi bisa menjadi strategi konvergensi media (serupa Jalin Merapi), sementara di level organisasi (Koalisi LSM) bisa dirancang strategi media sosialnya dan bagaimana menghubungkannya dengan media konvensional. Tentu, ini semua masih sekedar spekulasi - namun intinya, aspek agensi tak boleh dihilangkan dari peta pemanfaatan teknologi oleh masyarakat sipil.

## AKHIRNYA: SEBUAH IMPERATIF

KARENA ITU, semoga menjadi jelas bahwa imperatif dari pemahaman ini adalah bagaimana komunitas atau kelompok-kelompok masyarakat sipil harus punya strategi untuk tak hanya mengikuti perkembangan teknologi media sosial dan Internet terkini, namun justru lebih penting, menyiapkan agensi-agensi (aktivis, pegiat, staf, relawan, kelompok dampingan, dll.) untuk punya ketrampilan, nilai dan sikap dalam menggunakan teknologi tersebut. Salah satu nilai yang cukup sentral di sini adalah upaya agar masyarakat sipil tidak hanya menjadi penikmat informasi atau konten digital.

Lewat penggunaan Internet dan media sosial ini terlihat bagaimana kelompok masyarakat sipil di Indonesia lambat-laut mengubah posisinya dari sekedar konsumen menjadi produsen informasi dan konten digital di Internet. Mulai dari hal yang terlihat sederhana seperti penyebaran informasi melalui mailing list 'Apakabar' di jaman Soeharto dulu, hingga blogging, tweeting, dan facebooking untuk kampanye atau menggalang masa dalam aksi damai Sejuta Lilin di Monas di masa pemerintahan SBY, misalnya. Perubahan peran dari konsumen menjadi produsen ini, lewat Web 2.0, sesungguhnya memperluas ruang publik masyarakat sipil. Ruang ini kini tak terbatas lagi pada ruang fisik (alun-alun, balaikota, taman), tetapi juga non-fisik/digital/siber. Perluasan ini membawa dua lapis konsekuensi: (i) yang tak hanya internal bagi organisasi masyarakat sipil, tapi juga eksternal; dan (2) konsekuensi sosio-teknikal, dan konsekuensi politis yang mesti dipertimbangkan.

Pertama, partisipasi kelompok masyarakat sipil di dalam penggunaan strategis Internet dan media sosial membuka kesempatan lebih luas bagi publik untuk terlibat dalam aktivitas sosial-politik. Dari perspektif internal organisasi, penggunaan Internet dan media sosial telah memfasilitasi

perubahan kualitatif bagaimana kelompok-kelompok masyarakat sipil ini melihat dirinya sendiri, pekerjaannya, dan relasinya dengan kelompok lain dan masyarakat atau kelompok dampungannya. Secara lebih khusus, barangkali, penggunaan Internet dan media sosial ini telah membantu kelompok-kelompok masyarakat sipil ini untuk memposisikan dirinya dalam peta global gerakan sosial: menyadari bahwa diri mereka, walau adalah kelompok lokal adalah bagian dari sebuah gerakan global, yang memikirkan persoalan-persoalan global, yang sebenarnya berakar di isu-isu lokal juga.

Kedua, Internet dan media sosial bukanlah hanya tentang jejaring komputer, kabel, ataupun modem dan router; melainkan jejaring manusia. Kelompok masyarakat sipil juga adalah tentang jejaring individu dan komunitas yang punya minat dan kepedulian yang mirip atau sama. Seperti sudah dibahas sebelumnya (dan nanti di halaman-halaman berikutnya buku ini) dampak penggunaan Internet dan media sosial jelas jauh melampaui manfaat teknis komunikasi dan akses data belaka. Juga di sisi lain, masalah dan kesulitan yang dialami oleh berbagai kelompok masyarakat sipil dalam penggunaannya justru lebih sering berakar pada aspek-aspek non-teknologisnya. Karena itu, kepercayaan pada teknologi maupun pada karakter organisasi (atau kelompok/individu) lain adalah kunci dalam keberhasilan memanfaatkan Internet dan media sosial secara strategis dan politis.

Pada akhirnya, kita bisa melihat bahwa penggunaan Internet dan media sosial di berbagai kelompok/komunitas sipil sebenarnya telah memperkuat posisi tawar masyarakat sipil di Indonesia, di hadapan negara dan pemerintah serta bisnis dan pasar. Pemahaman atas daya transformatif Internet dan media sosial, sekaligus atas daya-daya manusiawi penggunaannya, semestinya membuat berbagai kelompok masyarakat sipil ini makin efektif, strategis, dan politis dalam memanfaatkan teknologi, sedemikian rupa sehingga akan terus mengembangkan dan memperkuat masyarakat sipil itu sendiri.

# “Beberapa Rujukan untuk Tulisan Yanuar Nugroho”

- APJII (2003) Statistics of APJII. APJII (Indonesian Internet Service Providers Association), <http://www.apjii.or.id/dokumentasi/statistik.php?lang=en>
- APJII (2007) Statistics of APJII. APJII (Indonesian Internet Service Providers Association), <http://www.apjii.or.id/dokumentasi/statistik.php?lang=en>
- ComScore (2010) Indonesia, Brazil and Venezuela Boast Highest Twitter Penetration in the World, [http://www.comscore.com/Press\\_Events/Press\\_Releases/2010/8/Indonesia\\_Brazil\\_and\\_Venezuela\\_Lead\\_Global\\_Surge\\_in\\_Twitter\\_Usage](http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/8/Indonesia_Brazil_and_Venezuela_Lead_Global_Surge_in_Twitter_Usage)
- eTForecasts (2007) World usage patterns & demographics. <http://www.etcnewmedia.com/review/default.asp?SectionID=10>.
- Hill, D.T. (2003) Communication for a New Democracy. Indonesia's First Online Elections. *The Pacific Review*, 16(4), 525-548.
- Hill, D.T. & K. Sen (2005) *The Internet in Indonesia's New Democracy*, London and New York: Routledge.
- Internet World Stats (2007) Internet usage and population statistics. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, visited July 2007.
- Kaplan, A.M. & M. Haenlein (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53, 59 - 68.
- Mayfield, A (2008) *What Is Social Media? : iCrossing*.
- Lim, M. (2002) Cyber-civic Space. From Panopticon to Pandemonium? *International Development and Planning Review*, 24(4), 383-400.
- Lim, M. (2006) Cyber-Urban Activism and the Political Change in Indonesia. *EastBound*, 1(1), <http://www.eastbound.info/journal/2006-1/>.
- Nugroho, Y. (2007) Does the internet transform civil society? The case of civil society organisations in Indonesia. PhD. thesis. Manchester: The University of Manchester.
- Nugroho, Y. (2008) Adopting technology, transforming society: The Internet and the reshaping of civil society activism in Indonesia. *International Journal of Emerging Technologies and Society*, 6(2), 77-105.
- Nugroho, Y. (2010) Localising the global, globalising the local: The role of the internet in shaping globalisation discourse in Indonesian NGOs. *Journal of International Development*, n/a. doi: 10.1002/jid.1733 (versi online, versi cetak sedang dalam proses)
- Nugroho, Y. (2010b) NGOs, the Internet and sustainable rural development: The case of Indonesia. *Information Communication and Society*, 13(1), 88-120.
- Nugroho, Y. (akan datang) Opening the black box: The adoption of innovations in the voluntary sector - The case of Indonesian civil society organizations. *Research Policy*.
- Nugroho, Y., Tampubolon, G. (2008) Network Dynamics in the Transition to Democracy: Mapping Global Networks of Contemporary Indonesian Civil Society. *Sociological Research Online*, 13(5), <http://www.ocresonline.org.uk/13/5/3.html>.
- O'Reilly, T. (2005) *What Is Web 2.0 : Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* [Online]. O'Reilly Media, Inc.
- Padgett, S.M. (2010) Gov2.0: Disaster Management operations enhanced by social media.
- Qualman, E. (2010) *Social Media Revolution 2* (Refresh) [Online]. [socialnomics.net](http://socialnomics.net). Available: <http://socialnomics.net/2010/05/05/social-media-revolution-2-refresh/>
- Socialbakers (2011) Facebook user statistics, 2011. <http://www.socialbakers.com>



### HOW IDENTITIES WERE STOLEN TODAY

1. **HACKERS**
2. **ACCIDENTALLY MADE PUBLIC**
3. **THEFT OR LOSS OF COMPUTER OR DRIVE**

[more info »](#)



**CYBERCRIME  
INDEX**  
Norton  
LABORATORIES



**109**  
index

**4%**  
change



**PROTECT  
YOURSELF**

=====

Creative Common License: Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported  
(CC BY-NC-SA 3.0) <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

=====

<http://linimassa.org>  
<http://kalamkata.org>  
<http://internetsehat.org>

# TRENDS

**FACEBOOK**  
 makin banyak & kuat  
 B GROUP  
 - notice  
 - update info

**GOOGLE SEARCH**  
 - lebih fair  
 - compare  
 =  
 - Better information?

**KOPDINTZ**

**YOUTUBE**  
 Upload gampang

**FAN PAGE**

FB fan page  
 isu wacana →  
 FB notes

Mengantarkan  
 mahasiswa (NM, MI)

Online Collaboration  
 - Google docs

Cloud Computing

MEMPERKUAT  
 PRODUK LOKAL  
 MEMBUKA PASAR  
 LOKAL YANG LEBIH BESAR

JUMLAH online  
 - R FB  
 - & BBM group

photo bucket

**FUCKER**

**MILIS**

Forum Online  
 FJB, Hobby  
 politik & berita

Mencari pekerjaan  
 online

**TWITTER**  
 makin banyak

PERKEMBANGAN EKONOMI  
 KE ARAH  
 MIKRO EKONOMI

**MULTIPLY**  
 - jumlah online  
 - localized

**ENTREPRENEURSHIP ONLINE**

SERVER/  
 HOSTING LOKAL  
 lokal partner

Dokumentasi Penelitian  
 Manchester University & HIVOS



Dokumentasi Penelitian  
 Manchester University & HIVOS

disain grafis: studio5  
 fotografer: sixsevenphotography.com  
 chickenstrip: chickenstrip.org

