

Jaringan Proses *Gatewatching* pada *User Generated Content* di Pasangmata.com

Emma Rahmawati¹, Udi Rusadi²

¹Alumni IISIP Jakarta ²Dosen Ilmu Komunikasi

Abstrak

Artikel ini melaporkan hasil penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana jaringan proses *gatewatching* pada media online Pasangmata.com. Metode yang digunakan ialah studi kasus dalam paradigma post-positivisme. Hasil penelitian menjelaskan jaringan proses *gatewatching* dibangun mulai dari pengguna hingga *newsroom* berbasis web dengan administrator sebagai penjaga konten. Namun *gatewatching* dilakukan hanya pada tahapan *cross newsroom* proses selanjutnya kembali dilakukan sebagaimana pada tahap *gatekeeping* era tradisional. Konten di moderasi untuk menjaga kualitas agar tetap pada standar jurnalistik. Pasangmata.com dalam berbagi konten dengan lini Detikcom Pasangmata menggunakan *gatewatching* sedangkan Detikcom menggunakan *gatekeeping*. Pengguna diperbolehkan menggunakan anonim untuk menjaga narasumber dari ancaman. Disarankan menggunakan *gatewatching full open news site*, agar meningkatkan lagi proses literasi media pada pengguna dan penggunaan konten anonim sebaiknya diperketat dan dikurangi, agar tetap menjaga kredibilitas Pasangmata.com.

This article discusses the network of gatewatching processes on Postingmata.com. This study employs case study method in the post-positivism paradigm. The results of the study explain the network of gatewatching processes built from users to web-based newsrooms with administrators as content guards. However, gatewatching is only done at the cross-newsroom stage. The following process is again carried out as in the traditional era gatekeeping stage. Content is moderated to maintain quality so that it stays at journalistic standards. Pasangmata.com employs gatewatching process whereas Detik.com employs gatekeeping. Users are allowed to use anonymity to protect the sources from threats. It is recommended to use the fully open gatewatching news site, so that the media literacy process for users is increased and the use of anonymous content should be tightened and reduced to maintain the credibility of Pasangmata.com.

Key Words: *Gatewatching, Online Media, User Generated Content, Pasangmata.com*

PENDAHULUAN

Internet tidak hanya memberikan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses informasi, juga membawa perubahan di *newsroom* juga peran pengguna. Salah satu faktor penyebabnya adalah karakteristik *new media* yang mengusung

interaktivitas pada web 2.0. Konsep interaktivitas yang diusung oleh *new media*, memungkinkan pengguna memilih dan menyebarkan informasi yang mereka ketahui. Kini khalayak tidak hanya menjadi penerima (*receiver*), namun juga bisa menjadi pembuat pesan (*sender*) atau bisa disebut

^{1&2} Alamat: IISIP Jakarta, Jl. Raya Lenteng Agung No. 32, Jakarta Selatan, Telepon 021-7806223/24

juga *produsage*. Dalam interaktivitas, kemajuan teknologi, seperti semakin meningkatnya kecepatan jaringan internet, gadget dengan kemampuan yang mumpuni untuk proses pengambilan gambar.

User generated content (UGC) sebagai salah satu alternatif pencarian informasi, ketika berita tidak didapat dari wartawan profesional atau media massa karena keterbatasan jumlah wartawan. Informasi yang awalnya terbatas kini melimpah. Informasi atau berita yang disebarluaskan melalui UGC membawa pertanyaan, apakah informasi tersebut sudah akurat? Hal ini sempat menjadi keraguan bagi media massa untuk memasukkan informasi yang berdasar dari media social. *Gatekeeper* pada media konvensional menentukan informasi mana yang dapat dikeluarkan dan tidak, media merekonstruksi apa yang dianggap penting oleh pembaca lewat sudut pandangnya, mengatur apakah informasi tersebut pas diletakkan sesuai ruang media (cetak atau penyiaran).

Sebagaimana White menjelaskan peran Mr. Gates, "*The media gatekeeper determines not only what events the public knows about, but also how the public thinks about events based on the gatekeeper's own experiences, attitudes, and expectations.*" (DeLulius, 2015, h.8) *Gatekeeping* tidak lagi dianggap relevan di era *new media*, mereka tidak bisa menekan arus informasi yang melimpah. Persaingan antara agenda media dengan *trending topic* dinilai kurang cocok dengan proses *gatekeeping* yang ada pada media konvensional.

Bruns, memperkenalkan dalam jurnal penelitiannya yaitu *gatewatching*. Menurutnya, telah menjadi paradigma yang mendasari berbagai upaya penerbitan *online* dari *blogging* hingga *open news publishing*. Ini adalah praktik yang sangat sesuai dengan keseluruhan struktur informasi World Wide Web. Berdasarkan fenomena yang telah dijabarkan, maka timbul pertanyaan penelitian, "Bagaimana jaringan proses *gatewatching* pada *user generated content* (UGC) di Pasangmata.com?" Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan proses *gatewatching* pada *user generated content*

(UGC) serta mendalami peran dan alur konten pada jaringan *gatewatching* di Pasangmata.com

LATAR BELAKANG TEORI

Media *online* merupakan salah satu jenis media massa yang populer dan bersifat khas. Kekhasan media online terletak pada keharusan memiliki jaringan teknologi informasi dengan menggunakan perangkat komputer, disamping pengetahuan tentang program komputer untuk mengakses informasi/berita (Yunus, 2010). Web 1.0 dikendalikan oleh produsen. Konsumen masih dianggap sebagai penerima pasif. Berbeda dengan web 2.0 yang mengusung interaktivitas, sehingga konsumen dapat memproduksi konten, baik seluruhnya maupun sebagian. Antara penyedia dengan pengguna saling bergantung dan berhubungan.

Era media baru mendorong hadirnya konvergensi media. Tidak hanya merubah pola konsumsi namun juga budaya perusahaan media. Jan van Dijk dalam Nasrullah (2016, h.15) menjelaskan, secara struktural konvergensi media berarti integrasi dari tiga aspek, yakni telekomunikasi, data komunikasi, dan komunikasi massa dalam satu medium. Henry Jenkins dalam Kolodzy (2006, h.4-11) mendeskripsikan konvergensi media menjadi 4 jenis, yaitu: (1). Konvergensi Teknologi, merujuk pada penggabungan atau integrasi peralatan teknologi yang sebelumnya berbeda atau sistem pengiriman media, mengubah perangkat yang digunakan untuk mendapatkan informasi dan untuk mengaksesnya. (2). Konvergensi Ekonomi, atau penyatuan industri media. (3). Konvergensi Konten, dipahami sebagai serangkaian proses konvergensi, integrasi dan persimpangan media di kisaran isinya selama seluruh proses penciptaan, dimulai dengan perencanaan, melalui penciptaan dan penyediaan untuk digunakan. (4). Konvergensi Jurnalistik, pertemuan elemen berbeda dari sebuah cerita, yang berarti melibatkan sumber daya bersama dan informasi.

Konvergensi pada prakteknya, tidak lepas dari *continuum* atau rangkaian kesatuan, sejauhmana konvergensi telah dilaksanakan.

George dan Palilonis (2013), mengemukakan ada 5 tahap sebagaimana terlihat dalam Bagan 1, yaitu:

1. *Cross promotion*, outlet media mempromosikan konten rekan mereka dengan menggunakan kata-kata atau elemen visual.
2. *Clonning*, yaitu menggunakan konten dari partner kerja namun dnegan sedikit editing.
3. *Competition*, tahap dimana outlet berita berkerjasama namun juga bersaing pada waktu yang bersamaan.
4. *Content sharing*, berbagi konten yang dilakukan media outlet dan menerbitkannya kembali dalam format yang baru.
5. *Full convergence*, mitra bekerjasama dalam mengumpulkan berita dan juga menyebarkan berita.

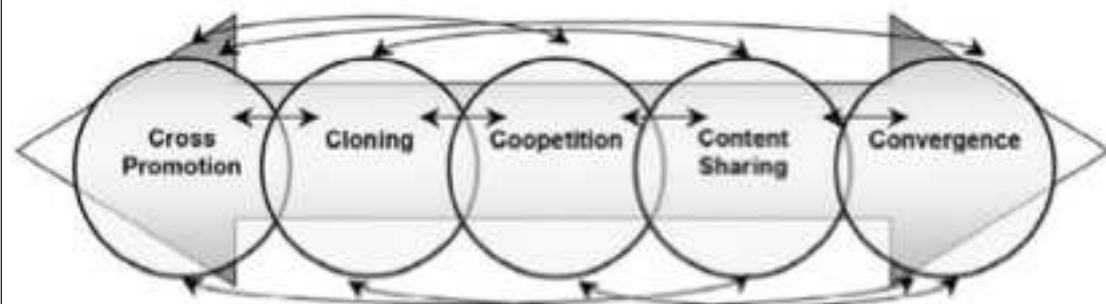
Khalayak yang aktif, didukung oleh konsep *interactivity* yang dibawa oleh web 2.0. Media yang dahulunya memegang kendali sebagai sumber informasi utama kini harus bersaing dengan konten yang dibuat oleh pengguna. Merujuk pada pendapat Bruns (2011) mengenai faktor yang merubah *gatekeeping* menjadi *gatewatching*, yaitu kelanjutan *gatewatching* telah menjadi paradigma yang mendasari berbagai upaya penerbitan *online* dari *blogging* hingga bebas menerbitkan berita; Ini adalah praktik yang sangat sesuai dengan keseluruhan struktur informasi World Wide Web.

Perubahan paradigma dari *gatekeeping* ke *gatewatching*, menjelaskan bahwa pengawasan terhadap informasi tidak lagi dilakukan oleh

orang-orang dalam *newsroom*. Namun juga bersama dengan *audiens*. Kedudukan media berubah dari *watchdog* menjadi *guidedog*. Bruns (2011) mengklasifikasikan *gatewatching* sesuai dengan sejumlah karakteristik – yang terpenting, sejauh mana partisipasi dalam proses *gatewatching* terbuka bagi pengguna situs ini, dan sejauh mana kontribusi *gatewatcher* individual dibedakan satu sama lain.

- *Closed Collaboratives Sites*, pemilihan informasi atau berita secara tertutup yang dilakukan oleh *gatewatcher*.
- *Open News Sites*, sejumlah besar situs *gatewatcher* memilih pendekatan yang lebih terbuka, melibatkan pengguna mereka sebagai kontributor proses *gatewatching*. Tingkat keterlibatan ini bervariasi antar situs, dari hanya memungkinkan pengguna menyarankan tautan ke informasi baru yang menarik, yang kemudian mungkin atau tidak digabungkan ke dalam berita oleh editor situs, lalu memungkinkan pengguna untuk mengirimkan cerita mereka dan dengan segera diterbitkan tanpa adanya intervensi dari editorial. Di situs yang sepenuhnya terbuka terhadap partisipasi semacam itu, oleh karena itu, pengguna itu sendiri berfungsi sebagai *gatewatcher*, menghapuskan kebutuhan *gatewatcher* yang berdedikasi di antara staf situs.
- *Communal Blog*, blog komunitas berbasis di seputar masalah umum dan bukan topik tertentu. Banyak penulis blog mengacu pada materi yang mereka temukan di tempat lain di

Bagan 1. *Convergence Continuum*



web, mengutipnya dan menghubungkannya.

- *Personal Blog*, beberapa blog bergabung dalam jaringan diskursif, beberapa dari mereka mungkin merujuk ke sumber berita tertentu, dan mengarah ke publikasi dengan berbagai sudut pandang pada item berita tertentu.
- *Resource Centre Sites*, situs-situs yang dijelaskan di sini (baik yang diproduksi oleh pendekatan *gatewatching* terbuka atau tertutup) biasanya juga arsip dari diri mereka sendiri - sebuah fitur yang umum bagi banyak publikasi *online*, karena tidak adanya kelangkaan penyimpanan mampu menerbitkan konten *online* tanpa batas waktu.
- *Automated Gatewatching*, umpan RSS dapat digabung dan digunakan oleh *gatewatcher* manusia untuk mempercepat pekerjaan mereka.
- *Open News and Open Source*, Graham Meikle, mendeskripsikan *open publishing*, yaitu tidak ada staff reporter, sebagai gantinya, konten dihasilkan oleh siapa saja yang memutuskan untuk ambil bagian. Tidak ada peragaan *gatekeeper* dan tidak ada proses pemilihan editorial – peserta bebas mengunggah apapun yang mereka pilih, dari artikel dan laporan hingga pengumuman.

Barzilai-Nahon (2007), mencetuskan teori baru *gatekeeping*, yang dikenal dengan *network gatekeeping*. *Network gatekeeping* adalah proses mengatur informasi sebagaimana informasi bergerak melalui *gate*, melewatinya tidak hanya seleksi berita, namun juga penambahan, penahanan, menampilkan, penyaluran, membentuk, manipulasi, repetisi, pemilihan waktu, lokalisasi, integrasi, pengabaian dan penghapusan informasi. Tiga kapasitas – penyaluran, manipulasi dan repetisi – khususnya, penting untuk konseptualisasi *network gatekeeping* pada jaringan sosial.

Walaupun menggunakan teori *network gatekeeping* Barzilai-Nahon, pada prakteknya, antara *gatewatching* dan *network gatekeeping* adalah serupa. Bagaimana aktivitas penyaringan dalam usaha penyajian informasi tidak lagi dikuasai penuh oleh media Barzilai-Nahon

mendefinisikan struktur konseptual dari *network gatekeeping* terdiri dari:

1. *Gate* didefinisikan sebagai pintu masuk atau keluar dari jaringan atau pada bagian tertentu.
2. *Gated*, adalah entitas subjek untuk proses *gatekeeping*.
3. *Gatekeeping mechanism*, adalah alat, teknologi, atau metodologi yang digunakan untuk menjalankan proses *gatekeeping*. Terdapat 10 cara, yaitu:
 - ✓ *Channelling mechanisms*, misalnya *search engine*, direktori, kategorisasi, dan *hyperlinks*.
 - ✓ *Censorship mechanisms*, menghapus atau membuang informasi atau pengguna dari *network* yang ada.
 - ✓ *Internationalization mechanisms*, menyesuaikan dan menterjemahkan informasi ke kustom lokal dan konvensi.
 - ✓ *Security mechanisms*, mengelola otentisitas dan akses ke informasi rahasia atau *sensitive*.
 - ✓ *Cost-effect mechanisms*, menetapkan nilai untuk masuk dan keluar jaringan dan menggunakan informasi yang tersedia.
 - ✓ *Vallue-adding mechanisms*, mengizinkan pengguna untuk mengkostumisasi dan mengkontekstualisasi informasi mereka dalam jaringan.
 - ✓ *Infrastructural mechanisms*, pengaturan akses ke algoritma jaringan dan infrakstruktural level.
 - ✓ *User interaction mechanisms*, mengendalikan jaringan pada level interaktivitas modal, dan navigasi.
 - ✓ *Editorial mechanisms*, mengendalikan keputusan konten dengan metode yang sama dengan teori *gatekeeping* tradisional.
 - ✓ *Regulation meta-mechanisms*, level negara, nasional, pemerintah mungkin mengesampingkan beberapa mekanisme lainnya, tergantung pada susunan jaringan *gatekeeper*.
4. *Network gatekeeper*, dijelaskan sebagai entitas (individu, organisasi, atau pemerintah) yang mempunyai kebijakan pengalaman *gatekeeping* melalui *gatekeeping mechanism* dalam jaringan dan dapat memilih sejauhmana kebergantungan pengalaman pada pihak

gated. Gatekeeping, dijelaskan disini sebagai proses mengatur informasi sebagaimana pergerakan melalui *gate*, sebagaimana dalam Bagan 2.

Bahwa, kekuatan *audience* sebagai produser tercermin dalam istilah *user generated content* (UGC). UGC merujuk pada foto, video, dan informasi lain yang dibuat oleh orang yang bukan jurnalis dan membagikannya di *platform* media sosial.

“User-generated content comes from regular people who voluntarily contribute data, information, or media that then appears before others in a useful or entertaining way, usually on the Web—for example, restaurant ratings, wikis, and videos.” (Krumm, Davies, Narayanaswami, 2008, h.1)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, untuk mengetahui bagaimana jaringan proses *gatewatching* di Pasangmata.com. Karena studi kasus mengedepankan unsur *how* dan *why*.

Sebagaimana dikemukakan oleh Robert K. Yin, (Yin, 2015, h. 12), “Studi kasus lebih dikehendaki untuk melacak peristiwa-peristiwa kontemporer, bila peristiwa-peristiwa yang bersangkutan dapat dimanipulasi. Karena itu studi kasus mendasarkan diri pada teknik-teknik yang sama dengan kelaziman yang ada pada strategi historis, tetapi dengan menambahkan dua sumber bukti yang biasanya tidak termasuk dalam pilihan para sejarawan, yaitu observasi dan wawancara sistematis.”

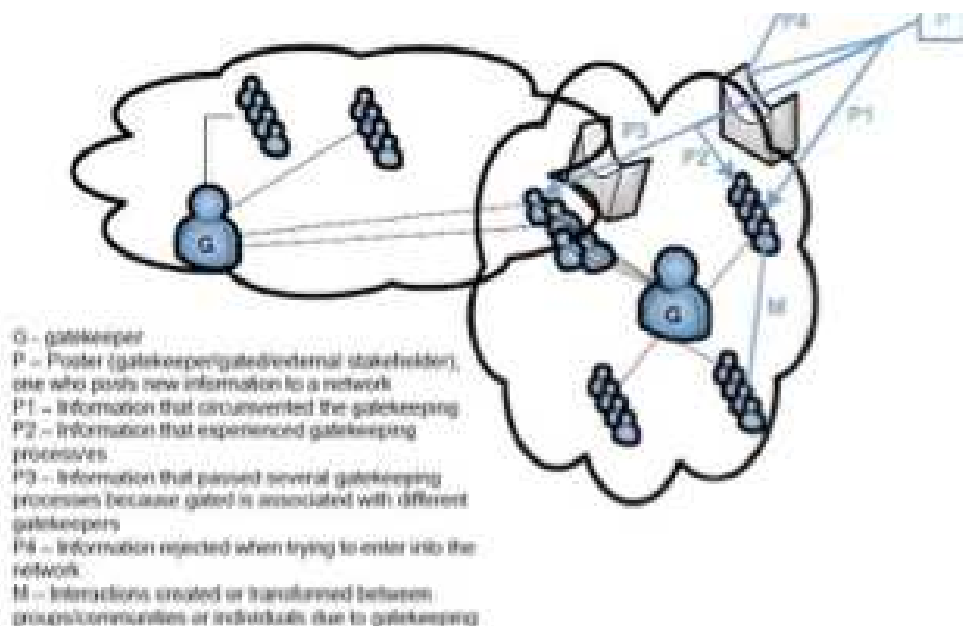
Dalam studi kasus terdapat *design* penelitian, maka sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini masuk kepada tipe satu, kasus tunggal yaitu jaringan proses *gatewatching* dan satu unit analisis yaitu Redaksi Pasangmata.com.

Penulis menjadikan Bapak Marwan (*Community Development Officer*) sebagai *key informan* dengan Bapak Ardi Cahya Rosyadi (Administrator), Bapak Maman Achman (Kontributor) dan Bapak Suparmo Jumar (Kontributor) sebagai informan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pasangmata.com adalah media warga dari

Bagan 2. *Network gatekeeper*



Detikcom yang berkonsep media warga dengan penulisan artikel yang didasarkan pada fakta aktual berupa berita atau info peristiwa yang terjadi di dalam masyarakat dan disampaikan langsung oleh masyarakat melalui platform *online* (web dan mobile apps) Pasangmata.com. *Tagline* Pasangmata adalah “Jadilah Mata-Mata Informasi”.

Pasangmata.com sebagai Media Online

Pasangmata.com, kanal dari *group* Detikcom yang diluncurkan pada Februari 2014, berisi tentang laporan mata dari pengguna tentang kejadian sekitar. Berawal dari e-mail yang banyak diterima oleh redaksi, juga kemajuan teknologi, yang memungkinkan pengguna membuat konten dengan format foto dan video yang mumpuni atau layak ditampilkan dalam karya jurnalistik.

Sebagai salah satu karakteristik dari media online yaitu interaktivitas, Pasangmata.com juga menyediakan kolom komentar bagi para pengguna, juga tombol *share* di Facebook, Twitter, Google+, dan *embed* untuk membagikan ke media sosial lain dengan link yang diberikan.

Gatewatching di Pasangmata.com

Pasangmata dengan konsep media warga, memungkinkan pengguna untuk ikut berkontribusi mengirimkan konten. Proses *gatewatching* ditentukan oleh kedua belah pihak, yaitu antara media dengan *user*, walaupun keterlibatan pengguna tetap ada batasan tertentu.

Selanjutnya untuk mengidentifikasi peran masing-masing didalam jaringan, maka digunakanlah teori network gatekeeper Barzilai Nahon. Dimana Barzilai-Nahon membaginya kedalam 5 level analisis, yaitu:

1. Gate

Pasangmata mewajibkan setiap pengguna untuk mendaftarkan diri, atau jika sudah memiliki akun detikconnect, pengguna lini Detikcom. Setelah *login*, Mata-mata dapat mengunggah kontribusinya (merujuk pada konten yang dikirim oleh user). Jumlah karakter teks yang disediakan, hanya 400 karakter, karena memang tujuan Pasangmata hanya untuk melaporkan

kejadian disekitar. Itulah yang membedakan Pasangmata.com dengan kanal atau media yang memuat konten buatan pengguna lainnya.

2. Gated

Pada Pasangmata, *gated* adalah Mata-mata yang menjadi sumber utama informasi dan Bos Mata-mata yang memoderasi informasi sehingga menjadi berita yang layak untuk dipublikasikan pada web.

Pada penelitian ini, ada dua pengguna Pasangmata.com yang diwawancarai. Yaitu Maman Achman, pemilik blog pribadi Saung Maman, juga Suparno Jumar yang bekerja sebagai *event organizer* yang juga tergabung dalam komunitas Peduli Ciliwung.

3. Gatewatching Mechanism (mekanisme gatewatching)

Pada tahap ini teknologi dan metode yang digunakan dalam proses *gatewatching*. Barzilai-Nahon menyebutkan ada 10 tahapan pada mekanisme *gatewatching*, namun pada penelitian ini peneliti menemukan 4 kategori, yaitu *channeling*, *ensorship*, *security*, *editorial*.

Channeling, yaitu menyampaikan atau mengarahkan informasi ke atau melalui *channel* mereka untuk menarik perhatian *gated*. Pasangmata sendiri dalam hal mempromosikan webnya menggunakan teknik SEO juga membagikan informasi via media sosial miliknya atau pun Detikcom. Ternyata hal tersebut cukup efektif dimana dua kontributor yang pernah berkontribusi di Pasangmata web ini dari sosial media dan pencarian google.

Kedua yaitu, *ensorship*, yaitu menghapus atau membuang informasi atau bahkan pengguna mengetahui dari jaringan yang ada. Hal ini demi menjaga kualitas konten di Pasangmata, agar tetap kredibel. Disini Pasangmata menyediakan tombol “laporkan” pada tiap konten, jika konten tersebut melanggar hak cipta, berbau SARA, spam, dan pornografi.

Ketiga, *security*, yaitu bagaimana Pasangmata mengatur otentisitas dan akses mengenai informasi-informasi yang sensitif. Jika kontributor mempunyai informasi tentang suatu hal, yang sensitif dan diyakini dapat membahayakan dirinya, maka Pasangmata

mengizinkan pengguna untuk menyembunyikan identitasnya.

Selanjutnya, editorial, yaitu keputusan editorial yang digunakan seperti pada *gatekeeping* tradisional. Pada tahap ini, keputusan ada pada pihak Administrator, yaitu Ardi. Seperti yang dikutip dari hasil wawancara yaitu, “Semua dilakukan oleh administrator. Memilih konten sampai dengan *publish*. Karena sudah ada templatennya sendiri dan sistem CMS.” (Wawancara Marwan, Redaktur Pasangmata, 28 Desember 2017)

4. *Gatewatching*

Proses *gatewatching* disini merujuk pada proses pengaturan informasi meliputi antara lain pemilihan, penambahan, pemotongan, display, penyaluran, pembentukan, manipulasi, pengulangan, waktu, lokalisasi, integrasi, pengabaian, dan penghapusan informasi.

Pasangmata.com memulai proses *gatewatching* dari awal konten diterima oleh Administrator. Disini Administrator akan memoderasi konten, mana saja konten yang layak untuk dipublikasikan dan mana yang butuh di edit pada sistem CMS.

Sebagaimana dijelaskan dalam wawancara, “Jadi *user* kirim video atau foto, nanti masuk ke server kita namanya CMS. Lalu ada *pending*.

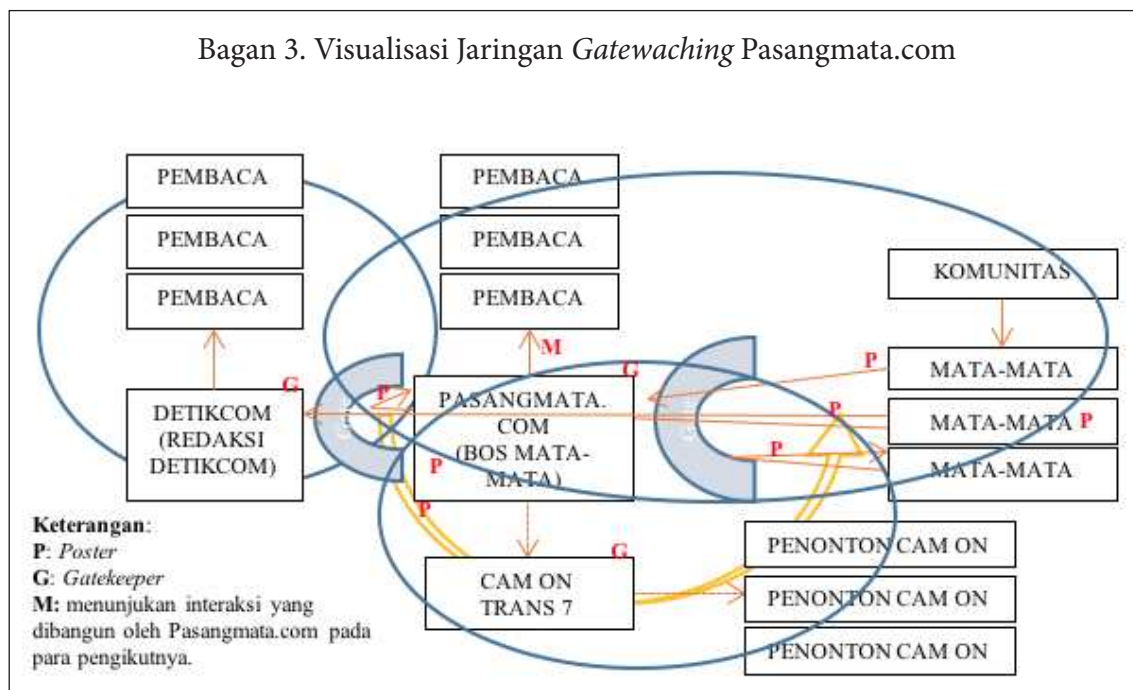
Pending itu semua yang belum di publish, kita liat kalau memang layak untuk di *approve* kita edit. Tugas kita cuma kasih judul aja sama menambah deskripsi. Maksudnya nambah deskripsi itu, di edit juga, misalnya ada yang kurang dikit aja, kita edit, kita telephone kita tanyakan, seperti apa gambarannya. Baru kita masukan. Kalau memang itu sifatnya itu harus sekarang juga ya kita telephone, takutnya nanti basi. Proses moderasi dilakukan 24 jam, termasuk tanggal merah.” (Wawancara Marwan, 28 Desember 2017)

Selain proses *editing*, Bos Mata-mata, sebutan bagi Administrator Pasangmata.com akan melakukan pengecekan terhadap konten berkaitan hak cipta. Apakah konten yang dikirim pernah dimuat di media lain atau media sosial lain. Jika ada yang konten yang tidak memenuhi syarat atau terlalu dinilai beresiko karena kontributor tidak dapat dihubungi, walaupun informasi yang dikirimkan bagus dan ternyata berita tersebut setelah di verifikasi memang tidak ada di media massa atau media sosial lain, maka akan tetap di *reject*.

5. *Network Gatewatching*

Simbol P atau *poster*, menunjukan orang yang memberikan informasi dalam jaringan. Pada jaringan P adalah Mata-mata sebagai

Bagan 3. Visualisasi Jaringan *Gatewatching* Pasangmata.com



kontributor dan Bos Mata-mata yang berfungsi sebagai *gatewatcher*. P1 adalah informasi yang berhasil masuk *gate* dan lolos proses *gatewatcher* karena kontennya telah sesuai dengan ketentuan yang ada pada proses *gatewatching*.

P2 menunjukkan informasi yang tidak berhasil masuk setelah proses *gatewatching*, ini bisa dikarenakan konten tidak sesuai dengan yang ditentukan atau ada pelanggaran terkait dengan konten, misalnya etika, kaidah dan nilai jurnalistik yang tidak sesuai.

Pada *poster* yang digambarkan pada Bos mata-mata, karena Bos Mata-mata juga mengirimkan konten atau informasi kepada redaksi Detikcom dan menyusul CamOn, dari hasil *gatewatching*-nya. Sehingga, pada saat yang bersamaan Bos Mata-mata dapat menjadi *gatewatcher* juga Poster bergantung pada informasi yang disampaikan. P3 menggambarkan informasi yang melalui 2 tahap proses *gatewatching*, karena sudah berbeda *gatewatcher* dan juga *newsroom*. P4 menampilkan cara *gate* kedua, mengkonfirmasi konten dari Poster langsung kepada Mata-mata sebagai narasumber dengan cara *gatekeeping* tradisional, misalnya menghubungi via telephone tanpa adanya campur tangan jaringan web.

P5 adalah konten yang tidak berhasil memasuki *gate* kedua, karena perbedaan kepentingan *newsroom*. M, merujuk pada interaksi yang dibangun oleh Pasangmata.com kepada para pembaca dan pengguna. Mereka bisa melakukan diskusi melalui kolom komentar.

Pembahasan

Konvergensi jurnalistik sebagai salah satu caranya, sebagaimana yang disebutkan oleh Henry Jenkins (Kolodzy, 2006, h. 4-11) bahwa terdapat tipe-tipe konvergensi, pada penelitian ini ditemukan, Pasangmata melakukan konvergensi jurnalistik dengan induk medianya. Dimana konten yang dibuat oleh pengguna dan dikirim melalui Pasangmata, dapat digunakan Detik sebagai pelengkap atau sumber beritanya. Juga akan ada kerjasama menyusul pada bidang televisi yaitu CamOn, dimana mereka sudah terpisah

ruang redaksinya.

Pada level konvergensi ini maka Pasangmata masuk kedalam, level content sharing. Dimana Pasangmata membagikan kontennya dengan Detikcom dan menyusul dengan CamOn. Lalu Detikcom juga memperbolehkan Pasangmata mempromosikan dirinya lewat Detikblog juga terkadang via media sosial Detikcom.

Dalam proses penyajian berita, Pasangmata masuk kedalam proses *gatewatching* dengan tipe open news site. Dimana Mata-mata dapat bebas mengirimkan konten ke Pasangmata melalui web atau bahkan aplikasi, dengan adanya campur tangan dari Administrator sebagai penjaga gate agar konten tetap terjaga kredibilitasnya. Terhindar dari berita hoax atau informasi yang tidak berguna pada jaringan. Hal ini juga dapat dilakukan pada jaringan yang penggunanya belum paham betul tentang literasi media. Sehingga diperlukannya Administrator juga untuk mengedukasi para penggunanya didalam jaringan.

Jika dilihat sistemnya melalui jaringan *gatewatching*, pada tahap *gate*, *user* diminta untuk membuat *account* sebelum mulai berkontribusi pada *web* dan aplikasi. Hal ini akan menentukan dinamika proses jaringan *gatewatching* dimana Mata-mata dan Bos Mata-mata dapat menjadi gated. Tergantung pada relasi mereka.

Pertama kali proses *gated* dilakukan dua arah antara Mata-mata dengan Bos Mata-mata. Mereka berposisi sama di dalam jaringan untuk membuat dan menyebarkan konten. Namun dalam hubungan *gatewatcher* dengan *gated* akan dipengaruhi oleh kapabilitas gated dalam memproduksi informasi.

Jika ternyata *gated*, atau dalam hal ini kontributor, tidak dapat memproduksi konten yang baik maka, akan proses pada saat proses *gatewatching* konten akan ditolak. Sehingga informasi tidak bisa masuk ke dalam penyajian Pasangmata.com.

Lalu pada tahap *gatewatching*, editing dilakukan sama seperti *gatekeeping* era tradisional. Moderasi dilakukan oleh Administrator, yang mengecek setiap

kelengkapan kontribusi, apakah sudah sesuai, ada yang perlu ditambah, diperiksa tanda bacanya dan lain sebagainya.

Pada saat moderasi, konten juga dilihat apakah ia memuat peristiwa yang sedang berlangsung dan memiliki nilai berita yang bisa diangkat kedalam news Detikcom. Administrator dengan segala nilai, pengetahuan dan pengalaman yang ada pada dirinya dapat memutuskan konten tersebut dapat dikirim ke redaksi Detik atau tidak.

Konten yang dikirimkan ke redaksi Detikcom akan muncul pada aplikasi CMS dengan status *Hold*. Disini, Administrator akan menunggu paling lama 15 menit lalu akan mengkonfirmasi kepada redaksi Detikcom apakah konten akan digunakan atau tidak.

Dan bila konten digunakan oleh Detikcom, Detikcom akan mengkonfirmasi secara langsung kepada Mata-mata sebagai narasumber melalui proses *gatekeeping* tradisional yaitu melalui telephone. Mata-mata akan dimintakan keterangan tentang 5W+1H informasi yang dikirimnya, serta persetujuan Mata-mata agar kontennya dapat digunakan oleh Detikcom.

Mekanisme *gatewatching* merujuk pada penggunaan teknologi dalam proses *gatewatching*. Yaitu menggunakan aplikasi CMS untuk menyeleksi dan memoderasi kontribusi. Disini keputusan editorial dapat dilakukan hanya oleh Administrator. Tidak ada tingkatan informasi harus melewati moderasi level selanjutnya.

Namun jika konten dirasa tidak sesuai, maka akan di klik tombol *reject* dengan catatan sesuai dengan alasan mengapa konten tidak dapat di publish. Ini adalah cara kerja dari tahap *censorship* dalam mekanisme *gatewatching*.

Lalu pada tahap *security*, dimana konten-konten yang bermuatan sensitif, pengguna dapat menyembunyikan identitasnya. Hal ini diperbolehkan demi menjaga keselamatan dan kenyamanan para kontributor.

Namun ada beberapa konten yang mana pada saat observasi ditemukan tidak sesuai dengan ketentuan *censorship*. Konten yang diunggah adalah laporan banjir di daerah

Ponorogo, yang tidak memuat kemungkinan menyudutkan salah satu pihak.

Akan tetapi tetap dimunculkan sebagai anonymous pada laman Pasangmata.com. Kemungkinan user lupa untuk menghapus centang pada kolom sembunyikan user. Seharusnya konten ini bisa di reject oleh Administrator, dengan catatan konten tidak memuat informasi yang dianggap membahayakan sehingga laporan pengguna harus menampilkan identitasnya, walaupun konten tersebut benar adanya karena dapat dibuktikan berupa gambar.

Selain memastikan konten yang masuk dikurasi dengan baik, memastikan pengguna untuk berkontribusi adalah hal yang sulit. Kebanyakan pengguna hanya mengirimkan gambar pada saat tertentu, hal tersebut tidak menjadi rutinitasnya seperti halnya wartawan pada umumnya yang menjadi tanggung jawab pekerjaannya.

Maka Detikcom, menggunakan siasat dengan memberikan point untuk pengguna yang mengirimkan kontribusinya pada setiap lininya, terkecuali surat pembaca. Marwan menjelaskan sistem pemberian point di Pasangmata yaitu, "Kalau teks 20 poin, foto 30 (poin), video 50 (poin). Tapi kalau digunakan oleh Detik itu, seperti tadi, itu dapat 200 poin." (Wawancara Marwan, Redaktur Pasangmata, 28 Desember 2017)

Poin ini dapat ditukarkan dengan merchandise lainnya oleh pengguna dengan ketentuan poin tertentu. Selain pemberian point sebagai *reward*, Pasangmata juga mengadakan lomba untuk setiap pengguna dengan tema tertentu. Misalnya pada saat penelitian ini dibuat, Pasangmata sedang mengadakan kontes untuk topik pariwisata. Konten yang menang akan diberikan sebuah smartphone.

Bukan hanya itu, Pasangmata mengadakan pertemuan secara langsung dalam acara Pasangmata *Goes to Campus* dan kopi darat dengan pengguna pada saat *car free day* dilakukan untuk menjaring pengguna lebih banyak juga memberikan wawasan pengetahuan tentang media berbasis warga.

Pengiriman *e-mail* yang berisi pemberitahuan konten yang tidak bisa di publish di kanal Pasangmata, dengan mencantumkan alasan tertentu sesuai dengan topik, menjadi nilai plus karena banyak media yang menggunakan konten dari pengguna tidak mencantumkan alasan mengapa konten pengguna tidak di publish pada webnya. Hal ini juga dinilai dapat mengedukasi pembaca tentang apa yang harus dilakukannya setelah konten di kembalikan.

Disini Pasangmata.com sebagai media warga telah mencapai kepada fungsinya. Yaitu mengedukasi warga dan menjadi alat ukur pemerintah untuk melakukan perbaikan, dari apa yang menjadi keluhan masyarakat yang tidak bisa disampaikan langsung.

Kesimpulan

Perpindahan paradigma gatekeeping menjadi *gatewatching*, saat ini sudah mulai diterapkan di Pasangmata.com. Hal tersebut digunakan seiring dengan hadirnya interaktivitas yang diusung oleh web 2.0. Sehingga proses *gatewatching* pada jaringan digital dibantu oleh adanya sistem.

Peran produksi dan penyebaran informasi kini tidak hanya ditentukan oleh media massa, melainkan dua pihak yaitu administrator dan kontributor. Administrator ditempatkan pada media selain sebagai *gatewatcher* yang mengatur informasi, juga berfungsi mengedukasi pembaca dengan literasi rendah. Baik dari segi konten yang harus memenuhi standard jurnalistik yaitu etika dan kaidah jurnalistik juga penggunaan teknologi di jaringan Pasangmata.com.

Namun tidak sepenuhnya *gatewatching* digunakan. Pada lini grup Detikcom, *gatewatching* dikombinasikan dengan gatekeeping tradisional. Hal ini terlihat saat perpindahan *newsroom* yaitu yang dilakukan Detikcom, *gatewatching* berubah menjadi *gatekeeping*.

Proses *gatewatching* pada Pasangmata.

com telah baik diterapkan, namun apabila ingin diterapkan full open news site, atau dengan kata lain open site dan open source, maka Pasangmata harus meningkatkan kembali literasi media kepada para pengguna. Berkaitan dengan penggunaan konten anonim, Pasangmata dapat memberlakukan aturan yang lebih ketat. Jika konten dirasa tidak bermuatan sensitif maka konten anonim dapat dikembalikan kepada pengguna. Hal ini untuk menjaga kredibilitas Pasangmata.com.

Daftar Pustaka

A. Sumber Buku

Kolodzy, Janet. 2006. *Convergence Journalism: Writing and Reporting Across*

Nasrullah, Rulli. 2016. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta:Kencana Prenadamedia Group.

Yin, Robert K. 2015. *Studi Kasus Desain & Metode*. Diterjemahkan oleh Djauzi Mudzakir. Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada Yunus, S. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor : Ghalia Indonesia

B. Jurnal

Bruns, Axel. 2011. *Gatekeeping, Gatewatching, Real-Time Feedback: New Challenges for Journalism*. University of Queensland.

DeJuliis, David .2015. *Gatekeeping Theory from Social Fields to Social Network. Communication of Research Trends*

Krumm, John & Nigel Davies, Chandra Narayanaswami. 2008. *User-Generated Content*. IEEE CS

Barzilai-Nahon, Karine. 2007. *Toward a Theory of Network Gatekeeping: A Framework*

for Exploring Information Control. Journal of The American Society for Information Science and Technology

C, Website

Pasangmata. 26 Desember 2017

<http://pasangmata.detik.com/>