

9 Saran untuk Menghadapi "Media Baru"

oleh Enda Nasution (<http://enda.goblogmedia.com>)

Dalam dua minggu kebelakang ini media massa diributkan atas peristiwa diajukannya somasi oleh harian nasional KOMPAS dan wartawannya Sidik Pramono pada Basuki Suhardiman, yang kemudian berbuntut dilaporkannya Basuki Suhardiman dengan tuntutan mencemarkan nama baik pada hari Jumat, 6 Mei lalu ke Kepolisian Mapolda Metro Jaya.

Somasi dan pelaporan terhadap Basuki Suhardiman, Sekretaris Tim Ahli Teknologi Informasi (TI) KPU ini dipicu oleh email anonim yang beratas nama "Satria Kepencet" yang di-*forward* oleh Basuki ke milis internal ITB, dimana Basuki merupakan salah satu anggota yang biasa berdiskusi di milis tersebut.

Tindakan pengajuan somasi dan kemudian pelaporan yang dilakukan KOMPAS dan Sidik Pramono ini menimbulkan reaksi keras di kalangan miliser [mereka yang biasa bermilis] dan para blogger [para pemilik blog] yang menganggap apa yang dilakukan KOMPAS salah alamat dan *overacting* bahkan menunjukkan ketidakmengertian KOMPAS terhadap dinamika perseliweran informasi di Internet.

KOMPAS kemudian dalam dua kesempatan menurunkan kolom opini pada tanggal 2 Mei "Tendangan Milis" dan kolom 8@9 dengan judul "Media Baru" yang makin menunjukkan ketidakmengertiannya pada apa yang mereka sebut "Media Baru" ini, sebuah hal yang tidak mengherankan sekaligus menyedihkan, karena KOMPAS (berarti sebagai "Media Lama"?) yang sehari-hari bergelut dengan informasi, ternyata bisa sedemikian tertinggal pengetahuannya tentang "Media Baru"

Bukan itu saja, reaksi balasan dari KOMPAS ataupun pribadi yang mengatasnamakan KOMPAS juga muncul, berupa email pribadi dan komentar-komentar anonim (setiap blog memberikan fasilitas *feedback* dimana pembaca dapat memberikan komentar) yang sama sekali tidak membantu dan bersifat emosional.

Seluruh tindakan KOMPAS ini baik yang resmi berupa somasi dan pelaporan pada pihak kepolisian maupun kolom opini dan respon pada penulis blog bukan saja justru memberikan kredibilitas berlebih pada kritik yang asalnya bahkan oleh masyarakat Internet dan anggota milis ITB diacuhkan sebelumnya tapi juga tidak menyelesaikan masalah.

Tidak perlu ada yang merasa nama baiknya "dicemarkan" jika Sidik Pramono dan KOMPAS serta media lainnya mau sedikit memahami dan mengetahui bagaimana dinamika "Media Baru" dan apa yang sudah, tengah dan biasa terjadi disana.

Posting Priyadi, seorang blogger yang alamatnya berada di Priyadi.net, salah seorang aktifis blogger Indonesia, dengan judul "KOMPAS dan Intenet" (<http://priyadi.net/archives/2005/05/10/KOMPAS-dan-intenet/>) memberikan tanggapan, kesimpulan dan juga saran agar siapapun untuk jangan malas mempelajari "Media Baru" ini sebelum bereaksi lebih jauh.

Keluar dari permasalahan diatas, ketidakmengertian KOMPAS dan kemungkinan besar banyak pihak terhadap dinamika "Media Baru" baik itu milis, forum maupun blog dapat mudah dimengerti. Internet baru baru berjalan kurang lebih 10 tahun tahun, blog hadir lebih baru lagi, baru sekitar 4-5 tahun dikenal oleh masyarakat Indonesia.

Hal diatas dan keterkejutan banyak pihak melihat begitu mudahnya masyarakat Internet memiliki "media" dan menyebarkan informasi di Internet karenanya adalah wajar, dan bukannya tanpa solusi.

Apa yang dialami KOMPAS diatas, datangnya kritik tajam, dapat terjadi pada siapa saja, baik itu individu, nama perusahaan, nama media, nama merek atau apa saja.

Menangkal ini dengan menabur somasi, seperti pada kasus KOMPAS, pada para pengguna "Media Baru" bukan saja tindakan yang tidak strategis dan menunjukkan ketidaktahuan tapi juga justru memberikan kredibilitas pada kritik yang dimaksud dan menimbulkan kecurigaan.

Setiap "dunia" memiliki mata uang-nya (*currency*) sendiri-sendiri. Apa yang berlaku di satu negara sudah pasti tidak berlaku di negara lain. Memaksakan cara-cara dunia nyata dan media lama pada media baru dapat dianalogikan seperti mencoba membeli hamburger di tengah kota New York dengan uang Rupiah, Anda akan ditertawakan karena Rupiah tidak berlaku di New York, Amerika Serikat.

Satu-satunya mata uang yang laku di "Media Baru" adalah informasi. Penyampaian informasi dengan gaya yang dimengerti oleh para pengguna "Media Baru" dan nilai informasi itu sendiri, itulah yang akan berpengaruh pada dialog yang terjadi di Internet.

Lalu apa yang harus dilakukan jika nama Anda, merek yang perusahaan Anda bangun dengan investasi ratusan juta rupiah menabur kritikan tajam di "Media Baru"?

9 tips dibawah ini mungkin dapat membantu :

1. Sadari bahwa apa yang Anda hadapi adalah "Media Baru" dan "mata uang" Anda di dunia lama bisa jadi tidak bernilai apa-apa disini. Investasikan waktu untuk mempelajari apa yang bisa dan jangan dilakukan di "Media Baru" atau pekerjaan orang yang tahu.
2. Identifikasi para "pemimpin" komunitas di Internet, baik itu milis ataupun blogger. Tidak ada cap "pemimpin" khusus disini, ataupun jabatan ketua. Mereka ini adalah orang-orang yang setiap harinya berkecimpung di Internet, luwes dan mengerti bagaimana cara menyampaikan informasi di Internet, tahu informasi apa yang berharga dan tidak berharga untuk diteruskan dan punya kegemaran khusus mengendus ketidakakuratan dan ketidakadilan di dunia luar.
3. Jelaskan informasi dari pihak Anda dengan jelas, lengkap, jujur adil, tidak emosional dan tidak *overacting*. Jangan menyembunyikan apa-apa, karena jika ada informasi yang Anda sembunyikan atau sengaja Anda hilangkan dan informasi itu tersebar, maka kredibilitas Anda di Internet hancur seketika.
4. Akui kesalahan Anda jika memang itu telah dilakukan, terangkan apa alasannya jika memang ada alasan dan sebabnya. Mohon maaf bila perlu. Cantumkan ini pada pernyataan dan penjelasan informasi dari pihak Anda diatas.
5. Dukung keterangan dan informasi Anda diatas dengan referensi berupa link-link ke website-website lain yang bisa Anda temukan. Cantumkan link ini pada pernyataan Anda diatas.

6. Pasang pernyataan Anda diatas pada sebuah alamat web, karena dengan cara ini pernyataan Anda akan mudah di-*link* dan akan menjadi bagian dari dialog di Internet. Cantumkan di website perusahaan Anda, website merek atau website pribadi Anda. Buat website tersebut jika belum ada, membuat website sekarang mudah, murah dan cepat. Jangan lupa cantumkan juga alamat email yang dapat dihubungi.
7. Informasikan pertanyaan Anda diatas pada para "pemimpin komunitas" tadi lewat email. Jangan sembunyikan apapun, beritahukan dengan jelas siapa Anda dan dari pihak mana Anda serta apa latar belakang dari pertanyaan tadi. Jangan menganggap rendah dan mengasumsikan bahwa para blogger atau miliser ini tidak akan mengecek informasi yang Anda berikan dan mudah dipengaruhi.
8. Jika nilai nama yang dipertaruhkan terlalu tinggi, nama merek dengan investasi milyaran rupiah maka sewa tenaga profesional. Cari kantor PR yang mengerti, memahami dan biasa menangani dinamika "Media Baru" ini. Periksa dengan seksama apa mereka memang mengerti dan ahli di bidang "Media Baru" dan bukan mengaku-ngaku. Kantor Online PR yang bermutu tidak hanya dapat merespon kritik yang datang di Internet tapi juga akan melakukan *online media monitoring* pada nama atau merek Anda di Internet.
9. Miliki blog dan pekerjakan seorang blogger. Apakah Anda ini seorang individu, perusahaan, merek ataupun media. Makin banyak sekarang organisasi yang memiliki fitur blog selain website resminya. Blog adalah website dengan sentuhan pribadi yang sering diupdate dan bersifat interaktif. Banyak manfaat memilik blog bagi Anda selain dari merespon kritikan di Internet, dengan blog organisasi Anda akan memiliki sentuhan pribadi, menerima masukan lebih banyak serta lebih lancar berkomunikasi dengan klien, pelanggan maupun mitrausaha Anda. *Microsoft* memiliki blog, *General Motors* memiliki blog, *BusinessWeek* memiliki blog. Sudah saatnya Anda dan organisasi Anda juga memiliki blog.

Enda Nasution, seorang blogger sejak September 2001, tinggal di Bangkok, Thailand.