

Dokumenter & Jurnalisme: Peluang dan Tantangan di Era Digital (Studi Kasus Pengembangan SDM Jurnalistik & Perfilman di Kabupaten Malang, Jawa Timur)

Syaiful Halim
Universitas Esa Unggul Jakarta
syaiful.halim@esaunggul.ac.id

ABSTRAK

Ketika media baru dengan keluarbiasaan media sosial-nya terus membombardir khalayak, maka harus diakui bahwa abad ini memang mulai menjadi milik media baru. Dalam konteks Revolusi Industri 4.0, fakta ini menjadi pembuktian bahwa media baru terus memperkuat kekokohan hegemoninya dan kian tidak sabar untuk menggantikan kedigjayaan media lama. Di sisi lain, ada juga realitas yang perlu dicermati, yakni fenomena keberlimpahan konten-konten dari media baru dengan segala "keunikan"-nya, yang belakangan menjadi ancaman serius bagi keberadaan karya-karya film dokumenter dan jurnalistik.

Tujuan kegiatan PPM ini adalah menjalankan amanah Tridharma Perguruan Tinggi, yakni pengabdian kepada masyarakat, dengan menggelar *workshop* bertemakan peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital bagi kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur; serta memublikasikan artikel ilmiah tentang kegiatan PPM ini untuk jurnal nasional atau jurnal internasional, baik yang terakreditasi maupun yang tidak terakreditasi.

Metode pelaksanaan kegiatan PPM ini sebagai berikut: pengembangan proposal PPM; *workshop* bertemakan peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital bagi kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur; penyusunan dan publikasi artikel ilmiah tentang kegiatan PPM ini untuk jurnal nasional atau jurnal internasional, baik terakreditasi maupun belum terakreditasi; dan penyusunan laporan PPM.

Target luaran kegiatan ini adalah peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang peluang dan tantangan yang harus dihadapi bidang jurnalistik dan film dokumenter pada era digital kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur; serta publikasi artikel ilmiah tentang kegiatan PPM ini di jurnal nasional atau jurnal internasional, baik yang terakreditasi maupun yang tidak terakreditasi.

Kata kunci: media massa; media baru; pengabdian kepada masyarakat; jurnalistik; film dokumenter

Pendahuluan

Ketika media baru dengan keluarbiasaan media sosial-nya terus membombardir khalayak, maka harus diakui bahwa abad ini memang mulai menjadi milik media baru. Bahkan, harus diakui, kehandalan telepon selular cerdas telah menggantikan perangkat dan peran media lama, seperti televisi, radio, juga majalah dan surat kabar. Bahkan, dalam konteks Revolusi Industri 4.0, fakta ini juga menjadi pembuktian bahwa media baru terus memperkuat kekokohan hegemoninya dan kian tidak sabar untuk menggantikan kedigjayaan media

lama. Situasi ini dengan sendirinya menggeser realitas baru bahwa kekuatan media sosial telah mengubah khalayak yang semula duduk pasif menerima pesan apa pun dari pengirim pesan (katakanlah media lama) menjadi pengirim pesan yang agresif untuk merekam, mengonstruksi, dan mendistribusikan pesan melalui medium bernama *smarphone* (Halim, 2019).

Di sisi lain, ada juga realitas yang perlu dicermati, yakni fenomena keberlimpahan konten-konten dari media baru dengan segala “keunikan”nya, yang belakangan menjadi ancaman serius bagi keberadaan karya-karya film dokumenter dan jurnalistik. Bukan rahasia lagi, keluarbiasaan media *online* telah berhasil menggusur keberadaan sejumlah media cetak hingga benar-benar harus gulung tikar. Fenomena ini bukan hanya terjadi di Indonesia, tapi juga di negara-negara maju.

Jalan pintas yang dilakukan oleh para pengelola media cetak yang masih ingin tetap memproduksi karya-karya jurnalistik adalah migrasi dari media cetak menjadi media *online*, atau bagi yang memiliki modal lebih, media cetaknya berjalan beriringan dengan media versi *online*-nya. Lantas bagaimana dengan media televisi?

Banyak fenomena menarik terkait keberadaan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter melalui media televisi. Bahwa atas nama strategi komodifikasi: program berita bisa menghadirkan konten-konten bernuansa *infotainment* (Halim, *Postkomodifikasi Media: Analisis Media Televisi dengan Teori Kritis dan Cultural Studies*, 2013); stasiun televisi yang berpihak kepada kepentingan kelompok politik tertentu (Halim, *Commodification of Religious Defamation Case by BTP in Television Broadcasting Stations in Indonesia*, 2018); bahkan stasiun televisi tidak menyiarkan konten-konten tertentu, meski terbilang memiliki nilai berita tinggi. Untuk stasiun televisi yang sangat berorientasi mengejar keuntungan (*market orientation*) harus melikuidasi program beritanya demi memberikan slotnya kepada program-program hiburan semacam sinetron atau *reality show*—contoh kasusnya adalah stasiun SCTV yang melikuidasi program *Liputan 6 Petang*.¹ Situasi ini, juga terjadi pada program-program berisikan film dokumenter—contoh

¹ Data berdasarkan catatan observasi di stasiun SCTV pada September 2019.

kasusnya juga terjadi pada stasiun SCTV yang melikuidasi program *Potret dan Sigi*.²

Dengan fenomena-fenomena ini, bisa dikatakan, keberadaan media baru dengan kekuatan media sosial-nya memberikan kontribusi besar atas keberadaan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital ini. Kata “keberadaan” yang dimaksud dari pernyataan ini adalah perubahan saluran konten dari media lama ke media baru, atau dilikuidasinya konten-konten itu dari media lama. Dengan kata lain, karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital ini nyaris tidak lagi ditemukan di media lama, entah dalam media cetak atau dalam media televisi.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PPM) ini, saya menawarkan solusi, dengan memberikan *workshop* bertemakan peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital bagi kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur. Prioritas dalam kegiatan PPM ini adalah *workshop* bertemakan peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital bagi kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur. Kegiatan dilakukan dalam bentuk pemutaran film (*screening*), ceramah tentang fenomena dunia jurnalistik pada era digital, ceramah tentang dunia dokumenter pada era digital, dan diskusi. Untuk menunjang permasalahan ini dibutuhkan kepakaran di bidang ilmu komunikasi, khususnya bidang jurnalistik, bidang penyiaran, bidang media baru, serta bidang produksi film.

Manfaat yang ingin dicapai dari program PPM ini adalah:

1. Membangun kegairahan di kalangan civitas akademika dalam menjalankan amanah Tridharma Perguruan Tinggi, yakni pengabdian kepada masyarakat;
2. Memperkenalkan ilmu komunikasi, khususnya terkait komunikasi massa, media massa, bidang media baru, bidang jurnalistik, juga bidang perfilman, kepada kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur, melalui pemutaran film (*screening*), ceramah, dan diskusi.

² *Ibid.*

3. Peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang peluang dan tantangan yang harus dihadapi bidang jurnalistik dan film dokumenter pada era digital.

Dengan demikian, target luaran kegiatan PPM ini adalah peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang peluang dan tantangan yang harus dihadapi bidang jurnalistik dan film dokumenter pada era digital kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur; serta publikasi artikel ilmiah tentang kegiatan PPM ini di jurnal nasional atau jurnal internasional, baik yang terakreditasi maupun yang tidak terakreditasi.

Kajian Pustaka

Berbagai referensi menuliskan, profesi kewartawanan dimulai pada zaman Yunani Kuno. Jurnalistik merupakan istilah yang diserap dari bahasa Yunani, "diurnal", yang berarti "harian". Istilah ini mengacu pada kegiatan orang-orang yang setiap hari berdatangan dari medan perang seraya mengabarkan kisah-kisah kemenangan atau kekalahan pasukan yang tengah berada di medan laga, hingga laporan tentang pahlawan-pahlawan yang gugur. Atau juga orang-orang yang secara khusus melaporkan hasil sidang para senator dan menempelkan laporannya di dinding-dinding rumah milik warga. Mereka inilah cikal-bakal para jurnalis, atau kita lebih akrab menyebutnya sebagai wartawan atau pewarta (Halim, *Reportase: Panduan Praktis Reportase untuk Media Televisi*, 2019).

Kehebatan jurnalis pada masa itu adalah pada keyakinan dan semangat sang jurnalis itu sendiri yang sangat merasa bahwa pekerjaannya sangat mulia dan dibutuhkan oleh orang banyak, sehingga orang-orang semacam ini tidak pernah kenal kata "takut" dan "lelah" untuk memberikan "terang" kepada orang lain melalui informasi-informasi yang dilaporkannya. Padahal, setiap langkah yang ditempuhnya sangat berdekatan dengan maut. Kelak keyakinan dan semangat inilah yang bermetamorfosis menjadi sebutan baru bernama etos kerja (Halim, *Reportase: Panduan Praktis Reportase untuk Media Televisi*, 2019).

Bahwa seorang jurnalis bukan hanya mesti memiliki keterampilan membangun kontak, merencanakan pengumpulan bahan berita, berjibaku

dengan peristiwa dan narasumber, memilih dan memilah data menjadi fakta, menuliskannya menjadi naskah berita, dan menyiarkannya sebagai berita tapi ia juga harus mempunyai etos kerja yang lebih dari luar biasa. Ia bukan hanya memiliki seperangkat jasmani yang sehat, terdidik, dan terlatih, untuk menggunakan alat-alat kerja dan berinteraksi dengan manusia lain. Yang tidak kalah penting, ia juga memiliki seperangkat rohani, meliputi hati nurani, akal, budi, dan naluri. Hati nurani adalah benda abstrak, yang kalau menurut tatanan Ilmu Tasawuf, ia terletak di bagian dada sebelah kiri. Sekitar dua jari dari puting. Karena abstrak, bila diteliti secara biologis, maka "benda" yang dimaksud tidak pernah ditemukan. Tapi, konteks keyakinan "memaksa" kita untuk meyakini adanya karena dengan hati nurani inilah manusia memfungsikan perasaan dan nilai-nilai kemanusiaan (Halim, *Dasar-dasar Jurnalistik Televisi: Panduan Praktis Memahami Teknik-teknis Reportase dan menulis Naskah Berita untuk Media Televisi*, 2015).

Akal merujuk pada keberadaan lipatan-lipatan otak di kiri dan kanan kepala yang besarnya tak lebih dari sekepalan tangan. Namun, dengan keberadaannya, kita lebih dituntut untuk memahami fungsi akal sebagai perangkat yang berperan dalam menerima dan menyimpan seluruh data hasil persepsi, serta memunculkannya dalam bentuk pesan (saat dibutuhkan). Akal berperan seperti *hard-disk* yang harus menyimpan data dan harus mampu mengeluarkannya ketika data yang dimaksud dipanggil (Halim, *Dasar-dasar Jurnalistik Televisi: Panduan Praktis Memahami Teknik-teknis Reportase dan menulis Naskah Berita untuk Media Televisi*, 2015).

Budi juga benda abstrak yang fungsinya menjadi penimbang baik dan jahat, bagus dan buruk, serta pengatur irama norma dan nilai diri terhadap sekeliling kita. Sedangkan naluri mengarah pada pendorong keinginan. Keberadaan naluri tidak bisa dijangkau secara fisik tapi ia bisa dilihat seluruh penampakannya secara jelas melalui perbuatan. Ia yang mendorong manusia untuk berkeinginan, bernafsu, dan berambisi (Halim, *Dasar-dasar Jurnalistik Televisi: Panduan Praktis Memahami Teknik-teknis Reportase dan menulis Naskah Berita untuk Media Televisi*, 2015).

Khusus bagi seorang jurnalis, ia mesti mengasah naluri ingin tahu dan naluri komunikasi, yakni mendorong diri untuk mengetahui secara rinci apa pun di sekelilingnya dan mengabarkan hasil keingintahuan itu kepada orang lain. Agar naluri ingin tahu dan naluri komunikasi itu terkendali, maka kepekaan hati nurani, akal, dan budi, jadi perlu diasah (Halim, *Dasar-dasar Jurnalistik Televisi: Panduan Praktis Memahami Teknik-teknis Reportase dan menulis Naskah Berita untuk Media Televisi*, 2015).

Untuk mudahnya, saya harus mengulang kembali poin utama pemaparan di atas, *pertama*, jurnalis mesti memiliki banyak pengetahuan dan keterampilan (*multy skill*). Ia bukan hanya harus memahami berbagai aspek tentang jurnalistik tapi juga berbagai pengetahuan lain, seperti ekonomi, politik, hukum, budaya, sosial, dan sebagainya, serta keterampilan menggunakan perlengkapan teknologi sebagai penunjang kegiatan jurnalistiknya. Untuk jurnalis televisi, misalnya, ia mesti menguasai komputer, kamera, alat-alat penyuntingan gambar (*editing*), bahkan perlengkapan pengiriman gambar (*feeding*).

Kedua, jurnalis mesti memiliki etos kerja yang berbeda dibandingkan orang kebanyakan. Tidak ada istilah pesimistis, serta seluruh pergerakannya tidak terbatas ruang dan waktu. *Ketiga*, jurnalis mesti memiliki kepekaan humanisme yang luar biasa dibandingkan orang kebanyakan dan kemampuan berinteraksi dengan manusia lain dengan baik (*soft skill*). Pada bagian ini, hati nurani, akal, budi, dan naluri, harus “bekerja” secara sinergis dan terus-menerus untuk terus menghidupkan kompetensi kemanusiaan dan memahami hakikat etika komunikasi dengan baik.

Poin pertama menyangkut keterampilan yang harus dimiliki seorang jurnalis, juga disinggung oleh Peter Henshall dan David Ingram dalam *Menjadi Jurnalis*, bahkan dilengkapi dengan memasukkan sejumlah unsur yang mendorong seseorang menjadi jurnalis, di antaranya *keinginan menulis, keinginan untuk dikenal, keinginan untuk berpengaruh, dan haus pengetahuan* (Henshal, 2000). Selain itu mereka juga memancang sejumlah syarat untuk memasuki dunia jurnalistik, yakni: *ketertarikan pada kehidupan, cinta bahasa, memiliki ketajaman berpikir dan sistematis, mampu berempati untuk mendapat fakta, memiliki tekad*

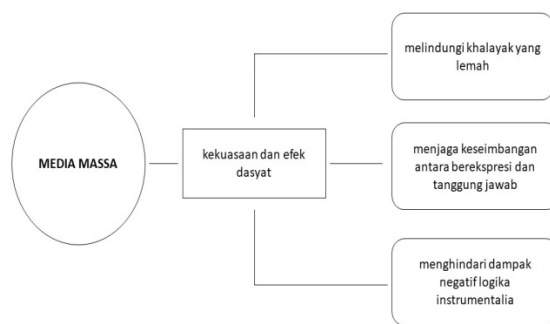
yang besar (cenderung agresif), ramah, dan dapat dipercaya (Henshal, 2000).

Sementara Christ Frost dalam *Reporting for Journalists* juga menyusun kualifikasi dasar seorang jurnalis, tanpa melihat media massa-nya, yakni memiliki rasa ingin tahu yang luar biasa tentang orang dan peristiwa; memiliki tekad mantap untuk mencari tahu apa yang sedang terjadi; memiliki kemampuan bergaul dengan orang lain, membuat mereka terpesona, bahkan bisa membujuk mereka untuk memberitahu hal-hal tertentu; memiliki kemampuan membangun ide-ide menarik dan orisinal untuk berita dan feature; memiliki inisiatif dan cerdik untuk sampai ke lokasi peristiwa; dan memiliki kemampuan menyajikan informasi sesuai dengan media dan target khalayak (Frost, 2010). Paparan ini senada dengan kualifikasi yang disusun oleh Henshall dan Ingram atau poin jurnalis mesti memiliki banyak pengetahuan dan keterampilan (*multy skill*) dan poin jurnalis mesti memiliki etos kerja yang berbeda dibandingkan orang kebanyakan.

Sedangkan poin ketiga atau jurnalis mesti memiliki kepekaan humanisme yang luar biasa dibandingkan orang kebanyakan dan kemampuan berinteraksi dengan manusia lain dengan baik, disebutkan oleh Heshal dan Ingram sebagai ketertarikan pada kehidupan dan mampu berempati untuk mendapat fakta.

"Wartawan adalah orang yang ditakdirkan selalu mencoba sesuatu yang mustahil, yakni menemukan, mengumpulkan, menyusun, menjelaskan, dan menyebarkan berita, gagasan, atau pendapat hari itu kepada masyarakat," kata John Hohenberg (1978), guru besar pada Universitas Columbia, Amerika Serikat (Wibowo, 2009). Dalam bahasa berbeda, jurnalis juga diposisikan sebagai agen konstruksi, yakni individu yang tidak semata-mata melaporkan fakta tetapi juga turut mendefinisikan peristiwa. Pendefinisian ini dilakukan melalui tata permainan bahasanya, sehingga ungkapan jurnalistik yang disajikan kepada pembacanya berimplikasi dengan masalah-masalah etis (Wibowo, 2009).

Kata kunci "etis" ini mengingatkan saya pada premis etika komunikasi Boris Libois sebagai pijakan berpikir dan bersikap yang mesti dimiliki oleh seorang jurnalis, apa pun media massanya (Haryatmoko, 2007)—perhatikan Gambar 1.



Gambar 1: Model Premis Etika Komunikasi Boris Libois.
(Gambar: Syaiful Halim)

Bahwa beban sebagai duta media dan wakil khalayak yang diamanahkan untuk menggali fakta, meringkaskannya, dan menuliskannya sebagai konstruksi realitas atau berita, ia juga mesti mengedepankan misi untuk melindungi khalayak yang diasumsikan lemah (dalam memahami informasi), menjaga keseimbangan antara ekspresi dan tanggung jawab, dan menghindari dampak instrumental yang dihadirkan melalui seluruh gerakannya. Premis etika komunikasi ini pula yang sesungguhnya menjadi jiwa Kode Etik Jurnalistik, seperangkat aturan yang mengatur profesi para jurnalis. Artinya, dengan menjalankan spirit etika komunikasi, maka dengan sendirinya ia pun telah menjalankan amanah Kode Etik Jurnalistik—rincian atas sikap yang mesti dilakukan jurnalis profesional dengan berdasarkan pada etika komunikasi.

Uraian tentang etika komunikasi Boris Libois di atas juga makin memperjelas keluarbiasaan profesi jurnalis sebagai agen konstruksi yang senantiasa bersentuhan dengan masalah-masalah etis. Poin terakhir ini pula yang menjadi pembeda utama antara profesi jurnalis dengan profesi-profesi lain, bahkan orang-orang yang bekerja dengan teknik reportase dan produksi berita ala jurnalis. Katakanlah, jurnalis warga. Dengan demikian, selain tiga poin yang telah dipaparkan di atas, profesionalisme jurnalis juga mencakup juga poin keempat, yakni jurnalis harus memahami dan mengamalkan etika komunikasi atau prinsip etis dan kode etik jurnalistik (Halim, *Reportase: Panduan Praktis Reportase untuk Media Televisi*, 2019).

Dari uraian di atas, saya bisa memastikan bahwa dunia jurnalistik diusung

oleh insan-insan yang dituntut memiliki banyak pengetahuan dan keterampilan (*multy skill*); memiliki etos kerja yang berbeda dibandingkan orang kebanyakan; memiliki kepekaan humanisme yang luar biasa dibandingkan orang kebanyakan dan kemampuan berinteraksi dengan manusia lain dengan baik (*soft skill*); dan memiliki kemampuan untuk mengedepankan etika komunikasi sebagai jiwa Kode Etik Jurnalistik. Catatan tentang kompetensi jurnalis inilah, yang bisa jadi, tidak dimiliki oleh para pembuat konten media baru atau media sosial—yang sangat memungkinkan media sosial dipenuhi sampah-sampah informasi dan keremehtemahan (*banalitas*).

Dengan demikian, bisa diartikan, poin ini merupakan peluang besar bagi para jurnalis untuk membuat dan mendistribusikan karya-karya jurnalistik melalui media baru atau jagat digital. Pada saat bersamaan, peluang besar ini juga merupakan tantangan besar bagi para jurnalis untuk konsisten memproduksi karya-karya jurnalistik dengan standar Kode Etik Jurnalistik, meski saluran yang digunakan berupa media baru bahkan media sosial.

Sementara itu tentang film dokumenter, Bill Nichols mendefinisikan dokumenter sebagai upaya menceritakan kembali sebuah kejadian atau realitas, menggunakan fakta dan data (Nichols, 1991). Saya menggarisbawahi satu kata kunci penting dari batasan ini, yakni "realitas". Artinya, pembahasan tentang dokumeter sama artinya dengan pembahasan tentang realitas. Dalam konteks ini, ia sangat bersentuhan dengan persoalan fakta atau data sebagai materi atau kandungan realitas. Perhatikan kembali seluruh uraian di atas: bahwa seluruh film itu diproduksi beranjak dari realitas alias bukan fiksi.

Sementara John Grierson memaparkan bahwa film dokumenter adalah penggunaan cara-cara kreatif dalam upaya menampilkan kejadian atau realitas, seperti halnya film fiksi, alur cerita dan elemen dramatik menjadi hal yang penting; begitu pula dengan bahasa gambar (*visual grammar*) (Tanzil, 2010). Pada bagian ini, sudah terlihat adanya perlakuan terhadap realitas yang menjadi kata kunci dalam batasan film dokumenter di atas, yakni diperlakukan tak ubahnya seperti karya-karya *audio-visual* lain, persisnya dengan penekanan kepada bahasa gambar.

"Pembuat film dokumenter ingin penontonnya tidak hanya mengetahui topik yang diangkat, tapi juga mengerti dan dapat merasakan persoalan yang dihadapi subjek. Pembuat film ingin agar penonton tersentuh dan bersimpati kepada subjek film. Untuk itu diperlukan pengorganisasian cerita dengan subjek yang menarik, alur yang mampu membangun ketegangan, dan sudut pandang yang terintegrasi," jelas Michael Rabiger (Rabiger, 1992).

Batasan Rabiger makin memperjelas rupa dokumenter yang bukan sekadar memperlakukan realitas dengan pendekatan bahasa gambar seperti membuat karya kreatif lain, tapi juga menekankan *aspek-aspek simpati* terhadap persoalan subjek. Menurut saya, poin (dengan garis miring) ini sangat menarik untuk dicermati.

Dalam banyak contoh film dokumenter, keberpihakan pembuat film terhadap subjek memang tidak terbantahkan karena ia merupakan representasi atau *human example* dari sebuah kasus atau fenomena yang sengaja dipilih. Bahkan, kerap ia dianggap merupakan representasi dari pandangan sang pembuat film atas sebuah fenomena yang menjadi objek. Pada bagian ini, saya harus menegaskan bahwa subjek yang dimaksud ini adalah sebuah fenomena atau objek masalah pada masa tertentu. Karena pada perkembangannya, persoalan atau tema-tema yang ditampilkan dalam film dokumenter sesungguhnya bukan sekadar uraian tentang subjek tapi merupakan representasi dari objek masalah yang tengah dijalani oleh subjek, bahkan ia juga merupakan fenomena dari realitas yang lebih besar. Katakanlah, sebuah situasi sosio-kultural. Kata kuncinya adalah "fenomena".

Menarik juga mencermati tabel perbandingan antara film cerita, film dokumenter, dan berita yang dibuat oleh Chandra Tanzil dalam buku *Pemula dalam Film Dokumenter: Gampang-gampang Susah* (Tanzil, 2010). Dalam tabel tersebut, ia memperlihatkan lima poin sebagai kategori pembeda film dokumenter dibandingkan karya *audio-visual* lain, yakni realitas, fakta dan data, subjektif, pesan moral, dan alur cerita (Tanzil, 2010). Dalam konteks ini, saya menggarisbawahi kata kunci "subjektif" yang artinya penempatan posisi atau keberpihakan pembuat film terhadap subjek. Karena itu, persoalan subjektivitas

juga menjadi bagian yang tidak bisa diabaikan dari sebuah karya dokumenter. Menurut saya, inilah persamaan pandangan Rabiger dan Tanzil tentang keberpihakan terhadap subjek atau subjektivitas sang pembuat film.

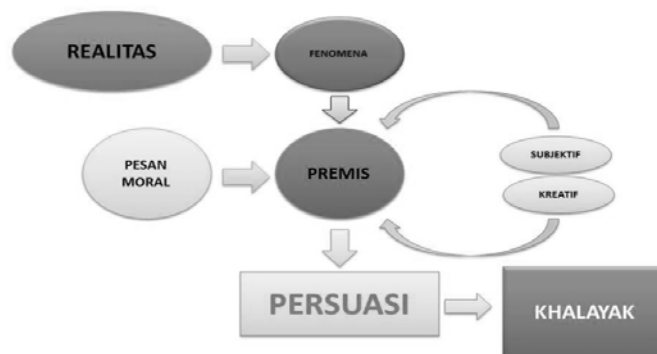
Sedangkan persoalan pengorganisasian cerita dengan subjek yang menarik, alur yang mampu membangun ketegangan, dan sudut pandang yang terintegrasi, merupakan bahasa lain dari perlakuan secara kreatif seperti telah ditegaskan oleh John Grierson. Kata kuncinya, kreatif. Tambahan lagi, dari batasan yang dikemukakan oleh Tanzil, saya juga mesti menggarisbawahi kata kunci "pesan moral" sebagai misi yang diemban oleh pembuat film. Menurut saya, kata kunci ini sangat berkaitan dengan target untuk membangun simpati dan upaya memengaruhi penonton. Dalam banyak contoh film dokumenter, persoalan memengaruhi (persuasi), bahkan propaganda, menjadi kata kunci yang tidak boleh diabaikan dan harus menjadi perhatian khusus karena inilah kekuatan utama sebuah film dokumenter.

Perhatikan pemutaran film *Pengkhianatan G30S/PKI* karya Arifin C. Noor yang diputar saban 30 September semasa Orde Baru berkuasa. Ini adalah kegiatan propaganda dan upaya memengaruhi benak publik tentang separtak-terjang Partai Komunis Indonesia (PKI) dan gejolak politik pada masa itu—situasi ini sempat dikilas-balik pada akhir 2017 lalu, dengan pemutaran film secara terbuka di berbagai tempat. Menurut saya, situasi ini tidak terjadi secara kebetulan tapi mesti ada desain atau perencanaan sejak tahap perencanaan produksi hingga distribusi. Karena, dalam pandangan Ilmu Komunikasi, sebuah pesan tidak otomatis akan mengalir begitu saja kepada khalayak, tapi senantiasa diawali dengan proses konstruksi atau penyusunan pesan (*encoding*) oleh sumbernya.

Dalam bahasa "orang-orang film", proses konstruksi atau penyusunan pesan ini diimplementasikan dalam sebuah konsep berisikan premis atau *film statement*. Artinya, sebuah film dokumenter mesti memiliki premis atau *film statement* sebagai muatan moral yang sekaligus menjadi jiwa dalam karya *audio-visual* ini. Dengan kata lain, keberadaan premis atau *film statement* ini menjadi pilar dalam memproduksi film dokumenter, dengan tujuan akhir *memengaruhi*. Sekali lagi, mesti ditegaskan, tujuan akhir produksi film dokumenter seperti

diuraikan dalam penjelasan di atas adalah memengaruhi, jadi bukan sekadar membangun perasaan simpati.

Maka, selain kata kunci “realitas”, “fenomena”, “subjektif”, “kreatif”, “premis”, dan “pesan moral”, saya juga mesti menekankan pada kata kunci “mempengaruhi”, serta tentu saja “khalayak” sebagai penerima pesan—perhatikan Gambar 2 sebagai penyederhanaan atas seluruh uraian di atas (Halim, *Dokumenter Televisi: Mitos-mitos Produksi Program Dokumenter dan Film Dokumenter*, 2018).



Gambar 2: Model Film Dokumenter. (Gambar: Syaiful Halim)

Maka yang dimaksud dengan film dokumenter adalah *film yang mengantarkan konstruksi realitas berisikan fenomena tertentu dan terfokus pada premis dan pesan moral tertentu, diproduksi dengan konsep pendekatan yang subjektif dan kreatif, serta dengan tujuan akhir memengaruhi penonton* (Halim, *Dokumenter Televisi: Mitos-mitos Produksi Program Dokumenter dan Film Dokumenter*, 2018).

Dari uraian tentang film dokumenter ini, saya bisa memastikan bahwa karya-karya berupa film dokumenter sebagai pengantar konstruksi realitas berisikan fenomena tertentu dan terfokus pada premis dan pesan moral tertentu, diproduksi dengan konsep pendekatan yang subjektif dan kreatif, serta dengan tujuan akhir memengaruhi penonton, memiliki kekuatan hegemoni yang luar biasa. Ketika media televisi di Tanah Air abai terhadap kekuatan sebuah film dokumenter, maka hal ini merupakan peluang besar bagi para *filmmaker* untuk

membuat dan mendistribusikan karya-karya film dokumenternya melalui media baru atau jagat digital. Pada saat bersamaan, peluang besar ini juga merupakan tantangan besar bagi para *filmmaker* untuk konsisten memproduksi karya-karya dokumenter berkualitas, meski saluran yang digunakan berupa media baru bahkan media sosial.

Maka, merujuk pada rumusan masalah dalam kegiatan PPM ini, yakni tantangan dan peluang bidang jurnalistik dan film dokumenter pada era digital, jawaban yang didapat adalah keberadaan media baru, khususnya media sosial, merupakan peluang besar bagi para jurnalis untuk membuat dan mendistribusikan karya-karya jurnalistik melalui media baru atau jagat digital, juga peluang besar bagi para *filmmaker* untuk membuat dan mendistribusikan karya-karya film dokumenternya melalui media baru atau jagat digital. Pada saat bersamaan, peluang ini juga merupakan tantangan besar bagi para jurnalis untuk konsisten memproduksi karya-karya jurnalistik dengan standar Kode Etik Jurnalistik, juga tantangan besar bagi para *filmmaker* untuk konsisten memproduksi karya-karya dokumenter berkualitas.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PPM ini meliputi kegiatan-kegiatan:

1. Pengembangan proposal PPM.
2. *Workshop* bertemakan peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital bagi kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur.
3. Pada tahap ini, kegiatan disajikan dalam bentuk pemutaran film (*screening*), ceramah, dan diskusi.
4. Penyusunan dan publikasi artikel ilmiah tentang kegiatan PPM ini untuk jurnal nasional atau jurnal internasional, baik terakreditasi maupun belum terakreditasi.
5. Penyusunan laporan PPM.

Hasil dan Pembahasan

Workshop bertemakan peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital bagi kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur, digelar di Aula Universitas Muhammadiyah Malang, Kabupaten Malang, Jawa Timur, pada 16 September 2019. Sekitar 250 orang peserta dari kalangan mahasiswa dan penggiat film dokumenter di wilayah Malang, Jawa Timur, menghadiri kegiatan ini.

Kegiatan PPM dibuka dengan pemutaran film dokumenter *Seanomadic* karya Syaiful Halim dari Komunitas M-DOCS. Film ini menghadirkan perjalanan sekelompok tim ekspedisi di Sulawesi Tenggara, guna mendapatkan keberadaan manusia perahu (*seanomedic*). Antusiasme peserta terlihat selama pemutaran film, yang berlangsung tertib dan ditutupi dengan sambutan hangat di akhir pertunjukkan.

Berikutnya, kegiatan PPM dilanjutkan dengan ceramah bertemakan peluang dan tantangan film dokumenter pada era digital oleh **Drs. Syaiful Halim, M.I.Kom** dari Universitas Esa Unggul Jakarta, serta ceramah bertemakan peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik pada era digital oleh **Dr. Frida Kusumastuti, M.Si** dari Universitas Muhammadiyah Malang.

Puncak acara adalah diskusi antara para narasumber dan peserta. Antusiasme para peserta terlihat selama kegiatan diskusi, baik terkait kuantitas peserta yang bertanya maupun kualitas pertanyaan yang disampaikan. Interaksi yang menggairahkan ini menghasilkan kesimpulan yang mencerahkan terkait tema *workshop*. Situasi ini memberikan keyakinan soal terpenuhinya luaran dari kegiatan PPM ini, yakni peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital.

Seperti tadi telah diuraikan bahwa dunia jurnalistik diusung oleh insan-insan yang dituntut memiliki banyak pengetahuan dan keterampilan (*multy skill*); memiliki etos kerja yang berbeda dibandingkan orang kebanyakan; memiliki kepekaan humanisme yang luar biasa dibandingkan orang kebanyakan dan kemampuan berinteraksi dengan manusia lain dengan baik (*soft skill*); dan memiliki kemampuan untuk mengedepankan etika komunikasi sebagai jiwa Kode Etik Jurnalistik. Bahwa karya-karya berupa film dokumenter sebagai pengantar

konstruksi realitas berisikan fenomena tertentu dan terfokus pada premis dan pesan moral tertentu, diproduksi dengan konsep pendekatan yang subjektif dan kreatif, serta dengan tujuan akhir memengaruhi penonton, memiliki kekuatan hegemoni yang luar biasa.

Di sisi lain, banyak fenomena menarik terkait keberadaan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter melalui media lama. Bahwa atas nama strategi komodifikasi: program berita bisa menghadirkan konten-konten bernuansa *infotainment*; stasiun televisi yang berpihak kepada kepentingan kelompok politik tertentu; bahkan stasiun televisi yang tidak menyiarkan konten-konten tertentu, meski terbilang memiliki nilai berita tinggi. Sementara stasiun televisi yang sangat berorientasi mengejar keuntungan (*market orientation*) harus melikuidasi program beritanya demi memberikan slotnya kepada program-program hiburan semacam sinetron atau *reality show*. Situasi ini, juga terjadi pada program-program berisikan film dokumenter.

Dengan fenomena-fenomena ini, bisa dikatakan, keberadaan media baru dengan kekuatan media sosial-nya memberikan kontribusi besar atas bergugurnya karya-karya jurnalistik dan film dokumenter dalam media lama pada era digital ini. Hingga pada akhirnya, karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital ini nyaris tidak lagi ditemukan di media lama, baik dalam media cetak atau dalam media televisi.

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PPM) ini, saya menawarkan solusi, dengan memberikan *workshop* bertemakan peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital bagi kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur, saya memberikan keyakinan, *pertama* bahwa catatan tentang kompetensi jurnalis, yang bisa jadi, tidak dimiliki oleh para pembuat konten media baru atau media sosial, yang memungkinkan media sosial akan tidak dipenuhi sampah-sampah informasi dan keremehtemahan (banalitas). Artinya, poin ini merupakan peluang sekaligus tantangan bagi kalangan jurnalis untuk ikut meramaikan jagat digital dengan konten-konten berstandar jurnalistik. *Kedua*, ketika media televisi di Tanah Air abai terhadap kekuatan hegemonik film dokumenter, maka ini

merupakan peluang sekaligus tantangan bagi *filmmaker* dari kalangan mana pun untuk ikut meramaikan jagat digital dengan konten-konten dokumenter berkualitas.

Kesimpulan

1. Kegiatan PPM ini menawarkan solusi, memberikan *workshop* bertemakan peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital bagi kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur,
2. Luaran dari kegiatan PPM ini adalah peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital bagi kalangan mahasiswa dan penggiat komunitas film di Kabupaten Malang, Jawa Timur; serta publikasi artikel ilmiah tentang kegiatan PPM ini di jurnal nasional atau jurnal internasional, baik yang terakreditasi maupun yang tidak terakreditasi.
3. Realitas selama kegiatan *workshop*, antusiasme para peserta terlihat selama kegiatan diskusi, baik terkait kuantitas peserta yang bertanya maupun kualitas pertanyaan yang disampaikan. Situasi ini memberikan keyakinan soal terpenuhinya luaran dari kegiatan PPM ini, yakni peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang peluang dan tantangan karya-karya jurnalistik dan film dokumenter pada era digital.[]

Daftar Pustaka

- Frost, C. (2010). *Reporting for Journalists*. New York: Routledge.
- Halim, S. (2010). *Memotret Khatulistiwa: Panduan Praktis Produksi Dokumenter Televisi*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Halim, S. (2013). *Postkomodifikasi Media: Analisis Media Televisi dengan Teori Kritis dan Cultural Studies*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Halim, S. (2015). *Dasar-dasar Jurnalistik Televisi: Panduan Praktis Memahami Teknik-teknis Reportase dan menulis Naskah Berita untuk Media Televisi*. Yogyakarta: Deepublish.

Halim, S. (2017). *Dekonstruksi Mitos Film Dokumenter The Look of Silence (Senyap) Karya Joshua Oppenheimer*. Ideology Journal. Vol. 2 No. 2, 53-82.

Halim, S. (2017). *Semiotika Dokumenter: Membongkar Dekonstruksi Mitos Media Dokumenter*. Yogyakarta: Deepublish.

Halim, S. (2018). *Commodification of Religious Defamation Case by BTP in Television Broadcasting Stations in Indonesia*. Ideology Journal. Vol. 3 No. 3, 1-21.

Halim, S. (2018). *Dokumenter Televisi: Mitos-mitos Produksi Program Dokumenter dan Film Dokumenter*. Depok: RajaGrafindo Persada.

Halim, S. (2019). *Reportase: Panduan Praktis Reportase untuk Media Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Haryatmoko. (2007). *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Henshal, P. d. (2000). *Menjadi Jurnalis*. Jakarta: ISAI.

Ibrahim, I. S. (2011). *Kritik Budaya Komunikasi; Budaya, Media dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.

Nichols, B. (1991). *Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary*. Indianapolis: Indiana University Press.

Rabiger, M. (1992). *Directing the Documentary*. New York & London: Focal Press.

Tanzil, C. (2010). *Pemula dalam Film Dokumenter: Gampang-gampang Susah*. Jakarta: In-Docs.

Wibowo, W. (2009). *Menuju Jurnalisme Beretika*. Jakarta: Kompas Gramedia.