

## MANAJEMEN MEDIA *THE CONVERSATION* INDONESIA SEBAGAI MEDIA BARU

**ST. AISAH NURHALIDA M, DADANG RAHMAT H, PANDAN YUDHAPRAMESTI**

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran

Email : musthapaestee@gmail.com; dadang.rahmat@unpad.ac.id; pandan@unpad.ac.id

### Abstract

*In 2017, The Conversation Indonesia media came up with unique concepts and ways of working compared to online mass media in general. This media carries the concept of science communication (Scicom) and content collaboration with academics how it works with journalists as editors. In contrast, academics or experts play the role of journalists in producing popular scientific articles as the main content. For carrying out its media, The Conversation Indonesia presents science simply and easily understood to the public with a popular article-based format based on research, podcasts, and infographic content on social media. The editing process is carried out jointly between editors who are in charge as curators and responsible for the elements of journalism in writing with academics who are controlling its substance until the writing is published. Not accepting any adverts, to maintain its sustainability, The Conversation Indonesia obtained funding from university partners and donors with writing training for academics in return.*

Keywords: *Media Management; Communication Science; Curators; Popular Scientific Articles.*

### A. PENDAHULUAN

Masalah pokok dalam dunia jurnalisme media internet adalah kualitas dan kredibilitas informasi yang sampai ke masyarakat. Masalah kualitas dan kredibilitas ini bermula dari apa yang disucikan di media massa *online* sebagai kecepatan menyampaikan informasi (Margianto, Saefullah, 2006:VI). Atas nama kecepatan, *pageview*, dan pertumbuhan bisnis, acapkali lembaga berita *online* menyampaikan informasi yang belum final terverifikasi kepada masyarakat luas sehingga terkadang menimbulkan mispersepsi dan misinterpretasi fakta. Laporan yang masuk ke Dewan Pers mengenai keluhan berita di media massa *online* jumlahnya terus meningkat (AJI, 2006).

Tabel 1.1 Jenis Pelanggaran Media Siber

No	Jenis Pelanggaran	Online
1	Tidak berimbang	30
2.	Tidak menguji informasi/konfirmasi	6

3.	Tidak akurat	8
4.	Tidak menyembunyikan identitas korban kejahatan	7
5.	Mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi	4
6.	Tidak jelas narasumbernya	1
7.	Prasangka SARA	8
8.	Tidak ada pelanggaran	1
Total		65

(Sumber: Survei Aliansi Jurnalistik Indonesia)

Menurut Margianto dan Syaefullah (2006:VI), Letak kesalahan lebih banyak karena masalah akurasi informasi yang berakar dari ketidakberimbangan dan pengabaian terhadap disiplin verifikasi di media *online*. Bisa ditarik simpulan, jurnalisisme *online* masa ini abai terhadap Kode Etik Jurnalistik dalam menjalankan profesinya. Hal itu dibuktikan melalui data yang diperoleh AJI dari hasil akumulasi keluhan khalayak di Tabel 1.1.

Pada infografis *Tirto.id*, yang bersumber dari *Edelman Trust Barometer 2018*, media *online* memiliki 70% kepercayaan publik di tahun 2017. Meski terjadi kenaikan cukup tinggi dari tahun 2016, media *online* tetap kalah angka dengan mesin pencari *online*. Artinya, publik lebih percaya *Google* daripada jurnalisisme. Untuk menanggulangi problematika media siber, harus ada media dengan konsep yang bertanggung jawab atas publik. Media yang bertekad mengembalikan disiplin kerja jurnalistik di ranah *online*.

Pada September 2017, dunia jurnalisisme alternatif kembali diwarnai dengan peresmian *The Conversation Indonesia*. *The Conversation Indonesia* merupakan unit kecil dari jaringan masif *The Conversation* di seluruh dunia. Media ini telah menggurita sejak lama. Meski dalam praktiknya keberadaan *The Conversation Indonesia* tidak begitu berpengaruh bagi *The Conversation Australia*. Sebab, bukan hanya di Indonesia melainkan setiap *The Conversation* yang ada di berbagai negara tumbuh secara independen dan bekerja dengan keunikan masing-masing kultur negaranya. Terkotakkan di dalam jenis media baru, kategori ini disematkan sebab banyak hal unik yang membedakan *The conversation Indonesia* dengan media *online* lainnya.

Salah-satunya adalah penerapan konsep *Science Communication*, yaitu, suatu proses penerjemahan kompleksnya bahasa ilmu pengetahuan menjadi konten yang mudah dipahami oleh masyarakat secara umum, hingga sampai ke titik familiar di telinga publik. Seperti yang dijelaskan oleh Bryant dalam jurnal ilmiah berjudul *Public Understanding of Science* (2003), bahwa “...*science communication is the processes by which the culture and knowledge of science are absorbed into the culture of the wider community.*” *The Conversation* hadir sebagai jalan masuknya ilmu pengetahuan ke ranah yang lebih besar (Burns *et al.*: 2003; 191). Proses ketika ilmu pengetahuan yang biasanya hanya dapat dimengerti oleh *peer group* para akademisi disiplin ilmu tertentu, menjadi informasi penting yang daya jangkauannya dapat mencapai masyarakat luas.

Sumber lain disebutkan (Fitriawan, 2017), tujuan jurnalisme sains adalah membuat informasi yang sangat detil, spesifik, dan kerap sarat jargon yang dihasilkan ilmuwan ke dalam sebuah bentuk yang dipahami dan disukai mereka yang bukan ilmuwan, namun informasi yang disampaikan tetap akurat. Untuk mencapai tujuan ini, dalam menyusun pelaporannya, jurnalis sains memilih cara berkomunikasi dengan membuka akses dialog yang terbuka antara jurnalis, pemegang pengetahuan, dan masyarakat.

Dengan konsep produksi konten yang ditawarkan, yaitu menurunkan pakarnya langsung dalam meramu artikel-artikel mereka, membuat keabsahan substansi tulisan menjadi lebih kuat. Segala bentuk ‘klaim’ akan punya data penunjang yang berbasis penelitian.

Pada satu artikel, biasanya, laman akan menyediakan tautan ke profil penulis hanya dengan meng-*klik* namanya. Maka, biodata lengkap berkaitan dengan fokus keilmuan, fokus kajian penelitian, dan riwayat pendidikan juga instansi akan dijelaskan secara menyeluruh dan merinci. Kata rinci salah-satunya merujuk pada barisan kontak sosial media, telepon seluler serta pos-el bersama biodata lain penulis yang bersangkutan. Dengan konsep seperti ini, *The Conversation* dapat menjadi sumber daya alternatif bagi media massa lain dengan cara menyediakan konten gratis, ide-ide, dan narasumber untuk media radio, televisi, web, maupun cetak.

Penulisan konten yang seluruhnya ditulis bukan oleh wartawan melainkan secara langsung oleh para akademisi dan komunitas peneliti di berbagai disiplin ilmu merupakan keunikan yang paling menonjol. 2161 universitas dan lembaga riset dari seluruh dunia (*The Conversation Indonesia*, 2018), dengan lebih dari 30.000 akademisi ditampung di *Basis Data Riset dan Pakar* (*The Conversation Indonesia*, 2018), dijadikan mitra, untuk kemudian menyumbangkan artikel

ilmiah populer berkenaan dengan ilmu yang dikuasai secara berkala. Meski begitu tim redaksi masih memiliki fungsi penting dalam keberlangsungan media. Semua konten jelas harus melalui jalur *editing* dan filtrasi dari mereka.

Berbeda dengan surat kabar lain yang pada umumnya menerima tulisan final dari dosen untuk mengisi kolom opini, editor *The Conversation Indonesia* bekerja bersama akademisi dari awal sampai akhir. Sehingga produk final merupakan hasil bahu-membahu tim editor dan para pakar dalam menerjemahkan keahlian mereka agar bisa dimanfaatkan oleh masyarakat seluas-luasnya (*The Conversation Indonesia*, 2018). Redaksi berperan bukan hanya sebagai editor tapi juga pembimbing, penajam konteks, dan pembangun batasan (*boundaries*) ketika tulisan dosen melebar kemana-mana. Selain itu, redaksi juga menjadi pihak yang memberi umpan isu terhangat yang dapat dikaitkan dosen bersangkutan di dalam artikel ilmiah populernya.

*Science Communication* juga telah lebih dulu diterapkan oleh media massa sebelum *The Conversation Indonesia*. Seperti Majalah Dwi-bulanan *Prisma* dibawah naungan Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES). Seperti juga *The Conversation Indonesia*, majalah ini lebih memilih penyebarluasan jurnal penelitian untuk masyarakat pembaca yang lebih luas dibandingkan dengan eksklusivitas di lingkungan akademisi saja. Sejak awal terbit hingga sekarang, sudah ratusan ahli, sarjana, praktisi, dan kaum muda Indonesia yang menulis secara bebas dan kreatif di *Prisma*. *Prisma* mengatakan kontennya dapat menjadi semacam bacaan “wajib” di kalangan akademisi, mahasiswa, politikus, para pengambil keputusan dan perencana pembangunan, serta kelompok-kelompok strategis lainnya. Mereka memanfaatkan sebagian besar tulisan di *Prisma* untuk mengkaji perkembangan berbagai teori pembangunan yang diaplikasikan di Indonesia (*Prisma Resource Center*, 2019).

Meski sama-sama menerapkan konsep *Science Communication*, *Prisma* berbeda dengan *The Conversation Indonesia* dalam segi penyebaran konten dan manajemen bisnis. *Prisma* menerapkan aturan jual beli dalam menjalankan medianya, baik dalam bentuk majalah maupun file halus di *website* resmi media ini. Setiap konten yang sudah di *convert* ke dalam bentuk *pdf* atau *soft file* di *web*-nya tetap tak bisa diakses secara cuma-cuma. Tidak demikian dengan *The Conversation Indonesia*. Semua konten media ini dapat dibaca dan diterbitkan kembali melalui *Creative Commons* tanpa biaya.

Berkaitan dengan sumber kredibel, meski sumber bisa saja berkata tidak tepat, Melvin Mencher mengatakan ada kredo yang bunyinya “*it is true that the source said this*” (menjadi benar apabila ada rujukan siapa yang mengatakan) (Hidayat, 2017:93). Artinya setiap pernyataan dalam konten dengan sokongan riset memiliki bobot kebenaran yang cukup. Proses penulisan berita yang unik, hanya satu dari sekian banyak alasan media ini menjadi menarik untuk diteliti. Dengan penelitian ini, penulis ingin menganalisa bagaimana cara kerja manajemen redaksi *The Conversation Indonesia* dalam menjalankan *Science Communication (Scicom)* atau komunikasi sains bersama para akademisi dan mengembalikan kepercayaan publik juga sumber berita kepada media massa, lewat sistem kerja yang belum pernah dijalankan media manapun, di Indonesia.

## **B. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif metode deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya pandangan mereka yang diteliti yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. Dapat disintesis bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku persepsi, motivasi tindakan, dll., secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong:2012:6).

Adapun, penulis memutuskan memilih metode ini, karena subjek penelitian memiliki keunikan yang belum pernah terjadi pada kasus lain sebelumnya. Penelitian deskriptif timbul karena kebutuhan. Metode ini digunakan ketika suatu peristiwa yang menarik dan unik muncul ke permukaan tetapi belum memiliki kerangka teoritis yang cukup kompatibel untuk menjelaskan kasus bersangkutan. Konsep yang baru atau bisa jadi teori baru dapat muncul seiring dengan berjalannya proses penelitian. Jenis kasus yang begitu unik ini membutuhkan metode deskriptif kualitatif agar dapat lebih komprehensif dalam pemaparannya.

## **C. PEMBAHASAN**

### ***Positioning The Conversation Indonesia***

Apabila dirunut dari awal pembentukan, media *The Conversation (TC)* edisi Australia adalah cikal bakal *The Conversation* paling pertama. Media ini dibangun atas kegelisahan pendirinya, seorang jurnalis senior dari *The Age* bernama Andrew Jaspas mengenai tingkat kepercayaan publik yang semakin hari semakin berkurang pada media massa.

Perkembangan media alternatif memang telah terjadi sejak lama. Eddyono (2019) menuliskan dalam jurnalnya, bahwa Atton (2003) dengan *altenative journalism*-nya bahkan memberikan penawaran agar siapa pun bisa menjalankan praktik jurnalisme di media warga sebagai bentuk kritik atas praktik jurnalisme arus utama yang menurutnya elitis.

Kritik dan ketidakpercayaan ini kemudian memunculkan wartawan bukan hanya dari lulusan studi terkait, melainkan dari berbagai kalangan masyarakat dan melenturkan pengertian wartawan itu sendiri. Teknologi informasi memungkinkan media berita dan audiens untuk behubungan lebih intens dan saling mengisi. Pola penyampaian berita seperti pada masa lalu semakin tertinggal digantikan dengan pola baru yang semakin partisipatorik. Di sisi lain, kesempatan bagi warga masyarakat untuk memiliki medianya sendiri lebih terbuka. Semakin banyak alternatif dalam memperoleh informasi dalam masyarakat ini pada gilirannya akan membawa kepada persaingan yang sehat, di mana media yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat akan mendapat kepercayaan, sedangkan mereka yang gagal untuk memenuhinya akan ditinggalkan (Wardana, 2011).

Untuk membangun ulang kepercayaan publik, muncullah *TC Australia* dengan konsep *science communication*. Jaspas kemudian memberi istilah kampus sebagai *virtual newsroom*. Sama halnya dengan ruang redaksi, kampus juga memiliki spesialisasi individu yang menggeluti berbagai fakultas atau disiplin ilmu dalam terminologi lebih luas, seperti bisnis, sains, seni dan budaya, lingkungan, juga politik. Perbedaannya hanya terletak pada individu yang menempati posisi itu. Jika di ruang redaksi, individu yang dimaksud tidak lain adalah wartawan. Orang yang menguasai ilmu bersangkutan hanya di permukaan tapi berkewajiban untuk mampu menggarap isu yang bahan beritanya telah lebih dulu didapatkan dari pakar ilmunya. Sementara, di kampus, individu itu adalah insan akademia yang sangat menguasai suatu kepakaran, bukan cuma hasil belajar satu dua hari, minggu, atau bulan melainkan telah menghabiskan sepanjang karir pendidikannya untuk

mempelajari satu disiplin ilmu. Menurut Andrew, universitas itu adalah sumber pengetahuan (*Knowledge Creator*) sedangkan pers adalah penyebar pengetahuan (*Knowledge Disseminator*). Akhirnya dua ide ini dilebur menjadi satu sehingga jurnalis dan akademisi bahu membahu mengemukakan kembali ilmu pengetahuan yang valid ke muka publik. Ini lah yang sebagai *Global Knowledge Network* atau jaringan pengetahuan global, kondisi di mana akademisi dapat menulis artikel mengenai sebuah isu dengan menghubungi seluruh teman akademis di belahan dunia lain yang memiliki *concern* senada. Dengan bahan-bahan yang begitu masif juga telah melalui proses penelitian, artikel yang teracik kemudian akan sangat kuat intensitas akurasi.

Pada pengelompokan yang besar, *The Conversation Indonesia* termasuk ke dalam media alternatif karena proses dan isi tulisan yang berbeda dari media arus utama. Utamanya perbedaan pada *news gathering*. Wartawan *mainstream* menulis berita sendiri, sementara *The Conversation Indonesia* tidak demikian. Dalam praktiknya, media ini berperan sebagai wadah bagi peneliti yang memiliki riset / berita penjelasan tentang sesuatu dan berniat / ingin menyebarluaskannya kepada khalayak luas. Dalam artikel berjudul *With writing by academics and underwriting from universities, The Conversation finds its place*, Shanwang mendefinisikan *The Conversation Indonesia* sebagai “..daily newsroom with editors, all of whom are journalists, and the reporters are all academics.” Yaitu redaksi harian dengan editor yang berprofesi sebagai jurnalis sedang seluruh reporternya adalah akademisi.

Akademisi yang berperan menjadi reporter atau wartawan di *The Conversation* dapat menimbulkan pertanyaan akan kompetensinya sebagai reporter atau wartawan meski ia memiliki kompetensi pengetahuan. Untuk itu, bentuk-bentuk media baru seperti media sosial dan menjamurnya media *online* yang kini telah mengintervensi konsep mengenai berita dan peristiwa yang dianut dalam jurnalistik media pers (Haryanto, 2014), akhirnya menjadi persoalan yang perlu ditanggapi dengan bijak oleh media dan wartawan.

Semua itu akarnya bersumber dari kualitas sumberdaya manusia, termasuk para wartawan yang memproduksi berita. Pada proses kegiatan rutin suatu media, wartawan yang mencari, mengolah, dan menyajikan informasi atau berita dalam media. Dengan demikian wartawan atau *jurnalis* adalah seorang yang melakukan tugas-tugas atau aktivitas jurnalisme, yaitu orang yang secara teratur mencari, mengolah dan menuliskan berita atau liputan maupun laporannya berupa tulisan yang dikirimkan atau dimuat di media massa. Wartawan mencari sumber berita untuk

ditulis dalam laporannya dan wartawan diharapkan untuk menulis laporan yang paling objektif juga tidak memiliki pandangan dari sudut tertentu untuk melayani masyarakat (Djoko Waluyo, 2018).

Namun, berkaitan dengan hal tersebut, Andrew menegaskan model ini tidak banyak menggunakan universitas sebagai sumber berita, meskipun memang bekerja untuk melaporkan temuan penelitian sebagai berita. Bagian yang perlu diluruskan yaitu, pekerjaan yang sebetulnya ingin redaksi *TC* coba lakukan adalah menggunakan akademisi dan peneliti untuk menganalisis peristiwa berita langsung, seperti pembunuhan Osama Bin Laden hingga gempa bumi Fukiyama atau berita kompleks lainnya. *TC* menggunakan orang-orang yang ahli untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah yang kompleks dalam permasalahan yang sedang terjadi.

Nikki Usher, seorang akademisi dari Australia menyatakan dalam artikelnya berjudul *The Conversation, the startup Australian news site, wants to bring academic expertise to breaking news* (2011), dirinya agak skeptis dengan ide pembentukan media *The Conversation* oleh Andrew Jaspian ketika itu. Nikki tidak yakin situs ini akan mampu dan mau mempublikasi tulisan akademika yang ideologi atau pola pikirnya terlalu kuat kepada publik. Apalagi, akademisi sering kali muncul bersama dengan ide-ide dominan juga provokatif. Nikki juga menyoroti bagaimana implikasi politik penulis dalam tulisannya. Bagaimanapun, sebagai sebuah kelompok, akademisi cenderung lebih liberal daripada orang pada umumnya.

Untuk menjawab kekhawatiran Nikki, masih dalam artikel yang sama, Andrew memiliki tiga tandingan atas jawaban semua kekhawatiran itu:

**Pertama**, setiap penulis harus mengisi profil, sehingga pembaca tahu siapa orang tersebut dan apa kepakaran mereka. Lalu ada persyaratan tambahan yaitu pengungkapan potensi konflik yang mungkin mewarnai penilaian mereka. Seperti apakah mereka adalah anggota partai, atau komunitas tertentu. Sehingga, apabila yang bersangkutan memiliki kepentingan dalam aktivitas menulisnya. Maka, publik akan segera tahu dan dapat mengambil simpulan tepat atas seluruh klaim penulis dalam artikelnya.

**Kedua**, dalam menanggapi pertanyaan mengenai politik, Jaspian menjawab bahwa apa yang coba *The Conversation* lakukan itu adalah menghubungkan orang-orang dengan akademisi yang

biasanya memiliki informasi lebih baik daripada masyarakat umum, karena kedalaman pengetahuan mereka dan pemahaman tentang kompleksitas masalah tersebut.

**Ketiga**, Jaspas melihat *The Conversation*, sesuai namanya, mengarah pada debat publik. Salah satu hal utama yang ingin dilakukan *TC* dengan saluran berita seperti ini adalah untuk memastikan media ini memiliki berbagai pandangan tentang sesuatu, dan bahwa penulis memiliki interpretasi yang berbeda tentang apa yang terjadi. Tujuan utama *TC* adalah mengejutkan pembaca. “Kami tidak ingin memberi mereka penjelasan, wawasan alternatif, dan sudut pandang yang biasa dan itu akan mengarah pada percakapan yang lebih hidup di ranah publik,” ujar Andrew Jaspas.

Nikki Usher secara skeptis kembali menanyakan pertanyaan lain: Mengapa seorang akademisi yang sibuk mau menyempatkan waktunya untuk menulis di *The Conversation*? Sebagian dari jawabannya berkaitan dengan pendekatan Australia saat ini untuk promosi universitas. Penelitian dan pengajaran merupakan bagian dari metode evaluasi kepakaran, tetapi penilaian ketiga adalah kualitas akademik dari keterlibatan publik juga dampak sosial.

Intinya, hubungan kemitraan antara *The Conversation* dengan universitas maupun akademisi sebagai individu bersifat mutualisme. Redaksi mengupayakan akses dan fasilitas bagi perkembangan peneliti dalam karir kepenulisan khususnya dalam rangka pengabdian terhadap masyarakat. Caranya adalah dengan memberikan masing-masing penulis *dashbor* untuk mengukur metriknya sendiri. Akademisi kemudian dapat menggunakan data tersebut untuk promosi dan evaluasi secara profesional. Mengukur dampak sosial dengan cara yang dapat dikuantifikasi untuk administrator universitas berdasarkan komentar, *retweet* atau *traffic* untuk artikel mereka. Para akademisi tidak dibayar untuk pekerjaan mereka. Namun, lebih dari itu, mereka kemungkinan besar akan mendapatkan pengakuan atas kepakarannya. Dari sana, kesempatan menerima undangan menjadi pembicara, narasumber, atau konsultan terkait pengetahuan yang digelutinya akan terbuka lebar.

Jaspas menyebutkan, keuntungan lainnya adalah faktor kepuasan instan. Sementara penerbitan akademis tradisional umumnya membuat para akademisi menunggu satu tahun (atau lebih) demi melihat hasil penelitiannya dalam bentuk cetak, *The Conversation* menyenangkan hati para pakar dengan menyediakan wadah dan mendampingi mereka menghasilkan karya bermanfaat dalam dua jam saja. Begitu pula Deputi Editor Eksekutif *TCI* menjelaskan, timbal balik dari *The Conversation* menurutnya adalah kepuasan mitra universitas sebagai seorang akademisi. Mereka diuntungkan

dalam hal kebutuhan untuk mengekspos penelitian-penelitian mereka. Peneliti senang karena mereka bisa tahu artikelnya di-*share* / republikasi dimana saja, dan berapa banyak pembacanya. Ika menambahkan para akademisi dibayar dengan rasa puas karena *exposure* bertambah dengan adanya republikasi gratis di *The Conversation Indonesia*.

### **Model Bisnis *The Conversation Indonesia***

Menurut McQuail (dalam Susanto, 2013) “media beroperasi di ruang publik sesuai kepentingan pengguna, kegiatan utamanya adalah memproduksi, mendistribusikan konten simbolik, dan partisipasi bersifat profesional, terarah serta bebas nilai kepentingan.”

Untuk hal ini, yang diperlukan adalah media yang tidak dipengaruhi oleh berbagai kekuatan sosial, ekonomimau pun politik dan lebih menge depankan transparansi informasi ke pada khalayak. Pertanyaannya, sejauh mana media massa di Indonesia bisa bersikap independen, lepas dari pengaruh elite dalam pemerintahan, politisi maupun para pemilik pers (Susanto, 2013).

Apalagi, menurut Ayub Dwi Anggoro (2014), persaingan industri media hari ini bukan hanya terletak pada ranah bisnis saja, melainkan sudah merembet pada wilayah politis. Hal ini terjadi karena keterlibatan para pemilik media dalam persaingan politik dewasa ini. Secara umum, media massa, tidak hanya terindikasi sebagai partisan, tapi juga gagal menjalankan fungsi publiknya dalam setiap agenda politik pemerintah.

Menghindari kegagalan fungsi akibat kecenderungan politik dan kepentingan pemilik modal, *The Conversation Indonesia* menggunakan model bisnis *community engagement* untuk menghidupi medianya. Konsep yang ditawarkan model bisnis *community engagement* dapat diterapkan pada praktik media *online*. Model *community engagement* ini antara lain digunakan oleh *Femina* hingga bisa bertahan selama puluhan tahun. Pemimpin redaksi *Femina* Petty S. Fatimah mengungkapkan bahwa *Femina* yang berdiri sejak 18 September 1972, mengembangkan strategi pengelolaan komunitas. Sejak tahun 2010, *Femina* sudah memiliki posisi yang disebut *Chief Community Officer* dalam struktur kepengurusan majalahnya. Posisi ini khusus menangani sembilan komunitas yang *Femina* miliki berdasarkan minat yang ditemukan dari divisi riset yang tiap enam bulan rutin melakukan penelitian melalui *database* demografi dan psikografi pembacanya (*Techinasia*, 12 September 2014).

Model bisnis ini mengembangkan program keterlibatan komunitas dengan bisnis yang ditawarkan. Menurut Pakar *Business Planning*, Ann Gatty, model ini akan menguntungkan tenaga kerja, pelanggan (pembaca), dan komunitas. Keterlibatan komunitas dengan aktivitas media memungkinkan perusahaan media mengembangkan keterampilan komunitas sekaligus pekerjanya. Keterampilan yang dimaksud penting seperti kerja tim, penyelesaian masalah, dan komunikasi. Yang paling penting adalah pengembangan kultur media yang lebih positif di mana semangat memproduksi konten meningkat, kepercayaan dan rasa hormat meningkat, dan kebanggaan terhadap media juga terpupuk.

Bagi *The Conversation* sendiri, pengembangan komunitas untuk sirkulasi bisnis banyak sekali menguntungkan media. Karena kemitraan bersifat mutualisme. Komunitas penulis atau mitra universitas membayar iuran setiap bulan untuk keberlangsungan media, sedang media memberikan timbal balik non-materi. Yaitu, keuntungan bersifat non-fisik seperti promosi kampus, promosi akademisi dan kepakarannya. Sehingga, tidak ada intervensi kepentingan dari pengiklan yang mengganggu integritas juga independensi media *The Conversation*.

Selain komunitas penulis, *TCI* juga mengembangkan komunitas atau dalam hal ini mitra sampai membaginya ke dalam beberapa jenis, ada mitra donor, mitra tuan rumah, mitra media, dan mitra konten. Seluruhnya merupakan penyokong kemajuan bisnis media *TCI* meski tidak semua bermain di ranah sirkulasi uang. Sebab sumber uang *TCI* hanya berasal dari dua mitra yaitu mitra universitas dan mitra donor.

Deputi Editor *TCI*, Ika Krismantari mengatakan bahwa model bisnis yang dipilih *The Conversation Indonesia* itu berbeda dari yang lain, dan memenuhi kebutuhan dari berbagai pihak dalam waktu bersamaan. Kebutuhan dari pihak universitasnya untuk menyebarkan riset-riset mereka, analisis dari para penelitiannya, dan di sisi lain ada kebutuhan publik untuk mendapatkan bahan-bahan analisis yang memang berbasis penelitian juga ilmiah. Bagi Ika, *The Conversation Indonesia* pintar mengambil peluang, melihat *gap* yang belum terisi, untuk kemudian ditempati dengan rencana matang-matang. Keuntungan lain yang didapat peneliti adalah peluang tulisannya menjangkau lebih banyak orang sangat tinggi, sebab melalui Situs *Creative Commons* ini memberikan akses republikasi bagi siapa saja, dengan latar belakang apa saja dan di mana saja terhadap seluruh konten *The Conversation Indonesia*, dengan syarat isi konten tidak boleh berubah

sama sekali. Yang diamini hanya perubahan judul asalkan tetap mencantumkan nama lengkap dan kepakaran penulis juga nama media *The Conversation Indonesia*.

*The Conversation Indonesia* berbentuk yayasan yang mencari dana sendiri untuk bertahan hidup. Karena mengambil posisi di tengah atau tidak cenderung kepada sisi manapun dalam hal ideologi dan politik, maka, *The Conversation Indonesia* menghindari segala bentuk kepentingan yang ingin ikut menyumbang dana untuk keberlangsungan media. Dalam membiayai *website*, *Information Technology (IT)*, gaji dapur redaksi dan kebutuhan *The Conversation Indonesia* secara keseluruhan, sumber pendapatan media ini berasal dari dana hibah *Open Society Foundation (OSF)*, *Knowledge Sector Initiative*, *Ford Foundation*, dan *The David and Lucile Packard Foundation* serta iuran rutin seluruh mitra universitas. Donor didapat melalui pengiriman proposal ke perusahaan-perusahaan atau instansi yang memiliki kesamaan visi dan misi dengan *TCI*. Perusahaan yang menyetujui pendanaan kemudian akan membiayai gaji editor juga seluruh kegiatan operasional media. Sementara iuran universitas berasal dari yang telah terdaftar sebagai member. Sampai penelitian ini digarap, mitra universitas berjumlah tujuh. Institut Pertanian Bogor (IPB), Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Gadjah Mada, Universitas Hasanudin (Unhas), Universitas Indonesia (UI), Universitas Atmajaya, Universitas Pattimura.

### **Redaksi *The Conversation Indonesia***

Di awal pembentukannya, *The Conversation Indonesia (TCI)* hanya memiliki empat Sumber Daya Manusia (SDM). **Pertama**, Eksekutif Editor atau editor utama yang cenderung mengurus media secara keseluruhan. Eksekutif editor juga bertanggung jawab atas *networking* (jaringan) yang harus dibangun *TCI* seluas mungkin. Membangun kemitraan dengan mitra universitas, mitra strategis, mitra donor, mitra media, dan mitra konten. **Kedua**, Deputy Editor atau wakil editor utama, yang bertugas menangani tugas-tugas internal. Dengan keterbatasan editor, deputy editor juga menangani isu sosial dengan fokus isu Politik dan Masyarakat. **Ketiga**, editor sains dan teknologi. **Keempat**, Menejer Pengembangan Khalayak, yang menjembatani komunikasi antara pembaca dengan penulis. Keempat orang ini juga berkolaborasi menangani berbagai urusan lain di luar pembagian bidang-bidang secara formal. Baru pada bulan Juli 2019, *TCI* memiliki tambahan SDM editor dan non editor.

Distribusi dan wewenang dalam editorial sudah terbagi secara proporsional, sesuai dengan bidang yang sudah lama para editor geluti sebelum bergabung ke *The Conversation*. Salah seorang editor mengatakan pengalaman menjadi reporter dalam waktu yang lama adalah syarat seseorang lulus menjadi editor *The Conversation*. Dengan begitu, proses kurasi berita bersama akademisi akan cenderung lebih cepat dan menghasilkan jumlah artikel sesuai target. SDM kurator yang dapat dihitung jari pada akhirnya mampu dioptimalkan dengan fokus kuantitas dalam filtrasi di awal perekrutan.

Pada kanal khusus *views* seperti *The Conversation Indonesia*, minimal ada dua rapat redaksi. Rapat pertama membahas mengenai *News Budgeting*. Dalam rapat ini ditentukan isu apa yang harus digarap, fokus yang akan diangkat, kepada akademisi yang mana isu itu harus diberikan untuk kemudian ‘ditangkap’ dan dieksekusi. Sementara rapat kedua biasanya dilakukan di akhir pengeditan naskah, ketika hendak diterbitkan. Untuk memastikan semua pihak puas dengan naskah final, dari judul, konten, maupun substansinya secara utuh.

### **Manajemen Produksi *The Conversation Indonesia***

Ada dua alur produksi artikel ilmiah di *The Conversation Indonesia*. Perbedaannya terletak dari mana proses itu bermula. **Cara pertama**, alurnya dimulai dari rapat redaksi. Di awal minggu, setiap Senin, seluruh tim berkumpul untuk melaksanakan diskusi ide satu minggu ke depan. Rapat biasanya dimulai dari laporan mengenai fluktuasi audiens. Presentasi mengenai artikel yang paling populer, berapa banyak pembaca dari dalam dan luar Indonesia, serta performa media secara keseluruhan dari minggu ke minggu. Setelahnya, barulah sesi penggodogan isu atau editorial. Setiap editor sudah siap dengan masing-masing *planning* satu minggunya. Artikel diklasifikasikan menjadi dua kategori waktu atau urgensi. Yaitu, artikel *timeless* (tidak terikat waktu) dan *timely* (terikat waktu). Sementara dari sisi peneliti, ada artikel orisinal atau yang ditulis oleh akademisi dalam negeri, dan artikel terjemahan yang dialihbahasakan dari artikel tulisan akademisi luar Indonesia.

Setiap editor diberikan waktu satu persatu untuk menjelaskan ide tulisan dalam isu yang mereka garap. *The Conversation Indonesia* memiliki target konkret yang telah disepakati semua awak medianya, yaitu tiga artikel orisinal dan tiga artikel terjemahan untuk semua isu. Sambil satu editor menjelaskan, editor lainnya menimpali, menguji kematangan isu, sampai memberi masukan atau ajakan kolaborasi. Sebagai contoh, ketika editor politik, berencana menggarap isu

soal Pidato Joko Widodo sebagai presiden terpilih, editor isu lingkungan hidup kemudian memberikan saran untuk mengangkat isu ketiadaan program atau persoalan lingkungan dari pidato Jokowi.

Pertimbangan dalam prioritas garapan adalah seberapa penting isu itu untuk diketahui masyarakat. Dari meja rapat, para editor sudah mengidentifikasi peneliti yang memiliki kepakaran terkait isu terpilih. Salah seorang editor menyebutkan, mereka menyeleksi tulisan dengan prinsip “cari yang bisa nulis dan bisa nulis cepat.” Setelah memilih satu peneliti atau pakar, ide didiskusikan bersama-sama dengan pakar terpilih.

Setelah mendiskusikan isu, peneliti dituntut untuk *tackle an issue*, menangkap dan mulai menggarap dasar tulisan berdasarkan penelitian sang pakar dilengkapi dengan riset orang lain untuk menunjang seluruh klaim di dalamnya. Apabila ditengah-tengah proses penggarapan artikel sang pakar memiliki masukan untuk tulisannya, tim editor akan mengadakan diskusi kedua, ketiga, dan seterusnya, hingga tulisan rampung dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Alur produksi *TCI* mengacu kepada praktik *The Conversation (TC) US*. Seperti dijelaskan redaktur pelaksana *TC-US*, Maria Balinska “*We take the news agenda as our starting point, then go to academics to provide distinctive, original, and evidence-based context to the news cycle.*” *TC-US* juga menggunakan agenda berita sebagai titik awal, kemudian berdiskusi dengan akademisi untuk memberikan konteks yang berbeda, asli, dan berbasis bukti pada siklus berita.

Proses *back and forth* naskah paling lama bisa mencapai waktu dua minggu lamanya. Kecuali saat terjadi kendala penulisan dari segi konten atau miskomunikasi dengan peneliti, bisa sampai berbulan-bulan. Berbeda dengan tulisan yang mudah digarap, atau peneliti yang sudah sering mengirimkan tulisannya, akan cenderung lebih sebentar, sekitar satu sampai duah hari saja. Karena pakar yang sudah sering menulis untuk *The Conversation Indonesia* sudah mengerti pola dan cara kerja media ini.

**Alur produksi kedua**, ide berasal dari akademisi terlebih dahulu. Biasanya akademisi mengusulkan ide tulisan, lalu editor akan melihat dan memeriksa apakah ide itu menghimpun nilai berita (*news value*) atau tidak, penting atau tidak untuk disampaikan kembali kepada publik, kepakaran peneliti relevan atau tidak dengan ide yang dicanangkan, apakah penulis sudah terqualifikasi untuk mengubah ide tersebut menjadi sebuah artikel ilmiah, dan tak lupa para editor memeriksa mampu atau tidak pengusul ide itu menggarapnya. Setelah semua pertanyaan tadi

terjawab, editor meminta akademisi tersebut mengirimkan *outline* atau kerangka tulisan untuk kemudian diperbaiki. Sejak *outline* siap, prosesnya terjadi dengan saling lempar tulisan. Salah seorang editor menyebut proses ini dengan sebutan ‘tektok’ atau ‘*back and forth*’. Meski dilakukan via *email*, ‘tektok’ terjadi begitu serius. Sebab fungsi dan tugas editor sama besarnya dengan penulis artikel.

Editor berperan sebagai kurator atau pihak yang membantu konteks tulisan menjadi lebih jelas, dan mengidentifikasi serta menambal kekurangan-kekurangan artikel. Permasalahan kebanyakan terletak pada bahasa yang terlalu teknis sehingga pembaca sulit memahami. Editor sering harus memosisikan diri sebagai pembaca yang kritis dan skeptis. Ketika ada jargon ilmiah yang masih menghambat proses pemahaman artikel secara utuh, editor menandai bagian yang mesti diubah, mengirimkan kembali tulisan itu kepada akademisinya, dan meminta mereka menjelaskan ulang di bagian tersebut. Selain permasalahan jargon, penulis juga sering menempatkan sesuatu tidak pada tempatnya atau melenceng (*digrasing*) dari bahasan. Saat ada kasus seperti ini, tugas editor adalah memotong bagian yang seharusnya tidak ada di sana. Setelah proses ‘tektok’ selesai, baik editor maupun peneliti sepakat dengan tulisan final yang dihasilkan, barulah tulisan dihadirkan ke muka publik. Jika hanya peneliti yang setuju sedang editor tidak, tulisan tidak akan pernah diunggah. Begitupun sebaliknya, jika hanya editor yang menyetujuinya, tulisan tetap tidak akan dikirim kepada khalayak. Publikasi wajib berdasarkan persetujuan kedua belah pihak.

Tidak seperti artikel lain yang tetap diperjualbelikan dengan berbagai metode, dengan iklan, membayar per konten, atau berlangganan, *The Conversation Indonesia* memberikan izin kepada siapa saja untuk mempublikasi ulang artikel secara gratis melalui *creative commons (cc)*. *Cc* membantu pengguna internet berbagi pengetahuan dan kreativitas secara legal untuk membangun dunia yang lebih adil, mudah diakses, dan inovatif. Situs ini membuka potensi penuh dari internet untuk mendorong era baru perkembangan, pertumbuhan, dan produktivitas. Tujuan ini akhirnya dapat dibuktikan secara konkret salah satunya oleh artikel *The Conversation Indonesia*. Salah seorang editor mengatakan, redaksi tidak pernah merasa kekurangan pembaca, sebab meski tidak ada *feedback* di kolom komentar situs resmi media ini, namun artikel-artikel *The Conversation Indonesia* akan menjangkau banyak orang lewat media lain, menuai banyak atensi, dan menciptakan diskusi publik.

Contohnya. Artikel berjudul *Setelah 14 Tahun Tsunami Aceh, Saatnya Kata 'Smong' Masuk Kosakata Bahasa Indonesia*. Di situs *The Conversation Indonesia*, tidak ada satu pun komentar yang tertera di bawahnya. Sementara ketika dipublikasi ulang oleh situs agregator, *Line Today*, artikel ini menangkap banyak atensi publik. Artikel ini menuai 532 *likes* dan 44 komentar. Keempat puluh empat komentar itu didominasi oleh pujian kepada peneliti, penelitiannya, dan artikel yang telah diramu bersama *The Conversation Indonesia*. Sehingga, meskipun laman resminya hanya bisa menjangkau tidak terlalu banyak pembaca, jumlah pembaca akan terus bertambah karena adanya republicasi oleh media massa, agregator berita, juga masyarakat.

*The Conversation Indonesia* tidak memiliki posisi dalam politik maupun ideologi, namun, sebagaimana media massa lain, media ini juga memiliki ketertarikan terhadap isu atau *interest area*. Di lamannya, *The Conversation Indonesia* memiliki delapan klasifikasi isu garapan. Bisnis dan Ekonomi, Kesehatan, Kota, Pendidikan, Politik dan Masyarakat, Sains dan Teknologi, Seni dan Budaya, serta Lingkungan Hidup. *The Conversation* di tiap edisi atau negara memiliki keunikan dan kekhasan masing-masing dalam hal ini, Salah seorang editor menjelaskan *Interest Area The Conversation* hadir dan disesuaikan dengan sifat sosiokultural tempat media ini tinggal.

### **Strategi Pengasuhan Komunitas (Pembaca) dan Mitra *The Conversation Indonesia***

Pada artikel *The Conversation Expands Across The U.S., Freshly Funded By Universities and Foundations*, Manajer Editor *The Conversation U.S.*, Maria Balinska mengatakan, meski independen, seperti halnya kemitraan apa pun, media ini tetap akan mengembangkan hubungan, memahami apa yang sedang terjadi di universitas sebagai mitra paling utama, mendapatkan pemahaman tentang jenis penelitian apa yang mereka lakukan dan hendak bagikan. Supaya memiliki kursi paling depan dalam tayangan yang media lain cari-cari.

Selain mitra universitas, *The Conversation Indonesia (TCI)* juga memiliki mitra lain. Diantaranya, mitra strategis, yaitu *The Australia-Indonesia Centre (AIC)*, Kedutaan Besar Prancis di Jakarta, *Institut Français d'Indonésie* (bagian dari Kedutaan Besar Prancis di Indonesia untuk bidang kebudayaan, pendidikan, linguistik, sains dan teknologi, juga pendidikan tinggi), dan Soemadipradja & Taher (S&T), salah satu kantor advokat dengan layanan menyeluruh terkemuka di Indonesia.

Selanjutnya ada mitra donor yang ikut andil menyuntikkan dana untuk keberlangsungan *TCI*, antara lain, *The David and Lucile Packard Foundation*, *Ford Foundation*, *Knowledge Sector*

*Initiative (KSI), Open Society Foundations (OSF)*. Kemudian mitra paling krusial, mitra tuan rumah yang menyediakan tempat dan rumah bagi *TC* di Indonesia, yaitu Akademi Ilmu Pengetahuan Indonesia (AIPI). *TCI* juga didukung oleh *KBR* sebagai mitra media, dan *Neliti* sebagai mitra konten.

*TCI* mengupayakan hubungan kemitraan ini menjadi saling menguntungkan. Maka, selain dari pelatihan menulis yang diberikan kepada para rekan akademisi, *TCI* juga memberikan akses penuh untuk para penulis mengetahui sejauh mana tulisannya menjangkau banyak orang. Artikel di *The Conversation* melalui proses penyuntingan yang ketat dan kolaboratif antara editor dan akademisi sebagai penulis. Demi transparansi, penulis diwajibkan untuk mengungkapkan potensi konflik kepentingan dengan mengungkapkan sumber dana penelitian dan afiliasi yang dimiliki. Penulis memegang persetujuan akhir sebelum artikel diterbitkan.

Untuk merayakan ulang tahun yang pertama, *TCI* melakukan survei kepada para penulis dan pembacanya. *TCI* memanfaatkan momentum ulang tahun untuk belajar dari apa yang telah dilakukan dan mencari tahu apa dampak dari kerja media baru yang mereka lakukan. Survei ini diakui redaksi penting adanya karena tujuan kehadiran *TCI* sejak awal adalah untuk mengangkat hasil riset dan pengetahuan dari universitas dan pusat penelitian ke publik dalam bahasa yang dipahami masyarakat awam.

Dikutip dari artikel berjudul *Setahun The Conversation Indonesia: Apa kata pembaca, akademisi, dan wartawan*, Salah seorang editor menuliskan bahwa hal ini merupakan bagian dari upaya menghadirkan jurnalisme berbasis bukti ke ranah publik, sehingga perdebatan publik yang terjadi di berbagai forum—baik di media sosial, kantor pemerintahan, ruang kelas, hingga meja makan—berkualitas dan dapat menggerakkan masyarakat mencari solusi permasalahan bersama (*The Conversation Indonesia*, 2018).

Hasil survei menunjukkan, mayoritas penulis *The Conversation* (94,55%) mengaku merasa terbantu dengan penyuntingan kolaboratif oleh editor dan 92,59% memiliki pengalaman positif bekerja bersama editor *The Conversation*. “Editor sangat membantu saya dalam menerjemahkan gagasan akademik menjadi bahasa awam,” kata seorang responden.

Pengalaman bekerja bersama tiga editor terdahulu pun positif. Salah seorang editor mengatakan pendirian media ini bertujuan menjadikan *The Conversation* sebagai *knowledge hub* maka fakta bahwa 42,59% responden penulis mengatakan mereka dihubungi untuk kolaborasi

akademik lainnya, dan 42,27% dikontak oleh media lain sesudah menulis untuk *The Conversation*, adalah dampak positif sekaligus bukti salah-satu tujuannya telah tercapai.



Gambar 1.1. Penggunaan situs *TCI* oleh Pembaca (Sumber: survei *TCI* 2018)

Sementara itu, bagi pembaca, konsistensi artikel terpercaya adalah metode pengasuhan utama dari *TCI*. Masih dikutip dari survei tahun 2018, didapati mayoritas responden menempuh pendidikan hingga tingkat sarjana atau lebih, dan tidak berasal dari kalangan akademia. Hampir seperempat (24,41%) menggunakannya untuk mendukung strategi, program, atau keputusan yang sudah berjalan. Dan 23,41% menggunakannya untuk membuat strategi, kebijakan, keputusan, atau program baru (misalnya untuk makalah, rencana proyek, saran kebijakan, atau rekomendasi).

Survei yang diikuti 448 responden yang terdiri dari pembaca, penulis/akademisi, serta wartawan ini, menunjukkan pembaca memanfaatkan konten *The Conversation* tidak hanya untuk mendapatkan informasi atau memperkaya khazanah pengetahuan tapi juga menggunakannya dalam tataran praktis kehidupan sehari-hari dan dalam lingkup pekerjaan mereka.

Rekaman data khalayak *TCI* dari *Google Analytics* menunjukkan mayoritas pembaca merupakan laki-laki muda. Saat ini *TCI* memiliki rata-rata 140.000 pembaca setiap bulan, dengan proporsi 42,3% perempuan dan 57,7% laki-laki. Selain itu, *TCI* juga menanyakan pada responden apa yang mereka lakukan sesudah membaca konten *The Conversation*. Mayoritas menyebarkannya lewat sosial media, dan membicarakannya dengan kolega. Sejumlah 32,78% melakukan riset lebih jauh, dan 30,43% menggunakan artikel untuk bahan pengajaran atau diskusi di kelas. Ada responden yang menggunakannya untuk mempelajari bahasa Indonesia dan menambah kosa kata. Bahkan, ada juga responden yang sampai berkomentar artikel *The*

*Conversation* “menambah keyakinan hidup tinggal di Indonesia”. Dari sanalah Salah seorang editor mengambil simpulan, sejauh ini, kinerja *TCI* sudah cukup memuaskan.

#### D. KESIMPULAN

*The Conversation Indonesia (TCI)* memiliki posisi cukup stabil di tengah maraknya media masa *online* sebab muncul dengan cara kerja yang segar. Meskipun, telah lebih dahulu digunakan oleh Majalah Dwibulanan *Prisma*, konsep *science communication* diterapkan dengan beberapa inovasi oleh *TCI*. Media *The Conversation Indonesia* beroperasi di *platform* daring dengan konten artikel berbasis penelitian. Media ini tidak memiliki kecenderungan politik, atau menerapkan salah-satu ideologi. Meski secara individu, penulis dan editor pasti memiliki bias dalam tulisan, netral yang diusung *TCI* berarti mempublikasikan semua ideologi, menerbitkan tulisan dengan pandangan politik bermacam-macam dengan syarat seluruh klaim berbasis pada bukti juga penelitian ilmiah.

*The Conversation Indonesia* terdiri dari lima editor dengan spesialisasi garapan isu masing-masing. Ada dua cara bagaimana media ini memproduksi konten. Cara pertama diawali dengan perencanaan dan pembahasan isu dalam rapat redaksi, identifikasi pakar yang akan mengubah ide itu menjadi tulisan, kemudian selama proses *editing*, naskah dikoordinasikan antara pakar dengan editor hingga disetujui oleh kedua belah pihak dan naskah siap diterbitkan. Cara kedua diawali dengan kiriman ide tulisan dari pakar suatu disiplin ilmu, setelah pertimbangan redaksi mengenai relevansi kepakaran dengan ide tulisan, relevansi ide dengan isu terhangat, seberapa penting ide itu diinformasikan kepada publik barulah isu digarap bersama-sama. Akademisi bertanggungjawab atas substansi, sementara editor mengurus cara penyampaiannya seperti pemilihan diksi, cantelan isu yang relevan, penghapusan jargon akademis, dan penjelas konteks tulisan. Konten artikel diklasifikasikan ke dalam delapan *interest area*, yaitu Bisnis + Ekonomi, Kesehatan, Kota, Pendidikan, Politik + Masyarakat, Sains + Teknologi, Seni + Budaya, dan Lingkungan Hidup. Lalu muncul variasi konten dengan diluncurkannya *podcast* artikel berseri, *Sains Sekitar Kita* tahun ini.

Model bisnis yang diterapkan oleh *The Conversation Indonesia* adalah *community engagement*, yaitu menggunakan dana iuran dari komunitas dan mitra sebagai sumber uang

melalui hubungan *membership* serta *partnership*. TCI tidak menjual konten atau menjual jasa produksi karya jurnalisme dalam menjalankan medianya. Selain dari iuran member akademisi, media non-profit ini juga memperoleh suntikan dana dari mitra donor.

*The Conversation Indonesia* mengupayakan hubungan mutualisme dengan para akademisi. Meski tidak mendapat *fee* atas karyanya, akademisi diberikan akses, *platform* dan pendampingan oleh jurnalis untuk mempublikasikan hasil-hasil penelitiannya dalam bentuk artikel ilmiah populer. Apalagi universitas memiliki tanggungjawab untuk mengabdikan pada masyarakat dan salah satunya dapat dilaksanakan dengan cara berbagi ilmu pengetahuan kepada publik seluas-luasnya. *The Conversation Indonesia* hadir sebagai jembatan antara ilmuwan dengan masyarakat awam, ilmuwan dengan media, dan ilmuwan dengan pemerintah.

*The Conversation* menjalankan medianya menggunakan konsep komunikasi sains yang didukung kurasi jurnalisme. TCI juga menganut sistem pers yang bertanggung jawab dengan tujuan menghadirkan ilmu pengetahuan berbasis ilmiah kepada seluruh khalayak. Kendala yang terjadi dalam praktiknya adalah kurangnya editor sehingga banyak isu dan ide bagus yang tidak bisa ditangani. Kekurangan SDM ini juga menyebabkan media sosial belum dikelola secara optimal. Kemudian, masih sering terjadi miskomunikasi antara editor dan akademisi sehingga proses edit naskah cenderung lebih alot dan tidak efektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Albarran, A. B. (2006). *handbook of Media Management and Economics*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.
- Aryo Subarkah Eddyono. 2019. *Menyoroti Jurnalisme Warga: Lintasan Sejarah, Konflik Kepentingan, dan Keterkaitannya dengan Jurnalisme Profesional*. *Kajian Jurnalisme*. 3(1):5
- Ayub Dwi Anggoro. 2014. *Media, Politik, dan Kekuasaan*. *Jurnal Aristo*. 2(2):25-52
- Eko Harry Susanto. 2013. *Media Massa, Pemerintah dan Pemilik Modal*. *Jurnal Komunikasi*, 1(6):477-484
- Dian Muhtadiah Hamna. 2017. *Eksistensi Jurnalisme di Era Media Sosial*. *Jurnalisa*. 3(1): 106-114

- Djoko Waluyo. 2018. *Tinjauan Standar Kompetensi Wartawan untuk Meningkatkan Kapasitas Media dan Profesionalisme*. 22(2):167-184
- Gatty, A. (t.thn.). *Expert Articles: The Benefits of Community Engagement for Your Business*. Dipetik Juli 22, 2019, dari All Business: <https://www.allbusiness.com/the-benefits-of-community-engagement-for-your-business-16768-1.html>
- Manunggal K. Wardaya. 2011. *Revolusi Media, Jurnalisme Global, dan Hukum Pers Indonesia*. Jurnal Dinamika Hukum 11(2):369
- Margianto, J. H. Syaefullah, A. *Media Online: Pembaca, Laba, dan Etika, Problematika Praktik Jurnalisme Online di Indonesia*. Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Indonesia.
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prisma Resource Center, About Us*, diakses di <https://www.prismajurnal.com/indek.php>, pada tanggal 17 Mei 2019, pukul 13.25 WIB.
- Rana Akbari Fitriawan. 2017. *Jurnalisme Sains dan Sistem Peringatan Dini Bencana di Indonesia*. Kajian Jurnalisme. 1(1):39-57
- Rizki Hidayat, 2017, *Peran Public Relations Dalam Mempengaruhi Konten Media*, tesis Magister Ilmu Komunikasi Angkatan VII.
- The Conversation Indonesia. Tentang Kami*, di akses di <https://theconversation.com/id/who-we-are> . pada tanggal 13 Oktober 2018, pukul 20.00 WIB.
- The Conversation Indonesia, Setahun The Conversation Indonesia: Apa kata pembaca, akademisi, dan wartawan*, diakses di <https://theconversation.com/setahun-the-conversation-indonesia-apa-kata-pembaca-akademisi-dan-wartawan-106620>, pada 1 Juli 2019, pukul 04.00 WIB.