

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital selama beberapa dekade terakhir, terutama internet dan media sosial, telah mengubah bagaimana cara manusia berkomunikasi dengan sesamanya. Salah satu dampak perkembangan teknologi ini terhadap komunikasi antarmanusia yaitu pada pergeseran dari komunikasi massa satu arah yang bersifat *one-to-many* menjadi komunikasi dua arah yang bersifat *one-to-one* atau *many-to-many* dengan diversifikasi audiens serta kontrol audiens terhadap konten sebagai ciri utamanya (Adornato, 2021, pp. 5–6; Chaffee & Metzger, 2001, p. 369; Livingstone, 2004, pp. 76–77). Sebelumnya, komunikasi massa umumnya dijalankan secara satu arah dari suatu individu, entitas, atau kelompok kepada audiens yang luas melalui media tradisional seperti cetak, radio, atau televisi. Munculnya internet dan media sosial kemudian mengubah bentuk komunikasi massa ini menjadi komunikasi dua arah, di mana audiens juga dapat memproduksi informasi secara mandiri hanya dengan bermodalkan gawai (*gadget*) dan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan lain-lain. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa peran audiens dalam media mengalami pergeseran dari yang dahulu pasif menjadi aktif (Adornato, 2021, pp. 5–8).

Bagi jurnalisme, pergeseran peran audiens dari pasif ke aktif ini menjadi disrupsi tersendiri (Russell, 2019, p. 632). Disrupsi digital yang diakibatkan perkembangan teknologi dan pergeseran peran audiens di abad ke-21 ini telah menyentuh hampir seluruh aspek dalam jurnalisme, mulai dari pengumpulan berita, pelaporan dan penyampaian berita kepada audiens, *engagement* kepada audiens, hingga pendanaan dari perusahaan media (Pavlik, 2021, p. 1). Disrupsi digital juga mengakibatkan meleburnya batasan antara konsep jurnalisme, sumber, dan audiens (Creech & Mendelson, 2015, p. 142). Dengan demikian, jurnalisme – yang selama ini didefinisikan dengan batasan-batasan atas dasar nilai-nilai dan norma tradisional untuk memisahkan antara yang dianggap melakukan kegiatan jurnalistik dan yang

tidak – seolah-olah “dipaksa” untuk mendefinisikan ulang kedudukan dan perannya di dalam masyarakat yang serba digital saat ini (Banjac & Hanusch, 2022, pp. 1–2; Bebić & Volarević, 2016, p. 108; Kim & Lowrey, 2015, pp. 299–300).

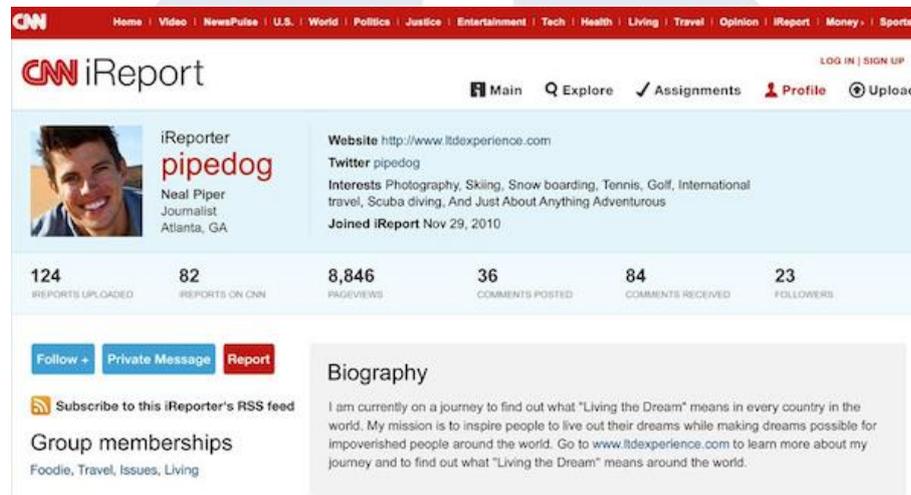
Salah satu perwujudan dari disrupsi dalam jurnalisme seperti yang dimaksud di atas yaitu muncul dan berkembangnya jurnalisme warga (*citizen journalism*), kegiatan produksi konten informasi bernilai berita yang dilakukan oleh masyarakat umum tanpa adanya afiliasi jurnalistik secara profesional (Wall, 2015, p. 798; Yamamoto et al., 2022, p. 2). Hadirnya internet dan gawai (*gadget*) seperti laptop atau ponsel pintar (*smartphone*) turut melanggengkan praktik jurnalisme warga. Masyarakat umum dapat menggunakan gawai mereka untuk memproduksi konten bernilai berita dari apa yang mereka amati untuk dibagikan kepada orang lain melalui media sosial atau bahkan kepada media massa, yang belakangan ini mulai banyak memberikan platform bagi jurnalisme warga untuk memperkaya pemberitaannya terutama mengenai suatu peristiwa yang sedang terjadi (Mills et al., 2012, pp. 669–670).

Hadirnya jurnalisme warga seolah menjadi jawaban bagi fenomena krisis kepercayaan masyarakat terhadap media yang terjadi di berbagai belahan dunia dan menyebabkan jurnalisme seakan-akan kehilangan kekuatannya di tengah-tengah masyarakat (Flew & Wilson, 2010, p. 133). Bagi sebagian peneliti, hadirnya jurnalisme warga menjadi “penyelamat” bagi demokrasi karena memberikan kebebasan bagi masyarakat untuk memproduksi informasi secara mandiri dengan bebas. Selain itu, jurnalisme warga juga dinilai menawarkan konten yang lebih beragam daripada yang selama ini ditawarkan oleh media massa arus utama (Carpenter, 2010, p. 1075; Carr et al., 2014, pp. 452–453). Namun di sisi lain, kredibilitas dari jurnalisme warga seringkali dipertanyakan karena dianggap tidak memenuhi standar dan norma jurnalistik yang ada, mengingat jurnalisme warga dilakukan oleh warga biasa tanpa adanya pemahaman jurnalistik secara profesional (Carr et al., 2014, p. 453; Swasy et al., 2015, pp. 232–233). Meski demikian, ada juga beberapa kalangan yang menganggap bahwa jurnalisme warga sama kredibelnya dengan jurnalisme tradisional yang selama ini dilakukan oleh media massa arus utama (Netzley & Hemmer, 2012, p. 56). Terlepas dari adanya

perdebatan akademis tersebut, dampak jurnalisme warga terhadap jurnalisme secara umum tidak dapat dihiraukan lagi. Saat ini, beberapa media arus utama sudah mulai memberikan ruang bagi jurnalisme warga dengan membangun platform untuk menampung konten jurnalisme warga unggahan masyarakat (*user-generated content*), atau memanfaatkan konten-konten jurnalisme warga yang berseliweran di media sosial untuk produksi konten beritanya (Adornato, 2021, pp. 7–10; Mills et al., 2012, pp. 669–670).

Meski perkembangannya relatif pesat hanya sejak awal abad ke-21, konsep jurnalisme warga sesungguhnya sudah ada sejak awal kemunculan dari teknologi percetakan (Jurrat, 2011, p. 6). Di Eropa dan Amerika Serikat, praktik jurnalisme warga yang marak pada abad ke-17 dan ke-18 yaitu dengan menyebarkan brosur atau pamflet cetak untuk menyebarkan informasi berita atau untuk mengangkat suatu isu tertentu, sesuatu yang membutuhkan biaya cetak tinggi dan jangkauan audiens yang sangat terbatas. Sekitar tiga abad kemudian yakni pada abad ke-21, hadirnya internet mempercepat perkembangan dari jurnalisme warga karena mempercepat penyebaran informasi serta meningkatkan jangkauan audiens dengan biaya yang lebih murah daripada praktik menyebar selebaran pada abad-abad sebelumnya. Selain hadirnya internet, faktor-faktor lain yang turut memicu perkembangan jurnalisme warga antara lain kesulitan finansial yang dialami beberapa institusi media arus utama terutama media cetak, ketidakpercayaan sebagian dari masyarakat terhadap media yang dianggap hanya melayani kepentingan ekonomi atau politik tertentu, hingga terjadinya berbagai bencana besar di dunia yang membuat masyarakat banyak mendapatkan informasi pertama dari jurnalisme warga oleh saksi mata pada saat bencana tersebut terjadi. Berbagai peristiwa bencana di dunia yang menjadi pendorong bagi berkembangnya jurnalisme warga antara lain peristiwa serangan teroris di AS pada 11 September 2001, serangan bom di London, Inggris pada 7 Juli 2005, hingga bencana tsunami di Aceh dan wilayah lain di sekitar Samudera Hindia pada 26 Desember 2004. Maraknya jurnalisme warga sebagai sumber informasi pertama saat bencana terjadi membuat banyak institusi media arus utama kini menyadari akan potensi dari jurnalisme warga dan kemudian membuka platform jurnalisme warga (Jurrat, 2011,

pp. 9–10). Di AS, *CNN* meluncurkan *iReport* yang merupakan platform jurnalisme warga pada 2006. Sama halnya di Inggris, di mana *BBC* meluncurkan platform jurnalisme warga yang dinamai *Have Your Say* pada 2005 (Wall, 2015, p. 798).



Gambar 1.1 Tampilan Antarmuka Platform Jurnalisme Warga *CNN iReport* pada 2011
Sumber: Garber (2011)

Di Indonesia sendiri, jurnalisme warga mulai berkembang sejak peristiwa bencana tsunami di Aceh pada 26 Desember 2004. Pada saat itu, sebuah video amatir yang direkam oleh warga setempat ketika tsunami terjadi banyak digunakan oleh media-media arus utama terutama media televisi sebagai sumber berita. Terputusnya jalur transportasi akibat tsunami membuat media arus utama harus mengirim jurnalisnya dari daerah lain untuk meliput ke lokasi tsunami, sehingga media arus utama membutuhkan waktu yang lebih lama untuk menuju ke lokasi tsunami. Keterbatasan ini menyebabkan media arus utama kemudian bergantung pada video-video amatir rekaman warga terdampak tsunami untuk produksi beritanya. Peristiwa ini menjadi salah satu pemicu berkembangnya jurnalisme warga di Indonesia, khususnya ketika *Metro TV* menayangkan video rekaman Cut Putri – seorang perempuan Aceh yang pada saat tsunami terjadi masih menjalani kuliahnya di Bandung – yang memperlihatkan detik-detik terjadinya tsunami tersebut (Romli, 2018, p. 27). Bahkan saat ini banyak media di Indonesia yang memiliki platform jurnalisme warga, contohnya *Kompasiana* yang dimiliki oleh Grup Kompas, *PasangMata* yang merupakan bagian dari media daring *Detik.com*, *Indonesiana* yang dimiliki oleh Grup Tempo, hingga *Wide Shot* yang merupakan

program televisi berbasis jurnalisme warga yang pernah ditayangkan oleh *Metro TV*. Banyaknya media arus utama yang membuka platform jurnalisme warga menunjukkan penerimaan media arus utama terhadap jurnalisme warga, terlepas dari adanya pro-kontra seperti yang dijelaskan di atas serta kekhawatiran jika jurnalisme warga akan menggeser kedudukan jurnalisme tradisional yang bersifat profesional (Eddyono, 2020, pp. 2–8; Eddyono et al., 2019, pp. 2–3; Hasanah & Pohan, 2018, p. 17).

Kepemilikan platform jurnalisme warga oleh media-media arus utama ternyata memunculkan isu tersendiri, yaitu praktik hegemoni yang dilakukan oleh media arus utama ketika mengelola platform jurnalisme warganya serta ancaman terhadap keberagaman konten yang selama ini menjadi ciri utama dari jurnalisme warga akibat kontrol media arus utama atas konten-konten jurnalisme warga yang diunggah ke platform yang dimiliki media tersebut. Menurut Eddyono (2020, pp. 253–261), pengelolaan platform jurnalisme warga oleh media arus utama seringkali diarahkan kepada kepentingan bisnis dan ekonomi dari media tersebut, termasuk untuk mendatangkan keuntungan ekonomi. Keuntungan ekonomi yang didapat media dari platform jurnalisme warganya bisa berasal dari sponsor atau pengiklan yang memasang iklan pada platform jurnalisme warga, atau bisa juga berasal dari *traffic* dan *engagement* komunitas yang disumbangkan oleh platform kepada media yang memilikinya. Selain itu, media juga seringkali menggunakan prinsip dan budaya jurnalisme profesional untuk mengontrol konten jurnalisme warga di platform miliknya, misal dengan memberlakukan sejumlah peraturan atau ketentuan bagi kontributor warga yang ingin mengirimkan konten jurnalisme warga ke platform tersebut dengan harapan bahwa konten jurnalisme warga yang dimuat di platform tersebut tidak merusak reputasi dari media yang memilikinya. Dengan cara-cara inilah media arus utama melakukan hegemoni atas jurnalisme warga melalui platform yang dimilikinya, yang kemudian berpotensi merusak keberagaman konten dari jurnalisme warga demi kepentingan pasar.

Di tengah maraknya kepemilikan platform jurnalisme warga oleh media arus utama serta ancaman yang muncul akibatnya, masih ada sejumlah media jurnalisme warga yang independen dan tidak terafiliasi dengan institusi media arus

utama mana pun. Beberapa di antara media jurnalisme warga yang independen tersebut utamanya melayani sebuah kota, desa, komunitas lokal, atau daerah tertentu yang umumnya berukuran kecil, sehingga disebut juga dengan media hiperlokal (Alamsyah, 2016, p. 27; Jati & Herlina, 2020, p. 319; Radcliffe, 2012, p. 6). Media-media jurnalisme warga independen dan hiperlokal tersebut ada yang berbasis situs web, media sosial, dan ada juga yang menggunakan keduanya. Contoh-contoh dari media jurnalisme warga tersebut di sejumlah kota di Indonesia antara lain *Infobdg.com* (Instagram: @infobdgcom) di Bandung, *Jktinfo.id* (Instagram: @jktinfo) di Jakarta, *Infotangerang.id* (Instagram: @infotangerang.id) di Tangerang, dan masih banyak lagi di daerah-daerah lain. Tidak hanya di Indonesia, media jurnalisme warga hiperlokal juga terdapat di negara-negara lain, misal Openly Local yang merupakan situs direktori ratusan media jurnalisme warga hiperlokal di Inggris (Radcliffe, 2012, p. 9) atau *The Rapidian* (therapidian.org) yang merupakan media jurnalisme warga hiperlokal di kota Grand Rapids, Michigan, AS (The Rapidian, n.d.). Hadirnya media-media jurnalisme warga yang independen seperti pada contoh di atas dilatarbelakangi salah satunya oleh keinginan masyarakat lokal akan informasi yang netral dan objektif, dua hal yang kerap dipersepsikan masyarakat sebagai atribut dari media jurnalisme warga independen karena tidak terikat pada media tertentu yang seringkali dianggap hanya melayani kepentingan ekonomi atau politik tertentu (Ryo & Rusdi, 2021, p. 345). Selain itu, hadirnya media jurnalisme warga hiperlokal juga dilatarbelakangi keresahan sebagian kalangan masyarakat akan minimnya perhatian media arus utama terhadap isu-isu lokal dan komunitas serta mengecilnya porsi pemberitaan isu lokal di beberapa media arus utama (Reader & Hatcher, 2020, p. 206; Williams et al., 2015, pp. 681–682).

Di kawasan Gading Serpong di Kabupaten Tangerang, Banten, terdapat sebuah media jurnalisme warga independen hiperlokal yang berbasis media sosial Instagram, yaitu *GadingSerpong.news* (Instagram: @gadingserpong.news). Akun Instagram yang dikelola secara independen ini banyak menyajikan konten informasi seputar komunitas lokal di kawasan Gading Serpong, utamanya konten ulasan mengenai tempat makan dan bisnis lokal. Di samping itu,

GadingSerpong.news juga seringkali menyajikan konten berita umum nasional yang relevan dengan masyarakat lokal, informasi lalu lintas setempat, transportasi umum lokal, kegiatan atau acara yang berlangsung di Gading Serpong, hingga informasi mengenai peristiwa sekitar seperti kecelakaan lalu lintas, kebakaran, dan lain-lain. Akun ini menjadi salah satu sumber informasi lokal bagi warga di kawasan tersebut. Per 4 Juni 2023, akun ini tercatat telah memiliki sekitar 55,5 ribu pengikut (*follower*) di Instagram. Di samping Instagram, *GadingSerpong.news* juga memiliki akun TikTok (@gadingserpongnews).



Gambar 1.2 Akun Instagram *GadingSerpong.news* (@gadingserpong.news), Media Jurnalisme Warga Hiperlokal Berbasis Media Sosial Instagram di Kawasan Gading Serpong

GadingSerpong.news sebagai media jurnalisme warga di kawasan Gading Serpong merupakan contoh media jurnalisme warga hiperlokal yang berbasis media sosial dan hanya menggunakan media sosial Instagram sebagai platformnya. *GadingSerpong.news* tidak memiliki situs web seperti pada sejumlah media jurnalisme warga hiperlokal serupa seperti *Infotangerang.id* atau *Jktinfo.id* yang menggunakan situs web dan media sosial sekaligus. Penggunaan media sosial sebagai medium utamanya membuat penulis tertarik untuk meneliti *GadingSerpong.news* dari segi produksi kontennya. Pemilihan *GadingSerpong.news* sebagai subjek penelitian juga mengingat lokasi kampus Universitas Multimedia Nusantara tempat penulis menjalani kuliah di Gading Serpong. Di samping itu, penulis juga menemukan bahwa penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terhadap media jurnalisme warga hiperlokal

kebanyakan meneliti media-media jurnalisme warga yang berbasis situs web seperti pada contoh yang disebutkan sebelumnya. Penelitian yang menyentuh media jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial seperti *GadingSerpong.news* bisa dikatakan tidak banyak. Oleh karena itu, penulis ingin meneliti mengenai produksi konten dalam media jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial Instagram, dalam hal ini yaitu *GadingSerpong.news*. Penelitian berjenis kualitatif deskriptif yang dirancang penulis ini menggunakan metode studi kasus intrinsik, dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara kepada pengelola atau pihak yang terlibat dalam *GadingSerpong.news* serta studi terhadap konten-konten dari *GadingSerpong.news*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang di atas, penulis merumuskan suatu rumusan masalah yaitu “Bagaimana proses produksi konten, sistem pengelolaan dan organisasi, serta pandangan terhadap konsep jurnalisme warga dari *GadingSerpong.news* sebagai media jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial Instagram di kawasan Gading Serpong?”.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penulis membuat pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana proses pengumpulan informasi oleh *GadingSerpong.news* sebagai media jurnalisme warga hiperlokal di kawasan Gading Serpong?
2. Bagaimana *GadingSerpong.news* mengolah informasi yang dikumpulkan untuk dijadikan konten di media sosial?
3. Bagaimana pengelolaan dan sistem organisasi dari *GadingSerpong.news* sebagai media jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial di kawasan Gading Serpong?
4. Bagaimana pengelola *GadingSerpong.news*, sebagai media jurnalisme warga hiperlokal, memandang konsep jurnalisme warga secara umum dan penerapannya dalam kegiatan produksi kontennya?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dirancang oleh penulis yaitu:

1. Untuk menjelaskan proses pengumpulan informasi oleh *GadingSerpong.news* sebagai media jurnalisme warga hiperlokal di kawasan Gading Serpong.
2. Untuk memahami pengolahan informasi yang dikumpulkan oleh *GadingSerpong.news* sebelum diunggah ke media sosial.
3. Untuk menjelaskan tata kelola dan sistem organisasi dari *GadingSerpong.news* sebagai media jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial di kawasan Gading Serpong.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengelola *GadingSerpong.news*, sebagai media jurnalisme warga hiperlokal, memandang konsep jurnalisme warga secara umum dan penerapannya dalam kegiatan produksi kontennya.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah memperkaya pemahaman ilmiah mengenai jurnalisme warga di Indonesia, khususnya media jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial seperti *GadingSerpong.news*. Masih jarang nya penelitian yang menyentuh media jurnalisme warga hiperlokal yang hanya mengandalkan media sosial sebagai mediumnya seperti *GadingSerpong.news* membuat penelitian ini diharapkan dapat memunculkan pemahaman baru mengenai jurnalisme warga di Indonesia.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah penelitian ini dapat menjadi referensi bagi masyarakat umum yang ingin merintis media jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial di kawasan atau komunitas lokal. Penelitian ini diharapkan menjadi gambaran mengenai pengelolaan media jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial seperti yang dilakukan *GadingSerpong.news*.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Kegunaan sosial yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah memperkaya pemahaman masyarakat umum mengenai bagaimana media jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial seperti *GadingSerpong.news* beroperasi dalam produksi kontennya.

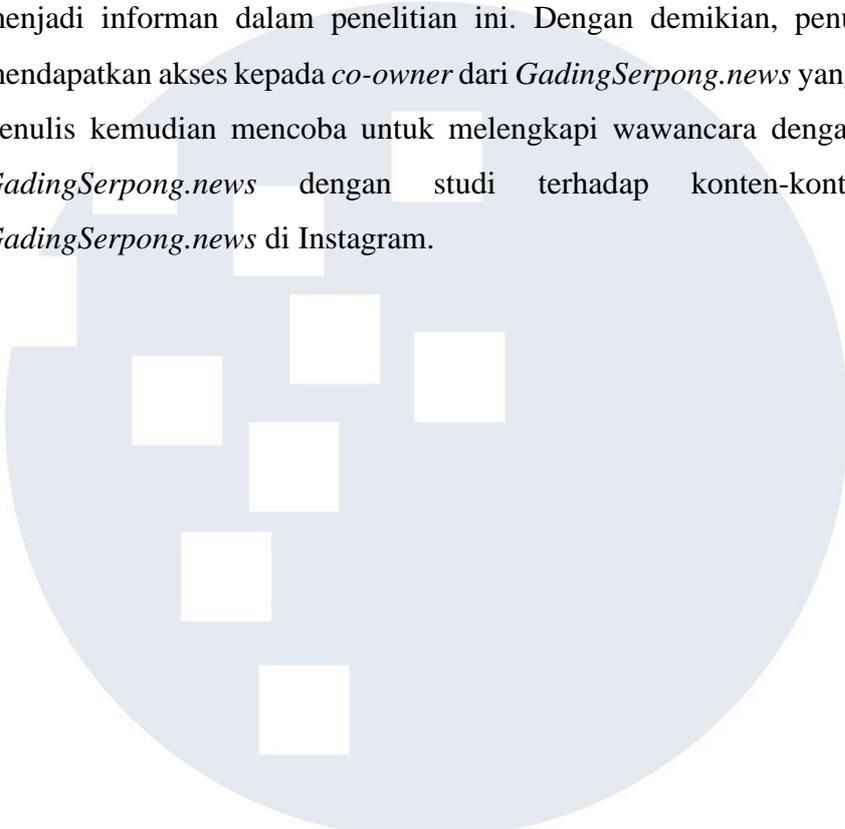
1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang muncul dari penelitian ini yaitu bahwa penelitian ini hanya membahas satu media jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial yakni *GadingSerpong.news*, sehingga tidak ada perbandingan dengan media jurnalisme warga serupa lainnya khususnya yang berlokasi di kawasan atau komunitas lokal lainnya. Di sisi lain juga terdapat beberapa media jurnalisme warga serupa di kawasan Gading Serpong sendiri, contohnya *GadingSerpongku* (@gadingserpongku_), *Gading Serpong Update* (@gadingserpongupdate), *Info Gading Serpong* (@info_gading_serpong), dan *Warga Gading Serpong* (@warga.gadingserpong).

Penulis sendiri awalnya berencana untuk meneliti *Gading Serpong Update* (@gadingserpongupdate), tetapi sayangnya pihak *Gading Serpong Update* menyatakan belum bersedia untuk diteliti dalam penelitian yang penulis rancang. Penulis juga sempat berupaya untuk mengalihkan rancangan penelitian ke *GadingSerpongku* (@gadingserpongku_), tetapi pihak *GadingSerpongku* juga menyatakan belum bersedia. Oleh karena itu, penulis akhirnya mengalihkan rancangan penelitian kepada media jurnalisme warga hiperlokal serupa di Gading Serpong, yaitu *Gadingserpong.news*.

Keterbatasan lain yang muncul dari penelitian ini yaitu bahwa penulis hanya mendapatkan akses untuk wawancara kepada seorang informan saja, yakni salah satu pemilik (*co-owner*) dari *GadingSerpong.news* yang kebetulan juga menjadi pendirinya dan yang memegang tanggung jawab utama atas *GadingSerpong.news*. Saat penulis mencoba untuk meminta kontak dari *co-owner* yang lain kepadanya, informan tersebut menolaknya dengan alasan para *co-owner* yang lain sedang sibuk dengan pekerjaan

utamanya masing-masing sehingga tidak bisa meluangkan waktu untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Dengan demikian, penulis tidak mendapatkan akses kepada *co-owner* dari *GadingSerpong.news* yang lainnya. Penulis kemudian mencoba untuk melengkapi wawancara dengan pendiri *GadingSerpong.news* dengan studi terhadap konten-konten dari *GadingSerpong.news* di Instagram.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized face composed of white squares within a circular shape.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA