

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Penulis membagi kajian tentang jurnalisme warga (*citizen journalism*) dalam lima tahun terakhir ke dalam lingkup nasional dan lingkup internasional. Penelitian internasional lebih menyoroti seperti apa dampak (Koniczna, 2020; Luo & Harisson, 2019; Schmidt et al., 2022), etika redaksi (Ferruci et al., 2020; Borger et al., 2019), dan pengelolaan komunitas jurnalisme warga (Crittenden & Haywood, 2020), sedangkan penelitian nasional mengerucut pada perbedaan praktik jurnalisme warga di media arus utama (Santoso et al., 2022; Insaroh & Rohayati, 2021) dan media alternatif (Cahyarani & Iskandar, 2021; Nusantara et al., 2024) beserta pelaksanaannya masing-masing. Dari penelitian-penelitian ini, penulis melihat bahwa mayoritas media berita yang mengadaptasi jurnalisme warga setuju praktik ini memperluas akses dua arah antara redaksi dan pembaca mereka.

Analisis sistem jurnalisme warga kerap dikaitkan dengan cara media mewadahi warga untuk menangani permasalahan mereka di lingkup sosial. Sebagai contoh, penelitian Koniczna (2020) berfokus pada bagaimana pendekatan media berita berbasis jurnalisme warga di Eropa yang melihat masyarakat sebagai kolaborator dan dilibatkan dalam produksi berita. Koniczna menganalisis dampak positif dari upaya jurnalisme warga sebagai langkah untuk membantu warga menyelidiki isu komunitas mereka sendiri yang sulit menemukan titik terang.

Di China, penelitian Luo & Harisson (2019) menemukan adanya dampak perubahan kebijakan pemerintah akibat jurnalisme warga di tengah masyarakat China. Luo & Harrison membandingkan sistem pemerintahan China yang ketat dan praktik jurnalisme warga yang demokratis. Jurnalisme warga berhasil menyuarakan isu sosial di sekitar masyarakat sehingga

pemerintah China kemudian menyesuaikan kebijakan demi menerima kritik dari masyarakat.

Selain itu, terdapat riset dengan sudut pandang masyarakat yang kurang berminat dalam jurnalisme warga. Menurut Schmidt et al. (2022), ada segelintir pembaca yang enggan untuk terlibat dalam jurnalisme warga dan cenderung hanya ingin menjadi pembaca pasif. Schmidt et al. juga mengimbangi temuan ini dengan membeberkan bahwa di balik keharusan jurnalis menjadi ruang masyarakat menyampaikan permasalahannya, jurnalis tak bisa terus-terusan mendampingi warga akibat kesibukan masing-masing.

Ferruci et al. (2020) dalam penelitiannya lebih menyoroti etika jurnalisme warga. Mereka menemukan bahwa romantisasi audiens berdampak negatif memutus pemahaman profesional jurnalis tentang objektivitas dan kredibilitas jurnalisme. Media berita yang berpihak berisiko mengabaikan tanggung jawab untuk meliput isu yang lebih penting. Dampak ini juga berlaku pada individu jurnalis yang ditakutkan akan memilih sendiri berita-berita yang dianggap menarik demi jumlah klik.

Romantisasi audiens ini juga pernah dianalisis oleh Borger et al. (2019) dan diberi istilah “*hyperlocal journalism*”. Temuan mereka menjabarkan ciri-ciri berita hiperlokal adalah subjektif, hanya mengandalkan pengalaman saksi kejadian, dan sangat *up-to-date* dan cepat mengangkat isu yang sedang tren sebagai berita.

Adapun penelitian Crittenden & Haywood (2020) yang mengambil kacamata analisis soal pengelolaan *volunteer* jurnalis warga, serta pentingnya media mempunyai perencanaan jurnalisme warga yang matang. Dalam penelitian di media nonprofit Amerika Serikat tersebut, mereka menekankan perlunya upaya membangun *sense of belonging* dari *volunteer* kepada komunitas jurnalisme warga.

Sementara itu di lingkup nasional, penelitian sejak lima tahun terakhir mengemukakan bahwa jurnalisme warga telah banyak diadopsi ke dalam media, tetapi dengan tetap mengandalkan *gatekeeping* redaksi agar tulisan warga menyesuaikan standar dan etika media (Santoso et al., 2022; Insaroh & Rohayati, 2021; Cahyarani & Iskandar, 2021). Oleh karena nama media arus utama umumnya sudah dikenal masyarakat, upaya kolaborasi seperti jurnalisme warga ini memberi antusiasme tersendiri bagi masyarakat yang ingin karyanya dipublikasikan, dan ikut menaikkan eksistensi media itu sendiri. Namun selain di media arus utama, jurnalisme warga juga ada di media alternatif, seperti dalam penelitian Cahyarani & Iskandar (2021) dan Nusantara et al. (2024).

Santoso et al. (2022) menganalisis rubrik Citizen6 di *Liputan6.com*. Melalui pengamatannya, Santoso et al. menyatakan peminat jurnalisme warga sebagian besar didominasi oleh mahasiswa dan kaum muda yang memiliki hobi dalam menulis. Mereka berbagi pengalaman menarik dengan harapan dapat mengubah pola kehidupan masyarakat menjadi lebih baik, serta menjangkau kalangan lain agar dapat ikut serta sebagai *volunteer*. Tulisan masyarakat dengan nilai berita yang baik menjadi keuntungan bagi redaksi sebagai bahan siaran.

Masih dengan media arus utama, Insaroh & Rohayati (2021) meneliti praktik jurnalisme warga di *Tribun Pekanbaru*. Penelitian mereka menyatakan bahwa *Tribun Pekanbaru* sangat menekankan tentang tidak adanya kolaborasi antara jurnalis profesional dan jurnalis warga. Jurnalis profesional di sini hanya bertugas sebagai editor berita, tidak bergabung atau melatih jurnalis warga.

Selain media arus utama, ada juga penelitian terkait praktik jurnalisme warga di media alternatif. Cahyarani & Iskandar (2021) menganalisis *Tabaos.id* dari segi pelaksanaan, etika jurnalistik, dan pengelolaan komunitas. *Tabaos.id* menjadi salah satu contoh media alternatif yang

memanfaatkan media sosial dalam praktik jurnalistik mereka. *Tabaos.id* memberlakukan tahap verifikasi konten berita oleh editor. Berita yang dipilih hanya yang mengandung nilai edukasi dan advokasi. Cahyarani & Iskandar juga menyinggung adanya grup keanggotaan *Tabaos.id* untuk menyatukan semua *volunteer* yang pernah mengirimkan berita. Namun, tidak dijelaskan lebih lanjut apakah terdapat sistem yang mengelola *volunteer* di grup tersebut.

Sementara itu, penelitian Nusantara et al. (2024) terhadap media alternatif *LaporCovid-19* dan *KawalCOVID19* lebih memperhatikan pelaksanaan jurnalisme warga sebagai kolaborasi kelompok relawan yang berasal dari macam-macam bidang dan institusi. Dengan cara ini, penulis melihat jurnalisme warga dapat menghadapi suatu isu dengan menjadi lebih optimal karena melibatkan banyak pihak dengan latar belakang sejalan. Meski begitu, tidak dijelaskan secara spesifik siapakah yang berperan dalam verifikasi informasi.

Berangkat dari penelitian-penelitian terdahulu tersebut, penulis menyadari dua hal. Pertama, penelitian terkait jurnalisme warga masih menasar pada praktik yang melibatkan masyarakat umum sebagai jurnalis warga, tanpa lingkup kalangan yang spesifik. Kedua, komunitas jurnalisme warga belum memiliki pola tertentu dalam pengelolaannya. Di tengah-tengah kondisi ini, *Kompas Muda* adalah salah satu media dengan audiens tertuju pada kaum muda. Berdasarkan temuan Santoso et al. (2022) sebelumnya tentang ‘mayoritas kontributor jurnalisme warga adalah kaum muda,’ maka penelitian ini akan menganalisis praktik jurnalisme partisipatif bagi kaum muda dan strategi pengelolaan redaksi terhadap komunitas jurnalis warga atau *volunteer* mereka.

2.2 Jurnalisme Warga

Konsep ‘jurnalisme warga’ pada dasarnya mengacu pada praktik warga menyampaikan dan menyebarluaskan informasi yang terjadi di sekitarnya tanpa harus tergantung pada kontrol media atau negara (Eddyono et al., 2019), serta untuk membangun dan melestarikan hubungan saling percaya antara jurnalis dan masyarakat (Green-Barber & McKinley, 2019 dalam Schmidt & Lawrence, 2020). Nugraha (2012 dalam Sukartik, 2016, p. 12) mengidentifikasi unsur-unsur dalam jurnalisme warga, yaitu:

- a. Melibatkan warga biasa tanpa memandang latar belakang seseorang.
- b. Bukan merupakan wartawan profesional dan tidak pernah mendapatkan pelatihan khusus kegiatan jurnalistik.
- c. Mengangkat peristiwa fakta yang benar-benar terjadi.
- d. Memiliki kepekaan atas peristiwa atau mampu melihat potensi *angle* peristiwa yang bisa dijadikan berita.
- e. Memiliki alat pendukung liputan, seperti perekam saat mewawancarai narasumber, kamera standar untuk memotret dan merekam momen penting.
- f. Memiliki kemampuan menulis dan melaporkan sesuatu.
- g. Memiliki semangat untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat luas.

Jurnalisme warga dikenal dengan sejumlah istilah lainnya, seperti *engaged journalism*, *public journalism*, *networked journalism*, dan *participatory journalism*. Meski begitu, secara prinsip maknanya sama-sama melibatkan warga dalam kerja jurnalistik.

Sebagai contoh, jurnalisme jaringan (*networked journalism*) mempertimbangkan sifat kolaboratif jurnalisme antara para jurnalis profesional dan jurnalis amatir (warga) untuk bekerja sama mendapatkan peristiwa nyata sambil terhubung satu sama lain, serta berbagi fakta, pertanyaan, jawaban, ide, dan perspektif (Usher, 2014, p. 188). Namun

dalam praktiknya, *networked journalism* rentan gagal mencapai tujuannya karena keengganan publik untuk terlibat yang mungkin membatasi praktik aktual *networked journalism* (Schmidt et al., 2022). Oleh karena itu, partisipasi dengan warga menjadi salah satu mekanisme ekonomi redaksi yang memanfaatkan jaringan sosial.

Selain itu, terdapat istilah jurnalisme publik (*public journalism*) sebagai tipe jurnalisme yang mendengarkan secara sistematis ide-ide warga negara sambil melindungi kebebasan suara mereka, mengkaji cara alternatif untuk mereka meliput isu-isu penting dalam komunitas, dan memberikan komunikasi terus-menerus dengan publik di seluruh tahapan proses pelaporan dan penerbitan (Voakes, 2004). Menurut Borger et al. (2012), sistem *public journalism* bertujuan untuk memberdayakan masyarakat mengekspresikan pandangan mereka mengenai urusan publik, terlebih soal isu-isu penting; menjembatani musyawarah masyarakat dalam mencari solusi; dan membina pemahaman masyarakat terhadap permasalahan publik yang diangkat dalam bentuk berita.

Ada pula istilah jurnalisme terlibat (*engaged journalism*), turunan dari *public journalism* dan lahir dalam lanskap yang lebih radikal (Overholser, 2016 dalam Schmidt et al., 2022). Dalam *engaged journalism*, kekuatan peran jurnalis berkurang karena lebih mengutamakan berita yang dibuat secara kolaboratif dengan warga. Tipe jurnalisme warga ini memadukan unsur-unsur jurnalisme publik masa lalu dan kemampuan interaktivitas teknologi saat ini, dengan prinsip bahwa jurnalis harus bekerja sama dengan audiensnya dengan mengumpulkan ide, pengalaman, pertanyaan, dan opini mereka selama proses produksi berita dan mempertahankan peran *gatekeeper*, sebagaimana masyarakat tidak mempunyai kemampuan untuk mengetahui informasi apa yang mereka butuhkan (Schmidt et al., 2022).

Engaged journalism juga digambarkan oleh Schmidt & Lawrence (2020) sebagai kerangka sosioteknik yang menawarkan empat faktor kunci

yang membentuk jurnalisme kontemporer: pelaku, baik di dalam maupun di luar organisasi berita; peran teknologi; audiens; dan kegiatan dasar jurnalisme seperti produksi berita, pengamatan, penyaringan, pengeditan, distribusi, dan interpretasi.

Jurnalis warga dalam *engaged journalism* memiliki dua peran atau *role*: *role orientation* dan *role performance* (Hanitzsch & Vos, 2017). *Role orientation* mengacu pada pemahaman nilai-nilai institusional dan sikap jurnalis warga sehubungan dengan posisi mereka di tengah masyarakat. Sementara itu, *role performance* mengacu pada peran jurnalis warga dalam praktik kerja mereka sesuai apa yang dilaporkan pada redaksi.

Di samping itu, definisi kolaborasi jurnalis dan warga juga hadir dengan istilah jurnalisme partisipatif (*participatory journalism*), yang juga disebut *collaborative intelligence* oleh Kovach & Rosenstiel (2021) dalam elemen jurnalisme ke-10. Sedikit berbeda dengan jurnalisme warga lainnya, *participatory journalism* melibatkan semua interaksi yang dapat dimiliki anggota masyarakat di jejaring sosial yang disediakan oleh media (Suau & Masip, 2013) sehingga praktik ini bisa dilakukan oleh semua anggota masyarakat lewat jejaring yang disediakan oleh media.

Participatory journalism lebih berorientasi pada warga negara, dan bila perlu, memihak warga dalam pertentangan warga-petinggi negara (Bruns, 2014). Selain itu tak hanya mengajak partisipasi masyarakat, *participatory journalism* menyediakan instrumen jurnalistik yang dibutuhkan jurnalis warga untuk mengekstrak pengetahuan diri terhadap rumor, propaganda, gosip, fakta, pernyataan, dan tuduhan (Kovach & Rosenstiel, 2021).

Berdasarkan buku *The Elements of Journalism: Revised and updated 4th edition*, mulanya redaksi yang terlebih dahulu mengundang masyarakat ke dalam proses produksi berita, lalu terjadi proses timbal balik antara jurnalis dan warga. Warga membawa keragaman sudut pandang dan pengalaman nyata mereka, yang belum tentu dijangkau oleh jurnalis, ke

dalam berita saja. Mereka memiliki jaringan luas yang tidak dimiliki jurnalis.

Selanjutnya, jurnalis akan menyusun dan mengkurasi informasi kolektif sesuai kemampuan profesional jurnalistik yang dimiliki. Mereka memiliki akses ke para ahli atau pemangku kepentingan untuk mengajukan pertanyaan konfirmasi. Dengan begitu, Kovach & Rosenstiel (2021) menyimpulkan bahwa *participatory journalism* lebih dari menciptakan tempat bagi warga untuk menerbitkan berita, tetapi juga mendekati mereka sebagai kelompok sumber baru, mengatur pemahaman jurnalistik mereka melalui pelatihan, dan menguji pemahaman tersebut. Praktik ini efektif untuk tetap membuka celah bagi media untuk terus mengendalikan konten *user-generated* dan mempertahankan peran *gatekeeper* (Suau & Masip, 2013).

2.3 Jurnalisme Digital

Jurnalisme digital merupakan bentuk manifestasi terhadap kolaborasi media digital dan jurnalisme, di mana teknologi dan manusia dipandang sebagai kolaborator (Ashari, 2019 dalam Lestari, 2020). Media arus utama mengalami konvergensi media untuk menyeimbangi perkembangan teknologi yang pesat, salah satunya dengan memiliki akun media sosial. Bradshaw (2024, pp. 78-87) mengemukakan lima prinsip jurnalisme daring yang dikenal dengan istilah B-A-S-I-C sebagai berikut.

- a. *Brevity* atau keringkasan. Media harus memastikan konten jurnalistik mereka singkat karena potongan berita yang lebih singkat cenderung lebih diminati secara daring. Mayoritas orang telah menggunakan perangkat seluler untuk pembaca berita, tetapi akibat banyaknya konten yang diterima dalam hitungan detik (*news overload*), ruang untuk menyampaikan berita daring menjadi lebih sedikit daripada versi cetak. Sekitar 300 kata cukup untuk menyimpulkan sebuah berita utama, serta

sematkan tautan atau media sebagai latar belakang tambahan agar pembaca mudah memahami berita.

- b. *Adaptability* atau penyesuaian. Jurnalis digital berkemungkinan untuk mengambil gambar, merekam video, dan merekam audio saat dibutuhkan. Oleh sebab itu, jurnalis perlu menyesuaikan gaya pelaporan di berbagai platform dan menyesuaikan preferensi publik, seperti melalui berita berformat audio, video, infografik, dan animasi bergerak. Informasi pun perlu disesuaikan agar bisa disematkan audiens di platform mereka sendiri (seperti media sosial pribadi); memanfaatkan bagan, infografis, atau teknologi lain untuk menampilkan data yang rumit agar mudah dipahami; serta media bisa memanfaatkan notifikasi singkat berita terbaru ke audiens.
- c. *Scannability* atau mampu dipindai agar pembaca bisa mudah mengeklik suatu kata dan langsung mendapatkan berita relevan sebanyak-banyaknya. Judul dan subjudul sebuah berita harus dibuat jelas dan tidak ambigu agar mudah terdeteksi SEO (Search Engine Optimization); terdapat gambar pendukung di depan berita dan sebagai *thumbnail* untuk platform media sosial; isi berita ditulis secara runut berdasarkan struktur 'piramida terbalik'; serta menggabungkan teks berita dengan foto, video, audio, peta, dan media lainnya untuk membantu pembaca merasakan berita secara visual.
- d. Interaktivitas. Sejumlah media menggunakan sejumlah fitur tambahan yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan berita tersebut. Sebagai contoh, penambahan *link* dapat memungkinkan pembaca untuk menghabiskan waktu lebih lama untuk artikel daripada yang seharusnya karena menonton isi *link* tersebut. Atau dapat menggunakan foto tangkapan layar untuk mengantisipasi apabila *link* konten tersebut dihapus atau diganti oleh pemilik.
- e. *Community and Conversation*, atau komunitas dan percakapan. Bradshaw menekankan bahwa jurnalisisme yang baik perlu menghasilkan

percakapan. Percakapan dapat dimulai di dalam komunitas, seperti lewat ruang diskusi, komentar, dan forum media sosial. Media daring memiliki ragam fitur yang dapat digunakan redaksi untuk melakukan pendekatan interaksi dengan audiens.

Perkembangan jurnalisme digital memberikan perubahan yang signifikan terhadap nilai dan etika jurnalistik di media digital. Etika jurnalistik adalah acuan atau rambu-rambu yang menjadi pedoman media dan jurnalis dalam bertugas agar tidak menyimpang dalam menyampaikan berita fakta, seperti objektivitas, akuntabilitas, dan transparansi. Jurnalisme digital harus berhadapan dengan apa yang disebut sebagai algoritma. Sistem algoritma mengoperasikan pilihan dan keputusan pengguna internet secara mandiri serta mengamati pola pemakaian internet audiens.

Menurut Bossio & Sacco (dalam II & Franklin, 2019), algoritma dapat memprediksi dan memutuskan berita mana yang terlihat di laman utama pengguna hanya berdasarkan sejarah (*history*) pencarian mereka. Dalam hal ini, kerja algoritma sebenarnya telah memenuhi fungsi jurnalisme profesional, misalnya lewat laporan berita otomatis, rekomendasi konten berita yang layak dibaca, dan prediksi permintaan produk jurnalistik tertentu (Dörr, 2018 dalam II & Franklin, 2019).

Platform web dan media sosial memungkinkan diskusi antarpengguna dalam lingkup yang lebih besar berdasarkan minat dalam suatu topik, acara, atau aktivitas yang sama. Bruns & Burgess (2017; Bossio & Sacco, 2018; II & Franklin, 2019) menyebut komunitas ini dengan istilah ‘publik *ad hoc*,’ yakni jaringan diskusi jangka pendek yang muncul karena ketertarikan yang sama sehingga mempengaruhi beberapa pengguna yang terlibat. Mereka dapat saling berbagi komentar, tagar, konten, atau ‘suka’ (*likes*).

Redaksi memanfaatkan kesempatan ini untuk menaikkan berita yang dianggap memiliki trafik paling tinggi atau paling banyak dicari pembaca ke media sosial berdasarkan *screening* editor (Lestari, 2020). Ketika

pembaca mengakses berita yang dibagikan di media sosial tersebut, mereka diarahkan untuk mengakses situs web media. Hal ini juga yang menjadi salah satu faktor penentu keberlangsungan media, yakni kemampuan jurnalis untuk menguasai tata cara pemrograman untuk meningkatkan *news experience* dan *user experience* pembaca (Usher, 2018 dalam II & Franklin, 2019).

Meningkatnya kompleksitas dalam interaksi teknologi ini menantang jurnalisme profesional untuk menganalisis tantangan etis dari produksi berita digital. Tantangan nyata yang terjadi dalam interaksi audiens daring terdiri dari *trolling*, *flaming* (Bossio & Sacco, 2018 dalam II & Franklin, 2019), dan dampak negatif *immediacy* atau kesegeraan publikasi berita (Usher, 2014). Tindakan *flaming* dilakukan dengan mengirim pesan ofensif melalui forum diskusi atau media sosial pada pengguna lain sehingga memicu perselisihan yang disengaja.

Sementara itu, *trolling* merupakan tindakan mengunggah materi yang menghasut atau di luar topik untuk menciptakan perselisihan dalam diskusi daring. Misalnya komentar humor ofensif yang menyinggung pengguna lain menjadi marah atau emosional, atau aksi membungkam komentator online tertentu untuk menggagalkan diskusi tentang suatu topik.

Terakhir, adapun *immediacy* yang menggambarkan sebuah bioritme 'kekinian' atau 'kebaruan' jurnalisme digital. Sejatinya, *immediacy* adalah nilai jurnalisme yang mengatur rutinitas berita dan peran jurnalis profesional terhadap tekanan internal pada produksi berita. Namun, beberapa redaksi kini mengubah maknanya dengan hanya memastikan bahwa ada banyak berita baru di platform mereka sehingga situs mereka tampak 'segar', tetapi kurang mempertimbangkan esensi berita yang diproduksi.

Terlepas dari kesenjangan digital tersebut, jurnalisme profesional masih dianggap sebagai produk yang berpegang pada komitmen dan hukum dialog

publik yang etis. Beberapa organisasi media bahkan membentuk dan menerapkan pedoman sendiri tentang cara berpartisipasi dalam diskusi daring. Hal ini disebabkan tindakan fitnah, rasis, cabul, dan penghinaan tak hanya terjadi pada sesama audiens, tetapi juga jurnalis dan subjek berita (Bossio & Sacco, 2018 dalam II & Franklin, 2019).

Beberapa organisasi media akhirnya menghentikan komentar pembaca di situs web mereka demi mengurangi jumlah komentar kasar anonim. Diskusi terbuka dialihkan sepenuhnya di platform media sosial yang memiliki pedoman platform resmi. Dalam konteks Indonesia, tindakan menyimpang dapat ditindaklanjuti lewat jalur UU Pers. Namun jika hal tersebut terjadi di media sosial maka akan dijerat UU ITE sebab media sosial bukan merupakan produk jurnalistik (Lestari, 2020).

2.4 Pelibatan Audiens (*Audience Engagement*) dalam Jurnalisme

Gajardo & Meijer (2023, p. 1967) merangkum empat dimensi pelibatan (*engagement*) jurnalisme terhadap audiens berdasarkan analisis para akademisi:

- a. Normatif, berkaitan dengan cita-cita dan nilai-nilai jurnalisme untuk memberi informasi yang lebih baik kepada warga, hingga evaluasi norma-norma profesional, khususnya objektivitas dan otonomi.
- b. Kebiasaan, menganalisis rutinitas dan tugas jurnalistik untuk memberi informasi yang lebih baik kepada audiens sebagai bagian dari tanggung jawab jurnalistik terhadap penonton.
- c. *Spatio-temporal*, menelusuri pola pengguna berita, terutama soal temporalitas dan spasial penggunaan berita untuk meningkatkan pengalaman mereka dengan jurnalisme.
- d. Serupa (*embodied*), berkaitan dengan minat dan dampak jurnalisme dalam kehidupan masyarakat sebagai pengalaman yang melibatkan emosi dan tindakan tertentu.

Fungsi utama pelibatan audiens dalam proses kerja redaksi adalah sebagai situs perbincangan demokratis, salah satunya dengan menghasilkan konten interaktif, seperti grafik, video, dan tayangan *slide* untuk menarik atensi masyarakat (Usher, 2014), serta ikut membuat akun media sosial agar konten bisa mudah dibagikan ke seluruh jaringan sosial (Kilgo, 2015).

Audiens aktif sebuah media berita merupakan sekelompok pembaca yang tercerahkan dan sangat terlibat dengan hasil produk media (Usher, 2014). Secara langsung, audiens yang aktif adalah cerminan audiens yang ideal bagi organisasi media. Pembaca yang kemudian memiliki dorongan untuk terlibat dalam diskusi topik atau percakapan sensitif, berpotensi diikutsertakan menjadi kontributor sukarelawan aktif.

Melibatkan kontributor—yang sebelumnya adalah audiens—berarti mengenali lingkup sosial tempat mereka berada dan bergulat dengan dinamika sosial yang terjadi di tengah mereka. Strategi ini bisa sangat menguntungkan bagi media yang memiliki target audiens yang spesifik, khususnya komunitas yang termarginalkan, agar jurnalis dapat melampaui metrik dan memperkuat jaringan penyampaian berita di komunitas masyarakat (Wenzel, 2017).

Meski begitu, sebagian besar kantor berita daring menghadapi audiens yang pasif (Krebs & Lischka, 2017). Oleh karena itu, sejumlah media berita mengandalkan tenaga eksternal yang memang menangani keterlibatan audiens seperti penelitian Schmidt et al. (2022). Namun, ada juga media yang lebih mengandalkan kelompok jurnalis mereka untuk membangun percakapan dengan audiens di media sosial, serta meluruskan fakta keliru yang selama ini diterima oleh para pembaca (Xia et al., 2020). Para jurnalis melakukan diskusi saran dan kritik timbal-balik dengan pembaca mereka. Motivasi penerapan interaksi sosial yang tinggi berdampak positif terhadap keterlibatan audiens yang lebih tinggi pula (Krebs & Lischka, 2017).

2.5 Proses *Gatekeeping* dalam Jurnalisme

Peran penjaga gerbang (*gatekeeping*) merupakan keperluan intervensi editorial redaksi untuk mengarahkan pembaca berita tentang apa yang dianggap sebagai berita paling penting dan layak tayang (Bruns, 2014). *Gatekeeper* memastikan berita yang dikirim oleh jurnalis sesuai fakta dan tidak melanggar kode etik jurnalistik. Menurut Shoemaker & Reese (1996 dalam Shoemaker & Vos, 2009; DeJuliis, 2015, p. 9), terdapat lima tingkat analisis untuk studi *gatekeeping*, di antaranya:

- a. Tingkat individu, menyangkut karakteristik individu *gatekeeper* atau produk komunikatif individu seperti blog, surel, halaman web, status, dll.
- b. Tingkat rutinitas komunikatif, menyangkut praktik profesi jurnalisme yang diwujudkan dalam kompetensi diri jurnalis dengan nilai-nilai jurnalistik, seperti kelayakan berita dan praktik aturan piramida terbalik penulisan jurnalistik.
- c. Tingkat organisasi, mengacu pada pengaruh kekuasaan beberapa media berita berbeda dari media yang lain, sebab keputusan *gatekeeping* di surat kabar pedesaan kecil akan berbeda dengan yang ada di lingkup nasional.
- d. Tingkat lembaga sosial, berfokus pada lembaga-lembaga yang berpengaruh bagi media, seperti pengiklan, pemerintah, dan kelompok aktivis. Oleh karena itu, media berita sering menyesuaikan siaran berita mereka agar menenangkan institusi sosial.
- e. Tingkat sistem sosial, menyangkut pengaruh kekuasaan yang lebih abstrak, seperti ideologi, politik, dan budaya terhadap proses *gatekeeping*.

Proses *gatekeeping* di sejumlah redaksi media berita Indonesia belum terbilang ketat sebab sifat media daring yang menuntut kecepatan penayangan berita, serta keberadaan sistem kuota berita yang alhasil membuat jurnalis media daring mengesampingkan kualitas berita (Sianturi,

2023). Muncul perdebatan editorial soal kualitas, keaslian, dan transparansi berita sebab tuntutan *engagement* semakin mengaburkan batas-batas *gatekeeping* yang mengikuti preferensi audiens (Banjac & Hanusch, 2022).

Oleh sebab longgarnya tahap *gatekeeping*, pengawasan terhadap jurnalis media daring ikut melemah. Penelitian Sianturi (2023) membuktikan keberadaan jurnalis yang hanya bertugas mengubah tulisan sesuai Ejaan yang Disempurnakan (EYD) atau sebagai tukang unggah naskah jurnalis. Belum lagi dengan media daring yang tidak memiliki *gatekeeper* atau verifikator sama sekali dari redaktur.

Media berita daring menghadapi tantangan untuk menggabungkan otonomi *audience engagement* sambil tetap memegang kekuasaan dan otoritas jurnalistik (Wolfgang, 2021). Redaksi tentu saja tetap membutuhkan kehadiran *gatekeeper* sebab tidak semua audiens memiliki kemampuan mengetahui mana informasi yang benar dan yang mereka butuhkan (Schmidt et al., 2022).

Lebih dari sekadar menyortir naskah berita, tugas *gatekeeper* juga untuk mencegah terbitnya berita suap atau berita pesanan (Sianturi, 2023), terlebih bagi media berita dengan sistem jurnalisme terbuka yang bersedia terlibat dengan audiens secara daring. Tiap surat kabar butuh pengambilan tindakan dan pengawasan yang ketat untuk membatasi pengaruh keterlibatan audiens di redaksi.

2.6 Pelatihan (*Training*) Jurnalistik di Komunitas

Amukuzi et al. (2019) mengungkap tuntutan surat kabar yang diharuskan untuk terus melatih kompetensi para jurnalis mereka, baik anggota baru maupun anggota lama. Oleh karena itu, beberapa perusahaan media membuka kesempatan bagi jurnalis mereka untuk mengambil kursus atau program diklat, memberikan izin melanjutkan sekolah jurnalistik, atau memfasilitasi dengan bantuan dana demi memperkaya kemampuan jurnalis. Namun tak hanya di kalangan profesi jurnalis, sejumlah redaksi berita

tampaknya ikut andil dalam membentuk komunitas jurnalistik di kalangan muda, seperti menyediakan pembinaan atau *worskhop* bertemakan jurnalistik.

Pendekatan eksternal ini secara spesifik bertujuan untuk mengedukasi siswa sekolah tentang bagaimana sebuah berita disusun dan diolah oleh wartawan menjadi berita yang layak terbit, sedangkan sisanya berisikan tujuan umum seperti mengasah keterampilan siswa dan menumbuhkan motivasi siswa dalam menyalurkan potensi diri yang dimiliki (Gama & Kusumawati, 2021). Beberapa dasar yang menjadi bahan pembinaan jurnalistik ini umumnya mencakup prasarana, kualifikasi, pengalaman, dan peluang untuk memproduksi media (UNESCO, 2013 dalam Amukuzi et al., 2019).

Pembinaan jurnalistik biasanya diawali dengan pemaparan materi yang kemudian dilanjutkan praktik atau *workshop*, pemberian evaluasi oleh mentor, lalu hasil karya siswa dipublikasikan di media sosial. Sebagai contoh, penelitian Gama & Kusumawati (2020) dan Fakhrurozi et al. (2022) sama-sama menganalisis pembinaan di sebuah sekolah SMA yang melatih penulisan berita sesuai kaidah 5W+1H, jenis-jenis berita, teknik reportase dan teknik wawancara, foto jurnalistik, serta pengenalan multimedia yang mempelajari teknik videografi dan *editing* video.

Sementara itu, evaluasi ini juga terjadi di Lembaga Pers Mahasiswa Islam (LAPMI) Makassar yang dinaungi oleh Himpunan Mahasiswa Islam Makassar. Melalui pembinaan tersebut, ditemukan bahwa reporter dan calon wartawan mereka dinilai kurang menguasai teknik penulisan berita yang efektif, minim dalam pengetahuan karakteristik media, dan kurang memahami tata produksi berita yang lugas dan komprehensif (Hamson et al., 2020).

Melihat kemajuan teknologi saat ini, pelatihan terhadap jurnalis sukarelawan bisa dilakukan secara tatap muka dan daring. Pelatihan daring

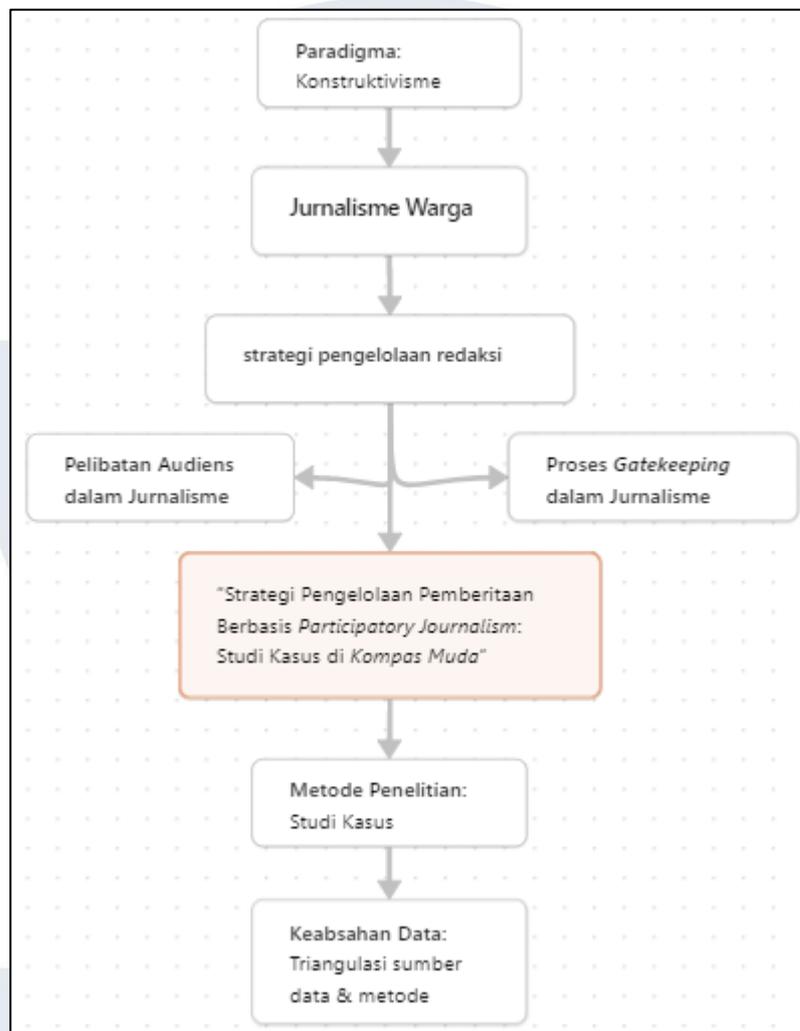
memerlukan strategi mengajar yang lebih efektif sebab tidak semua peserta dan mentor mampu memproyeksikan diri sebaik saat pertemuan tatap muka.

Kendala ini dapat diatasi apabila mentor menambah kompleksitas dengan mengharuskan peserta melakukan praktik jurnalis profesional dan terlibat dalam produksi berita yang sebenarnya (Cervi et al., 2020) dalam pantauan mentor.

Selain itu, mahasiswa bisa dibentuk sebagai koordinator untuk mengevaluasi kinerja peserta dalam tugas-tugas yang diberikan dan mendiskusikan masalah yang menghambat kemajuan mereka kepada mentor (Ureta et al., 2021).



2.7 Alur Penelitian



Gambar 2. 1 Bagan alur penelitian.

Sumber: Olahan penulis.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A