

BAB II

KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam menentukan topik penelitian ini, penulis melakukan riset terhadap beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang ingin penulis angkat mengenai media hiperlokal. Beberapa penelitian terdahulu tersebut dijadikan referensi oleh penulis dalam melakukan penelitian. Saat ini media hiperlokal telah tersebar di berbagai wilayah. Adapun artikel jurnal yang penulis ambil mengkaji isu yang cukup beragam.

Penulis telah merumuskan masalah yang ingin diteliti pada penelitian ini yaitu “bagaimana dua media tersebut membangun media, baik dari penerapan maupun motivasi pada praktiknya hingga dapat dikenal dan diandalkan oleh masyarakat di Kota Bogor dan Depok?” Sehubungan dengan rumusan masalah tersebut, penulis menemukan beberapa artikel yang berkaitan dan dapat menjadi referensi dari penelitian yang ingin penulis lakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang penulis jadikan acuan dari penelitian yang dilakukan.

Penelitian oleh Eddyono et al. (2019) melalui artikel “Menyoroti Jurnalisme Warga: Lintasan Sejarah, Konflik Kepentingan, dan Keterkaitannya dengan Jurnalisme Profesional” memberikan gambaran mendalam tentang sejarah kelahiran jurnalisme warga. Penelitian ini menunjukkan bahwa jurnalisme warga telah lama beroperasi dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keinginan untuk bersuara secara demokratis dan kebutuhan untuk menghadirkan perspektif yang tidak selalu dapat disediakan oleh jurnalisme profesional. Namun, penelitian ini lebih menitikberatkan pada awal mula munculnya jurnalisme warga tanpa banyak mengeksplorasi bagaimana jurnalisme warga saat ini berkembang, khususnya pada platform digital dan media sosial yang berbasis lokal.

Penelitian lain oleh Suradi et al. (2023) dengan judul “Penerapan Jurnalisme Warga di Media Sosial Instagram Kabar Tebet” membahas praktik jurnalisme warga di akun Instagram @kabar_tebet, sebuah media hiperlokal di wilayah Tebet, Jakarta Selatan. Penelitian ini menyoroiti peran *proximity* (kedekatan geografis) sebagai faktor utama yang menarik perhatian audiens lokal terhadap berita yang disampaikan. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa media hiperlokal dapat menjadi penghubung informasi bagi komunitas tertentu. Namun, fokus penelitian ini terbatas pada satu akun media di satu wilayah, sehingga belum memberikan gambaran yang lebih luas tentang variasi media hiperlokal di berbagai wilayah lain dengan tantangan dan strategi yang berbeda.

Di sisi lain, penelitian Williams et al. (2014) melalui artikel “The Value of UK Hyperlocal Community News: Finding from a Content Analysis, an Online Survey, and Interviews with Producers” meneliti media hiperlokal di Inggris. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana media hiperlokal dapat mengisi kekosongan berita lokal yang kurang diperhatikan oleh media arus utama. Hasilnya menunjukkan bahwa media hiperlokal memainkan peran penting dalam menyampaikan isu-isu lokal seperti ekonomi, pemerintahan daerah, hiburan, dan kriminalitas. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena tidak membahas secara mendalam motivasi pendirian media hiperlokal dan strategi yang digunakan untuk mengembangkan dan mempertahankan keberlanjutannya. Selain itu, penelitian ini lebih banyak berfokus pada media berbasis situs web dan belum meneliti media berbasis platform media sosial seperti Instagram.

Lestari (2020) dalam penelitiannya “Jurnalisme Digital dan Etika Jurnalisme Media Sosial: Studi pada Akun Instagram @tempodotco dan @tribunjogja” mengeksplorasi bagaimana media sosial, khususnya Instagram, digunakan sebagai platform untuk menyebarkan berita. Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram telah menjadi alat distribusi berita yang melengkapi platform media lainnya, seperti portal berita daring dan media cetak. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kaidah etika jurnalistik masih diterapkan oleh media dalam

praktik distribusi berita di media sosial. Namun, penelitian ini terbatas pada dua akun media yang memiliki karakteristik berbeda, yaitu akun berita umum dan akun berita lokal, sehingga belum memberikan pandangan menyeluruh tentang dinamika media hiperlokal yang fokus pada wilayah tertentu.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Maulana Robani Ikhsan dan Ana Irhandayaningsih (2022) mengkaji efektivitas *platform* jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial Instagram, yaitu Kejadian Semarang (@kejadiansmg, @infokejadiansemarang), dalam menyebarkan informasi kecelakaan lalu lintas di wilayah Semarang. Dengan pendekatan kualitatif berbasis studi kasus, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kejadian Semarang memanfaatkan berbagai fitur Instagram, seperti *story*, *post feeds*, dan video IGTV, untuk menyampaikan informasi. Informasi awal terkait kecelakaan lalu lintas seringkali disampaikan melalui format *story* yang memberikan informasi singkat seperti lokasi dan waktu kejadian agar pengguna dapat segera menghindari daerah tersebut. Selanjutnya, setelah data lebih lengkap diperoleh, informasi diolah dan disebarikan melalui *post feeds*, termasuk verifikasi konten, penyaringan informasi sensitif, dan pengaburan gambar korban untuk menjaga privasi. Video berdurasi panjang melalui IGTV juga digunakan, terutama untuk menyampaikan informasi mendalam, termasuk rilis pers dari kepolisian. Kejadian Semarang memanfaatkan sumber utama yang berupa kontribusi masyarakat lokal yang mengirimkan dokumentasi langsung dari lokasi kejadian melalui media sosial dan sumber sekunder seperti rilis pers dari pihak kepolisian. Selain itu, aspek kebahasaan juga diperhatikan dengan menggunakan elemen bahasa Jawa untuk mempererat kedekatan dengan audiens lokal.

Penelitian ini juga menyoroti motivasi Kejadian Semarang dalam menyebarkan informasi kecelakaan lalu lintas. Tujuannya adalah meningkatkan kesadaran masyarakat akan risiko kecelakaan, memberikan peringatan agar lebih berhati-hati, serta membantu pengguna jalan menghindari lokasi kejadian untuk mengurangi dampak kemacetan. Melalui berbagai metode dan pendekatan ini,

penelitian menyimpulkan bahwa Kejadian Semarang cukup efektif sebagai media jurnalisme warga hiperlokal yang memanfaatkan platform media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi masyarakat lokal.

Namun, penelitian ini masih menyisakan beberapa celah untuk eksplorasi lebih lanjut. Misalnya, penelitian belum mendalami sejauh mana efektivitas penyampaian informasi ini berdampak langsung pada perilaku masyarakat atau pengurangan risiko kecelakaan. Selain itu, belum ada evaluasi komparatif dengan platform serupa di wilayah lain atau analisis mengenai keberlanjutan platform ini dalam jangka panjang. Celah-celah ini memberikan ruang bagi penelitian berikutnya untuk mendalami strategi pengembangan jurnalisme warga hiperlokal berbasis media sosial, serta mengeksplorasi pengaruh langsung pada perubahan pola perilaku masyarakat terkait informasi yang disampaikan.

Meskipun penelitian ini menyebutkan bahwa Kejadian Semarang melakukan verifikasi informasi, tidak ada penjelasan rinci tentang mekanisme verifikasi dan bagaimana mereka memastikan akurasi informasi dari sumber primer (kontribusi masyarakat). Hal ini relevan karena informasi yang salah atau tidak terverifikasi dapat menimbulkan risiko bagi pengguna jalan. Penelitian ini juga tidak membahas secara mendalam terkait interaksi antara platform Kejadian Semarang dengan audiensnya. Padahal, jurnalisme warga yang berbasis media sosial biasanya sangat bergantung pada respon, komentar, atau *feedback* dari pengguna untuk memperkuat legitimasi dan relevansinya.

Meskipun penelitian-penelitian terdahulu yang telah dipaparkan telah memberikan kontribusi penting dalam memahami jurnalisme warga dan media hiperlokal, ada sejumlah celah penelitian yang masih belum terisi, seperti:

- 1. Kurangnya kajian tentang motivasi dan strategi pengembangan media hiperlokal yang berbasis Instagram.**

Sebagian besar penelitian terdahulu hanya fokus pada konten berita atau praktik penyebaran informasi tanpa membahas secara rinci motivasi di balik

pendirian media hiperlokal dan strategi pengembangannya untuk tetap relevan di era digital.

2. Terbatasnya penelitian pada berbagai wilayah dan media hiperlokal.

Penelitian-penelitian yang ada cenderung membahas satu wilayah atau satu akun media tertentu, sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif tentang keberagaman dan tantangan yang dihadapi media hiperlokal di berbagai wilayah lain.

3. Minimnya fokus pada media sosial sebagai platform utama media hiperlokal.

Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada media hiperlokal berbasis situs web, sementara media berbasis Instagram atau platform media sosial lainnya yang memiliki pendekatan berbeda belum banyak dieksplorasi.

4. Kurangnya pemahaman tentang keberlanjutan media hiperlokal.

Penelitian sebelumnya jarang membahas bagaimana media hiperlokal mengelola sumber daya, menarik perhatian audiens, dan membangun keberlanjutan di tengah persaingan media digital yang semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah-celah tersebut dengan fokus pada penerapan dan motivasi kehadiran media hiperlokal berbasis Instagram di wilayah Bogor dan Depok. Dengan mengkaji beberapa akun media hiperlokal secara komparatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika media hiperlokal di era digital. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan konsep dan praktik jurnalisme warga, khususnya dalam konteks media sosial sebagai platform utama untuk distribusi berita lokal. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi media hiperlokal lainnya dalam merancang strategi keberlanjutan dan relevansi di tengah perubahan lanskap media.

Tabel 1. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu

	Judul Penelitian	Data Peneliti	Hasil Penelitian	Relevansi Penelitian
Penelitian I	Menyoroti Jurnalisme Warga: Lintasan Sejarah, Konflik Kepentingan, dan Keterkaitannya dengan Jurnalisme Profesional	Eddyono, A. S., HT, F., & Irwanto, B. (2019).	Artikel jurnal menunjukkan bahwa jurnalisme warga sudah ada sejak lama dan sudah beroperasi. Adapun jurnalisme profesional tidak dapat terlepas dari keterlibatan warga.	Artikel jurnal ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan karena keduanya memiliki konteks yang serupa yaitu jurnalisme warga, dan membantu penulis dalam melakukan penjabaran dan mengetahui sejarah jurnalisme warga.
Penelitian II	Penerapan Jurnalisme Warga Di Media Sosial Instagram Kabar Tebet	Suradi Suradi, Sisca T. Gurning, Melitina Tecoalu, Teguh Setiawan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jenis berita lokal tingkat kecamatan dengan memiliki nilai berita kedekatan atau yang juga dikenal dengan <i>proximity</i> sangat diminati oleh warga di kawasan tempat jurnalis itu berada. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendiri akun media Kabar Tebet, yakni M. Doni yang merupakan mantan wartawan sadar bahwa informasi atau berita yang memiliki nilai kedekatan akan lebih mudah memikat warga Tebet agar selalu mengikuti perkembangan pemberitaan mediana.	Artikel jurnal ini memiliki celah penelitian yang dapat dilihat pada bagian penelitian karena tidak secara lengkap menyampaikan bagaimana jurnalisme warga menyebarkan informasi kepada masyarakat dengan terlalu condong membahas <i>proximity</i> dan hanya berfokus membahas satu media. Hal tersebut dapat menjadi landasan penulis pada penelitian berikutnya untuk melakukan penelitian di lebih dari satu akun media.
Penelitian III	The value of UK Hyperlocal Community News: Finding from a Content Analysis, an Online survey and interviews with producers	Andy Williams, Dave Harte, dan Jerome Turner	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa media hiperlokal mengisi kekosongan informasi lokal yang diberitakan oleh media arus utama di Inggris.	Artikel jurnal tersebut relevan dengan penelitian yang penulis lakukan karena artikel jurnal tersebut membahas mengenai informasi yang ada pada suatu wilayah. Namun terdapat celah karena media hiperlokal tersebut tidak kritis dalam memberitakan suatu informasi dapat menjadi landasan bagi penulis untuk mencari tahu motivasi yang dimiliki oleh

				para pendiri media hiperlokal di Kota Bogor dan Depok.
Penelitian IV	Jurnalisme Digital dan Etika Jurnalisme Media Sosial: Studi pada Akun Instagram @tempodotco dan @tribunjogja	Rani Dwi Lestari	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada akun media Tempo dan Tribun Jogja, platform media sosial instagram menjadi wadah pelengkap dari informasi yang diberitakan oleh media cetak dan <i>online</i> . Selain itu, kedua media tersebut menerapkan verifikasi berita, akurasi, penyajian berita yang bersifat faktual, serta memenuhi pedoman pemberitaan media siber.	Artikel jurnal ini relevan dengan penelitian yang penulis lakukan. Namun terdapat celah karena media yang digunakan merupakan media arus utama yang beradaptasi pada media sosial dan bukan merupakan media hiperlokal secara murni. Kemudian, peneliti hanya menggunakan dua media yang tidak setara karena satu media yang bergerak secara nasional dan akun lainnya yang bersifat kedaerahan. Celah tersebut dapat menjadi landasan bagi penulis untuk melakukan penelitian terhadap media yang secara murni lahir dari warga lokal dan bukan merupakan media hasil adaptasi. Kemudian sama dengan penelitian terdahulu ini, penulis juga melakukan penelitian pada lebih dari satu media dengan akun media yang setara dalam arti sama-sama lokal. Pada penelitian ini, penulis melakukan penelitian terhadap dua media hiperlokal yang bergerak di instagram yang ada di kawasan Kota Bogor dan Depok.

2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

2.2.1 Media Baru (*New Media*)

Konsep media baru dikemukakan oleh Pierre Levy yang menyoroti perkembangan media (*scribd.com*, n.d.). Konsep ini mencakup dua perspektif, salah satunya adalah pandangan tentang interaksi sosial, yang mengelompokkan media berdasarkan kedekatannya dengan interaksi langsung. Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai sebuah ruang informasi

yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan orang untuk mengembangkan cara berpikir baru serta berpartisipasi dalam lingkungan demokratis yang mendukung kolaborasi timbal balik dan pemberdayaan yang lebih interaktif berbasis masyarakat. Menurut McQuail dalam Pratyaksa&Putri (2019, p. 93), media baru memiliki ciri utama yaitu adanya keterhubungan antara pihak pemberi pesan dan penerima pesan dengan sifatnya yang tidak terbatas oleh lokasi. Media Baru atau media *online* didefinisikan sebagai hasil dari komunikasi yang dimediasi oleh teknologi, yang melibatkan komputer digital (Creeber & Martin, 2009). Melihat perkembangan teknologi yang pesat, pengetahuan mengenai media baru juga tidak bisa dihindari. Seiring berjalannya hal tersebut, para pengembang media turut bersaing untuk menciptakan aplikasi baru yang berguna dalam kehidupan sehari-hari para pengguna internet (Noventa et al., 2023, p. 627). Lievrouw (2011) menjelaskan bahwa sebuah media *online* merupakan media yang menggabungkan berbagai elemen, menunjukkan adanya konvergensi media yang dapat menggabungkan beberapa media menjadi satu. Dalam Noventa et al., (2023, p. 628), salah satu media yang kerap kali disebut sebagai media konvergensi yaitu media sosial. Berkembangnya media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, Snapchat, dan TikTok sebagai media *online* berhasil membuat berita dan media sosial menjadi saling berkaitan (Romli, 2018, p. 142). Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Reuters Institute for The Study of Journalism yang ada dalam *Reuter Institute Digital News Report 2022*, terdapat sekitar 68% pengguna di Indonesia yang menjadikan media sosial sebagai sumber informasi yang utama (Newman et al., 2022, p. 137). Bukan sekadar tempat untuk mengakses informasi, saat ini media sosial juga menjadi wadah untuk seseorang bisa membagikan berita yang dimilikinya kepada masyarakat lebih luas. Hermida (2016, p. 81) juga menjelaskan bahwa informasi yang disebarakan masyarakat.

2.2.2 Media Hiperlokal (*hyperlocal media*)

Media hiperlokal adalah media yang memberikan informasi yang berbasis geografis, seperti melalui *website*, yang bertujuan guna mengisi kesenjangan yang dirasakan pada peliputan sebuah isu di wilayah tertentu dengan mengikutsertakan keterlibatan masyarakat di dalamnya (Metzgar et al., 2011, p. 3). Adapun pandangan lain seperti yang dikemukakan oleh Radcliffe. Radcliffe (2012, p. 6), mengemukakan bahwa media hiperlokal (*hyperlocal media*) merupakan layanan yang menyediakan konten secara daring (*online*) yang memiliki hubungan dengan desa, kota, komunitas kecil yang ditempatkan secara geografis. Menurut *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (n.d), hiperlokal diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan komunitas kecil yang berfokus untuk mengembangkan proyek komunitas hiperlokal. Media hiperlokal cenderung menyajikan konten informasi yang lebih dekat dengan masyarakat lokal dibandingkan konten berita yang biasanya disajikan oleh media massa tradisional. Kehadiran media hiperlokal telah membantu seseorang mengetahui identitas lokal dan mengisi kesenjangan dalam penyediaan konten bagi audiens (Radcliffe, 2012, p. 6).

Menurut Hujanen et al. (2019, p.108-110), media hiperlokal mempunyai empat dimensi. Yang **pertama**, dimensi kepengarangan (*authorship*), yang membahas terkait pihak yang turut berkontribusi dengan media hiperlokal dan melihat apakah para kontributor tersebut menjalaninya sebagai bisnis atau secara sukarela. **Kedua**, dimensi tujuan bisnis (*business goals*) yang menjelaskan mengenai model bisnis yang digunakan oleh media hiperlokal, serta melihat keuntungan seperti apa yang didapatkan oleh media hiperlokal atau media hiperlokal tersebut bersifat *non-profit*. **Ketiga**, Dimensi isi yang menjelaskan mengenai konten yang diproduksi oleh media hiperlokal. **Keempat**, keterlibatan masyarakat (*community engagement*) yang menjelaskan mengenai cara media hiperlokal dalam melihat dan melibatkan masyarakat pada media hiperlokal terkait. Kehadiran media hiperlokal

bersamaan dengan hadirnya jurnalisme warga yang turut berkontribusi pada proses pengumpulan informasi di tingkat hiperlokal (Harte et al., 2019, p. 3). Adapun jurnalisme warga dan hiperlokal sama-sama dilandasi oleh kurangnya berita terkait isu-isu lokal dari media arus utama (Harte et al., 2019, p. 17-18). Kedua hal tersebut juga didukung dari berkembangnya teknologi seperti internet dan juga media sosial (Radcliffe, 2012, p. 6). Adapun menurut Dovey et al dalam (Williams & Harte, 2016, p. 283), menjelaskan bahwa ada beragam motivasi yang dimiliki oleh media hiperlokal, seperti membangun hubungan dengan masyarakat lokal, mengenal daerahnya lebih dalam, memperdalam ilmu jurnalistik, adanya keinginan untuk menyebarkan informasi seputar suatu daerah lokal kepada warga, hingga memberdayakan masyarakat lokal.

Berdasarkan pemahaman dari para ahli, media hiperlokal (*hyperlocal media*) merupakan konsep yang tepat untuk digunakan pada penelitian ini, melihat adanya kecocokan pada pengertian hiperlokal sendiri dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu dua akun media yang bergerak berdasarkan wilayah geografisnya masing-masing.

Mengutip web *greelane.com* (2020), jurnalisme yang juga dikenal sebagai jurnalisme mikrolokal merujuk pada liputan terhadap suatu peristiwa dan topik pada skala lokal yang terbilang sangat kecil, misalnya pada *website*, yang ada pada wilayah tertentu. Berita hiperlokal memiliki kemiripan dengan surat kabar komunitas mingguan. situs ini biasanya berfokus di wilayah yang lebih kecil.

Dalam Harte et al., (2019, p. 100-101), terdapat beberapa isu yang cenderung dimuat pada media hiperlokal yang menyangkut wilayah tertentu, seperti kelompok masyarakat sipil lokal, perkumpulan acara atau festival lokal, layanan lokal, dan politik lokal di suatu wilayah. Selain itu, terdapat juga beberapa media hiperlokal melakukan praktik investigasi (Harte et al., 2019, p. 108).

2.2.3 Jurnalisme Warga (*citizen journalism*)

Pada mulanya, terdapat berbagai istilah yang digunakan sebelum *citizen journalism* dikenal luas seperti saat ini. Awalnya, jurnalisme warga (*citizen journalism*) dikenal sebagai *civic journalism*, *participatory journalism*, dan *public journalism*. Istilah *citizen journalism* sendiri hadir ketika Korea Selatan melahirkan situs bernama OhmyNews yang berbasis *users generated content* pada tahun 2000-an. Sejak saat itu istilah *citizen journalism* mulai digunakan di berbagai tempat (Nugraha, 2012). Jurnalisme warga (*citizen journalism*) adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh warga dengan tidak berstatus jurnalis profesional yang mencari dan mengumpulkan fakta terkait sebuah peristiwa, kemudian menyusun, menulis, dan melaporkan informasi buaatannya melalui berbagai saluran yang digunakan untuk penyebarluasan informasi tersebut (Eddyono, 2020, p. 32). Nugraha (2012, p. 18), berpandangan bahwa jurnalisme warga yang tidak terlatih untuk menjadi wartawan profesional dapat melakukan liputan, pencatatan, menulis, menyebarkan informasi tersebut di internet karena adanya semangat berbagi dengan mengandalkan peralatan dan teknologi *digital* saat ini.

Menurut Nugraha (2012, p. 19), terdapat beberapa unsur yang dimiliki oleh jurnalisme warga seperti berikut.

1. Seseorang merupakan warga biasa dan bukan wartawan profesional.
2. Memiliki rasa peka terhadap fenomena yang terjadi.
3. Mempunyai peralatan teknologi informasi.
4. mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi.
5. Mempunyai kemampuan dalam menulis dan melaporkan atau membagikan informasi.
6. Mempunyai semangat untuk membagikan informasi kepada orang lain.
7. Mempunyai blog pribadi atau sosial dan terbiasa dengan media daring.

8. Mempublikasi hasil liputan pada blog atau media sosial yang dimiliki.
9. Tidak mengharapkan imbalan atas apa yang dikerjakannya.

Seorang jurnalis warga tidak perlu secara sama persis melakukan apa yang dilakukan oleh jurnalis profesional meski dalam etika dasar, keduanya harus sama. Dengan adanya perbedaan tersebut justru seseorang dapat melihat ciri khas dari jurnalisisme warga. Jurnalis warga tidak wajib untuk mengikuti seluruh bekal dari jurnalis profesional, tetapi seorang jurnalis warga dituntut untuk mampu memiliki naluri penciuman yang tajam seperti jurnalis profesional, meski tidak harus persis sama. (Nugraha, 2012, p. 74-76). Menurut Nugraha (2012, p. 78), terdapat tiga syarat yang perlu dimiliki oleh jurnalis profesional yang juga dapat digunakan oleh jurnalis warga. Ketiga syarat tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Mengetahui berbagai hal menarik bagi audiens guna diolah dan dijadikan berita penting.
2. Memiliki rasa ingin tahu dan skeptis terhadap sesuatu sehingga selalu ingin untuk membuktikan hal tersebut.
3. Dapat mengobservasi suatu fenomena dan kecenderungan yang terjadi.

Selain dari ketiga syarat di atas, Nugraha (2012, p. 85) memperjelas bahwa terdapat dua hal penting yang perlu dimiliki sebelum seseorang terjun pada dunia jurnalistik yaitu rasa keingintahuan (*curiosity*) dan rasa keraguan (*skeptic*). Rasa keraguan yang dimaksud pada hal ini bukan berarti negatif, melainkan jurnalis perlu memiliki sikap tidak percaya begitu saja terhadap suatu hal yang terjadi.

Jurnalisisme warga memiliki karakteristik yang menjadikan pelaku dalam pemberitaan medianya adalah warga yang bukan merupakan wartawan profesional. Warga tersebut melakukan pelaporan atas dasar kesadaran atau kepekaannya terhadap lingkungan sekitarnya. Menurut Atton dalam Eddyono

(2020, p. 32), terdapat tiga hal yang menjadi ciri khas dari jurnalisme warga. Ketiga hal tersebut adalah sebagai berikut:

1. Jurnalisme tipe ini adalah bentuk kritik terhadap jurnalisme profesional.
2. Jurnalisme tipe ini memberikan peluang bagi siapapun yang ingin berkontribusi pada praktik jurnalisme.
3. Jurnalisme warga memberikan kesempatan bagi siapapun untuk bekerja atau sekadar menyampaikan informasi di media warga.

Menurut Eddyono (2020, p. 32), secara singkat, jurnalisme warga merupakan kegiatan mengumpulkan data atas peristiwa yang kemudian disusun, ditulis, dan dilaporkan pada saluran tertentu untuk disebarluaskan oleh warga dan bukan oleh jurnalis profesional.

Meski demikian perlu disadari bahwa praktik jurnalisme warga merupakan jurnalisme yang timpang. Hal tersebut dikarenakan warga selaku pemberi informasi adalah warga yang dapat mengakses teknologi, sementara yang tidak dapat mengakses akan ada pada posisi luar. Setiap warga memiliki kepentingan yang berbeda dan tidak bisa mewakili warga lain yang tidak memiliki akses dalam jurnalisme warga.

Seorang jurnalis warga juga perlu tahu bagaimana cara mengelola informasi yang baik. Namun, tidak semua jurnalis warga dapat mengelola informasi dengan baik. Dalam praktik jurnalisme warga, perlu disadari dari awal siapa warga yang terlibat di dalamnya, melalui apa informasi tersebut disampaikan, siapa sasaran dari informasi tersebut, dan apa yang melatari informasi tersebut untuk disebar. Meskipun timpang, tetap ada nilai keragaman informasi yang didapatkan yang membuat informasi tersebut lebih beragam.

Berdasarkan pemahaman dari pengertian ahli yang sudah dipaparkan, jurnalisme warga merupakan konsep yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini. Hal tersebut bisa dilihat dari topik penelitian terkait media hiperlokal yang masih merupakan bagian dari ruang gerak jurnalisme warga.

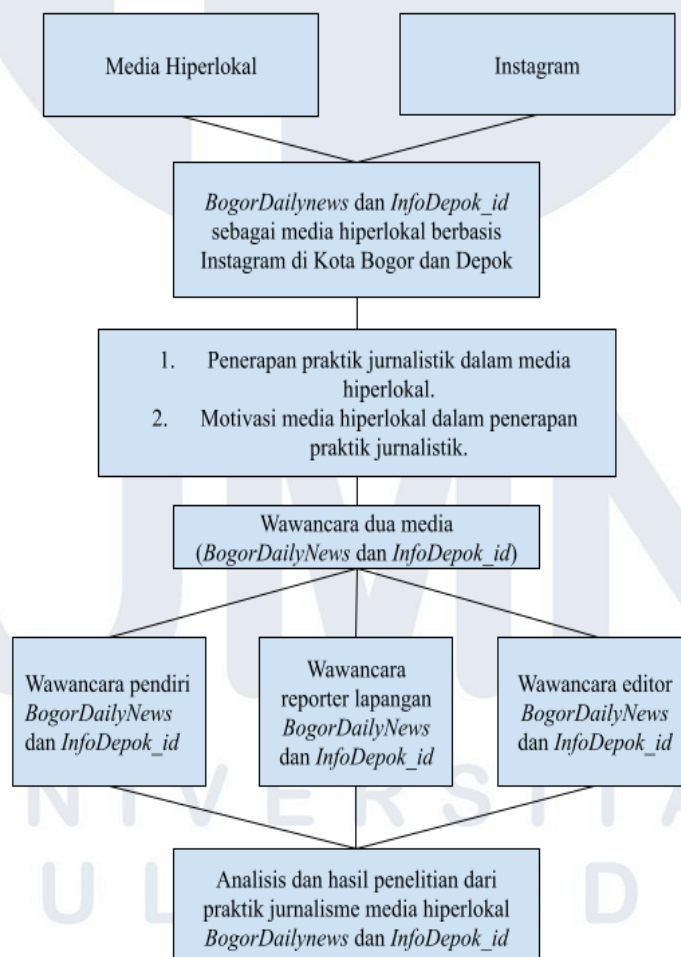
2.2.4 Jurnalisme Warga (*citizen journalism*)

Pada akhir abad kedua puluh, selama masa jayanya, media massa yang bertugas untuk memberitakan informasi bersifat satu arah dan menjaga jarak dengan audiensnya. Pada media lampau, masyarakat atau audiens diperkenankan memberikan umpan balik kepada editor sebagai penutup dari akhir berita (Batsell, 2015, p. 3). Namun, saat ini audiens memiliki ruang yang tidak terbatas. Hingga saat ini, media massa modern masih tetap memenuhi kebutuhan dari audiensnya. Media perlu memiliki *engagement*, membangun loyalitas, dan kepercayaan dengan audiensnya. Hal tersebut perlu dilakukan beriringan dengan jurnalis yang juga mencari informasi baru sebagai subsidi kepentingan publik (Batsell, 2015, p. 5). *Engagement* didefinisikan dengan pengertian yang berbeda-beda. Menurut Mark Luckie dalam Batsell (2015, p. 6) yang merupakan manajer berita sekaligus jurnalis Twitter di New York, *engagement* bukan sekadar berbicara, tetapi juga mendengarkan mereka. Sementara, menurut Steve Buttry yang merupakan mantan eksekutif Digital First Media, *engagement* adalah ketika media pemberitaan menjadikan prioritas utama untuk mendengarkan, bergabung, memimpin, dan memberi ruang untuk percakapan demi meningkatkan jurnalisme. Dalam Batsell (2015, p. 9), Media sosial digunakan untuk membuka ruang bercakap sekaligus komunitas. Hal ini menunjukkan adanya penargetan jurnalisme pada kelompok tertentu, terutama jika ada kesamaan geografi atau topik pada suatu kelompok. Menurut pandangan Batsell (2015, p. 10), terdapat strategi yang digunakan dan dilakukan oleh organisasi berita untuk berinteraksi dengan audiens, cara itu adalah dengan memanfaatkan teknologi *digital*. Hal tersebut berkaitan dengan penelitian yang penulis buat karena konten-konten informasi lokal yang dibuat dengan melibatkan teknologi digital merupakan cara dari media untuk menggaet audiens. Konsep ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh media hiperlokal karena bergerak dalam suatu wilayah geografis melalui platform media sosial dengan adanya *engagement* dengan audiensnya sebagai sumber informasi yang dikonsumsi oleh public.

2.3 Alur Penelitian

Pada penelitian kali ini, penulis membuat alur penelitian yang berfungsi untuk membantu penulis dalam mengetahui arah penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penulis memulai penelitian dengan menentukan isu atau masalah, konsep, objek, dan metode yang digunakan untuk penelitian. Tidak hanya itu, penulis juga melakukan analisis terhadap beberapa jurnal atau penelitian terdahulu untuk mencari celah dari penelitian tersebut yang dijadikan sebagai landasan atau pembandingan dari penelitian yang penulis lakukan.

Alur penelitian yang penulis buat untuk penelitian dapat dilihat pada Gambar 2.1 seperti berikut



Gambar 2. 1 Alur Penelitian