

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang:

Pengguna internet di Indonesia mengalami peneterasi yang cukup tinggi. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Tifatul Sembiring, di tahun 2010 jumlahnya sudah mencapai 45 juta *user*, padahal di tahun 1999 pengguna internet di Indonesia hanya mencapai 1 juta *user*. (Sumber:<http://www.detikinet.com/read/2010/06/09/121652/1374756/398/pengguna-internet-indonesia-capai-45-juta>, penulis Ardhi Suryadhi, diakses pada 7 Maret 2011, pukul 16:00 WIB). “Dengan adanya internet, setiap orang yang terhubung bisa melakukan komunikasi dengan siapapun juga di seluruh dunia, menerbitkan gagasan sampai menjual pelbagai produk dengan biaya yang sangat rendah” (Danesi, 2010:205). Berbicara mengenai internet, tidak lepas dari situs-situs yang digemari, salah satunya adalah situs jejaring sosial seperti Facebook, dan situs mikroblogging seperti Twitter.

Situs jejaring Facebook menjadi situs jejaring yang memiliki pengguna hingga 750 juta *user* di seluruh dunia pada tahun 2011 (<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>, diakses pada 12 Juli 2011). Sedangkan situs *mikroblogging* Twitter yang cenderung lebih sederhana dan tidak banyak fitur, juga sudah terbukti banyak diminat oleh para pengguna internet. Situs yang usianya lebih muda daripada Facebook ini masuk dalam 10 besar situs yang paling banyak dikunjungi pengguna internet,

mengacu pada situs Alexa (<http://www.alexa.com/topsites>, diakses pada 12 Juli 2011). Melalui Twitter orang dapat saling berbagi pesan ataupun informasi dalam bentuk 140 karakter. Karena hanya memiliki 140 karakter terkadang Twitter suka disebut sebagai “sms internet”. Didirikan pertama kali oleh Jack Dorsey, dari perusahaan podcasting Odeo. Idennya sebetulnya cukup sederhana, mengkombinasikan SMS dengan situs jejaring sosial. Inspirasi dasar Twitter muncul dari *SMS group messaging service* TXTMob.

Awalnya layanan ini diberi nama “twtr”, terinspirasi dari nama situs sharing foto Flickr. Dan layanan ini awalnya juga hanya terbatas digunakan dalam internal perusahaan Odeo saja.. Juli 2006, layanan ini mulai diluncurkan untuk publik dengan nama “Twitter”. Nama layanan situs tersebut diperkuat dengan logo burung dan arti nama “Twitter” sendiri yang artinya ; kicau burung. Saat peluncuran pertama kali Twitter sudah memiliki brand, nama serta identitas yang jelas, padahal pendirinya belum tahu akan seperti apa model bisnis layanan ini (sumber: <http://tinyurl.com/4tsb822>, penulis David Mattison, diakses pada 22 November 2010 pukul 11:00 WIB).

Jika Facebook lebih mengarah pada pencarian teman serta menjaga hubungan baik dengan teman yang berada di luar wilayahnya, maka Twitter lebih kepada penyebaran informasi akan kejadian-kejadian yang sedang hangat terjadi di dunia. Sejumlah kejadian penting yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir ini, berhasil disiarkan pertama kalinya oleh pengguna Twitter. Seperti pada contoh peristiwa jatuhnya pesawat US Airways di sungai Hudson, 15 Januari 2009. Siapakah yang pertama kali menyiarkan peristiwa

tersebut kepada publik? Ternyata ia adalah Janis Krums, salah satu penumpang yang ada dalam pesawat tersebut dan memakai situs Twitter untuk menceritakan apa yang dialaminya. Lewat aplikasi pengunggah foto, TwitPic, sang penumpang juga mengunggah dokumentasi jatuhnya pesawat tersebut sehingga masyarakat luas bisa mengetahuinya sebelum peristiwa itu disiarkan oleh media-media (sumber: <http://tinyurl.com/5bv8r9>, penulis: Claudine Beaumont, diakses pada 4 Maret 2011 pukul 14:40 WIB). Twitter sendiri juga berperan dalam menyiarkan serangan teroris di sebuah hotel di Mumbai, India pada tahun 2008, di mana peristiwa itu terkenal dengan sebutan Mumbai *attack* (sumber: <http://www.businessinsider.com/2009/1/us-airways-crash-rescue-picture-citizen-journalism-twitter-at-work>, penulis: Dan Frommer, diakses pada 4 Maret 2011 pukul 14:45 WIB). Atas peranan Twitter dalam penyebaran informasi dari warga inilah, penulis mengangkat tema *citizen journalism* yang telah dilakukan pengguna Twitter.

Menurut Shayne Bowman dan Chris Willis (2003: 48), *citizen journalism* memiliki arti “tindakan warga sipil, atau sekelompok warga sipil, yang memainkan peran yang aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisa serta penyebaran berita dan informasi”. *Citizen journalism* adalah bentuk spesifik dari *citizen media* dengan *content* yang berasal dari publik. Di Indonesia, istilah yang dimunculkan untuk *citizen journalism* adalah jurnalisme partisipatoris atau jurnalisme warga (Suwandi, 2010: 30). *Citizen journalism* sendiri pernah diteliti dalam penelitian sebelumnya dengan judul Objektivitas Berita Citizen Journalism dalam Kanal Suara Warga dan Wikimu

oleh R.r. Putri Werdiningsih, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, tahun 2009 serta oleh George Lazaroiu dalam Information Technology, Digital Journalis, and The Structural Implications of New Media (sumber: <http://tinyurl.com/4w74xcp>, penulis George Lazaroiu, diakses pada 22 November 2010 pukul 10.00 WIB). Hasil dari penelitian yang menjadikan Suara Warga dan Wikimu sebagai obyeknya ialah bahwa perbedaan latar belakang media membuat obyektivitas berita yang dihasilkan juga berbeda. Hasil lainnya yang didapat yakni bahwa tingkat anonimitas penulis tidak mempengaruhi obyektivitas berita yang dihasilkan.

Di sini penulis akan meneliti akun independen Jogja Update yang selalu menyiarkan informasi kepada masyarakat, khususnya masyarakat Jogjakarta lewat akun Twitter mereka. Penyebaran informasi yang dilakukan Jogja Update di Twitter bisa digolongkan ke dalam *citizen journalism*, mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh Shayne Bowman dan Chris Willis, yaitu *citizen journalism* adalah tindakan warga sipil, atau sekelompok warga sipil, yang memainkan peran yang aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisa serta penyebaran berita dan informasi (Suwandi, 2003: 48).

Jogja Update menggunakan sistem pengumpulan informasi secara bebas dari para pengikutnya, dengan menggunakan bantuan pihak ketiga (*developer*) yaitu TweetGroup, serta sejumlah aplikasi dari Twitter. Dengan Tweet Group, ribuan *follower* (pengikut) Jogja Update bisa menyampaikan informasi kepada pengguna internet, tentang apa saja yang dilihat atau

dialaminya secara langsung, seperti informasi cuaca, kecelakaan lalu lintas, dan lain-lain. Informasi yang disampaikan ini dibatasi dengan jumlah karakter yakni 140 karakter. Karena sifat Twitter yang *real time*, maka informasi yang disampaikan lewat Twitter mengarah pada salah satu sifat berita, yaitu aktual (masih baru).

Berdasarkan latar belakang ini, maka peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pembentukan informasi berupa tweet di akun Jogja sebagai media *citizen journalism*.

### **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana isi pemberitaan akun Jogja Update di Twitter sebagai salah satu bentuk *citizen journalism*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Mengungkap bagaimana isi pemberitaan di akun Jogja Update di situs *microblogging* Twitter sebagai salah satu bentuk *citizen journalism*.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan dan pendalaman studi komunikasi jurnalistik di Indonesia.

#### 2. Manfaat Praktis

Penelitian yang menggunakan analisis isi ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai *citizen journalism* di internet, khususnya di situs *microblogging* Twitter sebagai media yang berperan dalam penyebaran informasi.

### 3. Kerangka Teori

#### 1. Berita

Berita adalah rekaman dari sesuatu yang menarik, penting dan akurat yang berisi informasi tentang sesuatu hal berupa pemikiran dari apa yang dikatakan, dilihat, dideskripsikan, direncanakan dan dilakukan oleh seseorang (Suwandi,2010:46). Masyarakat senantiasa memerlukan berita dalam kehidupannya agar tidak tertinggal dengan kejadian-kejadian yang terjadi di dunia. Oleh sebab itu, berita harus memiliki beberapa unsur, yakni:

- Aktual atau masih baru, yang harus mengandung makna kecepatan.
- Faktual atau sesuai kenyataan dan bukan kebohongan.
- Penting dan menarik perhatian khalayak.

Sedangkan untuk bentuk berita, Suwandi membaginya berita ke dalam 3 jenis (Suwandi,2010:54):

##### a. Berita Lurus

Berita lurus (faktual) atau *straight news* ialah bentuk penulisan berita yang ditulis sebagaimana adanya, berdasarkan apa yang dilihat dan didengar oleh jurnalis pada saat peristiwa terjadi tanpa adanya tambahan fakta atau data tambahan. Penulisan berita lurus ini bila mengenai suatu

peristiwa, maka disebut berita fakta peristiwa (*factual news*). Sedangkan jika menyangkut pendapat, maka disebut berita pendapat.

b. Berita Analisa

Berita analisa (*analysis news*) dilengkapi dengan fakta atau data tambahan guna mendukung analisa jurnalis terhadap suatu peristiwa atau pendapat yang terjadi.

c. Berita Interpretatif

Berita interpretatif adalah suatu peristiwa atau pendapat yang disusun dari fakta dan data dengan memberi penjelasan yang lebih lengkap dari fakta yang ada termasuk menjelaskan latar belakangnya kenapa suatu peristiwa bisa terjadi.

Siapapun bisa menyampaikan informasi kepada orang lain, namun tidak semua informasi itu bisa dikatakan sebagai berita. Untuk menjadi berita, informasi itu harus memiliki nilai-nilai tertentu yang disebut dengan nilai-nilai berita (Nurudin,2009:52):

1). Frekuensi

Ini berkaitan dengan jangka waktu sebuah peristiwa. Peristiwa yang mempunyai jangka waktu pendek akan mempunyai nilai berita lebih daripada yang mempunyai jangka waktu panjang. Contoh: perampokan, kecelakaan pesawat terbang, pembunuhan berantai dan lain-lain.

2). Negatif

Sesuatu yang menyangkut berita buruk sering kali dianggap mempunyai nilai berita. Buruk di sini adalah peristiwa yang membuat orang tidak senang mengalaminya. Contoh: kelaparan.

3). Tak Terduga

Sebuah peristiwa yang di luar kebiasaan akan mempunyai nilai berita tinggi daripada yang terjadi setiap hari. Contoh: hujan es.

4). Tidak Mendua

Sebuah peristiwa yang diharapkan mempunyai dampak memperjelas terhadap suatu masalah juga mempunyai nilai berita. Contoh: penjelasan PT Lapindo Brantas atas ganti rugi bagi masyarakat yang terkena korban lumpur.

5). Kepenuharian

Seseorang yang mempunyai bahasa sama atau ciri-ciri fisik sama akan dianggap mempunyai nilai berita.

6). Berkaitan dengan Pemimpin Negara

Artinya, segala sesuatu yang berkaitan dengan negaranya akan mendapat porsi lebih pemberitaan karena memang layak untuk diberitakan.

7). Berkaitan dengan Individu

Peristiwa yang berkaitan dengan kekayaan, kekuatan dan keterkenalan memiliki nilai berita. Contoh: berita mengenai kekayaan yang dimiliki Sultan Hasanah Bolkiah.

8). Konflik

Konflik di sini berarti perseteruan antara dua atau beberapa pihak yang bertikai. Bisa konflik fisik, urat syaraf atau perang. Contoh: perkelahian antar pelajar, penyerangan AS ke Irak dan lain-lain.

9). Prediksi

Prediksi yang dimaksud ialah ulasan yang berkaitan dengan kemungkinan dan ketidakmungkinan. Contoh: ulasan pertandingan olahraga.

10). Penting

Penting di sini berarti kejadian yang berkemungkinan mempengaruhi kehidupan orang banyak atau kejadian yang punya akibat terhadap kehidupan pembaca. Contoh: berita tentang kenaikan harga minyak.

11). Besar

Kejadian yang menyangkut angka-angka yang berarti bagi kehidupan orang banyak atau kejadian yang berakibat bila dijumlahkan dalam angka menarik perhatian pembaca. Contoh: kenaikan harga kebutuhan pokok.

12). Aktualitas

Yakni kejadian yang menyangkut hal-hal yang baru terjadi atau baru ditemukan. Aktual adalah berita yang sedang hangat terjadi.

13). Kedekatan

Kedekatan atau kejadian yang dekat dengan pembaca, bisa bersifat geografis maupun emosional.

14). *Human Interest*

*Human interest* adalah kejadian yang memberikan sentuhan perasaan bagi pembaca, kejadian yang menyangkut orang biasa dalam situasi luar biasa, atau orang besar dalam situasi biasa.

Selain harus memiliki nilai berita, dalam penulisan berita juga ada pedoman yang diberikan oleh pakar sekaligus sebagai syarat penulisan berita yakni yang dikenal sebagai formula 5 W + 1 H. Menurut Sedia Willing Barus (2010: 36), formula 5 W + 1 H ini sering disebut juga sebagai gaya penulisan berita AP (Kantor Berita Associated Press). Berikut ringkasan formula yang dimaksud:

1. *Who*: berita harus mengandung unsur "siapa". Ini dapat ditarik ekuivalennya dengan unsur *prominence*, harus menyebutkan sumber yang jelas. Dengan kata lain, berita harus memunyai sumber yang jelas. Jadi di sini penekanannya adalah sumber berita itu 'Siapa bisa mengacu pada individu, kelompok, atau lembaga, tidak diperbolehkan membuat berita yang tidak jelas sumbernya. Sebuah berita yang tidak jelas sumbernya akan diragukan kebenaran, kecermatan, dan ketelitiannya.
2. *What*: setelah mengetahui sumber berita, selanjutnya penting untuk mengetahui "apa" yang dikatakannya, *who to say what*. Dengan kata lain "apa" adalah mencari

tahu hal yang menjadi topik berita tersebut. Jika menyangkut suatu peristiwa atau kejadian, yang menjadi “apa” adalah kejadian atau peristiwa itu.

3. *Where*: berita juga harus menunjuk pada tempat kejadian; “di mana” terjadinya peristiwa atau fakta itu. Ini merupakan bagian dari unsur “jarak” jika merujuk pada MacDougall. Jadi “di mana” menyangkut tentang masalah jauh dekatnya jarak peristiwa dalam arti geografis atau batin atau emosional.

4. *When*: unsur penting berikutnya yang harus dikandung sebuah berita adalah “kapan” terjadinya peristiwa tersebut. Unsur “kapan” inilah yang juga dimaksudkan dengan unsur baru terjadinya (*timeliness*) demi mengejar aktualitas seperti yang dipersyaratkan oleh MacDougall.

5. *Why*: kelengkapan unsur sebuah berita harus dapat menjelaskan “mengapa” peristiwa itu sampai terjadi. Hal ini berkaitan dengan tujuan untuk memenuhi rasa ingin tahu pembaca mengenai penyebab terjadinya suatu peristiwa. Suatu peristiwa tidak pernah terjadi begitu saja dan selalu punya alasan mengapa bisa terjadi. Alasan mengapa sampai terjadi juga perlu disampaikan atau dijelaskan kepada pembaca demi memenuhi rasa ingin tahunya.

6. *How*: “bagaimana” terjadinya suatu peristiwa juga sangat dinantikan oleh pembaca. Masyarakat yang sudah mengetahui mengapa suatu peristiwa terjadi tentu akan menuntut lebih jauh tentang “bagaimana” persisnya peristiwa itu bisa terjadi. Keingintahuan mengenai “bagaimana terjadinya” ini bisa mencakup gabungan unsur-unsur berita lain seperti daya tarik, cuatan, akibat yang ditimbulkan, kedekatan emosi, dan bahkan kehangatannya dengan pengalaman pribadi atau kelompok yang mengetahui berita yang dimaksud. (Barus, 2010: 36).

## 2. Internet

Internet semakin marak dipakai oleh masyarakat untuk berbagi informasi. Lucy Kung, Robert G. Picard dan Ruth Towse (2008:4) mendefinisikan internet sebagai “sistem berbasis telepon yang menghubungkan komputer dan jaringan komputer di seluruh dunia, guna mendistribusikan data, e-mail, pesan, dan materi audio serta visual kepada individu, grup dan publik”. Sedangkan deskripsi dasar dari internet sendiri ialah komunikasi yang menggunakan TCP/IP (*Transmission Control Protocol/Internet Protocol*) (Kung, Picard dan Towse, 2008: 4).

Internet mendorong penggunaanya untuk aktif mencari sendiri konten yang sesuai dengannya. Tidak ada media lain yang menawarkan kelebihan dan kebebasan yang begitu besarnya pada para penggunanya kecuali

internet. Internet ialah kendaraan komunikasi personal yang kuat dan platform sosial yang sungguh bagus. (Kung, Picard dan Towse, 2008:87).

Berikut disajikan sejumlah karakteristik internet yang tidak dimiliki media tradisional seperti televisi, radio dan majalah (Sumber: <http://www.thewebworks.bc.ca/netpedagogy/TheInternet/characteristics.html>, diakses pada 26 Januari 2011 pukul 12.56 WIB) :

- Informasi yang bersifat multimedia  
Informasi yang tersedia dalam internet memungkinkan penggunanya untuk menikmati foto berwarna, suara dan video. Untuk media lain, hal ini akan sangat memakan biaya, namun di internet terdapat *open source* gratis dalam berbagai tipe yang menyediakan konten-konten tersebut.
- Informasi di internet mudah dicari  
Pengguna internet mudah mencari informasi apa saja yang berbasis internet dengan memakai mesin pencari seperti Google. Sumber informasi juga bisa dilacak keberadaan dan lokasinya.
- Informasi di internet berasal dari sumber yang tak terbatas  
Informasi yang tersedia di internet berasal dari berbagai sumber yang ada di seluruh penjuru dunia. Dengan luasnya sumber informasi, *user* tak lagi terbatas pada data-data di perpustakaan, galeri, atau museum.
- Informasi di internet bisa di-*hyperlink* atau interaktif.  
*Hyperlink* memungkinkan user terhubung dengan link-link lain
- Konektivitas  
Kekuatan terbesar yang dimiliki oleh internet ialah soal konektivitasnya. Ia memungkinkan komunikasi berjalan bukan hanya satu arah atau dua arah namun dari dan ke berbagai arah. Dengan konektivitas yang dimilikinya, internet juga bersifat *real-time* (data yang diupload bisa langsung dilihat dalam waktu yang bersamaan).

Karakteristik lain yang dimiliki oleh internet juga disebutkan oleh Towse dalam bukunya (Kung, Picard dan Towse, 2008:45) yakni “sebuah *platform* teknologi yang efisien dalam hal biaya dan kualitas”. Sedangkan Nurudin dalam bukunya juga turut menyinggung beberapa ciri khas dan keunggulan internet :

Penemuan *World Wide Web (WWW)* membuat revolusi besar-besaran di bidang jurnalisme dengan munculnya online (*cyber*) *journalism*. Revolusi ini berkaitan dengan kecepatan penyebaran pesannya. Sebuah kejadian yang ditulis di internet beberapa detik kemudian sudah tersebar ke seluruh dunia. Di samping itu, dengan peralatan canggih memungkinkan munculnya variasi pemberitaan disertai gambar-gambar yang menarik.

Dan jika dulu seseorang harus mengkliping berita untuk menyimpan data, sekarang semua itu bisa didapatkan di internet. Data beberapa tahun lalu akan tersaji di internet. Dengan cukup menulis kata kunci (*key word*) kemudian mencarinya di mesin pencari, maka semua data yang berkait erat dengan kata kunci tersebut akan tampil (Nurudin,2009:16-18).

### 3. *Citizen Journalism*

*Citizen journalism* atau yang lebih dikenal dengan jurnalisme warga menjadikan informasi sebagai milik bersama. Milik bersama ini memiliki makna, bahwa jurnalisme bukan hanya dikuasai oleh media-media besar, namun juga oleh masyarakat biasa. Masyarakat biasa mampu memproduksi berita sendiri dan menyebarkannya melalui alat-alat yang dimilikinya. Dalam *citizen journalism*, antara produsen dan konsumen berita tidak bisa lagi diidentifikasi secara rigid karena setiap orang dapat memerankan keduanya (Gillmor, 2004:xii-xv). *Audience* tidak hanya memerankan konsumen pasif yang hanya menerima berita, namun sekaligus dapat memproduksi beritanya sendiri. Dengan demikian posisi antara jurnalis sebagai pencari dan penulis berita, narasumber sebagai sumber berita dan audience sebagai konsumen berita sudah lebur.

Menurut Shayne Bowman dan Chris Willis (2003:48), *citizen journalism* memiliki arti “tindakan warga sipil, atau sekelompok warga sipil, yang memainkan peran yang aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisa serta penyebaran berita dan informasi.” Tindakan yang dilakukan oleh warga sipil dalam memproduksi berita ini tentunya berbeda dengan jurnalisme *mainstream*. Menurut Sulhanudin, jika jurnalis media massa *mainstream* mengerjakan sebuah berita dengan kaidah dan standar kerja jurnalisme, maka jurnalis warga akan melaporkan berita dengan pengetahuan dan gaya mereka sendiri (Sulhanudin. 2008).

Merayakan Kebebasan Warga. <http://entertainment.suaramerdeka.com/index/php/id=720>, diakses pada 2 November 2010, pukul 22.00 WIB). Dalam penyebaran informasi jurnalis warga bebas memakai gaya mereka sendiri alias tidak terpatok dengan standar kerja jurnalisisme atau aturan yang dibuat oleh media massa tempat mereka bekerja.

*Citizen journalism* adalah bentuk spesifik dari *citizen media* dengan konten yang berasal dari publik. Di Indonesia, istilah yang dimunculkan untuk *citizen journalism* adalah jurnalisisme partisipatoris atau jurnalisisme warga (Suwandi,2010:30).

J.D.Lasica dalam Online Journalism Review mengategorikan media *citizen journalism* ke dalam beberapa tipe (Suwandi,2010:30):

1. Pemberdayaan masyarakat  
Masyarakat dilibatkan dalam pembentukan atau penyebaran berita melalui piranti yang mereka miliki. Contoh: komentar user yang di-attach pada kisah-kisah berita, blog-blog pribadi, foto, atau video footage yang diambil dari handycam pribadi, atau berita lokal yang ditulis oleh anggota komunitas.
2. Situs web berita atau informasi independen seperti Consumer Reports, Drudge Report.
3. Situs berita partisipatoris murni seperti OhmyNews.com.
4. Situs media kolaboratif seperti Slashdot.com, Kuro5hin.com.
5. Bentuk lain dari media 'tipis' seperti mailing list, newsletter e-mail.
6. Situs penyiaran pribadi seperti situs penyiaran video, seperti KenRadio, YouTube.

Banyak sekali kelebihan yang dimiliki oleh bentuk jurnalisisme baru bernama *citizen journalism* ini. Menurut Nurudin (2009) sejumlah kelebihan yang dimiliki jurnalisisme warga ialah:

- Memupuk budaya tulis dan baca masyarakat. Selama ini budaya kalah dengan budaya dengar dan lihat. Budaya tulis dan baca adalah budaya yang lebih mencerdaskan. Masyarakat bisa menulis apa saja dalam blog.
- Mematangkan terciptanya public sphere (ruang publik) di masyarakat. Masyarakat bisa berdiskusi bebas dalam sebuah blog tanpa ada aturan, larangan tertentu seperti halnya yang dilakukan pada media utama.
- *Citizen journalism* juga manifestasi fungsi *watch dog* (kontrol sosial) media. Ketika kekuasaan tidak bisa terkontrol secara efektif, blog memberikan suntikan vitamin untuk melakukan control atas ketimpangan di masyarakat.

#### 4. Blog-Paradigma Baru dalam Jurnalisme

Blog merupakan salah satu dari bentuk jurnalisme jika dilihat melalui standar yang dikemukakan oleh Bill Kovach dan Tom Rosenstiel dalam *The Element of Journalism* (Rajan, 2007:291):

(a) Kewajiban jurnalisme yang pertama adalah kebenaran; (b) Didedikasikan untuk masyarakat; (c) Praktisinya harus menjaga independensi dari apa yang mereka liput; (d) Merupakan kekuatan yang berdiri sendiri; (e) Menyediakan forum bagi masyarakat yang ingin menyampaikan kritik; (f) Harus mengemasnya agar menarik dan relevan; (g) Dibuat secara komprehensif dan proporsional dan (h) Praktisinya harus diperbolehkan untuk mengasah hati nuraninya.

Sedang merujuk pada Rettberg (2008:84) dapat disampaikan bahwa blog telah mengubah cara jurnalisme bekerja. Cara-cara tersebut di antaranya adalah yang pertama jika ditilik mengenai kecepatan laporannya. Blog mampu memberikan laporan dari tangan pertama mengenai kejadian yang sedang berlangsung atau dengan kata lain mereka menjadi saksi mata. Kedua, sejumlah blogger mampu menceritakan kejadian yang telah diangkat oleh media mainstream namun dengan investigasi yang lebih mendalam. Yang ketiga, blogger juga bisa menjadi *gatewatching* atau seseorang yang menyaring cerita dari media mainstream atau blog lain yang mereka ikuti. Masih menurut Rettberg (2008:91), maka dapat dikatakan bahwa *blogging* dan bentuk lain dari *user-created media* telah merombak arti dasar jurnalisme.

Blog sendiri memiliki potensi besar dalam mempengaruhi lingkungan dan cara masyarakat berkomunikasi, mendapatkan informasi dan berpartisipasi dalam proses demokrasi. Ini bisa terjadi melalui setidaknya 2 cara (Papacharissi, 2009:117): 1). Dengan mengubah cara masyarakat mempelajari dan

mendiskusikan isu-isu penting, 2). Dengan memperluas kerja jurnalisisme. Blog bisa menyediakan ruang publik bagi masyarakat untuk mempelajari dan mendiskusikan isu yang berkaitan dengan mereka atau komunitasnya. Lebih jauh lagi, blog mampu menjadi pengawas lingkungan dan meneliti cakupan dan kemungkinan bias media tradisional.

Akan tetapi tidak semua blog bisa dikategorikan sebagai *citizen journalism* karena ia memiliki tipe yang tergantung dari penulisnya. Seperti yang dikemukakan Atton dan Hammilton (2008:83), blogger menunjukkan naratif, berita dan komentar dari perspektif pribadi. Blog bisa saja menjelaskan kegiatan sehari-hari penulisnya layaknya *diary*, atau juga berfungsi sebagai jurnalisisme, serta bentuk-bentuk lain seperti *diary* pribadi seorang profesional (jurnalis atau politikus), jurnalisisme investigasi amatir, komen&opini, dan laporan saksi mata oleh pengamat atau partisipan. Blog amatir bahkan terbukti telah memproduksi *breaking news* sebelum media *mainstream* mengangkatnya.

## **5. Internet**

Membahas mengenai *citizen journalism* tidak lepas dari lahirnya internet karena *citizen journalism* memang lahir dari internet. Dimulai dari kelahiran World Wide Web di tahun 1990, para pakar teknologi membuat situs-situs yang membolehkan masyarakat untuk mengunggah dan mengunduh kontennya sendiri. Contoh situs-situs tersebut ialah blog dan YouTube. Blog sendiri lahir sekitar tahun 1999 dan berkembang sangat pesat sehingga menjadi aktivitas yang menjanjikan di internet (Zizi Papacharissi, 2009: 108).

Melihat ‘fenomena’ tersebut, maka munculah sebuah istilah yakni Web 2.0. Web.2.0 adalah sebuah istilah yang dicetuskan pertama kali oleh O'Reilly Media pada tahun 2003, dan dipopulerkan pada konferensi web 2.0 pertama di tahun 2004, merujuk pada generasi yang dirasakan sebagai generasi kedua layanan berbasis web seperti situs jaringan sosial, wiki, perangkat komunikasi, dan *folksonomi* yang menekankan pada kolaborasi online dan berbagi antar pengguna (sumber: <http://ekofiles.darmajaya.ac.id/index.php/artikel/artikel-umum/46-teknologi-web-20>, penulis Sultan, diakses pada 2 November pukul 21.00 WIB). Nurudin (2009) sendiri menyimpulkan bahwa kehadiran internet mengubah pedoman penulisan berita:

Melihat kemudahan internet dalam menyebarkan informasi dan ditambah dengan semakin mudahnya orang mendapatkan koneksi internet, maka lahirlah yang dinamakan jurnalisme warga atau *citizen journalism*. Internet dan semua aktivitas yang kita lakukan secara online menjadi manifestasi utama, di mana masyarakat diberi kekuatan yang lebih murah dan lebih mudah untuk secara aktif memproduksi berita sendiri. Di sini, tidak hanya berita saja yang disajikan, tetapi ada juga gambar, foto, musik dan pengguna bisa mengakses bebas termasuk memberikan komentar tanpa sensor dari editor. Akhirnya internet memaksa manusia merumuskan kembali dan mencari model tentang penyampaian berita serta siapa yang menyampaikan berita. Produsen berita tak lagi milik jurnalis mainstream media (media utama) seperti jurnalis televisi, radio dan media cetak lain. Dengan internet, siapapun bisa menjadi jurnalis dengan menilik arti jurnalis sendiri: proses pencarian, pengolahan, penulisan, dan penyebaran informasi.

Revolusi tak hanya dialami oleh sosok siapa itu jurnalis, namun juga pedoman dalam penulisan berita. Jika dulunya informasi harus memenuhi kaedah 5 W + 1 H (*what, when, where, why, how dan who*), untuk bisa menjadi sebuah berita, maka dengan jurnalisme baru, konsep klasik itu dikembangkan oleh Roy Peter menjadi tulisan model narrative dengan mengubah rumus 5 W + 1 H. *Who* menjadi karakter, *What* menjadi plot, *When* menjadi kronologi, *Why* menjadi motif dan *How* menjadi narasi (Nurudin, 2009:vi).

## H. Metodologi Penelitian

### 1. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis memakai metode analisis isi. Emzir (2010:283) menjelaskan analisis isi sebagai suatu analisa mendalam yang bisa

dilakukan dengan kedua teknik, kuantitatif maupun kualitatif terhadap pesan-pesan dengan memakai metode ilmiah. Analisis isi tidak terbatas pada jenis variabel yang dapat diukur atau konteks tempat pesan-pesan diciptakan atau disajikan. Emzir (2010:284) mengemukakan sebagian karakteristik dari analisis isi kualitatif sebagai berikut “analisis isi kualitatif membutuhkan pengamatan pada bidang tekstual serta melibatkan interpretasi dari teks yang diberikan ke dalam narasi baru”.

Secara kualitatif, analisis isi dapat melibatkan suatu jenis analisis, di mana isi komunikasi (percakapan, teks tertulis, wawancara, fotografi dan sebagainya) dikategorikan dan diklasifikasikan. Objek dari analisis isi kualitatif dapat berupa jenis komunikasi yang direkam (transkrip wawancara, wacana, protokol observasi, video tape, dokumen). Analisis isi tidak hanya menganalisis isi materi yang kelihatan-sebagaimana namanya dapat disarankan (Emzir 2010:285).

Mengacu pada apa yang disampaikan Emzir di atas, penelitian ini menggunakan objek berupa dokumen atau arsip. Hal ini terkait dengan sifat Twitter yang *real-time* sehingga peneliti harus menyimpan postingan di Twitter sesuai periode yang ditentukan peneliti (1 Januari 2011-5 Januari 2011) dalam bentuk dokumentasi (*screenshot*).

Deskripsi mengenai tujuan analisis isi disampaikan oleh Wimmer&Dominic (Kriyantono, 2006:232) salah satu di antaranya ialah menguji hipotesa tentang karakteristik pesan. Pada intinya penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi teks dalam akun Jogja Update. Berdasarkan inti dari penelitian tersebut, maka penelitian ini tergolong pada penelitian isi *pesan (content research)*. Dengan demikian untuk mengidentifikasi *citizen journalism*, penelitian ini akan menggunakan analisis isi (*content analysis*) sebagai teknik analisis data.

Analisis isi tidak memiliki pengertian yang tetap selalu berubah dari waktu ke waktu sehubungan dengan berkembangnya teknik dan aplikasi alat tergantung dengan masalah yang dihadapi dan material yang digunakan. Analisis isi juga tidak hanya menganalisis hal yang bersifat manifest dari sebuah teks seperti yang dikatakan Mayrin bahwa: “*Content analys is not only the manifest content of the material-as its name my suggest*” (Sumber: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2385>, penulis: Philipp Mayring, diakses pada 25 Maret 2011). Bila mengacu pada Mayring, artinya analisis isi juga menekankan pada interpretasi data atau penafsiran data di mana data yang dimaksud di sini ialah data dalam bentuk dokumentasi (*screenshot*) dari postingan Twitter yang diteliti peneliti pada periode 1 Januari 2011-5 Januari 2011.

Untuk lebih memfokuskan penelitian ini, berikut akan disajikan tabel-tabel tentang beberapa aspek yang dapat dimaknai sebagai bentuk *citizen journalism* di internet khususnya di situs mikroblogging Twitter:

**Tabel I.1**

**Tabel Obyek Penelitian Akun Twitter Jogja Update**

No.	Unit Analisis	Kategorisasi
-----	---------------	--------------

1.	5 W+1 H	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peristiwa apa yang sedang terjadi</li> <li>2. Siapa yang mengalaminya</li> <li>3. Kapan peristiwa terjadi</li> <li>4. Di mana peristiwa terjadi</li> <li>5. Kenapa peristiwa tersebut bisa terjadi</li> <li>6. Bagaimana peristiwa itu terjadi</li> </ol>
2.	<i>News Value</i> (Nilai Berita)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frekuensi</li> <li>2. Negatif</li> <li>3. Tak terduga</li> <li>4. Tidak mendua</li> <li>5. Kepenuharian</li> <li>6. Berkaitan dengan pemimpin negara</li> <li>7. Berkaitan dengan individu</li> <li>8. Konflik</li> <li>9. Prediksi</li> <li>10. Penting</li> <li>11. Besar</li> <li>12. Aktualitas</li> <li>13. Kedekatan</li> <li>14. <i>Human Interest</i></li> </ol>

3.	Simbol dan aplikasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. @ (<i>mention</i>)</li> <li>2. <i>Reply</i></li> <li>3. <i>Retweet</i></li> <li>4. <i>Direct Messages</i></li> <li>5. <i>Hash Tags (#)</i></li> <li>6. <i>URL Shortener</i></li> <li>7. <i>Sharing photo service</i></li> </ol>
----	---------------------	---

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini ialah penelitian kualitatif. “Dalam penelitian kualitatif, peneliti itu sendiri yang bertindak sebagai instrument sehingga dalam penelitian kualitatif dikenal istilah *instrument*, artinya peneliti yang bertindakan selaku *instrument* itu sendiri. (Idrus, 2009: 21). Disampaikan lebih lanjut oleh Idrus mengenai karakteristik yang melekat pada penelitian kualitatif, di antaranya:

#### 1. Bersifat Deskriptif

Penelitian kualitatif akan melakukan penggambaran secara mendalam tentang situasi dan proses yang diteliti. Karena sifatnya ini, kualitatif tidak berusaha untuk menguji hipotesis.

#### 2. *Human Instrument*

Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang menggunakan alat bantu saat dilakukan pengumpulan data, pada penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan oleh peneliti sendiri yang diistilahkan sebagai *human instrument* atau *key instrument*. Dengan begitu, kedudukan seorang peneliti dalam desain penelitian kualitatif begitu penting. Sebagai instrument utama, peneliti dituntut untuk dapat memahami pelbagai perilaku, interaksi antar subyek, aktivitas, gerak, mimik, nilai-nilai, simbol, atau apapun yang terkait dengan subyek yang ditelitinya.

#### 3. Analisis Data Dilakukan Secara Induktif

Metode penelitian kualitatif lebih berorientasi pada eksplorasi dan penemuan dan tidak bermaksud untuk menguji teori. (Idris, 2009: 24-27)

Dengan metode kualitatif analisis isi, peneliti akan berupaya untuk menginterpretasikan data berupa tweet-tweet yang ada di akun Jogja Update sebagai bentuk *citizen journalism* di internet.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *tweet-tweet* dari akun Jogja Update di Twitter periode 1 Januari 2011-5 Januari 2011 yang memuat pemberitaan mengenai bencana lahar dingin dan penampakan halo matahari.

## 3. Metode Pengumpulan Data

### a. Data Primer

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan observasi teks.

### b. Data Sekunder

Peneliti mengumpulkan data sekunder yang dilakukan dengan mengkategorisasikan dan mengklasifikasikan bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen, data kepustakaan maupun artikel pada situs internet yang akan digunakan sebagai bahan acuan dalam menkonstruksi kerangka pemikiran dalam proses analisa data. Data tersebut antara lain:

- Skripsi dengan judul Objektivitas Berita Citizen Journalism dalam Kanal Suara Warga dan Wikimu oleh Putri W.
- Website resmi Twitter:  
[\(http://twitter.com/\)](http://twitter.com/)
- Akun Jogja Update  
<http://twitter.com/JogjaUpdate>
- Jurnal-jurnal yang mendukung penelitian ini.

#### 4. Metode Analisa Data

Data yang telah dikumpulkan peneliti akan dianalisis dengan pendekatan kualitatif model interaktif seperti yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (Idrus, 2009: 151) yakni terdiri dari 3 hal utama:

##### 1. Reduksi Data

Tahapan reduksi data dimaksudkan untuk lebih menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang bagian data yang tidak diperlukan, serta mengorganisasi data sehingga memudahkan untuk dilakukan penarikan kesimpulan yang kemudian akan dilanjutkan dengan proses verifikasi. (Idrus, 2009: 150).

##### 2. *Display* Data

Setelah dilakukan reduksi data, peneliti akan menyajikan data di mana dimaknai oleh Miles dan Huberman sebagai kumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan mencermati data ini, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan.

##### 3. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir proses pengumpulan data adalah verifikasi dan penarikan kesimpulan, yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan. Pemberian makna ini tentu saja sejauh pemahaman

peneliti dan interpretasi yang dibuatnya. Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam proses ini adalah dengan melakukan pencatatan untuk pola-pola dan tema yang sama, pengelompokan dan pencarian kasus-kasus negatif.

