

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini secara khusus dirancang dengan tujuan untuk mengetahui secara lebih mendetail bagaimana praktik *Citizen Journalism* terjadi di Instagram dalam pemberitaan bencana Hurricane Sandy. Melalui proses analisis yang telah dilaksanakan akhirnya diketahui bahwa pada saat ada suatu peristiwa bencana, *Citizen Journalism* di Instagram terjadi melalui penyebaran informasi mendasar yang paling dibutuhkan oleh warga dan orang-orang yang berinteraksi dengan mereka (tetangga, keluarga, teman dan kerabat dekat). Informasi mendasar itu berbentuk uraian singkat mengenai suatu kejadian yang sifatnya adalah keterangan awal, misalnya tentang penyebutan lokasi kejadian, atau kondisi fisik suatu tempat tertentu. Informasi tersebut umumnya diambil langsung oleh warga dari tempat kejadian tanpa disertai banyak persiapan liputan.

Sesuai dengan tujuan penelitian dan rumusan masalah penelitian ini, maka yang dimaksud dengan praktik *Citizen Journalism* di Instagram dalam pemberitaan bencana Hurricane Sandy adalah:

1. Kegiatan penyebaran informasi melalui *caption* foto yang unsur berita utamanya berupa *What* (95%) dan *Where* (70%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada saat bencana, kecenderungan informasi yang dianggap penting untuk dibagi adalah informasi yang berkaitan dengan deskripsi *apa* peristiwa yang terjadi dan *di mana* lokasi peristiwa tersebut berada. Dua unsur tersebut relatif

lebih mudah untuk diketahui dibandingkan dengan unsur lainnya, dan memiliki resiko salah yang rendah meskipun kegiatan *posting* dilakukan tanpa banyak persiapan. Deskripsi yang diberikan pada *caption* juga cukup sederhana dan menggunakan bahasa komunikasi sehari-hari sehingga mudah dimengerti.

2. Pemberitaan informasi yang memiliki *Proximity* dan *Timeliness* sebagai nilai utamanya. Hal tersebut berdasarkan hasil temuan penelitian dimana terdapat sebanyak 70% berita dalam *caption* foto yang bernilai *Proximity* dan 43,5% bernilai *Timeliness*. Mayoritas informasi yang diberikan oleh warga merupakan hasil dari pengalaman mereka sendiri, sehingga banyak berbicara mengenai topik lokal – misalnya keadaan seputar area tempat tinggal, situasi di pusat bantuan dan kondisi korban bencana. Sebagai korban sekaligus penduduk lokal, ada keterikatan psikologis yang membuat penulis lebih memahami hal-hal seperti apa yang penting bagi komunitasnya. Warga juga berperan dalam menyebarkan informasi yang aktual karena mereka bisa mengirimkan foto kapan saja tanpa batasan (bersifat *real-time*).

3. Kegiatan *sharing* informasi dalam bentuk gambar (foto), dengan kategori fotografi jurnalistik berjenis *Spot News* sebagai kecenderungan utamanya. Kategori *Spot News* (ditemukan sebanyak 70%) ini mampu memperlihatkan situasi suatu tempat atau kejadian secara akurat karena diambil langsung dari lokasi kejadian tanpa ada perencanaan terlebih dahulu. Keadaan tersebut memberi kesan otentik dan orisinal bagi yang melihatnya, apalagi didukung dengan penggunaan kamera *handphone* pribadi yang kental dengan karakter personal. Justru karena kualitas foto yang biasa saja dengan segala kekurangannya dari segi

teknis, karya foto tersebut akhirnya menjadi sebuah berita yang lebih terasa familiar (tidak asing) dibandingkan foto hasil jepretan jurnalis profesional di media.

Melalui uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa praktik *Citizen Journalism* yang terjadi pada konteks situasi bencana lebih memprioritaskan faktor aktualitas daripada kualitas. Kualitas yang dimaksud misalnya resolusi foto dan kelengkapan informasi berita. Keterbatasan alat dan waktu menjadi faktor utama yang mempengaruhi kualitas tersebut, karena tindakan *posting* foto terjadi di tengah periode terjadinya bencana dan dilakukan oleh mayoritas masyarakat yang bukan seorang fotografer atau jurnalis profesional. Penggunaan sosial media sebagai jaringan komunikasi menyebabkan adanya tuntutan bagi partisipator untuk memiliki pengetahuan yang cukup tentang *interface* (tampilan) dan sistem kerja Instagram secukupnya.

B. Saran

Melalui penelitian yang telah dilakukan, terdapat sejumlah hasil yang kiranya dapat menjadi masukan pemikiran untuk beberapa pihak. Peneliti bermaksud berbagi secara singkat dan ringkas mengenai hal ini, dengan memberikan saran yang mungkin dapat menimbulkan niat atau mengundang perhatian bagi para pelaku media, kaum akademisi maupun rekan penggiat jejaring sosial media dan pembaca pada umumnya. Berikut diantaranya:

1. Bagi Instagram

Sebagai sebuah *platform* yang mendukung aktivitas *photo-sharing*, penting bagi Instagram untuk lebih memperhatikan hak kepemilikan karya foto yang dihasilkan maupun dipublikasikan oleh pengguna. Dalam penelitian banyak ditemukan foto yang merupakan hasil *repost*, namun tidak mencantumkan sumber asli dan bahkan sering tidak memberikan keterangan apapun tentang foto tersebut. Adanya banyak pihak ketiga yang dapat mengakses data Instagram melalui web memungkinkan adanya aktivitas *copy-paste* tanpa diketahui. Akan lebih aman jika Instagram mengembangkan sistem *photo-lock security* seperti Flickr atau Pinterest misalnya, sehingga foto yang diambil tetap memiliki *watermark* sebagai penanda identitas pemilik asli.

2. Bagi Pengguna Instagram

Dengan kemudahan akses akan berbagai informasi yang ditawarkan Instagram, pengguna harus dapat mencermati perbedaan antara informasi yang layak dipercaya atau tidak. Selalu temukan informasi pembandingan dari sumber lain, terutama sumber yang lebih sah otoritas dan kredibilitasnya supaya tidak terjebak dalam arus informasi yang menyimpang terlalu lama.

3. Bagi rekan peneliti selanjutnya

Sebagai peneliti pemula, tentu masih banyak kekurangan yang ditemukan dalam analisis maupun pembahasan yang sudah dilakukan. Oleh karena itu peneliti berharap pada peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian lanjutan maupun serupa dengan topik penelitian ini supaya lebih berani untuk mengambil tipe penelitian yang lebih mendalam dan menggunakan metode yang lebih bervariasi. Penelitian ini memiliki keterbatasan jarak dan waktu untuk

melakukan penelitian kualitatif yang mampu berbicara mengenai lebih banyak konteks substansial dibandingkan sekedar penjabaran deskriptif. Bisa dilakukan tambahan penelitian dengan penambahan variabel untuk pembuktian hipotesis ataupun perbandingan antara satu media dengan media lain jika masih ingin melakukan penelitian dengan metode kuantitatif. Menarik juga untuk mengangkat tema-tema khusus tertentu seperti nasionalisme, gotong royong, jurnalisme simpati atau permasalahan gender dalam studi kualitatif untuk melihat bagaimana kecenderungan pola dan cara pandang masyarakat melalui media Instagram dan sosial media lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Emzir. (2010). *Analisis Data : Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Gilmor, Dan. (2004). *We The Media : Grassroot Journalism By The People. For The People*. California : O'Reilly.
- Hoy, Frank P. (1993). *Photojournalism : The Visual Approach*. New Jersey : Prentice Hall.
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta : Erlangga.
- Jones, Janet and Lee Salter. (2012). *Digital Journalism*. London : Sage Publication.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Moloeng, Ixey J. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosda.
- Neuman, W. Lawrence. (2003). *Social Research Methods : Quantitative and Qualitative Approaches*. New York : Pearson Education, Inc.
- Nugraha, Pepih. (2012). *Citizen Journalism : Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman*. Jakarta : Penerbit Buku KOMPAS.
- Rahardi, F. (2006). *Panduan Lengkap Menulis Artikel, Feature dan Esai*. Kawan Pustaka.
- Salwen, Michael B., Bruce Carrison and Paul d. Driscoll, eds. (2010). *Online News and the Public*. London : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Sunardi, ST. (2004). *Semiotika Negativa*. Yogyakarta : Penerbit Buku Baik.
- Suwandi, Imam. (2010). *Langkah Otomatis Jadi Citizen Journalism*. Jakarta : Dian Rakyat.

Skripsi dan Disertasi:

Adhitya, Hendy. (2012). *Representasi Praktik Alternative Journalism Joe Sacco Dalam Narasi Komik Palestine*. Strata 1 Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Jayanti, Santi Dwi. (2010). *Twitter Sebagai Bentuk Citizen Journalism Baru Di Internet*. Strata 1 Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

McCune, Zachary. (2011). *Consumen Production in Social Media: A Case Study of the Instagram iPhone App*. Disertasi. University of Cambridge, United Kingdom.

Werdiningsih, Putri. (2009). *Objektivitas Berita Citizen Journalism dalam Kanal Suara Warga dan Wikimu*. Strata 1 Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Jurnal Online

Bannon, Deirdre. 2013. *The Social Media Report 2012*. New York : The Nielsen Company.

Bentley, Clyde H. 2008. *Citizen Journalism: Back To The Future?.* Knight Citizen News Network.

Duggan, Maeve & Joanna Brenner. 2013. *The Demographics of Social Media Users – 2012*. Washington : Pew Research Center.

Kelly, John. *Red Kayaks and Hidden Golds : The Rise, Challenges and Values of Citizen Journalism*. 2009. University of Oxford : Reuters Institute for the Studi of Journalism (RISJ).

Lindsay, Bruce R. 2011. *Social Media and Disasters : Current Uses, Future Options and Policy Considerations*. Congressional Research Service: www.crs.gov

McCune, Zachary. 2011. *Consumer Production in Social Media: A Case Study of the Instagram iPhone App*. University of Cambridge.

Artikel Online

Bercovici, Jeff. "Why Time Magazine Used Instagram To Cover Hurricane Sandy." *Forbes*. Forbes Magazine, 01 Nov. 2012. Web. Akses: 12 July 2013. <<http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2012/11/01/why-time-magazine-used-instagram-to-cover-hurricane-sandy/>>.

Colbert, Annie. "Fake Hurricane Sandy Photos." *Mashable*. N.p., 30 Oct. 2012. Web. Akses: 12 Juli 2013. <<http://mashable.com/2012/10/29/fake-hurricane-sandy-photos/>>.

Dunbar, Brian. "*Hurricane Sandy (Atlantic Ocean)*." *NASA*. NASA, 01 Mar. 2013. Web. Akses: 12 Juli 2013. <http://www.nasa.gov/mission_pages/hurricanes/archives/2012/h2012_Sandy.html>.

"*Instagram*." *Wikipedia*. Wikimedia Foundation, 07 Nov. 2012. Web. Akses: 12 Juli 2013. <<http://en.wikipedia.org/wiki/Instagram>>.

Skall, Jeff. "*Social Media Statistics*." *Social on the Rocks*. The Social Habit, 19 Mar. 2013. Web. 12 July 2013.

System, Kevin. "*Instagram Today : 100 Million People.*" *Instagram Blog*. Tumblr.com, Mar. 2013. Web. Akses: 12 Juli 2013. <<http://blog.instagram.com/post/44078783561/100-million>>.

Ziberg, Christian. "*Instagram Surpasses a Hundred Million Active Users.*" *IDownloadBlogcom Instagram Surpasses a Hundred Million Active Users Comments*. N.p., 26 Feb. 2013. Web. Akses: 12 Juli 2013. <<http://www.idownloadblog.com/2013/02/26/instagram-surpasses-a-hundred-million-active-users/>>.

