

***CITIZEN JOURNALISM DALAM PEMBERITAAN BENCANA
DI INSTAGRAM***

(Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Bencana *Hurricane Sandy* di New York,
Amerika Serikat Melalui Publikasi Foto di Instagram Pada Periode Waktu 29-30
Oktober 2012 Sebagai Bentuk Jurnalisme Warga Baru)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom)

Disusun Oleh :

CLARA DEVI HANDRIATMAJA

07 09 03387

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013

Judul Penelitian:

***CITIZEN JOURNALISM* DALAM PEMBERITAAN
BENCANADI INSTAGRAM**

Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Bencana *Hurricane Sandy* di New York,
Amerika Serikat Melalui Publikasi Foto di Instagram Pada Periode Waktu 29-30
Oktober 2012 Sebagai BentukJurnalisme Warga Baru

Clara / Ispandriarno

Ilmu Komunikasi

FISIP - Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Kampus IV Gedung Theresa, Jalan Babarsari 6 Yogyakarta 55281

CITIZEN JOURNALISM DALAM PEMBERITAAN BENCANA DI INSTAGRAM

Analisis Isi Kuantitatif Pemberitaan Bencana *Hurricane Sandy* di New York,
Amerika Serikat Melalui Publikasi Foto di Instagram Pada Periode Waktu 29-30
Oktober 2012 Sebagai Bentuk Jurnalisme Warga Baru

Citizen Journalism merupakan salah satu kegiatan yang terbantu dengan kehadiran internet. Saat ini, hampir semua orang yang memiliki akses internet dan terbiasa menggunakan fitur internet di *gadget* pribadi mereka dapat berpartisipasi dalam kegiatan menyalurkan dan menyumbangkan berita. Keberadaan internet dan *smartphone* menawarkan kesempatan pada orang-orang awam yang ingin menulis, memberikan komentar serta melakukan reportase atas peristiwa tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik *Citizen Journalism* di Instagram dalam pemberitaan bencana Hurricane Sandy di New York, Amerika Serikat. Dengan menggunakan teori jurnalisme digital dan jurnalisme warga, penelitian ini berusaha menganalisis isi dari sejumlah sampel yang berupa foto dan *caption* dari karya warga yang diunggah ke Instagram dalam melaporkan peristiwa bencana Hurricane Sandy.

Penelitian ini menggunakan metode Analisis Isi Kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. *Sampling* diperoleh melalui teknik *Purposive*, yang menghasilkan 62 foto dari populasi yang berjumlah 192 foto. Periode waktu penelitian adalah 29-30 Oktober 2013. Sampel diteliti menggunakan sejumlah kategori dari tiga unit analisis utama, yaitu: Unsur Berita, Nilai Berita dan Jenis Foto Jurnalistik. Sebelumnya dilakukan Uji Reliabilitas terlebih dahulu terhadap unit analisis yang akan digunakan. Rumus Uji Reliabilitas yang digunakan adalah Rumus CR (Coefficient Reliability) menurut Holsti dengan ambang batas yang harus dipenuhi sebesar 0,7 atau 70%. Dua *intercoder* mengisi lembar *coding* yang telah dibuat, lalu hasilnya dihitung dan akhirnya menghasilkan angka CR sebesar 0,87 atau 87%.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat sampel yang memenuhi keseluruhan unsur berita. Dua unsur berita yang paling banyak muncul adalah *What* (95%) dan *Where* (70%). Lalu nilai berita yang ditemukan terutama adalah *Proximity* (70%) dan *Timeliness* (43,5%). Kemudian Jenis Foto Jurnalistik yang paling utama adalah *Spot News*, sejumlah 70%. Hasil tersebut menunjukkan bagaimana kecenderungan praktik *Citizen Journalism* yang terjadi pada saat bencana adalah untuk menyebarkan informasi yang berkaitan dengan kebutuhan mendasar informasi warga yang ada dikitar area kejadian, yaitu mengenai faktor “Apa” dan “Dimana” terjadinya suatu peristiwa.

Kata kunci: Jurnalisme, Jurnalisme Warga, *Citizen Journalism*, Sosial Media

PENDAHULUAN

Belum lama ini terjadi satu peristiwa bencana yang memecahkan rekor penggunaan sosial media, yaitu *Hurricane Sandy* (Badai Sandy) yang terjadi di sepanjang pesisir pantai timur Amerika Serikat. Dalam laporan yang disusun oleh tim akademisi START (*Study of Terrorism and Responses to Terrorism*) dari *University of Maryland* dikemukakan beberapa fakta menarik mengenai peristiwa *Hurricane Sandy*, antarlain: penggunaan internet sepanjang pesisir Timur meningkat sebanyak 114% di hari pertama terjadinya badai, Twitter menjadi tempat utama atau lokasi kunci (*key venue*) terjadinya *sharing* informasi mengenai bencana tersebut dengan adanya 1,1 juta pengguna yang menyebut kata kunci “*Hurricane*” dalam 21 jam pertama, Skype menjadi alat komunikasi utama yang digunakan untuk saling berhubungan dengan kerabat dan korban, serta situs *photo-sharing* Instagram memecahkan rekor dengan memegang peran utama penyebaran gambar yang bertemakan *Hurricane Sandy*, dengan rekor sepuluh gambar/foto yang dipublikasikan setiap satu detiknya.

Terjadinya aktivitas “reportase” bencana yang begitu besar di dalam komunitas Instagram membuat banyak pihak mengeluarkan pernyataan yang menarik. Salah satu situs *online* terbesar dunia, Mashable, menyatakan bahwa sejumlah 1,3 juta foto bertajuk *Hurricane Sandy* yang di-*posting* ke Instagram merupakan momen terbesar yang pernah terjadi pada aplikasi yang baru diluncurkan pada tahun 2010 silam tersebut dan berpotensi menjadi wacana untuk terjadinya kegiatan *Citizen Journalism* (Taylor, 2012:1). Artikel di Forbes.com,

situs bisnis terkemuka di dunia, menghadirkan *feature* mengenai bagaimana majalah TIME (TIME Magazine) menggunakan Instagram untuk melakukan peliputan bencana Hurricane Sandy. Alasan yang ditemukan adalah faktor kecepatan penyebaran berita dan kepraktisan mekanisme *upload* foto via Instagram dibandingkan dengan media lain (Berkovici, 2012 - <http://www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2012/11/01/why-time-magazine-used-instagram-to-cover-hurricane-sandy/>).

Dunia tidak bisa menutup mata akan potensi yang dimiliki Instagram setelah terjadinya ledakan jutaan foto yang diambil oleh masyarakat kebanyakan hanya untuk satu peristiwa bencana saja. Menurut Kris Holt, salah seorang pengamat media untuk Mashable.com, seperti halnya Twitter mulai menjadi lebih 'relevan' sejak CNN menggunakannya untuk melakukan *coverage* atas peristiwa pemboman di Bombay, maka Instagram juga akan semakin dipercaya potensinya secara signifikan sejak momentum Hurricane Sandy.

Peristiwa Hurricane Sandy di Instagram tersebut menjadi kejadian yang sangat fenomenal karena diliput secara independen oleh warga dan menghasilkan 1,3 juta lebih foto yang beredar secara *online*. Sejauh ini belum ada peristiwa bencana lain yang dapat menyaingi rekor tersebut, termasuk bencana yang terjadi di Indonesia. Hal ini menarik karena Indonesia sebenarnya merupakan salah satu negara yang sering terkena imbas bencana alam. Bagi perkembangan *Citizen Journalism* sekaligus praktik Jurnalisme di Indonesia, keberadaan Instagram mungkin saja dapat menjadi alternatif baru yang sangat potensial. Media arus utama bisa lebih memaksimalkan akun Instagram mereka yang selama ini belum

terlalu aktif digunakan, dan warga dapat memanfaatkan akun pribadi mereka untuk berpartisipasi dalam menyebarkan informasi melalui kegiatan *posting* foto.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka menarik untuk memperdalam pemahaman tentang praktik *Citizen Journalism* yang terjadi dalam pemberitaan *Hurricane Sandy* di Instagram dan menggunakannya untuk memperkaya perkembangan *Citizen Journalism* di Indonesia, terutama dalam kegiatannya yang berkaitan dengan pemberitaan bencana.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik *Citizen Journalism* di Instagram dalam pemberitaan bencana *Hurricane Sandy* di New York, Amerika Serikat.

HASIL PENELITIAN

A. *Citizen Journalism* dalam Pemberitaan Bencana Hurricane Sandy di Instagram ditinjau dari Unit Analisis Unsur Berita

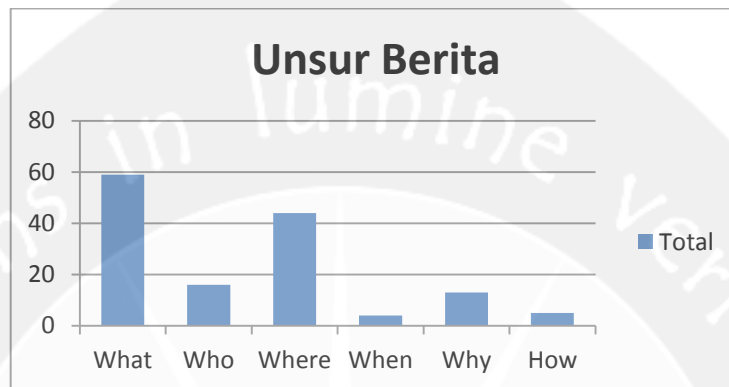
Tabel 3.1 Unit Analisis Unsur Berita

Kategori	Frekuensi	Persentase
<i>What</i> (Apa)	59	95%
<i>Who</i> (Siapa)	16	25,8%
<i>Where</i> (Dimana)	44	70%
<i>When</i> (Kapan)	4	6,4%
<i>Why</i> (Mengapa)	13	20,9%

<i>How (Bagaimana)</i>	5	8%
------------------------	---	----

Sumber: *Coding Sheet*

Diagram 3.1



Sumber : *Coding sheet*

Unit analisis Unsur Berita merupakan hasil turunan dari kerangka teori mengenai syarat *caption* foto jurnalistik. Dalam sub analisis ini, peneliti ingin menunjukkan bagaimana karakter *caption* yang terdapat pada foto Hurricane Sandy Instagram. Dalam menuliskan *caption* foto, umumnya wartawan profesional sudah paham bahwa unsur berita harus terpenuhi dengan lengkap supaya informasi yang diterima oleh pembaca juga memadai. Pada foto di Instagram, yang bertindak sebagai penginformasi adalah warga biasa tanpa identitas jurnalis, sehingga tentu *caption* yang ditulis juga berbeda. Unsur berita lalu digunakan untuk melihat bagaimana situasi informasi yang diberikan oleh para pengguna instagram tersebut.

Dari hasil pengkodean terhadap 62 foto Hurricane Sandy di Instagram, tidak terdapat *caption* yang memenuhi keseluruhan unsur berita, sedangkan sisanya tidak lengkap dan cenderung hanya memuat sebagian unsur saja. Hal

tersebut sesuai dengan persyaratan yang dikemukakan sebelumnya pada Kerangka Teori, bahwa sebuah *caption* foto biasanya memiliki (setidaknya) dua unsur berita. Kecenderungan yang ditemukan pada sampel menunjukkan bahwa unsur yang selalu ditekankan pada setiap foto adalah unsur *What* dengan presentase sebesar 95%, diikuti dengan *Where* sebesar 70%. Kedua unsur tersebut muncul pada mayoritas foto secara konsisten, meskipun ada beberapa foto yang tidak memiliki unsur tersebut. Unsur yang lain memiliki presentasi yang relative rendah, yaitu 25,8% untuk unsur *Who* dan 20,9% untuk unsur *Why*. Dua unsur lainnya yaitu *When* dan *How* merupakan unsur yang paling sedikit ditemukan. *When* hanya terdapat di 4 foto (6,4%) dan *How* hanya ada pada 5 foto saja.

Penggunaan tagar tidak selalu sesuai dengan konteks pemberitaan suatu bencana. Terkadang ada tagar yang fungsinya memberi informasi tambahan tentang lokasi tempat, misalnya tagar #NYC atau #LongIsland yang merujuk ke New York City dan Long Island, salah satu wilayah utama yang ada di negara bagian New York. Kalimat terakhir juga memiliki tagar yang menginformasikan lokasi tempat foto diambil yaitu #nyc, #manhattan dan #newyork. Meskipun demikian ada juga tagar tambahan setelahnya yaitu #iphonephotography, sebagai penanda komunitas foto yang menggunakan kamera *iPhone* sebagai alat fotografinya. Tagar tersebut tidak memiliki fungsi yang berhubungan dengan kepentingan pemberitaan Hurricane Sandy.

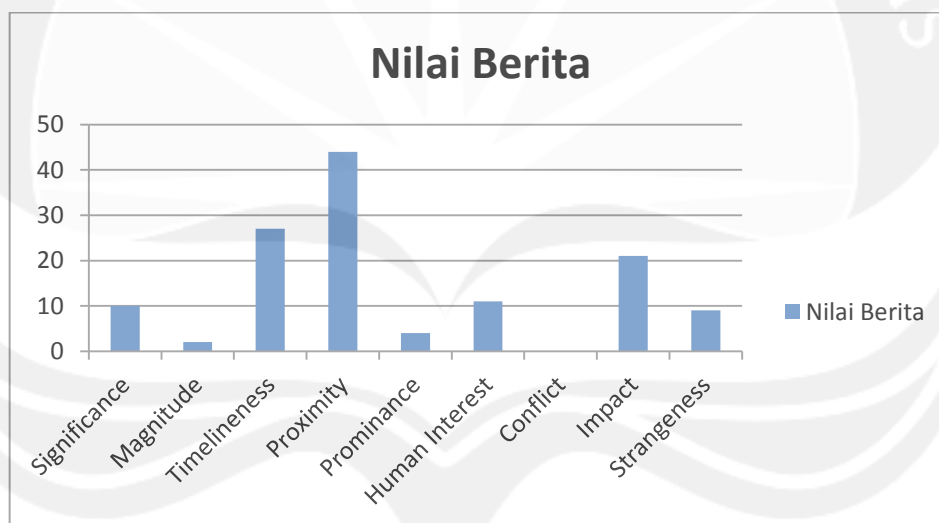
B. Citizen Journalism dalam Pemberitaan Bencana Hurricane Sandy di Instagram ditinjau dari Unit Analisis Nilai Berita (*News Value*)

Tabel 3.2 Unit Analisis Nilai Berita (*News Value*)

Kategori	Frekuensi	Persentase
<i>Significance</i>	10	16%
<i>Magnitude</i>	2	3,2%
<i>Timeliness</i>	27	43,5%
<i>Proximity</i>	44	70%
<i>Prominance</i>	4	6,4%
<i>Human Interest</i>	11	17,7%
<i>Conflict</i>	0	-
<i>Impact</i>	21	33,8%
<i>Strangeness</i>	9	14,5%

Sumber : coding sheet

Diagram 3.2



Sumber : coding sheet

Unit analisis Nilai Berita (*News Value*) diperoleh dari kerangka teori bersama dengan Unsur Berita. Keduanya menjadi persyaratan untuk isi sebuah *caption* foto jurnalistik. Dalam sub analisis ini, peneliti ingin menunjukkan nilai berita seperti apa yang terdapat pada foto Hurricane Sandy di Instagram. Pada umumnya, nilai berita merupakan syarat mutlak bagi seorang wartawan untuk menentukan apakah sebuah peristiwa dapat dikatakan layak menjadi berita atau

tidak. Hanya peristiwa yang memiliki nilai berita saja yang akan dipilih. Analisis dari sisi nilai berita bertujuan untuk melihat kecenderungan apa yang muncul dalam kegiatan pemberitaan bencana di Instagram ini, dan hal-hal semacam apa yang dianggap penting untuk disebarluaskan.

Setelah dilakukan pengkodean terhadap 62 foto Hurricane Sandy di Instagram, hasil temuan akhir menunjukkan *Proximity* atau nilai kedekatan menjadi nilai berita utama yang paling sering muncul, dengan presentase sebesar 70%. Sedangkan nilai berita selanjutnya yang paling banyak ditemukan adalah *Timeliness* atau nilai aktual sebanyak 43,5% dan *Impact* atau nilai dampak, dengan presentase 33,8%.

Nilai berita lain yang ditemukan dengan angka presentase kecil adalah *Significance* (16%), *Human Interest* (17,6%), *Strangeness* (14,5%), *Prominance* (6,4%) dan *Magnitude* (3,2%). Satu-satunya nilai berita yang tidak ditemukan adalah nilai *Conflict* (Konflik).

Nilai *Proximity* secara kuat ditemukan dalam teks foto yang menceritakan tentang kegiatan ataupun kejadian yang mempunyai ciri khas lokal, bersangkutan dengan kehidupan warga sekitar lingkungan tertentu, atau menimbulkan rasa berbagi keadaan yang serupa antar sesama korban bencana.

Nilai *Timeliness* bisa ditemukan dalam *caption* yang menginformasikan hal-hal terbaru sehubungan dengan peristiwa bencana yang sedang terjadi, yang sifatnya masih aktual dan “segar” (*fresh*).

Total nilai berita yang ditemukan adalah sejumlah 128 nilai, yang terbagi secara tidak merata pada 62 foto yang diteliti. Tiap sampel umumnya memiliki satu hingga tiga nilai berita di dalamnya.

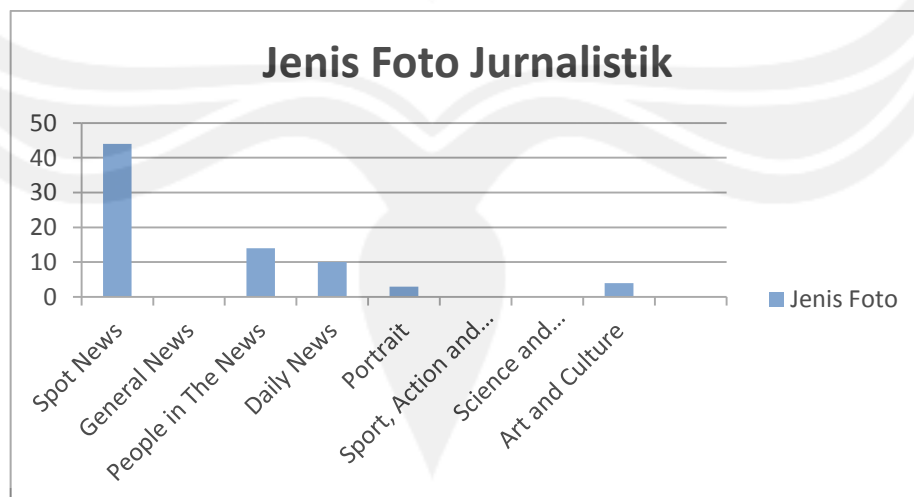
C. *Citizen Journalism* dalam Pemberitaan Bencana Hurricane Sandy di Instagram ditinjau dari Unit Analisis Jenis Foto Jurnalistik

Tabel 3.3 Unit Analisis Simbol dan Tanda Baca

Kategori	Frekuensi	Persentase
<i>Spot News</i>	44	70%
<i>General News</i>	0	-
<i>People in The News</i>	14	22%
<i>Daily News</i>	10	16%
<i>Portrait</i>	3	4,8%
<i>Sport, Action and Feature</i>	0	-
<i>Science and Technology</i>	0	-
<i>Art and Culture</i>	4	6,4%

Sumber : coding sheet

Diagram 3.3



Sumber : coding sheet

Unit analisis ketiga sekaligus terakhir adalah Jenis Foto Jurnalistik. Unit analisis ini diturunkan dari teori foto jurnalistik dan dipergunakan untuk melihat

sisi visual (gambar) dari foto Instagram yang diteliti setelah bagian narasi (*caption*) telah dilihat dengan unit-unit analisis sebelumnya. Dalam sub analisis ini, peneliti ingin menunjukkan bagaimana karakter foto yang terdapat pada foto Hurricane Sandy di Instagram. Fotografi memang menjadi elemen utama dalam aktivitas *sharing* di Instagram, dan jenisnya bermacam-macam jika dilihat dari tema gambar yang dipublikasikan. Dalam kaitannya dengan obyek penelitian ini, peneliti berusaha melihat potensi foto jurnalistik dalam setiap foto yang diuji. Ketika seorang foto-jurnalis (fotografer) melakukan tugasnya, secara spesifik mereka akan mengambil gambar yang memiliki nilai berita. Orang-orang yang mengambil foto kemudian mempublikasikannya melalui akun Instagram mereka tentu memiliki motif dan tujuan yang berbeda. Dengan mengetahui bagaimana kecenderungan jenis foto jurnalistik yang mereka hasilkan, peneliti berusaha memahami bagaimana mereka memaknai sebuah peristiwa bencana melalui kegiatan produksi gambar (foto).

Telah dilakukan pengkodean terhadap 62 foto Hurricane Sandy di Instagram, dan hasilnya menunjukkan presentase yang cukup ekstrem perbedaannya antara kategori satu dengan lainnya. Sebanyak 44 foto atau 70% dari sampel merupakan foto jenis *Spot News*, dan sedikit sisanya terbagi dalam empat kategori yaitu *People in The News* (22%), *Daily News* (16%), *Portrait* (4,8%) dan *Art and Culture* (6,4%). Dari seluruh foto tersebut, tidak ada yang termasuk dalam jenis foto *General News*, *Science and Technology* dan *Sport, Action and Feature*. Hal tersebut dapat dipahami karena dalam situasi bencana, hal-hal yang teratur sesuai jadwal seperti yang umumnya tergolong *General News*

tidak lagi menjadi fokus utama khalayak. Begitu juga dengan topik yang berkaitan dengan *lifestyle* seperti *Science and Technology* maupun *Sport, Action and Feature* – kedua topik tersebut lebih sering muncul diluar konteks reportase keadaan bencana.

Citizen Journalism di Instagram : Sarana Dokumentasi Peristiwa Bencana

Hasil penghitungan secara kuantitatif melalui proses *coding* menunjukkan bahwa unsur berita yang terdapat di *caption* foto Instagram sifatnya tidak lengkap, namun setidaknya memiliki dua unsur berita di dalamnya. Kebanyakan foto juga memiliki *caption* pendek atau kurang dari dua kalimat. Alwi (2004:50) menyatakan bahwa sebuah *caption* foto haruslah memiliki setidaknya dua kalimat. Kalimat pertama dipergunakan untuk menjelaskan gambar, sedangkan kalimat kedua menjelaskan kelengkapan data dan informasi berkaitan dengan peristiwa yang ada pada gambar.

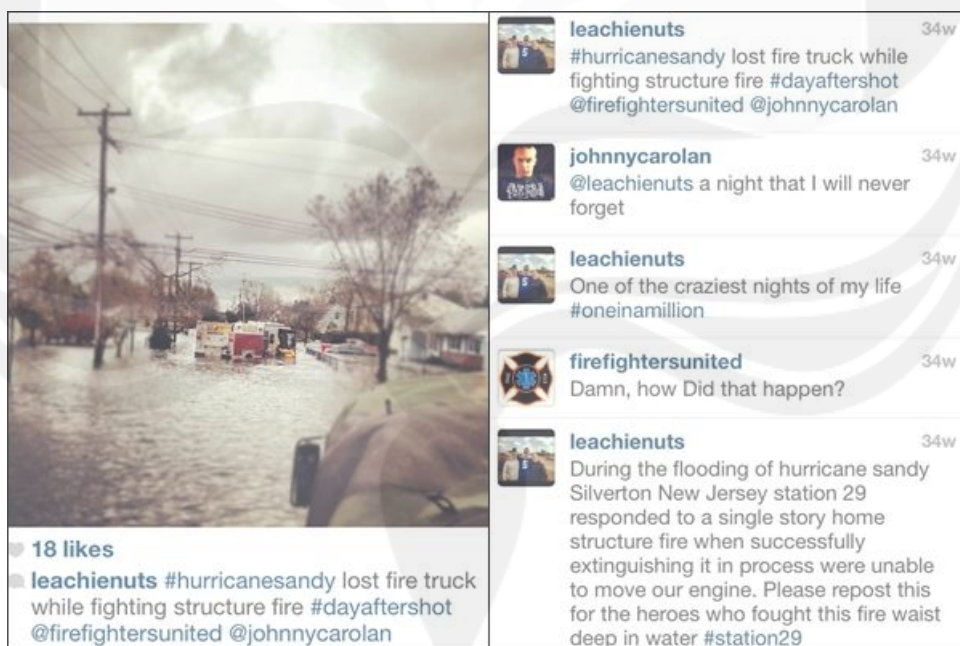
Kecenderungan yang ditemukan pada hasil penelitian adalah penekanan unsur *What* yang menceritakan tentang apa objek utama dari foto, diikuti unsur *Where*. Kedua unsur tersebut menjadi dominan dalam penulisan informasi di foto-foto Instagram. Informasi mengenai unsur lain jarang ditemukan. Unsur *Why* dan *How* relatif lebih mudah dikesampingkan ketika foto hanya bermaksud untuk menginformasikan suatu hal yang sifatnya dokumentatif.

Kemungkinan tersebut sesuai dengan hasil penelitian disertasi Zachary McCune (2011:72) yang menemukan bahwa alasan utama seseorang melakukan aktivitas di Instagram adalah untuk tujuan dokumentasi. Faktor pendorong

lain yang mendukung adalah keinginan untuk *sharing* dan mengeksplorasi kreativitas mereka. Ketika dikaitkan dengan praktik *Citizen Journalism*, idealnya para pengguna Instagram seharusnya memiliki motif *reportase*, yaitu melaporkan dan menginformasikan suatu kejadian tertentu, bukan hanya sekedar mengumpulkan dokumentasi *online* semata. Pada saat melakukan kegiatan *reportase*, jurnalis memiliki tuntutan untuk mengetahui informasi lengkap mengenai suatu peristiwa terlebih dahulu sebelum menyebarkannya – sesuai dengan kaedah Etika Jurnalisme yang mereka pahami dan patuhi. Dengan adanya kesadaran akan pentingnya informasi yang lengkap dalam berita, jurnalis dapat menjaga kredibilitasnya di depan masyarakat pengonsumsi media.

Para pengguna Instagram yang menyebarkan informasi mengenai Hurricane Sandy di Instagram tidak dapat diketahui identitas sesungguhnya secara akurat, yang menyebabkan kredibilitas mereka menjadi mudah untuk diragukan. Selain itu, ketika unsur berita tidak terpenuhi, dampak yang dapat ditimbulkan juga bermacam-macam. Mulai dari adanya rasa tidak puas akibat informasi yang sepele, terjadinya salah pemahaman yang ditimbulkan oleh kebiasaan penulisan, hingga beredar luas informasi yang salah / palsu di kalangan banyak orang dan berpotensi menimbulkan keadaan berbahaya seperti kerusuhan maupun *social-panic*. Fenomena foto palsu memang sempat terjadi di tengah peristiwa bencana Hurricane Sandy, seperti yang dilansir oleh Mashable.com dalam sebuah artikel khusus bertajuk *Fake Hurricane Sandy Photos* (Colbert, 2012). Tidak dapat diketahui secara pasti siapa yang menjadi sumber awal dari foto-foto tersebut.

Bagaimanapun, unsur berita yang terdapat dalam *caption* foto dalam penelitian ini dapat dikatakan cukup memenuhi kebutuhan dasar orang-orang yang menggunakan Instagram. Menurut data yang dikemukakan Nielsen dalam *The Social Media Report* (2012:3), mayoritas pengguna sosial media aktif memiliki tujuan untuk terkoneksi dengan orang-orang terdekat mereka serta orang yang mereka kenal. Baru setelah hal tersebut terpenuhi, mereka menggunakan sosial media untuk mendapatkan informasi. Dengan adanya karakter interaktif di Instagram, orang yang ingin mengetahui lebih banyak informasi dapat langsung menuliskan komentar pada *box* yang sudah tersedia di bawah foto. Pemilik foto dapat segera memberikan jawaban sebagai respon, dan terciptalah interaksi di antara pengguna yang sifatnya informatif.



Gambar di atas merupakan contoh saat pengguna Instagram dapat menciptakan percakapan interaktif yang memperkaya informasi mengenai suatu kejadian. *Caption* yang terdapat dalam foto belum cukup memadai dan tidak

menjelaskan apa penyebab kejadian tersebut dan bagaimana kejadian tersebut terjadi. Ketika salah satu pengguna bertanya, barulah si pemilik foto memberikan informasi yang lebih lengkap mengenai detail peristiwa.

Keberadaan *chatbox* atau lahan komentar memang tidak dapat menjamin kesuksesan penyampaian informasi, ataupun menggantikan fungsi *caption*. *Chatbox* lebih berfungsi sebagai peluang dan kesempatan bagi komunitas pengguna Instagram untuk mengekspresikan tanggapan mereka (entah dalam bentuk pertanyaan, apresiasi maupun kritik) terhadap foto yang di-*sharing*-kan. Praktik *Citizen Journalism* memang kental dengan unsur interaktivitas yang tinggi, dan mengusung tema kebebasan berpendapat (perilaku media yang demokratis).

***Citizen Journalism* sebagai sumber informasi bagi warga lokal**

Konsep yang mendasari unit analisis Nilai Berita (*News Value*) berasal dari teori Foto Jurnalistik yang sama dengan unit analisis sebelumnya yaitu Unsur Berita. Untuk menjadi sebuah berita yang baik, foto harus memiliki nilai berita yang terkandung dalam *caption* sekaligus gambarnya. Dari hasil temuan penelitian yang dilakukan terhadap 62 foto Hurricane Sandy di Instagram, nilai berita yang paling banyak ditemukan adalah *Proximity*. *Proximity* berkaitan dengan faktor kedekatan antara penulis berita/fotografer dengan objek yang ada dalam berita/fotonya dan masyarakat yang akan mengonsumsi berita/foto tersebut. Seluruh foto yang diteliti menunjukkan bahwa orang-orang yang menjadi pemilik

foto adalah warga lokal di area sekitar bencana, bahkan salah satu korban yang terkena bencana.

Shayne Bowman dan Chris Willis (dalam Nugraha, 2012:14) menyatakan bahwa Jurnalisme Warga adalah media yang berfungsi untuk memberdayakan kelompok kecil warga yang terpinggirkan dari kelompok masyarakat lainnya. Isu-isu yang skalanya kecil dan jarang bisa mendapatkan perhatian dari media arus utama tidak lalu terabaikan begitu saja, melainkan masih bisa mendapatkan perhatian ketika tertampung dalam wadah independen Jurnalisme Warga. Pada saat terjadi Hurricane Sandy, media-media arus utama juga memberitakan bencana tersebut, namun dengan skala prioritas yang berbeda dibandingkan dengan yang dilakukan oleh para pengguna Instagram. Berita sederhana seperti bala bantuan datang, informasi mengenai kondisi kerusakan tempat-tempat di sekitar wilayah hunian, hingga anak kucing yang kehilangan pemilik bisa jadi bukan berita yang secara prioritas penting untuk diliput oleh *mainstream* media. Namun warga lokal yang memiliki kedekatan geografis maupun psikologis dengan kejadian bencana tentu masih menganggap informasi-informasi kecil tersebut penting dan menarik untuk diketahui.

Dengan melihat ulasan diatas, menjadi wajar ketika nilai berita kedua yang memiliki jumlah tinggi dari temuan data penelitian adalah nilai *Timeliness* atau aktualitas. Informasi yang disebarakan berkaitan erat dengan kondisi terbaru paska bencana, seperti aktivitas yang dilakukan di posko bantuan maupun antrian orang yang berusaha mendapatkan bahan bakar. Kerangka penelitian yang membatasi periode waktu pada tanggal 29-30 Oktober juga berpengaruh, karena

tanggal tersebut merupakan tanggal berakhirnya bencana. Informasi yang mengalir pun kebanyakan tentang kondisi terkini yang bisa dilihat oleh para pengguna Instagram, entah korban yang baru dapat keluar dari rumah maupun para sukarelawan yang baru saja sampai di lokasi kejadian untuk membantu proses pemulihan.

Nilai berita dalam praktik Jurnalisme professional menjadi ukuran pertimbangan untuk menentukan apakah suatu berita layak dipublikasikan. Dalam konteks Jurnalisme Warga, ada sedikit penyesuaian – nilai berita tidak bisa dinilai berdasarkan pertimbangan professional ataupun dengan menggunakan sudut pandang editorial, karena tidak ada ukuran baku yang harus dipenuhi (meskipun dianjurkan untuk tetap diperhatikan). Artinya dalam hal ini warga yang menggunakan Instagram bisa bebas menginformasikan apapun sejauh mereka merasa hal itu perlu. Fasilitas Instagram yang sifatnya gratis dan bukan secara spesifik termasuk dalam kategori media jurnalistik utama menjadikan nilai foto yang dibagikan di dalamnya menjadi sangat beragam.

Nilai *Timeliness* dan *Proximity* yang ada pada foto Hurricane Sandy di Instagram bisa saja tidak se-signifikan nilai *Timeliness* atau *Proximity* yang terdapat pada foto hasil rilis Reuters atau New York Times misalnya. Meskipun tidak seprofessional media arus utama, bukan berarti nilai berita yang terdapat pada karya-karya Jurnalisme Warga tidak ada artinya. Perbedaan tujuan dan fungsi dari kedua belah pihak menyebabkan penilaian atas unsur-unsur yang dimiliki dalam karyanya juga tidak mungkin dinilai dengan standar mutlak yang sama. Pepih Nugraha menyatakan bahwa yang menjadikan *Citizen Journalism* istimewa

adalah faktor personal dan keunikan yang dimilikinya. Baginya, laporan jurnalisisme warga haruslah personal dan memunculkan kekhasan masing-masing reporternya. Pada saat jurnalisisme warga terlembagakan, dan melalui proses editorial seperti layaknya media utama misalnya, maka kekhasannya sudah tidak tampak lagi (Nugraha, 2012:17).

Dua nilai berita utama yang ditemukan dalam foto Hurricane Sandy di Instagram (*Proximity* dan *Timeliness*) menggambarkan inti dari kegiatan *Citizen Journalism* yang mendasar menurut Shayne Bowman dan Chris Willis, yaitu tindakan seorang atau sekelompok warga sipil yang memainkan peran aktif dalam proses pengumpulan serta penyebaran berita dan informasi (Nurudin, 2009:48). Itu sebabnya karakter informasi yang disebarkan sifatnya berskala lokal (*proximity*) dan mengandung cerita atau penggambaran atas sesuatu yang aktual / baru saja terjadi sehubungan dengan peristiwa tersebut (*timeliness*).

Instagram sebagai *Grassroot Journalism*

Instagram merupakan suatu jaringan sosial media yang berbasis *photo-sharing*, dengan “produk” utama yang berbentuk gambar (foto). Berkaitan dengan konteks *Citizen Journalism*, maka penting untuk diketahui jenis foto jurnalistik semacam apa yang muncul dalam foto-foto Hurricane Sandy di Instagram. Hasil penghitungan data menyatakan bahwa secara dominan kategori *Spot News* menjadi jenis foto jurnalistik yang muncul di dalam objek penelitian. Ciri utama dari kategori *Spot News* adalah sifatnya tidak terduga, dan diambil dari lokasi kejadian peristiwa (*on-the-spot*).

Dalam situasi bencana, hal-hal yang terjadi sifatnya adalah tidak terduga. Tema-tema yang muncul dalam foto juga berkisar antara kondisi suatu tempat paska terjangkit badai, keadaan para korban serta dampak yang terjadi akibat bencana. Kecenderungan yang muncul memang mengarah pada jenis foto jurnalistik *Spot News*, meskipun tidak dapat dibandingkan seutuhnya dengan karya-karya media arus utama yang menggunakan peralatan berbeda pula. Instagram awalnya merupakan aplikasi *mobile* yang dapat diinstal pada perangkat *smartphone*, oleh karenanya foto-foto yang dihasilkan tentu sebagian besar merupakan hasil jepretan kamera *handphone*. Hal tersebut juga dipengaruhi faktor situasi bencana yang sedang terjadi, saat seseorang tidak selalu memiliki waktu yang cukup untuk mempersiapkan peralatan fotografi yang memadai, atau mengambil gambar dengan kualitas optimal.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Karen Rustad mengenai Photo Journalism yang bertajuk *Photojournalism and The Internet: Competition, Collaboration, Convergence* (2011:16) dinyatakan sebuah istilah untuk menggambarkan fenomena *Citizen Journalism* yang berbasis fotografi: "*grassroot photojournalism*". Pada era internet yang semakin maju, komunitas fotografi *online* memiliki peluang untuk berfungsi sebagai partisipan dalam pembentukan arsip liputan kejadian-kejadian besar. Satu karya foto dari seorang individual mungkin tidak begitu banyak berarti dari segi muatan informasi yang dimilikinya, tapi bayangkan jika ada sekumpulan karya foto dari banyak orang yang disatukan untuk menggambarkan suatu kejadian atau peristiwa. Inilah kekuatan media *online*

yang mampu menyediakan fasilitas untuk mengumpulkan karya-karya individu yang tadinya tersebar.

Kembali pada karakter utama jenis foto jurnalistik yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu *Spot News*. Melalui temuan tersebut, terlihat bahwa *Citizen Journalism* pada pemberitaan bencana mampu memberikan laporan terkini yang mendetail dari lokasi kejadian jika dilihat secara kolektif. Kolektif dalam hal ini berarti foto-foto mengenai Hurricane Sandy tersebut bisa memberikan gambaran yang cukup luas dan detail ketika tidak hanya satu foto saja yang dilihat, melainkan sebagai kumpulan. Informasi mengenai sebuah area bernama Hoboken di New Jersey misalnya, tidak bisa berbicara banyak pada saat hanya dilihat dari satu foto saja. Namun ketika foto tersebut dikombinasikan dengan foto-foto serupa yang juga memiliki objek area Hoboken, keseluruhan kelompok foto tersebut akan memberikan banyak gambaran tentang keadaan area tersebut. Warga dapat mengetahui, misalnya, bahwa distrik utara masih kekurangan bahan bakar dan begitu juga dengan distrik barat. Sedangkan daerah selatan lebih banyak mengalami masalah banjir. Bala bantuan untuk membersihkan area banjir dapat berfokus ke arah selatan, sedangkan suplai bahan bakar bisa didistribusikan ke area utara dan barat. Hal-hal sederhana semacam itu dapat diketahui dari foto yang di-*sharing*-kan dan dari dukungan *platform* Instagram terhadap komunikasi antar pengguna (*interactive*).

Sebagai sebuah praktik Jurnalisme Warga, Instagram sangat berfungsi dalam menyebarkan informasi dan gambar mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi pada saat itu juga (segi aktualitas). Di lain sisi, pengakuan atas potensi

Instagram dalam dunia Jurnalistik mulai diberikan sejak TIME Magazine menggunakan foto-foto Instagram untuk liputan utamanya mengenai Hurricane Sandy. Bahkan sesuai lansiran artikel di Forbes.com, salah satu foto Instagram tersebut juga dijadikan *cover* atau halaman muka majalah. *Director of Photography* majalah TIME, Kira Pollack, memberikan pernyataan menarik sehubungan dengan hal tersebut: “*We thought this is going to be the fastest way we can cover this... It’s about how quickly can we get pictures to our readers* (Kami pikir ini akan menjadi cara tercepat untuk meliput (Hurricane Sandy)... Ini tentang seberapa cepat kami bisa mendapatkan gambar untuk para pembaca).” (Berkovici, 2012). Dari pernyataan Kira, terlihat bahwa Instagram bukan sekedar jejaring sosial media yang hanya bisa digunakan untuk kepentingan personal atau kegiatan masyarakat awam. Fasilitas Instagram yang memungkinkan terjadinya *sharing* foto dalam waktu cepat membuat *platform* ini efektif untuk digunakan saat bencana terjadi.

Kata kunci yang harus diperhatikan adalah *ketepatan*. Untuk bisa berguna, karya foto di Instagram harus diarahkan untuk sasaran dan tujuan yang tepat. Dalam situasi bencana yang menjadi fokus penelitian ini, foto-foto Hurricane Sandy di Instagram lebih tepat jika ditujukan untuk menyalurkan informasi yang sifatnya lokal, aktual dan memiliki sentuhan personal karena sasaran utamanya adalah warga yang terkena bencana sekaligus warga yang ingin membantu korban bencana. Hal tersebut sesuai dengan karakter *Citizen Journalism* yang lebih berfokus pada informasi yang terutama berguna bagi

kehidupan perorangan (*personal life*) dan kepentingan komunitas (*community interest*) di masyarakat (Jeremy Littau dalam Kelly, 2009:37).

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.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Bungin, Burhan. (2007). *Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Gilmer, 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

Jones, Janet and Lee Salter. (2012). *Digital Journalism*. London : Sage Publication.

Nugraha, Pepih. (2012). *Citizen Journalism : Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman*. Jakarta : Penerbit Buku KOMPAS.

Salwen, Michael B., Bruce Carrison and Paul d. Driscoll, eds. (2010). *Online News and the Public*. London : Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

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.

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).

McCune, Zachary. 2011. *Consumen 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 Juli 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/>>.

Taylor, Chris. "Sandy Was Really Instagram Moment." *Mashable*. N.p., 6 Nov 2012. Web. Akses: 12 Juli 2013. <<http://mashable.com/2012/11/05/sandy-instagram-record/>>