

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia diperkirakan mencapai 82 juta orang (Prihantoro, 2013). Perkembangan teknologi juga membantu pengguna untuk mengakses internet dari mana saja dan kapan saja. Seperti melalui *laptop*, *hand phone*, dan *tablet*.

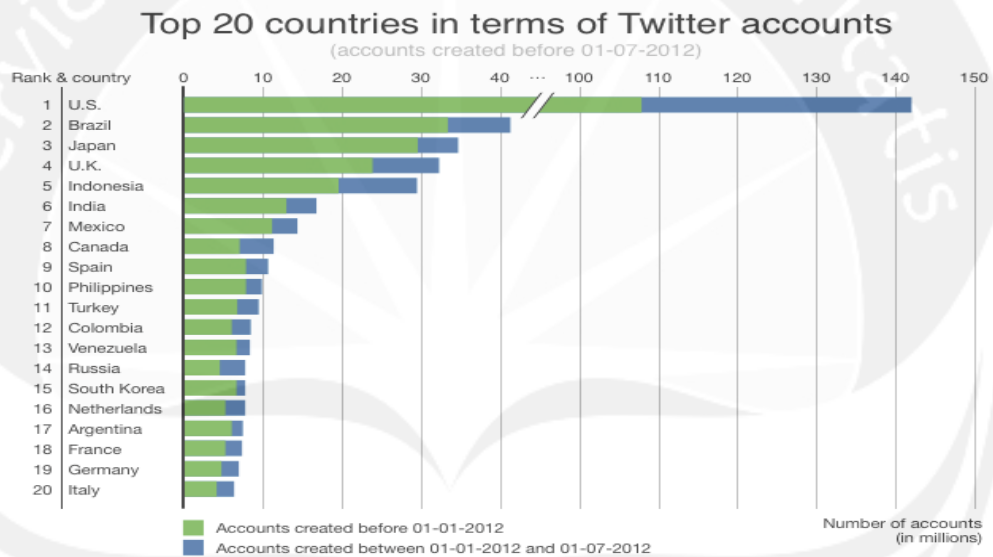
Kemunculan internet tidak dapat terelakan menjadi salah satu sumber yang dimanfaatkan masyarakat untuk mendapatkan berita. Perkembangan internet juga akhirnya memunculkan generasi jurnalistik baru yang disebut jurnalistik *online* (Romli 11:2012). Banyak media konvensional yang memanfaatkan keberadaan internet untuk mengejar sisi aktualitas pemberitaan, seperti koran Kompas yang memiliki kompas.com, Surat Kabar Harian Jawa Pos yang memiliki jawapos.com, Metro TV dengan metrotvnews.com dan lain sebagainya. Selain media konvensional, ada pula media berita *online* yang muncul bersama perkembangan internet di Indonesia seperti detik.com, viva.co.id dan sebagainya. Jurnalistik *online* dalam prakteknya, tidak hanya dilakukan pekerja media tapi juga masyarakat yang disebut jurnalisme warga atau *citizen journalism* (Romli 21:2012).

Penggunaan perangkat *mobile* memudahkan seseorang untuk tidak hanya berkomunikasi seperti menelepon dan mengirimkan pesan singkat, tapi juga mencari informasi atau terhubung di jejaring sosial. Tidak dipungkiri saat ini

jejaring sosial seperti *twitter*, sedang mencapai kepopulerannya di Indonesia. Pada tahun 2012, menurut data dari *SemioCast*, sebuah lembaga riset media sosial yang berbasis di Perancis, Indonesia adalah negara pengguna *twitter* terbesar ke 5 di dunia dengan Jakarta sebagai kota yang paling aktif mem-*posting twitter* di dunia (SemioCast, 2012).

Gambar 1.1

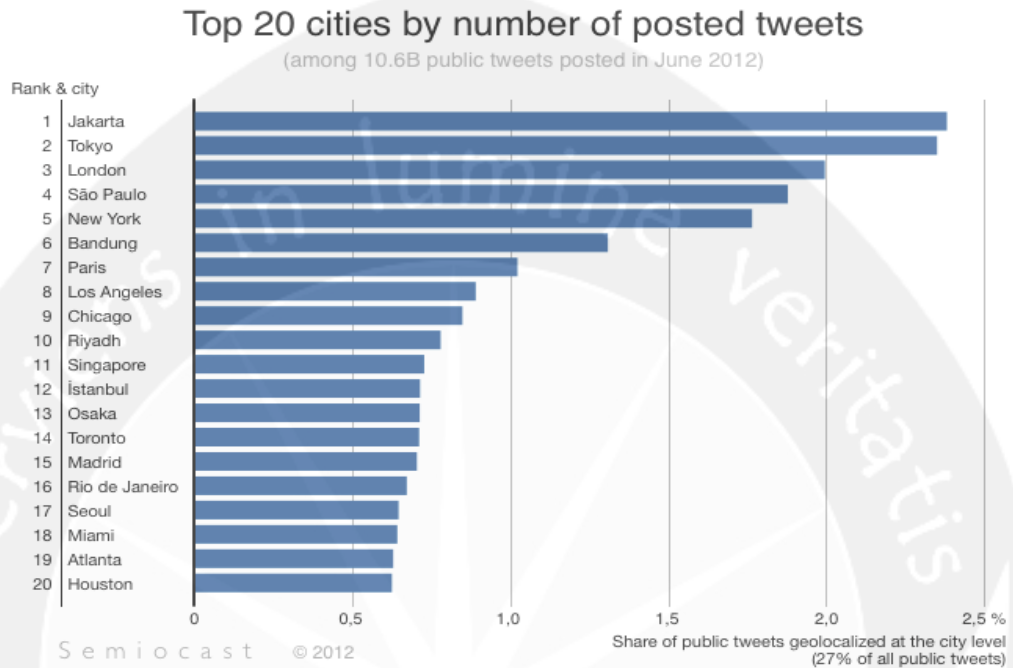
Jumlah pengguna *twitter* di dunia



Sumber: *semioCast.com:2012*

Gambar 1.2

Jumlah *tweet* yang di-*posting*



Sumber: *semioCast.com*, 2012

Sejak diluncurkan pada publik tahun 2006, *twitter* memiliki fungsi sebagai jejaring sosial online dan *microblogging* bagi penggunanya. Ellyn Angeloti dalam Briggs (2010 : 94) menjelaskan bahwa *microblog* merupakan media dalam bentuk *blog*. Namun berbeda dari *blog* pada umumnya, *microblog* memperkenankan penggunanya untuk menuliskan atau mem-*publish* pesan dalam bentuk teks yang tidak lebih dari 140 karakter dengan *link* ke web lain, foto atau video. Konsep ini pada *twitter* terlihat dari jumlah karakter maksimal yang bisa di-*posting* oleh pengguna *twitter* pada setiap *tweet*-nya, yaitu sebanyak 140 karakter.

Mudahnya melakukan *posting tweet*, membuatnya menjadi salah satu media sosial yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan berita tentang

kejadian yang baru saja atau sedang berlangsung. Beberapa kejadian dengan segera dilaporkan oleh pengguna *twitter*, Mike Wilson yang mem-*posting tweet* dan foto kecelakaan pesawat yang dialaminya di Bandara Internasional Denver, Amerika Serikat tahun 2008. Kisah lain adalah serangan teroris di sebuah hotel di Mumbai, India pada tahun 2008 yang diberitakan melalui *twitter* yang dikenal dengan *Mumbai Attack* (Grabowicz, 2013).

Pemberitaan awalnya dilakukan oleh seseorang yang bekerja pada media konvensional, namun saat ini masyarakat yang tidak memiliki penerbitan juga dapat memberitakan informasi mereka melalui internet (Nurudin 2009:12). Salah satunya seperti yang dilakukan akun *microblog twitter* Indonesia yang memiliki lebih dari 180.000 pengikut (*follower*), *Good News From Indonesia (@GNFI)*. Sesuai dengan namanya @GNFI hanya memberitakan berita-berita baik, membangkitkan optimisme pembacanya yang terjadi atau ada kaitannya dengan Indonesia tanpa intervensi politik, agama atau kepentingan pribadi yang dapat membahayakan independensi @GNFI. Kategori berita yang diinformasikan juga beragam, mulai dari kesenian sampai transportasi umum (GNFI, 2012). Melalui akun *twitter*-nya, @GNFI menyampaikan berita dalam 140 karakter dan untuk melengkapinya sering juga disertakan *hyperlink* yang membawa pembaca menuju *website* <http://goodnewsfromindonesia.org> yang memuat berita lebih lengkap atau sumber lain. Selain *hyperlink*, dalam *tweet* @GNFI juga sering disertakan foto atau *video*. Tema pemberitaan yang hanya terfokus pada berita baik membuat @GNFI memiliki agenda pemberitaan yang berbeda tidak hanya dengan media massa *mainstream* tapi juga akun lain di *twitter*.

Citizen Journalism dalam *twitter* juga pernah diteliti dengan judul *Twitter* sebagai bentuk *Citizen Journalism* baru Di Internet oleh Santi Dwi Jayanti, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, tahun 2009. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa dalam akun @JogjaUpdate, informasi yang disampaikan dalam hal ini oleh masyarakat pengguna *twitter* dan yang *me-mention* @JogjaUpdate, tidak harus mengandung 5W+1H karena yang dipentingkan adalah unsur *what* serta unsur kecepatan (*real time*). Namun, *tweet* yang diposting dalam penelitian ini di akun *Jogja Update* tetap memiliki nilai berita (*news value*) (2009 : 87).

Sedangkan Yohanes Widodo (2013 : 1) menyatakan bahwa GNFI menjadi sumber informasi independen dan terpercaya tentang berbagai jenis berita baik dari Indonesia. GNFI telah membuat keseimbangan (*balance*) antara berita negatif tentang Indonesia yang tersebar secara cepat dan masif dengan mempromosikan berita positif.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

“Bagaimana penerapan *citizen journalism* pada akun *twitter* @GNFI?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:
Mengetahui bagaimana penerapan *citizen journalism* pada akun *twitter* @GNFI.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmu komunikasi dengan meneliti *citizen journalism* pada twitter.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat mengungkapkan bagaimana @GNFI menerapkan *citizen journalism* pada twitter.

E. KERANGKA TEORI

Berikut adalah teori-teori yang peneliti gunakan untuk menjawab penelitian ini:

1. Internet

Obyek dari penelitian ini adalah akun Twitter @GNFI yang menjadi bagian dari penggunaan internet. Internet (*Interconnection-networking*) didefinisikan oleh Lucy Kung, Robert G. Picard dan Ruth Towse (2008:4) 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).

Tehubungnya telepon dengan komputer ini dalam perkembangannya menurut Asep Syamsul M. Romli (2012:12), internet “menghasilkan”

sebuah media yang dikenal dengan “media online” atau website. Website atau site (situs) adalah halaman yang mengandung konten (media), termasuk teks, video, audio, dan gambar. Website bisa diakses melalui internet yang dikenal dengan URL (*Uniform Resource Locator*) yang berawalan WWW atau *http://* (*Hypertext Transfer Protocol*).

Ketika satu komputer terhubung dengan komputer lainnya, membuat penggunaannya bisa berkomunikasi dan berinteraksi tanpa ada batasan geografis. Internet memiliki karakteristik yang disebut Kung, Picard and Towse (2008:45) sebagai “sebuah *platform* teknologi yang efisien dalam hal biaya dan kualitas. Untuk media dan konten dalam industri, lebih lanjutnya, membuktikan kemungkinan untuk berinteraksi, yang mana hal ini merupakan perkembangan baru untuk media massa yang sampai sekarang masih menjadi media satu arah.” Sedangkan menurut Nurudin (2009:16):

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 menyebar ke seluruh dunia. Di samping itu, dengan peralatan canggih memungkinkan munculnya variasi pemberitaan disertai gambar-gambar yang menarik. Gambar yang disajikan bisa lebih jernih seperti orang melihat gambar-gambarnya di komputer. Kalau dulu seseorang harus mengkliping berita untuk menyimpan data, sekarang semua itu bisa didapatkan di internet. Data beberapa tahun yang lalu akan tersaji di internet. Jika seseorang tidak tahudi mana letak data yang akan dicari, cukup dengan menulis kata kunci kemudian mencarinya di mesin pencari. Semua data yang berkaitan erat dengan kata tersebut akan tampil (Nurudin,2009:16-17).

Bambang Darmadi, Y.B. Margantoro dan Budi Sutedjo Dharma Oetomo (2006:107) menyebutkan beberapa keunikan yang dimiliki media

elektronik:

- a. Jika dibandingkan media cetak yang memiliki periodisasi terbit, di internet siklus berita atau artikel lebih pendek. Hal ini dikarenakan internet menyediakan fasilitas yang memudahkan penggunanya untuk mengunggah berita atau artikel dengan cepat. Siklus berita yang cepat ini juga dikarenakan berita atau artikel yang sudah dibuat tidak perlu dicetak.
- b. Berita dalam media elektronik cenderung disajikan ringkas dan tuntas dalam satu halaman sehingga pembaca tidak perlu membuka halaman lain.
- c. Redaksi dalam media elektronik tidak dibebani dengan tata letak berita karena yang diutamakan adalah berita yang aktual. Namun, ruang berita dibatasi agar situs dapat diakses dengan kecepatan yang optimum oleh pembaca.

2. *Citizen Journalism*

Bukan menjadi rahasia lagi bahwa kemajuan teknologi berupa internet menjadi tanda kelahiran dari Jurnalisme Online yang membuat *Citizen Journalism* atau Jurnalisme Warga semakin berkembang luas di masyarakat. Berkat jurnalistik online, setiap orang bisa menjadi wartawan (Romli, 2012:21).

Penelitian ini mengambil Twitter sebagai obyek penelitian. Sebagai kegiatan *citizen journalism* yang dilakukan di internet, sebaiknya pengguna internet mengetahui nilai-nilai yang harus diperhatikan ketika

menuliskan berita mereka di internet.

Joann Byrd, *former Chair – ASNE Athics Committee* menyusun nilai-nilai yang harus dimiliki di *cyberspace* sebagai kegiatan *online journalism* (RJI, 2007):

- a. Balance/Fairness/Wholeness: Hypertext links to more information can guarantee thorough reporting
- b. Accuracy/Authenticity: Online media have room to get the facts right, and to cover the right facts.
- c. Leadership: Interactivity is perfect for getting people in touch with important issues and the people with whom they share community problems.
- d. Accessibility: Interactivity is accessibility. Newsroom-sponsored chat rooms and forums were invented to connect readers to a subject, the newspaper and each other.
- e. Credibility: With no worry about costly space, we can make our reporting and our judgments transparent.
- f. News Judgment: In the Journalism Value Institute thinking, good news judgment means we reflect on our coverage, know our communities and issues, offer clear thinking and explanations, respect all people and cover all dimensions of our community.

Mudahnya mengakses internet membuat penggunanya dapat menyampaikan pesan apapun terhadap pengguna lain. Tidak hanya pesan yang sifatnya pribadi, bahkan pengguna dapat memanfaatkan internet untuk menyampaikan pendapatnya, pengetahuannya atau kejadian yang disaksikannya langsung dan mengabarkannya dengan menggunakan internet. Bahkan warga biasa yang bukan berprofesi sebagai wartawan bisa menyampaikan beritanya melalui internet.

Menurut Shayne Bowman dan Chris Willis (2003:48), *citizen journalism* memiliki arti sebagai “tindakan warga sipil, atau sekelompok warga sipil yang memainkan peran yang aktif dalam proses pengumpulan,

pelaporan, analisa serta penyebaran berita dan informasi.” Sedangkan menurut Asep Syamsul M. Romli (2012:21), *citizen journalism* dapat didefinisikan sebagai praktik jurnalistik yang dilakukan oleh orang biasa, bukan wartawan profesional yang bekerja dalam sebuah media. Konsep *citizen journalism* membuat semua orang bisa menjadi wartawan.

Dalam perjalanannya, sebelum mengenal *citizen journalism*, terlebih dulu muncul *civil journalism* (jurnalisme publik) keduanya menjadikan masyarakat sebagai bahan utamanya. Hanya dalam *civil journalism* masyarakat diposisikan menjadi obyek, sedangkan *citizen journalism* masyarakat sebagai objek sekaligus subjek (Nurudin 2009:215). Berikut adalah perbedaan *civil journalism* dan *citizen journalism*.

TABEL 1.1

Perbedaan *Citizen Journalism* dan *Civil Journalism*

	Citizen Journalism	Civil Journalism
Penulis	Warga negara biasa/semua orang	Wartawan profesional
Media	Internet (blog)	Media utama (Koran, majalah, tv radio, dll)
Tujuan	Memberikan informasi kepada orang lain (<i>to share</i>)	Memberikan penyadaran pada masyarakat atas persoalan yang dihadapi (<i>to cover</i>)
Aturan	Bebas	Tunduk pada media dimana wartawan bekerja
Isi	Beragam-macam (video, tulisan, gambar, dll)	Tergantung media (pemberdayaan masyarakat)
Posisi individu/masyarakat	Subyek dan obyek	Obyek
Motivasi menulis	Independen	Penugasan

Sumber: Nurudin, 2009:216

Civil Journalism merupakan upaya wartawan profesional dan media tempat media mereka bekerja untuk lebih mendekatkan persoalan warga,

serta ikut terlibat dalam penyelesaian tersebut secara langsung. Jadi, wartawan biasanya meliput karena penugasan. Sedangkan *citizen journalism* menuliskan pandangannya atas suatu peristiwa karena didorong oleh keinginan untuk membagi apa yang dilihat dan diketahuinya (Nurudin, 2009:216).

Pada prakteknya, menurut J.D. Lasica dalam *Online Journalism Review* (Romli, 2012: 22), media *citizen journalism* dibagi ke dalam enam jenis:

- a. *Audience Participation*: seperti komentar *user* yang di-attach pada berita, blog-blog pribadi, foto, atau *video footage* yang diambil dari *handycam* pribadi, atau berita local yang ditulis oleh anggota komunitas.
- b. *Independent News and Information Website*: Situs web berita atau informasi independen seperti *Consumer Reports*, *Drudge Report*.
- c. *Full-fledged Participatory News Site*: situs berita partisipatoris resmi atau situs kumpulan berita yang murni dibuat dan dipublikasikan sendiri oleh warga seperti *OhmyNews*, *NowPublic*, dan *GroundReport*.
- d. *Collaborative and Contributory Media Sites*: situs media kolaboratif seperti *Slashdot*, *Kuro5hin*, dan *Newsvine*.
- e. *Other kinds of "Thin Media"*: bentuk lain dari media "tipis" seperti *mailing list* dan *newsletter e-mail*.
- f. *Personal Broadcasting Sites*: situs penyiaran pribadi seperti *KenRadio*.

Konten *citizen journalism* dapat berupa berita, opini, catatan harian, atau perjalanan, karya fiksi, dan tip atau tutorial. Berita dapat berasal dari sebuah peristiwa, pengalaman, dan reportase. Opini bisa berisi pendapat, ulasan, analisa, gagasan atau ide (Izkandar Zulkarnaen dalam Kusumaningati, 2012:10). Konten yang berasal dari publik di *Citizen Journalism* adalah bentuk spesifik dari *citizen media*. Di Indonesia, istilah

yang dimunculkan untuk citizen journalism adalah jurnalisme parsipatoris atau jurnalisme warga (Suwandi, 2012:30).

Sementara sejumlah kelebihan *citizen journalism* disebutkan oleh Nurudin (2009:219) yaitu:

- a. *Citizen Journalism* mendorong terciptanya iklim demokratisasi. Mampu mewacanakan informasi alternatif dan tidak terikat sistem seperti halnya media utama. Adanya kebebasan ini akan memberikan beragam informasi kepada masyarakat yang secara tidak langsung mendukung gerakan demokrasi.
- b. Memupuk budaya tulis dan baca masyarakat yang selama ini kalah oleh budaya dengar dan lihat. Budaya tulis dan baca adalah budaya yang lebih mencerdaskan.
- c. Mematangkan terciptanya *public sphere* (ruang publik) di masyarakat. Masyarakat dapat berdiskusi dalam sebuah blog tanpa ada aturan, larangan tertentu seperti halnya yang dilakukan pada media utama.
- d. *Citizen journalism* juga manifestasi fungsi *watch dog* (kontrol sosial) media. Ketika kekuasaan tidak bisa terkontrol secara efektif, blog memberikan suntikan vitamin untuk melakukan kontrol atas ketimpangan di masyarakat.

Namun, keberadaan *citizen journalism* masih menjadi kontroversi dikalangan praktisi. Karena menurut para jurnalis profesional, kegiatan jurnalistik juga terkait pemahaman etika dan empati dalam menyampaikan

berita.

“There is some controversy over the term citizen journalism, because many professional journalists believe that only a trained journalist can understand the rigors and ethics involved in reporting the news. And conversely, there are many trained journalists who practice what might be considered citizen journalism by writing their own blogs or commentary online outside of the traditional journalism hierarchy” (Glaser, 2006).

Di Indonesia, Persatuan Pewarta Warga Indonesia (PPWI) yang terbentuk pada tanggal 11 Oktober 2007 sudah membentuk Kode Etik Pewarta Warga yang dapat dijadikan paduan bagi setiap aktivitas jurnalisme warga dalam mencari dan menyampaikan berita mereka. Kode etik tersebut berbunyi (Supadiyanto, 2009:30):

1. Pewarta warga tidak menyiarkan berita yang dapat membahayakan keselamatan dan keamanan negara maupun kesatuan dan persatuan bangsa.
2. pewarta warga tidak diperkenankan menyiarkan karya jurnalistik dalam bentuk media apapun yang bersifat cabul, menyesatkan, bersifat fitnah ataupun memutarbalikan fakta.
3. Pewarta tidak diperkenankan menerima imbalan yang dapat mempengaruhi objektivitas beritanya.
4. pewarta warga menjaga dan menghormati kehidupan pribadi dengan tidak menyiarkan berita-berita yang dapat merugikan nama baik seseorang, dengan kata lain demi kepentingan umum.
5. pewarta warga dilarang melakukan tindakan plagiat atau mengutip hasil karya pihak lain dengan tanpa menyebutkan sumbernya.
6. pewarta warga diwajibkan menempuh secara sopan dan terhormat dalam memperoleh bahan karya jurnalistik, tanpa paksaan ataupun menyadap berita tanpa sepengetahuan yang bersangkutan.
7. pewarta warga diwajibkan mencabut atau meralat setiap pemberitaan yang ternyata tidak akurat, dan memberikan kesempatan kepada yang bersangkutan untuk memberikan hak jawab.
8. dalam pemberitaan yang berkaitan dengan proses hukum; pewarta warga harus selalu menjunjung tinggi asas praduga tak bersalah, dengan prinsip jujur dalam penyajian berita yang seimbang.
9. pewarta warga harus berusaha semaksimal mungkin dalam menyajikan pemberitaan kejahatan susila (asusila) agar tidak merugikan pihak korban.
10. pewarta warga menghormati dan menjunjung tinggi ketentuan embargo untuk tidak menyiarkan informasi yang oleh sumber berita telah dinyatakan sebagai bahan berita yang “*off the record*”.

Kode etik ini dibuat agar dapat menjadi paduan bagi setiap kegiatan

citizen journalism.

Menurut Pepih Nugraha (2012:19-20), jika diurutkan lebih rinci lagi, *citizen journalism* memiliki unsur-unsur:

- a. Warga biasa
- b. Bukan wartawan profesional
- c. Terkait fakta atau peristiwa yang terjadi
- d. Memiliki kepekaan atas fakta atau peristiwa yang terjadi itu
- e. Memiliki peralatan teknologi informasi
- f. Memiliki keingintahuan yang tinggi
- g. Memiliki kemampuan menulis atau melaporkan
- h. Memiliki semangat berbagi informasi dengan yang lainnya
- i. Memiliki blog pribadi atau blog sosial dan akrab dengan dunia *online*
- j. Menayangkan hasil liputannya di media *online* seperti blog atau media sosial
- k. Tidak berharap imbalan atas apa yang ditulisnya.

Citizen Journalism dalam Twitter

Beberapa kejadian di dunia yang dilaporkan melalui Twitter pernah dirangkum oleh Paul Grabowicz (2013) dalam artikelnya yang dimuat di multimedia.journalism.berkeley.edu:

- Warga Iran memprotes pemilihan di negara mereka pada Juni 2009 dan menggunakan twitter untuk melaporkan dan mengorganisir demonstrasi.

- Penumpang pesawat yang tergelincir dari landasan terbang di Bandara Denver pada Desember 2008 menggunakan twitter untuk menulis kecelakaan dan evakuasi pesawat sesaat setelah kecelakaan terjadi.
- Saat serangan teroris di Mumbai, India, pada November 2008, beberapa laporan pertama tentang serangan tersebut justru muncul dari twitter.
- Mahasiswa jurnalisme AUC Berkeley menggunakan twitter untuk melaporkan penahannya oleh polisi Mesir saat meliput demonstran anti pemerintah pada April 2008.
- Penumpang sebuah kapal feri mengunggah foto di twitter saat sebuah pesawat mendarat darurat di Sungai Hudson, New York pada Januari 2009.
- Amy Stewart, pemilik toko buku di Eureka, California, melaporkan gempa melalui akun Twitter-nya yang berupa teks dan foto pada 9 Januari 2010. Banyak perusahaan media yang meminta izin Amy agar diperbolehkan menggunakan hasil fotonya untuk pemberitaan.
- Koran lokal Ferndale Enterprise juga menggunakan Twitter untuk meliput gempa di Eureka.

3. Berita

Kegiatan *citizen journalism* tidak bisa terlepas dari berita. Berita sendiri memiliki definisi sebagai 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, 2012:46). Sebuah tulisan atau laporan dapat dikatakan sebagai berita jika memiliki formula yang disebut

“5 W 1 H + 1 S + 1 NV + 1 ftp” (Margantoro, 2006:23).

Formula 5 W + 1 H sering disebut juga sebagai gaya penulisan berita AP (Kantor Berita *Associated Press*).

Berikut ringkasan formula yang dimaksud:

1. *Who*: Berita mengandung unsur ‘siapa’. Ini tidak dapat ditarik ekuivalennya dengan unsur *prominence*, harus menyebutkan sumber yang jelas. Jadi 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 dalam 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 bisa 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).

Sedangkan 1 S (*security*) memiliki arti bahwa sebuah berita tidak dapat mengabaikan unsur keamanan bagi media tersebut (Margantoro 2006:23).

1 NV (*news value*):

- a. Aktualitas (*timeliness*) : masyarakat membutuhkan berita dengan cepat. Oleh sebab itu, semakin actual beritanya semakin baru peristiwa itu terjadi, semakin tinggi nilai beritanya.
- b. Kedekatan (*proximity*) : peristiwa yang mengandung kedekatan dengan pembaca akan menarik perhatian. Semakin dekat dengan pembaca, semakin menarik berita itu.
- c. Keterkenalan (*prominence*) : Kejadian yang menyangkut tokoh terkenal (*prominent names*) akan banyak menarik pembaca.
- d. Dampak (*consequence*) : Peristiwa yang memiliki dampak luas terhadap masyarakat, memiliki nilai berita yang tinggi.
- e. *Human Interest* : Peristiwa mengandung unsur yang menarik empati, simpati atau menggugah perasaan khalayak yang membacanya. Berita yang mengandung unsur *human interest* antara lain: Ketegangan, ketidaklaziman, minat pribadi, konflik, simpati, kemajuan, seks, usia, binatang dan humor (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006:61).

1 ftp (*fit top print*) adalah sumber berita yang dapat dijadikan bahan berita. Oleh Margantoro (2006:23) disebutkan empat sumber yang antara lain:

- a. *God given news*, Tuhan memberikan berita seperti bencana alam, kecelakaan, dan sebagainya.
- b. Konferensi pers, pertunjukan pementasan dan lain sebagainya.
- c. Peristiwa yang diaktualkan kembali. Hari Kartini, Sumpah Pemuda

atau apapun yang dianggap bersejarah.

- d. Tema-tema yang menarik pembaca. Misalnya pengobatan tradisional, kesenian dan lain sebagainya.

F. Metodologi Penelitian

F.1. Jenis dan sifat penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Rachmat Kriyantono (2006:69), jenis riset deskriptif bertujuan membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau obyek tertentu. Sementara sifat penelitian kualitatif menekankan pada persoalan kedalaman atau kualitas data bukan pada banyaknya atau kuantitas data. Maka hasil penelitian kualitatif tidak bermaksud untuk membuat generalisasi dan juga lebih bersifat fleksibel (Kriyantono, 2006:86).

Penelitian kualitatif lebih dimaksudkan untuk mengemukakan gambaran dan/atau pemahaman (*understanding*) mengenai bagaimana dan mengapa suatu gejala atau realitas komunikasi terjadi (Pawito, 2007:35).

Dalam penelitian ini fleksibilitas dipahami sebagai kompromi terhadap berbagai macam kemungkinan yang bisa mengubah arah atau tujuan penelitian. Peneliti memang memiliki pegangan awal berupa kerangka teori dan asumsi-asumsi berdasarkan pengamatan awal. Namun hal tersebut dapat menyesuaikan keadaan di lapangan serta mempertimbangkan aspek yang tak terduga. Misalnya, jika ada perubahan dalam jenis data, penambahan metode, dan sebagainya. Meskipun menggunakan pedoman penelitian kualitatif sebagai pegangan utama

arah penelitian, peneliti menggunakan gabungan metode penelitian kuantitatif untuk menghitung data pemberitaan selama kurun waktu penelitian, hal ini akan membantu pemilahan dan pemetaan atas data-data tersebut.

F.2. Purposive sampling sebagai metode pemilihan data

Logika pengambilan sampel dalam penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian kuantitatif. Seperti yang dikemukakan oleh Pawito (2007:86-87), penelitian kuantitatif lebih mengutamakan keterwakilan (*representativeness*) dari sebagian populasi untuk mewakili seluruh populasi, penelitian kualitatif lebih mengutamakan persoalan representativitas informasi atau data.

Lebih lanjut, teknik pengambilan sampel dalam penelitian komunikasi kualitatif lebih mendasarkan diri pada alasan atau pertimbangan-pertimbangan tertentu (*purposeful selection*) sesuai dengan tujuan penelitian. Sedangkan persoalan sampel meliputi dua hal yakni *sampling unit* dan *sampling techniques*. *Sampling unit* berkenaan dengan apa yang sesungguhnya hendak diwakili seperti orang-orang, setting, teks, peristiwa dan sebagainya. Sementara *sampling techniques* berhubungan dengan bagaimana menentukan siapa yang menjadi wakil (Pawito, 2007:90).

Sampling unit dalam penelitian ini adalah *tweets* di akun twitter @GNFI. Sementara pemilihan *tweet* yang akan digunakan menggunakan metode *critical case sampling*. Peneliti memakainya dengan alasan penggunaan metode ini lebih sering digunakan ketika peneliti hendak menonjolkan keunikan yang ekstrim dilihat dengan menggunakan teori tertentu atau mungkin dilihat dari segi realitas

praktis yang ada (Pawito, 2007:95).

Penjelasan di atas bermaksud menjelaskan bahwa peneliti menggunakan pendekatan teknik ini untuk memilih data yang akan digunakan sebagai obyek utama analisis yakni *tweets* di akun twitter @GNFI.

F.3. Obyek penelitian

Fokus utama dalam penelitian ini adalah penerapan *citizen journalism* pada akun twitter @GNFI. Maka obyek penelitian ini adalah *tweet* yang di-*upload* @GNFI. Sementara subyek penelitiannya adalah Akhyari Hananto sebagai *the man behind @GNFI*.

Time frame penelitian ini terhitung 1 – 31 Mei 2013. Mengenai alasan pemilihan rentang waktu (*time frame*), peneliti mengamati bahwa twitter memiliki batas akses *tweet*, dengan kata lain tidak semua *tweet* dapat diakses oleh *follower* dan *user* akun tersebut. Peneliti dapat mengakses *tweet* akun @GNFI paling lama pada 30 Oktober 2012 yang oleh peneliti dibulatkan menjadi 1 November 2012. Selain itu, seperti yang sudah peneliti jelaskan pada latar belakang penelitian ini, @GNFI memiliki *uniqueness* yang tidak dimiliki oleh berita *mainstream* yaitu pada tema pemberitaan yang hanya tentang prestasi Indonesia yang dapat meningkatkan optimisme dan nasionalisme oleh sebab itu berita yang ada di @GNFI tidak selalu mengikuti agenda berita yang sedang marak di masyarakat dan media *mainstream*.

Oleh sebab itu, peneliti menentukan *time frame* dengan cara mengumpulkan *tweet* @GNFI periode November 2012 – Juni 2013, lalu

menganalisis aktivitas dari akun @GNFI.

F.4. Jenis dan metode pengumpulan data

Kriyantono (2006:43-44) membagi jenis data menjadi dua, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer adalah:

1. Dokumentasi berupa *print screen tweet* akun @GNFI dalam rentang waktu 1 – 31 Mei 2013.
2. Wawancara dengan Akhyari Hananto selaku *founder* dari @GNFI via *email* pada 26 September – 12 November 2013.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain yang dapat digunakan sebagai data atau informasi tambahan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini adalah jurnal-jurnal yang mendukung penelitian.

F.5. Metode Analisis

Data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan model pendekatan kualitatif model interaktif. Miles dan Huberman mengemukakan tiga hal utama dalam pendekatan ini, yakni (Idrus, 2009:151):

1. Reduksi Data

Tahapan ini 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.

2. Display Data

Setelah melakukan tahap reduksi data, peneliti menyajikan data yang dimaknai oleh Miles dan Huberman sebagai kumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

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.