

## **1. Pendahuluan**

### **Latar Belakang Masalah**

Musim pilpres terakhir pada 2014 lalu bisa menjadi salah satu contoh ketidakobjektifan media massa dalam pemberitaan. Aroma keberpihakan sangat terasa ketika Tvone dan Metro tv memberitakan masing-masing calon presiden. Tvone dinilai berpihak pada calon presiden Prabowo Subianto dan Hatta Radjasa, sementara Metro tv berpihak kepada calon presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla. Akibat keberpihakkan mereka, beberapa kali Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sempat melayangkan surat peringatan pemberian sanksi administratif teguran tertulis kepada kedua stasiun televisi tersebut. Selain itu, KPI juga memberikan rekomendasi kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) untuk melakukan evaluasi atas Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP). Diantaranya, teguran tertulis untuk Tvone dan Metro tv itu bertanda No. 1225/K/KPI/05/14 yang dilayangkan pada 30 Mei 2014.

Media daring Tempo (2 Juni 2014) juga mengungkapkan pernyataan anggota KPI Iddy Muzzayad, berdasarkan pemantauan Komisi Pemilihan Umum (KPU) yang dilakukan pada 19-25 Mei 2014, Metro tv memberikan porsi yang lebih banyak kepada pasangan Capres Joko Widodo dan Jusuf Kalla yang totalnya mencapai 187 kali, angka ini jauh di atas tayangan pemberitaan pasangan Capres Prabowo dan Hatta Radjasa yang hanya 110 kali. Sebaliknya, Tvone dalam periode ini, menampilkan pemberitaan pasangan Capres Prabowo dan Hatta Radjasa sebanyak 153 kali, sementara pasangan Capres Joko Widodo dan Jusuf Kalla muncul 79 kali.

Dari kasus tersebut, rasanya tidak berlebihan jika kita menyimpulkan bahwa media massa, khususnya di Indonesia secara tidak langsung telah berpihak kepada kepentingan tertentu. Meskipun tetap menampilkan fakta dan data dari setiap informasi yang diberitakan, namun pemilihan porsi dan jumlah berita yang terkesan memihak pada kepentingan tertentu membuat media massa sudah tidak objektif lagi.

Sementara itu, di sisi lain kini berkembang konsep jurnalisme warga. Secara sederhana, jurnalisme warga diartikan bahwa kegiatan jurnalistik yang

dilakukan oleh masyarakat biasa. Masyarakat ini mungkin saja awam dengan kegiatan tersebut. Dalam beberapa kesempatan, sering pula disebut sebagai amatir. Namun, meski demikian, kegiatan jurnalisme warga saat ini tidak bisa dipandang sebelah mata.

### **Ruang Lingkup**

Kajian dalam penelitian ini akan difokuskan pada seberapa besar kualitas jurnalisme warga seandainya bisa mengimbangi jurnalisme *mainstream*. Sesuai dari contoh di atas, maka jurnalisme warga tidak bisa dipandang sebelah mata, dalam beberapa hal, produk jurnalisme warga memberikan efek signifikan, tak kalah dengan efek dari jurnalisme *mainstream*. Berangkat dari pemahaman tersebut, maka muncul pertanyaan berikut:

1. Apa definisi dan konsep jurnalisme warga?
2. Apakah jurnalisme warga dapat mengimbangi jurnalisme *mainstream*?

### **Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui definisi dan konsep jurnalisme warga.
2. Mengetahui jurnalisme warga dapat mengimbangi jurnalisme *mainstream*.

## **2. Tinjauan Pustaka (teori-teori yang digunakan)**

### **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditunjukkan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. (Mulyana, 2001: 75)

Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi media massa. Pengertian komunikasi massa dibatasi pada penggunaan media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi atau film. (Effendy, 2007: 20)

Konteks komunikasi massa menysasar khalayak dalam jumlah besar. Komunikasi kepada khalayak yang luas dengan menggunakan saluran media

massa berupa surat kabar, video, cd-rom, komputer, tv, radio dan sebagainya. Komunikasi massa juga bisa dilakukan pada media-media baru seperti, *e-mail*, internet, televisi kabel digital, pesan instan (IM) dan telepon genggam. (West dan Turner, 2008: 41)

### **Jurnalisme Warga**

Tamburaka (2013: 244) Jurnalisme warga adalah aktivitas peliputan berita yang dilakukan oleh warga dari tempat kejadian.

Hamdani (2014: 47) jurnalisme warga atau publik atau jurnalisme partisipatif (juga dikenal dengan nama jurnalisme demokratik) adalah partisipasi aktif warga dalam mengoleksi, melaporkan, menganalisis dan menyebarkan berita dan informasi. Jurnalisme warga adalah bentuk khusus dari media warga yang informasinya berasal dari warga itu sendiri.

D. Lasica dalam tamburaka (2013: 245) klasifikasi jurnalisme warga:

- partisipasi *audiens* (komentar pengguna melampirkan liputan berita media, *blog* pribadi, cuplikan foto atau video yang ditangkap/direkam *mobile cameras*, atau berita lokal yang ditulis oleh warga atau komunitas).
- Berita independen dan informasi *website* (*Consumer Reports, the Drudge Report*).
- Partisipasi penuh dalam situs berita media (*NowPublic, OhmyNews, DigitalJournal.com, GroundReport*).
- Kolaborasi dan kontribusi terhadap situs berita media (*Slashdot, Kuro5hin, Newsvine*).
- Bentuk lain dari "*thin media*." (*mailing lists, email newsletters*).
- Website penyiaran pribadi (*video broadcast sites such as KenRadio*).

Menurut Jay Rosen dalam Tamburaka (2013: 244) bahwa jurnalisme warga adalah

*“the people formerly knowns as audience, “who” were on the receiving end of a media system that ran one way, in a broadcasting pattern, with high entry fees and a few firms competing to speak very loudly while the rest of population listened in isolation like that all.... the people formerly known as the audience are simply the public made realer, less fictional, more able, less predictable.*

Pada dasarnya jurnalisme warga dikenal juga sebagai khalayak/audiens sebagai bagian dari rantai berita media yang mampu menyuarakan secara jelas aspirasinya secara sederhana. Dengan kata lain, pandangan ini menegaskan jika khalayak tidak hanya menjadi konsumen informasi di media massa, melainkan mereka juga mampu menjadi produsen informasi.

### **Hegemoni**

Hegemoni berasal dari kata Yunani, hegemon yang berarti pemimpin, konsep yang dikembangkan seorang komunis asal Italia Antonio Gramsci. Sesuai definisinya, hegemoni merujuk pada dominasi kepemimpinan sebuah wilayah (negara atau kota) terhadap wilayah-wilayah lain. Sesuai yang dikatakan T.J Jackson Lears dalam jurnalnya:

*Hegemony as “the spontaneous” consent given by the great masses of the population to the general direction imposed on social life by the dominant fundamental group; this consent is “historically” caused by the prestige (and consequent confidence) which the dominant group enjoys because of its position and function in the world of production (Lears, 200: 568)*

Gramsci dikembangkan atas dasar dekonstruksi terhadap konsep-konsep Marxis ortodoks. Secara umum, hegemoni adalah sebuah dominasi kekuasaan suatu kelas sosial terhadap kelas sosial lainnya.

Pada perkembangannya, konsep hegemoni diartikan menjadi dua pengertian. Versi pertama menurut Marxis Ortodoks yang beranggapan bahwa kebudayaan manusia semata-mata cerminan dari dasar ekonomi masyarakat. Sementara, Gramsci fokus pada upaya untuk mengadakan perubahan sosial secara

radikal dan revolusioner, yang mengandung isu-isu kultural seperti pluralisme, multikultural dan budaya marginal.

### **Teori Konstruksi Sosial**

*The Sosial Construction of Reality. A Treatise in the Sociological of Knowledge* adalah istilah konstruksi sosial atas realitas yang menjadi terkenal sejak diperkenalkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1966:75) dalam menggambarkan proses sosial individu, yang melalui tindakan dan interaksinya menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif.

Realitas sosial dijelaskan dengan memisahkan pemahaman akan “kenyataan” dan “pengetahuan”. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat dalam realitas-realitas yang diakui memiliki keberadaan “being” yang tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sedangkan “pengetahuan” didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik. (Berger & Luckmann, 1990:1)

Realitas sosial yang dimaksud oleh Berger dan Luckmann terdiri dari realitas objektif, realitas simbolik dan realitas subjektif. Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolik merupakan ekspresi simbolik dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Sedangkan realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolik ke dalam individu melalui proses internalisasi.

### **3. Hasil Temuan dan Diskusi**

Seperti pagi-pagi sebelumnya, Asep selalu bangun pukul lima. Mengambil air wudhu, shalat, mandi, sarapan lalu bergegas menuju kantor. Kantor tempat ia bekerja hanya berjarak 800 meter saja, oleh sebab itu, Asep selalu berjalan kaki dari rumahnya. Pagi ini tidak seperti biasanya, baru berjalan 200 meter, ketika ia melewati persimpangan di ujung jalan, orang sudah ramai mengerubuti salah satu

pabrik pembuatan petasan yang meledak dan terbakar sejak dini hari.

Di sela-sela keramaian kebakaran itu, Asep malah mengeluarkan telepon pintarnya, lalu mengaktifkan fitur kamera yang ada di dalamnya. Ia mulai berkeliling, mengambil gambar dari segala sudut. Orang-orang yang saling bantu mengestafetkan air, petugas pemadam kebakaran, korban yang dievakuasi dan tentu saja bangunan yang terbakar lengkap dengan api yang membelalak tak luput dari sorotan kamera. Selepas mengambil gambar, ia lalu bertanya pada orang sekitar termasuk ketua RT dan kepala pemadam yang bertugas di situ, Asep bertanya mengenai kapan tepatnya kebakaran terjadi, bagaimana awalnya, siapa pemilik pabrik, berapa kerugian yang ditaksir, berapa korban yang jatuh dan lain-lain. Selepas itu, ia langsung melanjutkan perjalanan lagi menuju kantornya.

Setiba di kantor, karena jadwal masuk masih lama, Asep mengotak-ngatik telepon pintarnya. Ia ternyata tengah mengolah data video kebakaran yang sudah ia ambil, lengkap dengan narasi mengenai penjelasan kebakarannya. Setelah itu, ia mengirimkan ke jejaring media sosial dan ke media massa yang mengakomodasi konten-konten pemberitaan yang bersumber dari masyarakat.

Penggalan kisah tersebut, saat ini mulai menjadi aktivitas yang biasa. Tidak hanya informasi sebuah peristiwa, orang-orang juga bisa menuangkan ide atau gagasan ke dalam tulisan, foto, video dan bentuk media lainnya, lalu berupaya untuk mengunggah ide tersebut ke semua media yang mengakomodasi fitur unggah. Bisa blog, twitter, facebook, youtube, instagram, path, atau bahkan media massa terkemuka. Kegiatan ini lazim disebut jurnalisme warga atau *citizen journalism*.

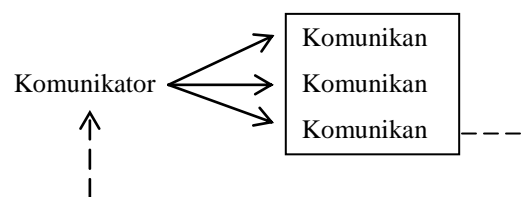
Seiring dengan perkembangan teknologi, jurnalisme warga juga turut berkembang. Kemunculan teknologi yang memudahkan manusia untuk merekam dan menyebarkan informasi memengaruhi minat warga pada kegiatan jurnalistik. Misalnya, perkembangan konsol telepon genggam yang kini sudah bisa mengakomodasi aktivitas komunikasi. Manusia dengan sangat mudah bisa merekam semua aktivitas, salah satunya merekam kegiatan perjalanan liburan. Kegiatan mereka saat di candi Borobudur misalnya, dari kegiatan tersebut, mereka bisa bercerita mengenai keunikan dan sejarah berdirinya candi. Setelah merekam,

mereka bisa langsung mengunggah materi tersebut ke situs-situs media sosial yang sudah terafiliasi dengan konsol telepon pintar mereka. Atau untuk beberapa orang, ada yang mengirimkan materi tersebut ke beberapa media massa yang menerima kontribusi konten dari masyarakat. Dengan demikian, masyarakat lain dapat menyaksikan dan mengetahui informasi mengenai candi Borobudur.

Di Indonesia, menurut Suparyo (2008) dalam Hamdani (2014: 12) dijelaskan bahwa jurnalisme warga sangat dipengaruhi oleh kegiatan radio siaran. Pada tahun 1983, radio Surabaya memiliki program siaran informasi lalu lintas. Program tersebut berkembang menjadi konsep interaktif, konsep ini mengubah cara kerja radio yang awalnya satu arah (dari radio ke pendengar) menjadi dua arah atau interaktif (memberikan kesempatan pendengar untuk aktif memberikan informasi dan menyampaikan pendapat).

Dalam ranah komunikasi, secara sederhana jurnalisme warga adalah kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh warga. Warga yang tadinya bersikap hanya menerima atau memperoleh informasi dari media massa, kini mereka menjadi pihak yang memberikan informasi. Dengan kata lain, warga yang tadinya hanya menjadi komunikan, kini mereka juga berperan sebagai komunikator.

**Gambar 1: Bagan Komunikasi pada Jurnalisme Warga**



### **Konstruksi Kegiatan Jurnalisme warga**

Berdasarkan ilustrasi di atas, kegiatan jurnalisme warga bisa dikategorikan menjadi dua: yakni, jurnalisme warga yang berbasis situs media sosial dan jurnalisme warga berbasis media massa. Keduanya mempunyai karakter dan cara kerja yang berbeda, namun keduanya tetap mempunyai efek yang relatif sama.

Merujuk pada Berger dan Luckmann, realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh pengalaman individu yang tidak terpisahkan dengan

masyarakat. Penciptaan sosial ini terbangun melalui tiga momen dialektis yang simultan, yakni, Eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

### **1. Eksternalisasi**

Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan sosio-kultural sebagai produk manusia, (*society is a human product*). Eksternalisasi adalah suatu pencurahan kedirian manusia terus menerus ke dalam dunia, baik dalam aktivitas fisis maupun mentalnya. Eksternalisasi merupakan keharusan antropologis; keberadaan manusia tidak mungkin berlangsung dalam lingkungan interioritas yang tertutup dan tanpa gerak. Keharusan antropologis itu berakar dalam kelengkapan biologis manusia yang tidak stabil untuk berhadapan dengan lingkungannya. (Berger dan Luckmann, 1990: 75)

Proses eksternalisasi dalam kegiatan jurnalisme warga ketika warga atau masyarakat mulai melakukan pengumpulan, pengolahan dan menyebarkan informasi yang mereka dapatkan melalui media-media yang tersedia, baik itu media massa ataupun media sosial.

Senang berbagi menjadi motif utama masyarakat Indonesia dalam melakukan jurnalisme warga. Kepala pengembangan bisnis dan pertumbuhan Path Andreas Bezamat (2013) menjelaskan dalam media daring liputan6.com bahwa Indonesia berada di posisi tiga besar pengguna jejaring sosial path. Menurutnya, orang Indonesia senang berbagi setiap aktivitas sehari-hari yang dilakukannya, mengunggah foto, video dan komentar cukup banyak.

Kemunculan beragamnya media memungkinkan masyarakat untuk menyebarkan informasi membuat mereka mudah untuk melakukan jurnalisme warga.

### **2. Objektivasi**

Objektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi, (*society is an objective reality*). Semua aktivitas manusia yang terjadi dalam eksternalisasi, menurut Berger dan Luckmann (1990:75-76), dapat mengalami proses pembiasaan (*habitualisasi*) yang kemudian melembaga (*institusionalisasi*).

Kegiatan jurnalisme warga dilakukan secara terus-menerus dengan



frekuensi yang relatif konsisten. Artinya, pelaku-pelaku komunikasi dalam kegiatan jurnalisme warga mengalami proses pembiasaan (habitualisasi) yang kemudian melembaga (institusional). Seperti gemar dan rajin mengunggah informasi dalam bentuk apapun melalui media sosial maupun media massa.

### **3. Internalisasi**

Internalisasi adalah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya, (*man is social product*). Masyarakat dipahami sebagai kenyataan subjektif yang terbentuk dari internalisasi. Internalisasi adalah suatu pemahaman atau penafsiran individu secara langsung atas peristiwa objektif sebagai pengungkapan makna. Berger dan Luckmann (1990: 87) menyatakan, dalam internalisasi, individu mengidentifikasikan diri dengan berbagai lembaga sosial atau organisasi sosial dimana individu menjadi anggotanya.

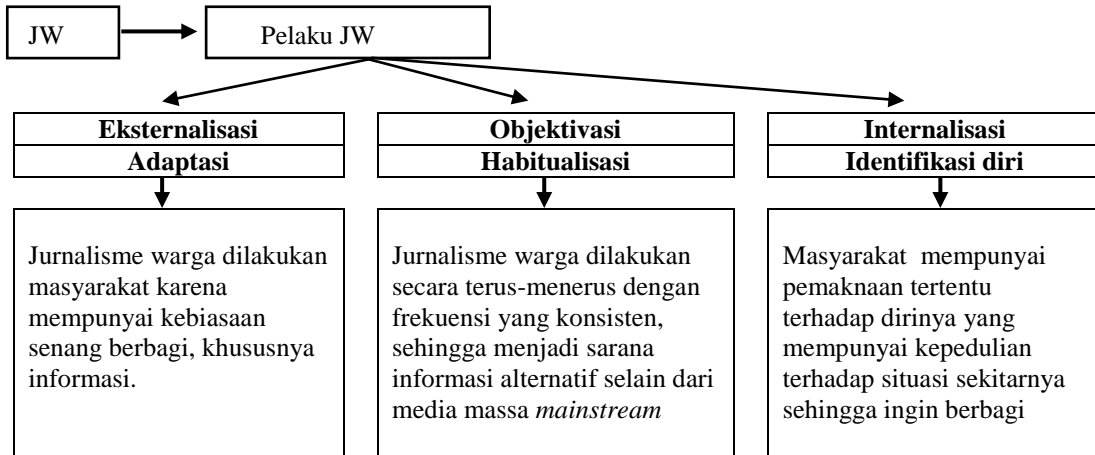
Proses internalisasi dalam kegiatan jurnalisme warga dapat dilihat saat pelaku jurnalisme warga melakukan aktivitas jurnalisme. Ia merupakan individu yang menjadi anggota dari produk sosial, yakni masyarakat. Ia mempunyai pemaknaan tertentu terhadap dirinya sebagai bagian dari masyarakat dengan memahami peristiwa objektif yang terjadi di sekitarnya. Umumnya, karena ia merasa peduli dengan apa yang terjadi dengan sekitarnya maka ia harus melakukan sesuatu, sesuatu tersebut dalam hal ini dilakukan dengan kegiatan jurnalisme warga.

Peristiwa bencana tsunami di Aceh adalah salah satu contoh bagaimana warga menjadi sumber informasi yang sangat utama dalam pemberitaan bencana tersebut. Banyak sekali gambar-gambar video yang berasal dari masyarakat (juru kamera amatir) untuk menggambarkan kedahsyatan tsunami.

Masih hangat dalam ingatan, peristiwa yang baru saja terjadi, yakni pengeboman pos polisi dan kedai kopi yang berlokasi di pusat perbelanjaan Sarinah di Jakarta, orang-orang yang berada di sekitar lokasi kejadian segera mengabadikan peristiwa dan mengunggah ke media sosial dan media massa. Dengan mengunggah konten tersebut, mereka sudah mempunyai kepedulian terhadap peristiwa tersebut. Seolah-olah mempunyai kewajiban untuk

menginformasikannya, laiknya jurnalis profesional.

**Gambar 2: Konstruksi Tindakan Pelaku Jurnalisme Warga**



### **Jurnalisme Warga Imbangi Jurnalisme *mainstream***

Untuk menjelaskan bagaimana jurnalisme warga dapat mengimbangi jurnalisme *mainstream* akan lebih baik jika berangkat dari membedakan antara kedua konsep tersebut. Kusnadi dan Priono (2010: 5-6) dalam jurnalnya mengutip penjelasan Badio (2009) mengenai perbedaan karakteristik jurnalisme warga dengan jurnalisme *mainstream*.

<b>Jurnalisme Warga</b>	<b>Jurnalisme <i>Mainstream</i></b>
1. Pewarta (reporternya) adalah pembaca, khalayak ramai, siapapun yang mempunyai informasi atas sesuatu	1. Reporternya adalah karyawan khusus yang digaji dan bekerja secara profesional sesuai bidangnya
2. Siapa pun dapat memberikan komentar, koreksi, klarifikasi atas berita yang diterbitkan	2. Koreksi, klarifikasi, atau pun komentar hanya dapat diberikan melalui 6 birokrasi dan pemuatannya pun melalui proses seleksi ketat
3. Biasanya <i>non-profit oriented</i>	3. Berorientasi pada profit
4. Masih didominasi oleh media-media daring ( <i>online</i> )	4. Didominasi oleh media cetak
5. Memiliki komunitas-komunitas yang sering melakukan <i>gathering</i>	5. Berjalan satu arah, tidak pernah melibatkan masyarakat jika tidak menguntungkan
6. Walaupun ada kritik, tidak ada persaingan antarpenulis ( <i>reporter</i> )	6. Selalu bersaing dengan media lain
7. Tidak membedakan pewarta profesional atau amatir	7. Tidak memberi kesempatan pada reporter amatir, bahkan membedakan antara wartawan biasa dengan senior
8. Tidak ada seleksi ketat terhadap berita-beritanya	8. Semua beritanya diseleksi secara ketat
9. Ada yang dikelola secara profesional ada pula yang dikelola secara amatir	9. Pengelolaannya profesional
10. Pembaca dapat langsung berinteraksi dengan penulisnya melalui kotak komentar atau <i>e-mail</i> .	10. Tidak ada interaksi langsung antara pembaca dengan penulis, jika ada komentar, koreksi, atau klarifikasi, semuanya harus melalui meja redaktur

**Tabel 1: Perbedaan Karakteristik Jurnalisme Warga dan Jurnalisme *Mainstream***

Dari perbedaan tersebut, maka bisa kita temukan kelebihan dan kekurangan dari keduanya. Jurnalisme warga biasanya dikelola secara amatir, frekuensi pengungkapan informasi terkadang tidak konsisten karena seringkali dilandasi kehendak hati. Ditambah dengan pembubuhan identitas pembuat atau pengunggah yang samar bahkan anonim. Perbuatan seperti ini membuat informasi dari pelaku jurnalisme warga kerap diragukan kebenarannya dan tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam mengunggah informasi, seorang pelaku jurnalisme warga jarang memberikan seleksi terhadap fakta dan data yang dihasilkan di lapangan. Informasi ditampilkan apa adanya, tanpa memikirkan dampak yang akan terjadi dari masyarakat yang membaca atau melihat informasi tersebut secara utuh. Misalnya ketika di lapangan, seorang jurnalis warga memotret korban pengeboman yang tubuh dan darahnya bercecer. Tanpa pikir panjang ia langsung mengunggah foto tersebut, foto yang polos tanpa dibubuhi efek mozaik atau blur.

Di sisi lain, pemberian informasi yang utuh tanpa sensor sesungguhnya memberikan alternatif atau pilihan pada masyarakat untuk mencerna informasi tersebut. Oleh sebab itu, jurnalisme warga juga bisa melatih masyarakat untuk cerdas memilih informasi yang tepat mengenai sebuah pemberitaan.

Karakteristik jurnalisme warga yang hampir tidak berorientasi pada profit atau keuntungan, membuat jurnalis-jurnalis warga tidak mudah digiring untuk menambah, mengurangi atau membelokkan informasi sehingga bisa menguntungkan pihak-pihak tertentu.

Komunikasi antara pelaku jurnalisme warga dengan masyarakat yang membaca produk jurnalistiknya biasanya lebih interaktif ketimbang di jurnalisme *mainstream*. Pembaca bisa dengan mudah memberikan kritik terhadap informasi dari jurnalis warga melalui fasilitas komentar di masing-masing situs. Artinya, melalui jurnalisme warga, masyarakat dapat menambah pemahaman mengenai bagaimana cara menampilkan informasi secara baik dan benar. Karena baik pelaku jurnalisme warga maupun pembacanya mendiskusikan baik dan buruk dari informasi yang diunggah tersebut. Selain itu, konsep ini melatih masyarakat untuk lebih peka terhadap proses pengolahan informasi menjadi berita. Mereka menjadi

tahu mengenai berita yang digemari dan berita yang tidak digemari, serta berita yang menyebabkan konflik atau tidak. Dengan demikian, baik jurnalis warga maupun pembacanya dapat menggunakan media sebagai sarana komunikasi dengan baik dan benar.

Media massa *mainstream* biasanya kurang mengindahkan berita-berita lokal dan daerah, karena letak kantor pusatnya berada di Jakarta. Seringkali porsi informasi dari Jakarta lebih besar ketimbang informasi-informasi dari daerah. Berita-berita dari Jakarta dianggap sebagai isu nasional. Jurnalisme warga yang mempunyai sistem lebih ringan memungkinkan pengangkatan isu-isu kedaerahan menjadi ranah nasional. Misalnya, mengangkat tema-tema mengenai tempat-tempat yang belum tersambangi atau terakses oleh media *mainstream* nasional dan lokal. Selain membuka akses daerah, melalui jurnalisme warga, pandangan-pandangan masyarakat yang tinggal di luar pulau Jawa bisa lebih terdengar.

Meskipun tidak berorientasi pada profit, Jurnalisme warga sangat potensial untuk menghasilkan profit. Misalnya jika berbasiskan jejaring sosial, seorang netizen yang aktif mengunggah informasi orisinal di situs blogger atau youtube dapat menghasilkan keuntungan. salah satunya melalui fasilitas dari situs-situs terkait yang memungkinkan pemasangan iklan. Bisa juga dari media massa *mainstream* sendiri yang membuka kesempatan untuk pelaku jurnalisme warga menampilkan beritanya, mereka biasanya diberi kompensasi tertentu seandainya beritanya ditampilkan, misalnya program “Citizen Journalism” yang diusung NET TV.

<b>Potensi</b>	<b>Tantangan</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melengkapi informasi dari media mainstream</li> <li>2. Memberikan pilihan atau alternatif bagi khalayak media</li> <li>3. Melatih masyarakat menjadi melek media</li> <li>4. Melatih masyarakat peka terhadap informasi / peduli</li> <li>5. Promosi kedaerahan</li> <li>6. Mendidik masyarakat lebih pintar</li> <li>7. Eksistensi</li> <li>8. Enterpreunership</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengguna dengan identitas samar atau anonim membuat kredibilitas komunikator lemah</li> <li>2. Efek yang tidak terkontrol</li> <li>3. Lemahnya regulasi</li> <li>4. Kurangnya konsistensi frekuensi pengunggahan</li> <li>5. Pengetahuan minim mengenai kegiatan jurnalistik</li> </ol>

**Tabel 2: Potensi dan Tantangan Jurnalisme Warga**

#### **4. Simpulan dan Saran-Saran,**

1. Jurnalisme warga adalah kegiatan mengumpulkan, mengolah dan menyampaikan informasi melalui wilayah publik, baik secara virtual maupun konvensional. Kegiatan ini dilakukan oleh warga yang sifatnya awam dan amatir terhadap kegiatan tersebut.
2. Jurnalisme warga dapat mengimbangi hegemoni jurnalisme *mainstream*. Ia memberikan informasi alternatif bagi masyarakat mengenai sebuah peristiwa. Selain itu, jurnalisme warga juga melengkapi informasi yang tidak sempat disampaikan media massa *mainstream*, sehingga informasi ditampilkan secara utuh. Sifatnya yang non-profit, membuat informasi yang ditampilkan jurnalisme warga tidak bisa digiring pihak-pihak tertentu.

#### **Saran**

1. Jurnalisme warga pada dasarnya mempunyai manfaat yang luar biasa, sayangnya dalam penyampaiannya seringkali disampaikan oleh pengguna yang samar atau anonim, sehingga kredibilitasnya diragukan. Oleh sebab itu, sebaiknya pelaku jurnalisme warga wajib menggunakan identitas asli.
2. Pemerintah membuat regulasi yang bisa mengatur dan melindungi pelaku jurnalisme warga dalam bentuk undang-undang dan kode etik seperti pada jurnalisme *mainstream*.
3. Pemerintah dan jurnalis profesional bisa lebih mendidik masyarakat untuk lebih melek media, misalnya cara berbahasa di wilayah publik, mengetahui cara memilih informasi yang tepat untuk diunggah dan mengetahui etika jurnalistik sehingga mereka cerdas dalam menggunakan media di wilayah publik.

## 5. Daftar Pustaka

- Berger, Peter L. and Thomas Luckmann. (1966). *The social of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Garden City, NY: doubleday. Diterjemahkan oleh Basari, Hasan., 1990. *Tafsir sosial atas Kenyataan: Sebuah Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta LP3ES
- DeVito, Joseph A. (1997). *Komunikasi Antarmanusia Kuliah Dasar*. Terjemahan Agus Maulana. Jakarta. Professional books.
- Effendy, Onong Uchajana. (2007). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Hamdani, Firmansyah S. (2014). *Panduan Jurnalisme Warga untuk Mendorong Peningkatan Pelayanan Publik*. USAID-Jakarta
- Mufid, Muhammad. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Mulyana, Deddy. (2001). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Subiakto, Henry dan Rachmah Ida. (2014). *Komunikasi Politik, Media dan Demokrasi*. Kencana Prenadamedia Group, Jakarta
- Tamburaka, Apriadi. (2013). *Literasi Media Cara Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. PT Raja Grafindo Persada Jakarta
- West, Richard dan Lynn H. Turner. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi, Analisis dan Aplikasi*. Salemba Humanika. Jakarta.

### Sumber lain

- Hidayat, Dedy N. *Konstruksi Sosial Industri Penyiaran : Kerangka Teori Mengamati Pertarungan di Sektor Penyiaran*, Makalah dalam diskusi “UU Penyiaran, KPI dan Kebebasan Pers, 8 Desember 2015
- Kusnadi dan M. Priono. (2010). *Citizen Journalism Indonesia: Suatu Wujud dari Demokratisasi di Indonesia*. E-Jurnal dalam [www.pustaka.ut.ac.id](http://www.pustaka.ut.ac.id) (15 Januari 2016)
- Lears, T.J. Jackson. 2000. *The Concept of Cultural Hegemony: Problems and Possibilities*, 6 Januari 2016
- Undang-undang nomor 32 tahun 2002 tentang penyiaran
- Undang-undang nomor 40 tahun 1999 tentang pers
- <http://nasional.tempo.co/read/news/2014/06/25/078588020/dekan-unpad-tak-ada-media-massa-yang-netral> (diakses 22 Desember 2015)
- <http://www.merdeka.com/peristiwa/terkait-berita-pilpres-kpi-ancam-cabut-izin-tvone-dan-metrotv.html> (diakses 22 Desember 2015)
- <http://tekno.liputan6.com/read/649283/alasan-path-jadi-favorit-orang-indonesia-suka-berbagi> (diakses 16 Januari 2016)
- <http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-terkini/38-dalam-negeri/32106-pemberitaan-tidak-netral-kpi-pusat-tegur-metro-tv-dan-tv-one> (diakses 23 Desember 2015)
- <http://www.tempo.co/read/news/2014/06/02/269581863/memihak-capres-kpi-tegur-lima-stasiun-tv> (diakses 23 Desember 2015)
- <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20151218100935-185-99057/larang-gojek-kebijakan-menhub-jonan-jadi-guyonan/> (diakses 31 Desember 2015)
- <http://www.antaraneews.com/berita/535822/jokowi-akan-panggil-menhub-terkait-pelarangan-gojek> (diakses 31 des 2015)