

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka merupakan suatu proses yang dialui oleh peneliti dalam mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Mencari kumpulan-kumpulan penelitian yang terkait kemudian diangkat untuk mendukung penelitian yang dibuat. Kajian Pustaka meliputi pengidentifikasian secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah peneliti.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan Pustaka peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap dan pembanding serta memberi gambaran pelengkap dan pembanding serta memberi gambaran awal mengenai kajian yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini. berkaitan dengan dijabarkan pada bab maupun sub bab sebelumnya bahwa penelitian ini mengenai **Partisipasi Jurnalisme Warga Dalam Upaya Menanggulangi Penyebaran Informasi Palsu (Hoax) Di Media Sosial Instagram @Infobandungkota.**

Berpedoman pada judul penelitian tersebut, maka penelitian melakukan studi pendahuluan berupa peninjauan terhadap penelitian serupa yang sebelumnya terlebih dahulu melakukan penelitian, dan

mengkaji hal yang sama serta relevan dengan kajian yang akan diteliti oleh peneliti. Berikut ini adalah tabel 2.1 dan penelitian menemukan beberapa hasil dari penelitian. Maksud penelitian ini adalah untuk Mendeskripsikan Partisipasi Jurnalisme Warga Dalam Upaya Menanggulangi Penyebaran Informasi Palsu (Hoax) Di Media Sosial Instagram @Infobandungkota.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Ananda Ikhsan Dino (2018) UNIVERSITAS NEGERI MEDAN	Peran Jurnalisme Warga Terhadap Pencegahan Penyebaran Berita Palsu (Hoax) (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Media Sosial Instagram Medan Talk)	Deskriptif Kualitatif	Berita yang diunggah atau disampaikan kepada Masyarakat medan melalui media MedanTalk harus tetap memiliki esensi jurnalis dengan memperhatikan kode etik jurnalistik dan nilai-nilai berita. Foto atau video yang diunggah tidak boleh beresiko atau tetap pada jalur kode etik jurnalistik.	Penelitian ini mengacu pada teoril Rusidi yang membahas indikator mengenai partisipasi jurnalisme warga. Sedangkan penelitian ini mengacu pada teori Bowman dan Willis tentang peran jurnalisme warga.
2.	Elsan Oktovian Lanie (2023) INSTITUT PEMERINTAHAN DALAM NEGERI	Strategi Penanganan Penyebaran Informasi Hoaks Di Media Sosial Oleh Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Poso Provinsi Sulawesi Tengah	Deskriptif Kualitatif	Penanganan hoaks dengan Perencanaan jangka panjang dan pendek, Edukasi melalui sosialisasi yang dilakukan, serta pemanfaatan SDM yang maksimal. akan tetapi dalam perencanaan edukasi kebanyakan masih dilakukan hanya melalui media online saja sehingga	Penelitian ini melakukan penelitian terhadap stragtegi penanganan informasi palsu yang dilakukan oleh suatu organisasi pemerintahan, sedangkan penelitian ini membahas mengenai peran jurnalisme warga bagaimana mencegahan informasi palsu.

				masyarakat yang tidak menggunakan sosial media akan sulit dalam menerima informasi mengenai hoaks.	
3.	Junita Farida (2023) UNIVERSITAS MEDAN AREA	Peranjurnalis Waspada.Id Dalam Mengantisipasi Berita Hoax Di Facebook Untuk Mewujudkan Kepercayaan Publik	Deskriptif Kualitatif	Peran jurnalis Waspada.id dalam mempublikasikan sebuah berita tetap melakukan verifikasi beritadengan mencantumkan data-data yang akurat dalam sebuah berita yang dipublikasikan sesuai dengan Kode Etik Jurnalistik menggunakan 5W+1H.	Penelitian ini meneliti Media Besar yang Isinya jurnalis profesional, sedangkan penelitian ini meneliti bagaimana peran jurnalis warga.

Sumber: Peneliti, 2024

2.2. Tinjauan Pustaka

2.2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi

Sebagai makhluk sosial, komunikasi merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia. Kegiatan komunikasi akan timbul jika seorang manusia mengadakan interaksi dengan manusia lain, jadi dapat dikatakan bahwa komunikasi timbul sebagai akibat dari adanya hubungan social. Pengertian tersebut mengandung arti bahwa komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan umat manusia, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok.

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang artinya “sama”, *communico*,

communication, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama *communis* adalah istilah yang paling sering sebagai asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Untuk dapat berkomunikasi dengan baik dan efektif, kita dituntut untuk tidak hanya memahami prosesnya, tetapi juga mampu menerapkan pengetahuan kita secara kreatif. Komunikasi dikatakan efektif apabila komunikasi yang terjadi bersifat dua arah yaitu dimana makna yang distimulasikan sama atau serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator atau pengirim pesan. Menurut Effendy tahun 2011 mengenai komunikasi dinyatakan bahwa:

“Komunikasi adalah peristiwa penyampaian ide manusia. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu” (Effendy, 2011)

Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* (Lasswell, 1948) mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: “*Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect*” atau “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya”.

2.2.1.1. Unsur-unsur komunikasi

Unsur-unsur komunikasi dalam buku (Solihat, Purwaningwulan, & Solihin, 2015) pada buku *Interpersonal Skill* bahwa sebagai berikut:

1. Sumber (*source*)

Nama lain dari sumber adalah *sender, communicator, speaker, encoder*, atau *originator*. Merupakan pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa saja berupa individu, kelompok, organisasi perusahaan bahkan Negara.

2. Pesan (*message*)

Pesan merupakan seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber (*source*).

3. Media

Merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber (*source*) untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran pun merujuk pada bentuk pesan dari cara penyajian pesan.

4. Penerima (*receiver*)

Nama lain dari penerima adalah *destination, communicant, decoder, audience, listener*, dan *interpreter* dimana penerima merupakan orang yang menerima pesan dari sumber.

5. Pengaruh

Efek merupakan apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.

6. Tanggapan Balik

Umpak balik disini merupakan pengaruh yang dihasilkan dari penerima, tapi bisa saja dari pesan dan media meskipun belum sampai pada penerima

7. Lingkungan

Lingkungan ini yaitu situasi yang dapat mempengaruhi dalam proses komunikasi.

Contoh Mengaplikasikan Model Komunikasi Laswell Jokowi (siapa). Berbicara mengenai perubahan yang harus dilakukan pemimpin daerah untuk kemajuan daerahnya (apa). Melalui kampanye yang disiarkan melalui Televisi (saluran), kepada khalayak atau masyarakat (kepada siapa) dengan pengaruh yang terjadi khalayak mendapat pesan terhadap calon Gubernur memilihnya atau tidak memilihnya (efek).

2.2.1.2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi menurut Onong U. Effendy yang dikutip oleh (Rismawaty, Surya, & Juliano, 2014) dalam bukunya Ilmu Komunikasi terbagi menjadi dua proses, yakni secara primer dan secara sekunder.

1. Proses komunikasi secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pemikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau simbol sebagai media.

2. Proses komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Dari pengertian yang telah disebutkan di atas, baik itu proses komunikasi secara primer maupun secara sekunder dalam menyalurkan pikiran maupun perasaannya, maka proses komunikasi secara primer melalui media massa adalah dalam bentuk tulisan (karya jurnalistik). Sedangkan dalam proses komunikasi secara sekunder sebagai penyalur pesan atau komunikasi tersebut adalah media sosial.

2.2.1.4. Jenis Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan berhubungan dengan orang disekitarnya, salah satunya dengan melakukan komunikasi. Jenis komunikasi yang digunakan menjadi faktor untuk menentukan efektifitas dalam berkomunikasi. Secara garis besar, komunikasi dibagi menjadi dua jenis yaitu komunikasi verbal dan

komunikasi non verbal. Komunikasi verbal maupun nonverbal dapat berlangsung satu arah dan atau dua arah (Asmuji, 2014).

1. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lisan maupun tulisan. Komunikasi verbal dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung atau melalui telepon, telekonferen, tulisan dan lain-lain.

2. Komunikasi non verbal

Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang penyampaiannya tidak diucapkan atau ditulis, tetapi dengan bahasa tubuh.

2.2.2. Tinjauan Media Baru

Berkembangnya teknologi informasi berjalan dengan cepat, dengan membawa dunia masuk ke peradaban baru yang lebih cepat lagi dari yang sudah diperkirakan. aspek yang mengalami perubahan tersebut salah satunya adalah sistem informasi dan media komunikasi. media komunikasi dan perkembangan teknologi itu merupakan suatu hal yang sudah mutlak dan kemunculannya tidak dapat di cegah. Berbagai kehidupan manusia inilah salah satunya yang membawa perubahan yang disebabkan oleh perkembangan teknologi. Seiring waktu berjalan perkembangan teknologi komunikasi memunculkan kembali suatu jenis yaitu media baru atau sering juga disebut *new media* atau lebih dikenal juga sebagai internet.

New media atau media baru sebagai perangkat teknologi yang mempunyai perbedaan elektronik dan penggunaannya pula. Mencakup beberapa sistem teknologi seperti sistem penyimpanan, sistem transmisi melalui kabel atau pun satelit, sistem pengendalian (oleh komputer), sistem miniaturisasi, dan juga sistem penyajian gambar.

Kali ini, menurut Nasrullah dalam bukunya tentang *new media* bahwa komputer juga dapat menghadirkan publikasi media dalam bentuk *online* atau secara daring. Perkembangan teknologi komputer tersebut dengan begitu masuklah ke berbagai perangkat lainnya, termasuk pada telepon genggam (Nasrullah, 2020). Perkembangan tersebut akhirnya memunculkan istilah *cyber media* (media siber) yang keberadaannya tidak hanya sebagai bentuk baru dari teknologi media saja, tetapi juga dapat memunculkan kelompok atau khalayak baru. Karakteristik dari khalayak baru salah satunya adalah berinteraksi di media siber, interaksi tersebut merupakan interaksi yang tidak bisa didapatkan pada media massa tradisional. Dimana khalayak tersebut hanya bisa menerima informasi/berita dari berbagai media dan tidak dapat memberikan timbal balik. Munculnya media siber dan media sosial kemudian muncullah saluran yang diberikan kepada khalayak untuk berinteraksi dengan sesama khalayak, maupun dengan pihak media.

Bagi David Holmes pada bukunya mengenai teori komunikasi media, hadirnya internet dan platform media dapat menjadi pembeda dengan media arus utama yang lebih mengandalkan broadcast media atau

menyiarkan informasi dari satu arah sumber ke berbagai arah konsumen. Dia juga menyatakan bahwa “Kemudian media baru masuk kepada era media kedua yang dimana memiliki ciri khas yaitu karena memiliki sifat interaktif yang tidak hanya mengonsumsi informasi seperti pada era media pertama” (Holmes, 2005).

Pandangan dari Fenton, banyaknya penelitian yang mengungkapkan bahwa perkembangan teknologi terutama media siber, dapat memberikan pengaruh pada jurnalisme. Penggunaan teknologi tersebut tidak hanya dari penggunaan media baru saja, tetapi dari bagaimana konten berita tersebut dimunculkan, cara jurnalis menggunakan etikanya, struktur dari ruang pemberitaan, dan publik yang menjadi khalayak.

“Penelitian sebagian besar menemukan adanya internet membawa kepada arah baru bagaimana pengumpulan dan pelaporan informasi ke ruang pemberitaan. Munculnya masyarakat baru, sumber didapatkan dari mana saja, kurangnya etika editorial, melibatkan berbagai teknik penulisan baru, dan berbagai fungsi khalayak dengan jejaring yang disebar dengan cepat, sangat berulang, bahkan hingga berulang” (Fenton, 2010).

Konsekuensinya media tradisional memerlukan ruang penyimpanan maupun durasi tayang yang terbatas, dibandingkan dengan media daring yang memberikan keluasan yang jauh lebih banyak.

Kemunculan jurnalisme warga, salah satunya juga menjadi ciri khas bahwa warga juga dapat dilibatkan untuk melaporkan suatu peristiwa di lapangan. Secara teknologi, para media daring memberikan cukup ruang untuk khalayak mengomentari ataupun mengkritik mengenai sebuah berita

yang di publikasikan. Komunikasi dan interaksi yang terjadi di media sosial tidak hanya dapat memberikan komentar. Media sosial cenderung menjadi ruang pribadi, dan yang uniknya ruang tersebut dapat diakses oleh pengguna lain dan menjadi peluang bagi terbentuknya suatu interaksi. konsep tersebut sama dengan apa yang di sebutkan oleh Castel sebagai *mass-self communication*.

“Ketentuan tersebut adalah bentuk baru dari komunikasi yang memanfaatkan internet sebagai media, sifat yang berjejaring sehingga dapat menyebarkan pesan dan bisa dibaca oleh orang lain, kepada yang terhubung secara langsung maupun tidak” (Castells & Manuel, 1996).

Era media interaktif ini, khalayak bisa untuk melakukan umpan balik secara langsung, bahkan khalayak pada era ini bisa menjadi konsumen sekaligus pada saat itu juga bisa menjadi produsen dari suatu informasi. Pendekatan tersebut terdapat 4 level yang dijelaskan oleh (Dijk, 2006) yaitu:

1. *Multilateral Communication*, Media interaktif dapat memunculkan kemungkinan banyak pihak.
2. Dimensi waktu dalam media interaktif juga menunjukkan bahwa interaksi antarpengguna dapat dilakukan dengan waktu yang sama maupun waktu sendiri yang bebas, tanpa menghilangkan proses dari komunikasi.
3. Dimensi Kebiasaan (Behavioral), interaksi dapat dikontrol secara leluasa oleh para pengguna.

4. Proses interaksi dapat sejalan dengan pemahaman tentang makna dan konteks yang melibatkan para pengguna yaitu dimensi mental.

Proses komunikasi media siber ini lebih efektif sesuai dengan prosedur dari penggunaannya. bukan berarti bahwa komunikasi langsung kurang efektif, tetapi dengan adanya media siber ini membuat upaya komunikasi beserta aspek dan semua hal yang ada didalamnya, menuju kepada komunikasi yang termediasi.

2.2.2.1. Fungsi Media Baru

Menurut (Herliana, 2015) telah meneliti mengenai pemanfaatan media baru, dan menghasilkan jawaban dari beberapa fungsi dibawah ini:

1. Dapat menyajikan arus informasi dengan cepat dan mudah yang bisa diakses dimanapun dan kapanpun. Sehingga memudahkan seseorang untuk mencari sesuatu tanpa harus dari tempat sumbernya.
2. Media komunikasi yang lebih efisien. Dapat berkomunikasi dengan siapapun dimanapun dan kapanpun tanpa adanya kendala jarak dan waktu., bahkan secara tidak langsung bisa bertatap muka melalui *video conference*.
3. Menjadi Media untuk transaksi jual beli. Fungsi ini memudahkan kita untuk memesan apapun yang ingin kita beli atau pun yang ingin kita jual, dengan biaya transportasi yang sangat minim.

berikut dengan pelanggan yang ingin menghubungi *customer service* bisa lebih mudah.

4. Sebagai media hiburan. Berbagai macam hiburan bisa dinikmati di media siber ini, dari mulai *visual*, *audio*, hingga interaktif dan lainnya.
5. Dapat menjadi sarana pendidikan. Pembelajaran jadi lebih praktis, dimulai dari *e-book* hingga penyampaian materi yang lebih interaktif, menarik, dan efisiensi waktu juga tenaga, karena memungkinkan proses pembelajaran dilakukan dimana saja.

Dengan fungsi-fungsi ini, media baru tidak hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga menjadi sarana untuk terhubung, berbagi, dan menunjukkan diri di budaya kontemporer ini yang semakin terkoneksi secara digital.

2.2.2.2. Jenis Media Baru

Menurut (McQuail, 2011) dalam buku yang berjudul Teori Komunikasi Massa, jenis dari media baru terbagi menjadi 5 kategori, diantaranya:

1. *Interpersonal Communication Media* (Media Komunikasi antarpribadi). Komunikasi bersifat interpersonal, maka media ini lebih personal, biasanya pembicaraan hanya dengan orang-orang terpilih sehingga menjadi lebih interaktif satu sama lainnya.

2. *Interactive Play Media* (Media Permainan Interaktif). Penggunaan media baru ini utamanya berbasis komputer dan juga video game.
3. *Information Search Media* (Media Pencarian Informasi). media informasi pencarian ini sangat luas, tetapi yang utamanya yaitu melalui internet contohnya yaitu *World Wide Web* (WWW). Media tersebut dianggap sebagai sumber data yang aktualitas, aksesibilitas, dan ukuran yang sebelumnya tidak pernah ada. Selain sangat penting bagi pencari informasi, media tersebut juga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan bagi internet itu sendiri.
4. *Collective Participatory Media* (Media Partisipasi Kolektif). Intinya media ini merupakan suatu wadah bagi masyarakat untuk saling bertukar pikiran, berbagi informasi, hingga berbagi pengalaman.
5. *Substitution of Broadcasting* (Media Substitusi Media Penyiaran). Media baru kategori terakhir yaitu sebagai substitusi media penyiaran bermaksud pada pergeseran penggunaan konvensional media penyiaran, seperti televisi dan radio, menuju media digital dan *online* yang lebih interaktif dan dapat diakses secara individu.

Dengan demikian, media baru tidak hanya merupakan sarana hiburan dan informasi, tetapi juga merupakan bagian integral dari

kehidupan modern, mempengaruhi cara kita berinteraksi, berkomunikasi, dan mengonsumsi konten dalam era digital.

2.2.2.3. Dampak Media Baru

Media baru adalah perkembangan dari jenis media yang telah ada sebelumnya. Fitur-fitur digitalnya mempermudah pengguna dalam pertukaran informasi dan kegiatan lainnya. Namun, hal ini tidak berarti bahwa tidak ada dampak negatif yang dihasilkan. Berikut adalah beberapa dampak negatif dari kehadiran media baru:

1. **Penyebaran Informasi Palsu.** Media baru dapat memungkinkan penyebaran informasi yang tidak akurat atau palsu dengan cepat. Hal ini dapat menyebabkan miskomunikasi di antara individu ataupun kelompok dan bahkan dapat mempengaruhi keputusan yang diambil oleh individu atau masyarakat.
2. **Privasi dan Keamanan Data.** Penggunaan media baru sering kali melibatkan pertukaran informasi pribadi yang sensitif.
3. **Kurangnya Interaksi Sosial Langsung.** Meskipun media baru memfasilitasi komunikasi *online*.
4. **Peningkatan Tingkat Distraksi.** Media baru dapat menyebabkan meningkatnya tingkat distraksi dan kurangnya fokus pada aktivitas penting atau interaksi interpersonal..

2.2.3 Tinjauan Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Menurut Van Dick yang dikutip oleh Nasrullah, bahwa

“Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sebagai sebuah ikatan sosial” (Dick, 2015).

Poin utamanya adalah bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi atau berbagi konten, tetapi juga sebagai wadah yang memungkinkan pengguna untuk beraktifitas bersama, berkolaborasi, dan memperkuat ikatan sosial. Dengan kata lain, media sosial menjadi lebih dari sekadar tempat berinteraksi *online*, tetapi juga sebagai medium yang mendukung dan memperkuat hubungan sosial antar pengguna.

“Media sosial adalah media berbasis Internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari user-generated content dan persepsi interaksi dengan orang lain” (Carr, 2015).

Pengguna tidak hanya konsumen, tetapi juga kontributor dalam menciptakan konten di platform tersebut. Selain itu, media sosial juga menciptakan persepsi interaksi yang memfasilitasi hubungan antarindividu

secara virtual. Dengan demikian, media sosial menjadi wadah untuk keterlibatan sosial, berbagi informasi, dan membangun jaringan dengan orang lain.

2.2.3.1. Fungsi Media Sosial

Setelah mengetahui dan memahami mengenai definisi tentang media sosial, pada bagian peneliti akan menjelaskan fungsi media sosial. Sebagai salah satu platform digital yang paling banyak digunakan saat ini, media sosial berhasil menghubungkan hampir setiap orang yang memiliki akses internet.

Namun, fungsi media sosial ternyata tidak hanya sebatas itu saja, ada banyak sekali fungsi lain yang bisa Kamu dapatkan dari media sosial. Berikut ini adalah beberapa fungsi media sosial yang dapat dirangkum dari Nandy penulis artikel Gramedia.com, diantaranya yaitu:

1. Komunikasi

Fungsi utama dari media sosial pada awalnya adalah komunikasi. Pada fase awal perkembangannya, media sosial terutama fokus pada membangun ekosistem komunikasi yang efektif bagi pengguna.

2. *Branding*

Dalam upaya melakukan *branding*, pengguna biasanya menggunakan pendekatan yang unik dan khas dalam mendesain akun media sosial mereka agar menarik perhatian pengguna lain.

Hal ini menciptakan kesan bahwa akun media sosial mirip dengan kehidupan nyata, karena setiap individu memiliki ciri khasnya sendiri.

3. Tempat Usaha

Media sosial memberikan kesempatan kepada setiap penggunanya untuk membangun bisnis secara daring atau *online*.

4. Pemasaran

Media sosial saat ini telah berhasil mengembangkan layanan yang memudahkan pelaku bisnis dalam memperkenalkan produk atau layanan mereka kepada lebih banyak konsumen. Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam meningkatkan keuntungan dan memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memenuhi kebutuhan mereka (Nandy)

2.2.3.2. Manfaat Media Sosial

Berikut ini akan dijelaskan tentang manfaat yang bisa didapatkan dari memaksimalkan penggunaan media sosial, diantaranya yaitu:

1. Sarana Belajar

Beberapa platform media sosial yang saat ini dapat Anda gunakan untuk keperluan belajar, mencakup pencarian informasi, data, dan pemahaman mengenai isu-isu terkini dalam masyarakat..

2. Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi

Untuk membuat dokumentasi, administrasi, dan integrasi. Secara dasar, aplikasi media sosial berfungsi sebagai tempat penyimpanan berbagai konten, termasuk profil, informasi, reportase, kejadian, catatan peristiwa, hingga hasil riset dan kajian.

3. Sarana perencanaan, strategi dan manajemen

Dalam kendali para ahli manajemen dan pemasaran, media sosial dapat bertransformasi menjadi salah satu alat yang digunakan untuk merancang dan melaksanakan perencanaan serta strategi mereka.

4. Sarana kontrol, evaluasi, dan pengukuran

Media sosial dapat digunakan untuk mengontrol kegiatan organisasi sambil mengevaluasi aspek-aspek mulai dari perencanaan hingga strategi.

Demikianlah pembahasan mengenai pengertian media sosial, termasuk definisi dari berbagai ahli, sejarah media sosial, fungsi-fungsi utamanya, berbagai jenis media sosial, hingga berbagai manfaat yang dapat diperoleh. Semoga informasi ini memberikan manfaat bagi Anda.

2.2.3.3. Jenis-Jenis Media Sosial

Membagikan berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka (Kaplan & Haenlein, 2019) ke dalam 6 (enam) jenis, yaitu:

1. *Collaborative Projects*, yaitu suatu media sosial yang dapat membuat konten dan dalam pembuatannya dapat diakses khalayak secara global. Kategori yang termasuk dalam *Collaborative Projects* dalam media sosial, yaitu WIKI atau Wikipedia yang sekarang sangat populer di berbagai negara. *Collaborative Projects* ini dapat dimanfaatkan untuk mendukung citra perusahaan, terlepas dari pro-kontra soal kebenaran isi materi dalam situs tersebut.
2. *Blogs and Microblogs*, yaitu aplikasi yang dapat membantu penggunanya untuk menulis secara runut dan rinci mengenai informasi, opini, pengalaman, ataupun kegiatan sehari-hari, baik dalam bentuk teks, gambar, video, ataupun gabungan dari ketiganya.
3. *Content Communities*, yaitu sebuah aplikasi yang bertujuan untuk saling berbagi dengan seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung, di mana dalam aplikasi ini user atau penggunanya dapat berbagi video, ataupun foto.
4. *Sosial Networking Sites* atau Situs Jejaring Sosial, yaitu merupakan situs yang dapat membantu seseorang atau pengguna internet membuat sebuah profil dan menghubungkannya dengan pengguna lain. Situs jejaring sosial memungkinkan penggunanya mengunggah hal-hal yang sifatnya pribadi seperti foto, video, koleksi tulisan, dan saling berhubungan secara pribadi dengan

pengguna lainnya melalui *private* pesan yang hanya bisa diakses dan diatur pemilik akun tersebut.

5. *Virtual Sosial Worlds*, yaitu aplikasi yang mensimulasi kehidupan nyata dalam internet. Aplikasi ini memungkinkan pengguna berinteraksi dalam *platform* tiga dimensi menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata. Aplikasi ini sangat membantu dalam menerapkan suatu strategi pemasaran atau penyampaian informasi secara interaktif serta menarik (Andreas & Michael, 2010).

2.2.4. Tinjauan Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video. Instagram juga memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial lainnya. Instagram memiliki banyak sekali pengguna di seluruh dunia. Instagram berasal dari kata instan dan telegram. Kata instan atau insta adalah kata dari sebuah kamera polaroid yang sangat terkenal pada zaman dahulu. Kamera itu juga dinamai dengan kamera instan. Adapun kata telegram merujuk pada sebuah alat yang bekerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Maka dari itu Instagram menghadirkan sebuah layanan media sosial yang sangat instan bagi penggunanya. Instagram dapat menampilkan foto-foto secara instan seperti polaroid dalam tampilannya.

2.2.4.1 Tujuan dan Manfaat Instagram

Perubahan dan kemajuan Instagram dari waktu ke waktu memberikan dampak yang signifikan dalam kehidupan. Sosial media seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat interaksi dan komunikasi, tempat berbagi foto dan video, tetapi memiliki peran yang lebih luas. Instagram telah menjadi platform yang memiliki pengaruh besar terhadap berbagai kalangan.

Meskipun pada masa lalu Instagram mungkin hanya dianggap sebagai sarana interaksi sosial karena jumlah pengguna *smartphone* terbatas dan pengetahuan terbatas, namun saat ini, Instagram telah berkembang menjadi media yang mencakup hiburan, pendidikan, sumber inspirasi, bahkan kegiatan bisnis. Beberapa aspek berikut mungkin dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang peran Instagram saat ini dan potensinya di masa mendatang. Berikut adalah penjelasan Rudi Dian Arifin tahun 2023 melalui Artikel mengenai Instagram:

1. Saling interaksi antar anggota

Seperti halnya platform media sosial lainnya, Instagram memiliki fungsi dan tujuan pokok untuk memfasilitasi interaksi antar pengguna, termasuk berbagi foto dan video, mengirim pesan langsung, memberikan komentar, dan lainnya. Mark Zuckerberg, sebagai pendiri Facebook yang merupakan induk

dari Instagram, mengusung moto "*Bringing the World Closer Together.*"

Hal ini mencerminkan peran krusial Instagram dalam memfasilitasi interaksi antar individu. Selain itu, Instagram secara terus-menerus memperkenalkan fitur-fitur inovatif seperti Instagram Live, IGTV, Instagram Story, Instagram Reels, Filter, dan sebagainya, yang bertujuan memanjakan penggunanya.

2. Sebagai media hiburan

Pengguna Instagram dapat menikmati berbagai hiburan yang seru dan menghibur. Instagram telah mengalami transformasi menjadi platform hiburan yang menyesuaikan diri dengan dinamika perkembangan dan perubahan dalam kehidupan sosial saat ini. Akun-akun yang menyajikan meme, komik, lelucon, hingga animator dapat ditemukan dengan melimpah di Instagram. Bahkan, perusahaan media digital, stasiun televisi, dan bahkan para artis telah memanfaatkan Instagram sebagai wadah untuk memberikan hiburan dan meningkatkan popularitas mereka.

3. Mencari inspirasi dan ide kreatif

Selain sebagai sarana hiburan, pengguna juga dapat menemukan berbagai ide kreatif dan inspiratif yang dapat meningkatkan produktivitas atau memenuhi kebutuhan lainnya. Misalnya, jika Anda mencari ide segar terkait dekorasi rumah atau ruangan,

Instagram menyediakan berbagai contoh yang dapat dijadikan referensi. Tidak hanya itu, informasi terkait pengaturan komputer, desain grafis, editing video, pembuatan konten Instagram, dan topik menarik lainnya dapat dengan mudah ditemukan melalui penjelajahan di Instagram.

4. *Bisnis Online*

Peningkatan jumlah pengguna Instagram dari tahun ke tahun memberikan peluang baru dalam bisnis *online*. Pemanfaatan Facebook Ads yang terintegrasi dengan Instagram menjadi strategi inovatif bagi pemasar internet dalam menjual produk dengan cepat dan efisien. Jangan heran jika Anda melihat iklan di Instagram yang sesuai dengan preferensi dan minat.

Instagram memanfaatkan data pengguna, termasuk jenis konten yang dilihat dan disukai serta lokasi yang pernah dikunjungi. Dengan segala data ini, penargetan dapat dilakukan dengan sangat akurat, menggoda pengguna untuk melihat iklan dan membangkitkan minat mereka untuk melakukan pembelian.

Berikutnya adalah tujuan dan pemanfaatan instagram menurut Hafid Fikri tahun 2019 dari artikel di media Kompasiana yang menyatakan bahwa “Instagram juga sebagai media percepatan informasi” (Fikri, 2019). penjelasan dari pernyataan tersebut yaitu saat ini, internet memainkan peran kunci dalam mendigitalisasi penggunaan teknologi sebagai sarana pengiriman pesan. Selain

melalui internet, *handphone* juga memiliki kemampuan untuk mengirimkan pesan baik secara lisan maupun tertulis. Internet menjadi salah satu pilihan utama bagi masyarakat modern sebagai sumber informasi yang paling populer, dan tidak dapat dipungkiri bahwa jaringan internet menyebar ke seluruh penjuru bumi. Internet mempermudah manusia dalam memenuhi segala kebutuhan informasi terkini dengan mudah.

Saat ini, manusia cenderung lebih sering berkomunikasi melalui internet daripada secara langsung tatap muka. Tidak dapat disangkal bahwa hal ini memberikan kemudahan bagi setiap individu untuk berinteraksi dan berkomunikasi tanpa batas. Dengan kenyamanan ini, jutaan bahkan miliaran orang dari seluruh dunia dapat berinteraksi menggunakan internet, sehingga terbentuknya situs jejaring sosial yang bermanfaat. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang terbentuk dari simpul-simpul, yang umumnya terdiri dari individu atau organisasi yang terhubung melalui nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan sebagainya.

2.2.4.2 Fitur-Fitur Instagram

1. *Home Page Home page* : adalah halaman utama yang menampilkan *timeline* foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat scroll mouse di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna

mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

2. *Comments* : Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto-foto yang ada di Instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol send.
3. *Explore* : Explore merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam explore feed.
4. *Profil* : Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.
5. *News Feed News feed* : Merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. News feed memiliki dua jenis tab yaitu “Following” dan “News”. Tab “following” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “news”

menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

6. *Judul* : Judul atau caption foto bersifat untuk memperkuat karakter atau pesan yang ingin disampaikan pada pengguna tersebut.
7. *Hashtag* : *Hashtag* adalah symbol bertanda pagar (#), fitur pagar ini sangatlah penting karena sangat memudahkan pengguna untuk menemukan foto-foto di Instagram dengan *hashtag* tertentu.
8. *Lokasi* Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna pengambilannya. Meski Instagram disebut layanan photo sharing, tetapi Instagram juga merupakan jejaring sosial. Karena pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna.
9. *Follow* : *Follow* adalah pengikut, dari pengguna Instagram pengguna satu agar mengikuti atau berteman dengan pengguna lain yang menggunakan Instagram.
10. *Like* : *Like* adalah suatu ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar ataupun foto pada Instagram, dengan cara menekan tombol like dibagian bawah *caption* yang bersebelahan dengan komentar. Kedua, dengan double tap (mengetuk dua kali) pada foto yang disukai.

11. *Mentions* Fitur ini adalah untuk menambah pengguna lain, caranya dengan menambah tanda arroba (@) dan memasukan akun instagram dari pengguna tersebut

2.2.5. Tinjauan Jurnalisme

Pada Buku *Jurnalistik Teori dan Praktik* dikutip bahwa yang dikutip oleh Hikmat dan Purnama, (McDougall, 2006) mengatakan bahwa jurnalisme merupakan suatu kegiatan yang dimana fakta untuk dicari, berita untuk dihimpun, dan peristiwa untuk dilaporkan. Banyak yang menggunakan definisi serupa dengan McDougall, karena dalam sejarahnya jurnalisme memang muncul dari suatu catatan harian yang menjadi informasi yang dibentuk menjadi serangkaian kabar untuk kebutuhan khalayak.

Jurnalistik atau jurnalisme berasal dari kata *journal* dengan bahasa Perancis yang artinya catatan harian, sedangkan *istik* dari kata *estetika* yang mempunyai arti sebagai ilmu yang berasal ilmu pengetahuan tentang keindahan. Jurnalisme atau jurnalistik tidak ada perbedaan secara signifikan, istilahnya jurnalistik itu adalah kata sifat dari jurnalisme.

2.2.5.1. Sejarah Jurnalisme

Istilah munculnya kata jurnalistik pertama kali yaitu pada masa pemerintahan Julius Caesar (100-22SM) di Romawi Kuno. Dijelaskan oleh (Nurudin, *Jurnalisme Masa Kini*, 2009) dalam bukunya yang berjudul *Jurnalisme Masa Kini* mengenai sejarah jurnalisme bahwa

pada saat zaman tersebut sebagai seorang pemimpin, Caesar menyadari bahwa sebisa mungkin semua keputusan yang diambilnya bisa diketahui oleh semua masyarakatnya, dengan begitu pengumuman tentang kenegaraan juga harus diketahui oleh rakyatnya.

Caesar menyadari bahwa jumlah rakyatnya sudah semakin banyak, maka pengumuman yang dilakukan secara individu-individu tidak mencukupi lagi. Mengetahui bahwa proses penyebaran tersebut semakin melemah, maka para pejabat pada pemerintahan zaman romawi menuliskan segala kejadiannya di atas papan yang disimpan di depan rumahnya. Papan tersebut menjadi sebuah media pemberitaan, yang boleh dibaca dan dikutip oleh semua orang yang melihatnya lalu disampaikan kepada orang lain.

Selanjutnya lama-kelamaan muncullah usaha swasta yang mengurus penyebaran informasi tersebut. Kegiatan catat-mencatat informasi yang dilakukan usaha swasta tersebut kemudian dianggap sebagai cikal bakal munculnya dari istilah jurnalistik.

2.2.5.2. Ruang Lingkup Jurnalisme

Masih dalam buku yang sama, (Nurudin, Ruang Lingkup Jurnalisme, 2009) mengungkapkan beberapa ruang lingkup pada jurnalisme diantaranya:

1. Jurnalisme Cetak. Jurnalisme ini dapat dibagi menjadi dua yang berkaitan dengan media cetak yakni surat kabar dan majalah.

2. Jurnalisme Siaran. Jurnalisme ini banyak yang tertuju terhadap pemebritaan televisi dan radio.
3. Jurnalisme *Online*. Penemuan WWW (*world web wide*) membuat perubahan yang besar di bidang jurnalisme dengan hadirnya jurnalisme *online*. Sekarang semua bisa kita cari dan lihat di internet bahkan data yang beberapa tahun lalu pun pasti ada rekam jejaknya.

Media cetak dan elektronik sekarang dianggap mempunyai kekurangan, sehingga untuk mengatasinya mereka juga memanfaatkan internet sebagai media penyebaran beritanya. Perkembangan digitalisasi ini akan menjadi tantangan bagi jurnalisme tradisional dalam memproduksi berita dan kemampuan menyebarkan secara cepat.

2.2.5.3. Jenis-Jenis Jurnalisme

1. Jurnalisme Warga Negara. Fenomena aktual ini berkaitan dengan proses aktifitas blog yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok. Munculnya aktivitas tersebut yang sering dilakukan oleh orang-orang yang bisa disebut sebagai jurnalisme warga negara dan memunculkan pro dan kontra. Pihak kontra memandang bahwa itu hanyalah sebuah aktivitas seperti layaknya seseorang menulis buku dan hanya medianya saja yang berbeda yaitu memakai internet. Namun tidak bisa dipungkiri juga jika kita sepakat bahwa jurnalisme ini menginformasikan suatu kejadian

kepada masyarakat, maka jurnalisme warga juga masuk kedalam ranah jurnalisme dengan ada atau tanpa adanya sistem kewartawanan.

2. Jurnalisme Presisi. Jurnalisme ini bisa disebut juga sebagai aplikasi ilmu sosial dalam dunia jurnalistik. Istilah lainnya, merupakan kegiatan jurnalistik yang menerapkan ketepatan informasi dengan menggunakan ilmu sosial dalam proses kerjanya.
3. Jurnalisme Kuning. Pemberitaannya yang bombastis dan sensasional serta pembuatan judul yang dapat menarik perhatian publik merupakan jurnalisme kuning. Tujuannya hanya satu yaitu untuk membuat masyarakat tertarik.

2.2.6. Tinjauan Jurnalisme Warga

Perkembangan teknologi komunikasi, dengan sendirinya membuat definisi jurnalisme juga berkembang. setelah adanya internet, jurnalisme juga mengalami perubahan pada definisinya. Awalnya jurnalisme dilekatkan kepada orang yang bekerja di media cetak, kini sudah berubah dengan munculnya jurnalisme warga (*citizen journalism*).

Munculnya fenomena *Citizen Journalism* di masyarakat Indonesia merupakan hal yang menarik untuk diperhatikan. Di tengah pesatnya pertumbuhan media utama, terlihat adanya genre jurnalisme alternatif yang didasarkan pada kemandirian. Aktivitas menulis berita secara mandiri dapat dikembangkan secara produktif. Setiap individu yang

memiliki akses ke internet dapat berbagi berita dan menciptakan konten yang memperkaya dinamika jurnalisme saat ini. Fenomena ini dikenal sebagai *Citizen Journalism*, jurnalisme warga, atau juga dikenal sebagai jurnalisme publik.

Citizen Journalism cenderung lebih netral dalam melaporkan peristiwa. Meskipun kualitas penulisan mungkin di bawah standar media berita konvensional, tetapi dapat menjadi alternatif yang menyegarkan bagi kejenuhan publik terhadap berita-berita populer dari media mainstream yang seringkali bersifat politis, tendensius, dan berlebihan. Media alternatif ini memiliki berbagai nama, seperti *civil* media, *community* media, alternatif media, *grassroots* media, dan *participatory* media. Bagi warga yang merasa jenuh dengan propaganda politik di media *mainstream*, kehadiran genre media alternatif seperti ini dapat memberikan hiburan. Semangat *Citizen Journalism* sebagai media alternatif ini sejalan dengan semboyan demokrasi: berasal dari warga, oleh warga, untuk warga. Dengan konstelasi ini, terbuka peluang partisipasi warga secara luas.

Dengan nama *Citizen Journalism* yang diterjemahkan menjadi jurnalisme warga atau jurnalis warga, setiap individu memiliki potensi untuk menjadi jurnalis yang menyampaikan informasi terbaru sesuai dengan kepastian masing-masing. Pemahaman kontekstual ini dapat membawa pada situasi yang baru. Tidak diragukan lagi, dengan semakin mudahnya akses internet, setiap warga dapat berperan sebagai wartawan

bagi sesama warganya atau menjadi pencipta konten kreatif dalam bentuk *'self-generated content'* atau membuat content di platform sendiri. Peran warga dapat menjadi lebih kuat, menciptakan fenomena publik yang semakin aktif. Dampak positifnya adalah media dapat berfungsi sebagai agen produksi budaya yang sesuai dengan kekayaan budaya asli suatu daerah.

Perkembangan internet telah mendorong evolusi media ke tingkat yang lebih tinggi. Berita reguler yang sebelumnya muncul secara terjadwal di surat kabar, majalah, termasuk tabloid, tanpa disadari telah mengalami pergeseran dengan munculnya berita 'cepat' di internet yang terus diperbarui setiap menit. Dalam konteks ini, menurut penulis, salah satu aspek menarik yang perlu dicermati adalah fenomena munculnya wacana alternatif yang dapat disebut sebagai *Citizen Journalism*.

Citizen Journalism juga merupakan konsep yang berbasis pada aktivitas individu biasa dalam memproduksi berita dan informasi. Rappaport dan Leith menekankan bahwa *Citizen Journalism* memberikan peluang besar bagi siapa pun untuk terlibat dalam proses pengumpulan dan penyiaran berita. Mereka berpendapat bahwa *Citizen Journalism* memberi suara kepada mereka yang sebelumnya 'tak bersuara' untuk menyampaikan pendapat dan mendapatkan akses untuk menyebarkan serta menerima informasi. Lebih lanjut, seseorang tidak hanya mampu melaporkan fakta, tetapi juga dapat mengekspresikan pengalaman dan emosi. *Citizen Journalism* didefinisikan sebagai aktivitas individu dalam mengumpulkan,

melaporkan, menyortir, menganalisis, dan menyebarkan berita dan informasi.

2.2.6.1. Karakteristik Jurnalisme Warga

(Widodo, *Citizen journalism and media pluralism in indonesia*, 2011) menyatakan bahwa karakteristik penting lainnya dari *citizen journal*

1. *Citizen journalism* membuat berita, reportase, analisis berita, komentar dan opini yang di perbaharui secara regular dengan menyediakan tautan dimana pembaca dapat memposting komentar.
2. Berita yang dibuat oleh warga diterbitkan sebagai berita transparan yang mengikuti nilai-nilai jurnalistik.
3. Pendekatan yang digunakan tidak formal akan tetapi bukan personal.
4. *Citizen journalism* dilakukan pada waktu senggang baik oleh professional atau warga masyarakat biasa.
5. *Citizen journalism* mempunyai editor dan fokus pada topik dasar, sebagai tambahan terhadap materi yang ditulis oleh warga yang telah disaring secara *flexible*.
6. Batasan antara lama dan baru tidak terlalu tajam.
7. Pengguna bersandarkan pada perspektif mereka sendiri (subjektif) dalam membuat artikel.

Berdasarkan pendapat Widodo di atas, dapat disimpulkan bahwa pada kegiatan *Citizen journalism*, walaupun penulis merupakan warga masyarakat biasa yang mungkin tidak memiliki keterampilan jurnalistik, tetapi tulisan yang di siarkan tetap melalui proses penyaringan dan editing

2.2.6.2. Bentuk-Bentuk Jurnalisme Warga

Tulisan tentang *Online Journalism Review* karya (Lasica, 2009) mengategorikan media jurnalisme warga ke dalam beberapa bentuk diantaranya:

1. Partisipasi audiens. Audiens berpartisipasi melalui komentar pada halaman blog atau postingan pribadi yang dilampirkan untuk mengomentari foto, video, kisah hidup, berita, maupun yang di posting oleh suatau komunitas.
2. Berita mandiri atau independen dan informasi yang dituliskan menggunakan internet di dalam website.
3. Partisipasi di surat kabar daring. Partisipasi tersebut dilakukan dalam kolom komentar suatu berita yang dibuat oleh media surat kabar daring tertentu.
4. Tulisan dalam milis ataupun email. Tulisan dalam email bisa dianggap sebagai bagian dari karya *citizen journalism* jika isinya merupakan laporan atau komentar yang memberikan informasi tentang suatu peristiwa atau topik tertentu, terutama

jika informasi tersebut bersifat aktual dan relevan bagi masyarakat umum.

5. situs pemancar pribadi. Situs pemancar pribadi adalah situs web atau platform *online* yang dimiliki dan dioperasikan oleh individu atau kelompok kecil sebagai media untuk menyampaikan informasi, pandangan, atau konten kepada audiens mereka.

2.2.6.3. Tipe Jurnalisme Warga

Terdapat pendapat lain terkait dengan tipe jurnalis warga.

1. Citizen Journalism Media Online

Jurnalis warga dengan tipe media *online* merupakan jurnalis warga yang secara aktif menggunakan media *online* sebagai media untuk mempublikasikan karya jurnalistiknya. Tipe jurnalis warga ini banyak bermunculan di Indonesia. Hal ini disebabkan penggunaan media *online* ini sebagai media jurnalisme warga tidak dikenakan biaya. Terdapat beberapa jenis media *online* yang banyak digunakan dalam praktik jurnalisme warga, salah satunya yaitu melalui media social.

2. Citizen Journalism Radio

Meskipun jumlah pendengarnya mengalami penurunan signifikan seiring munculnya media internet, namun radio masih menjadi salah satu jenis media yang berpengaruh dan masih diminati, utamanya oleh segmen-segmen pendengar

tertentu. Radio memiliki ciri khas tersendiri, terutama dalam hal format audio yang digunakannya.

3. *Citizen Journalism* Media Cetak

Secara umum, media cetak merupakan segala bentuk komunikasi tertulis atau gambar yang dihasilkan secara mekanis dengan menggunakan metode pencetakan manual atau digital yang menghasilkan cetakan dalam jumlah banyak. Media cetak muncul dalam berbagai bentuk, seperti surat kabar, majalah, maupun pamflet atau poster. Dalam praktik *citizen journalism*, media cetak yang banyak digunakan adalah surat kabar sebagai media publikasi berita yang dibuatnya.

4. *Citizen Journalism* Televisi

Televisi sebagai media yang banyak dianggap memiliki kekuatan terbesar dalam mempengaruhi audiens, memiliki kontribusi krusial dalam konteks penyebaran informasi. Kelebihan dalam hal penggabungan unsur video dan audio menjadikan televisi sebagai kekuatan besar dalam bidang jurnalistik.

2.2.6.4. Tantangan Jurnalisme warga

Munculnya permasalahan pro dan kontra terhadap Jurnalisme warga negara ini, dengan begitu menimbulkan beberapa tantangan yang harus dikemukakan menurut (Tranggono, 2015) sebagai berikut:

1. Masalah Profesionalisme. Seorang jurnalis adalah seseorang yang bekerja sesuai dengan profesinya yaitu bertugas mencari, mengolah, dan menyiarkan informasi dan mendapatkan upah gaji. sedangkan banyak masyarakat biasa yang hanya sekedar menyalurkan hobi karena tidak digaji.
2. Jurnalis merupakan orang yang terlatih. Seorang jurnalis itu memerlukan keahlian tertentu. Bukan hanya sekedar menulis, tetapi menulis berita itu ada aturan dan caranya sehingga tidak ditulis sembarangan.
3. Jurnalis terikat oleh sistem. Jurnalis pada umumnya terikat dengan suatu sistem media massa, yang dimana media tersebut terikat oleh sebuah sistem aturan undang-undang, dan sistem aturan tersebut tunduk terhadap sistem politik. Jadi jurnalistik harus mengikut kode etik jurnalistik, Jurnalisme warga tidak terikat oleh suatu sistem, maka dengan begitu mereka juga tidak terikat dengan peraturan kode etik jurnalistik, karena situs tersebut milik pribadi.
4. Jurnalis bukan anonim. *Citizen journalism* berarti seseorang tersebut harus berwaga negara secara legal, sedangkan banyak warga imigran atau warga asing yang melakukan aktivitas jurnalis dan tidak diketahui identitasnya. Sementara itu orang yang bekerja disuatu media yang disebut wartawan harus mempunyai bukti legal bahwa ia sebagai wartawan. Bukti

tersebut berupa kartu tanda penduduk, kartu karyawan media ataupun kartu pers, sehingga tidak bisa disebut sebagai wartawan gadungan atau biasa disebut dengan Wartawan Tanpa Surat Kabar (WTS).

5. Pentingnya kualitas isi. Penulisan berita yang dilakukan oleh jurnalis tidak bisa sembarangan, tetapi harus mengikut suatu atauran agar tulisan tersebut berkualitas. Kualitas jurnalis itu sangat beragam, oleh sebab itu dibutuhkan seorang editor yang bertugas mengemas suatu karya jurnalis jadi lebih mudah dipahami. Jurnalisme warga bisa menulis apa saja dengan cara apapun, karena tulisan di blog tidak ada aturan harus berkualitas.
6. Jurnalis terikat hukum. Jurnalis sangat terikat dengan apabila melanggar karena identitas dan peraturannya jelas. Jika penulis blog melakukan kesalahan dan ada yang melaporkan kepihak yang berwajib, maka banyak pertimbangan yang harus dilakukan, apalagi jika penulis tersebut anonim.

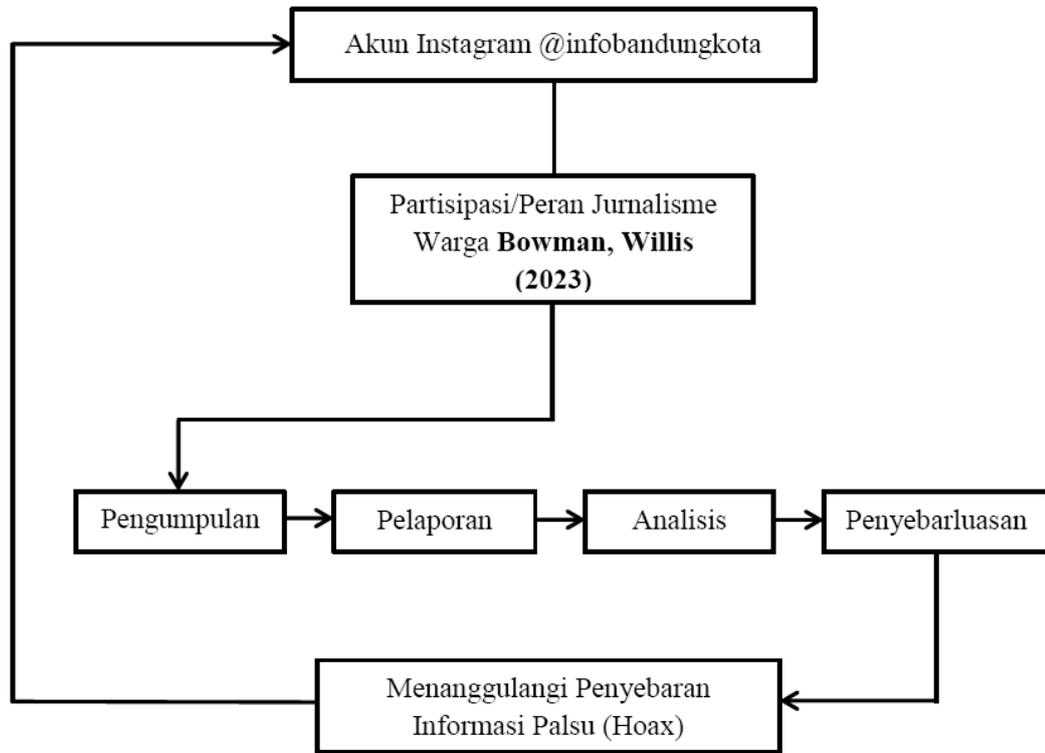
2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana suatu teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Menurut (Sugiyono, 2013) memaparkan bahwa kerangka berpikir yang baik yaitu akan menjelaskan secara teoritis mengenai hubungan antar variabel independent dan dependen.

Dalam buku yang berjudul “*Citizen Journalism : Teori, Praktik dan model Literasi*” (Bowman & Willis, 2023) mendefinisikan *citizen journalism* sebagai Tindakan warga negara yang berperan aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisis, dan penyebarluasan berita dan informasi. Dengan begitu berikut adalah bagaimana penjelasan peran dari beberapa bagian:

1. **Pengumpulan:** Jurnalis disini harus melakukan riset mendalam untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan. Aktivitas tersebut dapat melalui wawancara, pengamatan, dan penelitian secara menyeluruh mengenai informasi tersebut. Disini peneliti akan mengetahui bagaimana informasi itu di kumpulkan oleh jurnalis warga @infobandungkota agar mendapatkan informasi secara akurat dan dari hasil wawancara yang terkait dengan informasi yang akan di beritakan.
2. **Pelaporan:** Setelah informasi dikumpulkan, jurnalis warga juga harus melaporkan kejadian tersebut kepada pihak @infobandungkota untuk bisa susun dengan menulis dan mengedit berita tersebut dengan memperhatikan kejelasan, objektivitas, dan integritas informasi. Tidak lupa juga gaya penulisan disesuaikan dengan audiens dan konteksnya. Berita harus disajikan dengan bahasa yang mudah dimengerti dan sesuai dengan norma jurnalistik. Pada tahap ini peneliti akan melakukan observasi bagaimana informasi yang sudah diperoleh jurnalis warga dan dilaporkan kepada pihak @infobandungkota untuk diolah dengan ciri khas gaya penulisan yang bisa menarik audiens untuk membacanya.

3. **Analisis:** Sebelum menyebarkan berita, jurnalis warga harus memverifikasi kebenaran informasi dan untuk menghindari penyebaran informasi palsu atau tidak akurat. Jurnalis juga perlu menyediakan konteks atau sudut pandang yang diperlukan agar pembaca dapat memahami implikasi dari berita tersebut. Hal tersebut adalah tahapan yang sangat penting pada penelitian ini, karena kunci dari publikasi yang akurat adalah dengan tidak menyebarkan informasi yang palsu atau yang tidak jelas asal mulanya.
4. **Penyebarluasan:** Berita dapat disebarkan melalui berbagai platform media, termasuk cetak, siaran, dan media *online*. Pilihan platform disesuaikan dengan target audiens dan sifat berita. Penggunaan media sosial menjadi semakin penting untuk menyebarkan berita. Jurnalis harus memanfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, dan lainnya untuk mencapai audiens yang lebih luas. Pada tahap akhir ini, peneliti melakukan observasi non Partisipant melalui media sosial instagram @infobandungkota yang dimana informasi yang telah diolah tersebut di publikasikan melalui media yang sesuai fokus pada penelitian ini.

Gambar 2.1 Alur Berpikir Peneliti

(Sumber: Peneliti, 2024)