BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perjalananya, pers memiliki berbagai macam fungsi. Pers bukan hanya sebagai sarana untuk menyiarkan atau menginformasikan produk jurnalistik saja. Pers juga memiliki fungsi-fungsi lain. Seperti yang dikatakan oleh Effendy dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi bahwa:

> Pada Zaman modern seperti sekarang ini, jurnalistik tidak hanya mengelola berita saja, tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu fungsinya bukan lagi menyiarkan informasi, tetapi juga mendidik, menghibur dan mempengaruhi agar khalayak melakukan kegiatan tertentu. (Effendy,2003:93)

Oleh karena itu, dengan maraknya perkembangan dalam dunia pers (media cetak), suatu lembaga pers harus memiliki faktor yang dapat membedakan dengan pers yang lainnya. Dengan daya saing bisnis media cetak pada saat sekarang ini, para aktivis pers dituntut untuk memiliki kreativitas agar produk yang dihasilkannya memiliki daya tarik lebih dibandingkan dengan media- media cetak yang menjadi saingannya.

Definisi pada dimensi produk merupakan upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk atau apa yang dihasilkan oleh individu baik sesuatu yang baru atau sebuah elaborasi (penggabungan) yang inovatif.

Baron, 1976 dalam Reni Akbar-Hawardi dkk, 2001, yang dikutip http://wartawarga.gunadarma.ac.id, menyebutkan, "*Creativity is the ability to bring something new into existence*" (Kreativitas adalah kemampuan untuk membawa sesuatu yang baru dalam kehidupan).

Definisi yang berfokus pada produk kreatif menekankan pada orisinalitas, seperti yang dikemukakan oleh Baron (1969) yang menyatakan bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang baru. Begitu pula menurut Haefele (1962) dalam Munandar, 1999, yang dikutip http://wartawarga.gunadarma.ac.id, menyatakan, Kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna sosial[1].

Merujuk dua definisi ini maka kreativitas tidak hanya membuat sesuatu yang baru tetapi mungkin saja kombinasi dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya. Dari berbagai pengertian yang dikemukakan oleh para ahli untuk menjelaskan makna dari kreativitas yang dikaji dari empat dimensi yang memberikan definisi saling melengkapi. Untuk itu kita dapat membuat berbagai kesimpulan mengenai definisi tentang kreativitas dengan acuan beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli. Dari beberapa uraian mengenai definisi kreativitas yang dikemukakan diatas peneliti menyimpulkan bahwa, Kreativitas adalah proses konstruksi ide yang orisinil (asli), bermanfaat, variatif (bernilai seni) dan inovatif (berbeda dan lebih baik).

1. http://wartawarga.gunadarma.ac.id, 29 April 2010

Berbagai macam media cetak yang berkembang di Jawa Barat, HU Pikiran Rakyat menjadi salah satu media cetak yang populer. Hal tersebut sesuai dengan misi HU Pikiran Rakyat, yang diupayakan agar menjadi tuan rumah yang dominan di daerahnya sendiri, di Jawa Barat yang memang memiliki potensi sangat besar untuk menunjang eksistensi dan penumbuhkembangan surat kabar.

Melihat dari segi kreativitas, HU Pikiran Rakyat meluncurkan rubrik *Photography on the Move* sebagai sarana *citizen journalism*, yang merupakan wadah bagi para peminat fotografi dan diperuntukan bagi berbagai kalangan masyarakat peminat fotografi. Rubrik *Photography on the Move*, adalah rubrik yang menampilkan foto-foto terpilih dari hasil jepretan para pesertanya. Foto-foto yang dimuat merupakan hasil seleksi (kurasi) dari berbagai macam unsur pegiat foto, seperti komunitas fotografi, badan usaha yang bergerak dibidang fotografi dan, tentunya redaktur foto HU Pikiran Rakyat. Namun, dalam perkembangannya saat ini, kurasi hanya dilakukan oleh redaktur foto HU Pikiran Rakyat dan pegiat komunitas fotografi saja. Dalam rubrik ini, foto ditentukan berdasarkan tema yang telah ditentukan oleh redaktur foto, tema-tema yang diambil biasanya berjenis *daily life photo*, *art and culture photo* dan *social and environtment*. *Daily life photo*, adalah foto tentang kehidupan sehari-hari manusia dipandang dari segi kemanusiawiannya (*human interest*), *art and culture photo*, adalah foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya,

sedangkan *social and environtment photo*, adalah foto-foto tentang kehidupan sosial masyarakat serta lingkungan hidupnya.

Rubrik *Photography on the Move*, muncul dari ide berbagai unsur yang bergerak dibidang foto, seperti, redaktur foto HU Pikiran Rakyat, badan usaha yang bergerak dibidang fotografi dan komunitas fotografi. Namun, pemuatan foto hasil karya masyarakat di rubrik tersebut, merupakan kreativitas redaktur foto HU Pikiran Rakyat, karena redaktur HU Pikiran Rakyat sebagai perwakilan dari media, memberikan sarana kepada masyarakat peminat fotografi yang berniat untuk memublikasikan hasil karyanya. Tujuan program ini adalah mendokumentasikan kota dengan segala aktivitas pergerakkannya sebagai salah satu cermin perkembangan bangsa dan juga membangun sebuah gerakan moral dari masyarakat yang peduli akan kota dengan segala permasalahannya, dan tentunya sebagai sarana edukasi fotografi berupa kompetisi foto bagi masyarakat umum.

Gambar 1.1

Rubrik *Photography on the Move*



Sumber : HU Pikiran Rakyat, edisi Minggu, 28 Maret 2010

Unsur redaktur adalah penting dalam proses pelemparan berita. Tiap skema rencana dalam pelemparan reportase ada antara lain dalam keputusan redaktur. Apalagi di jenis pers harian. Ini merupakan satu pemindai (penyaring) bagaimana kelangsungan sebuah koran harian mengangkat dan menenggelamkan fakta berita masyarakat. Yang dimaksud dengan redaktur (*editor*) adalah petugas yang bertanggung jawab terhadap isi halaman surat kabar. Itu sebabnya, ada sebutan redaktur halaman atau redatur bidang. Keduannya sama saja karena yang membedakan hanya sebutannya saja. Tugas redaktur adalah menerima bahan berita, koreponden atau bahkan *press release* dari lembaga, organisasi, instansi pemerintah atau perusahaan swasta. Dengan adanya foto *citizen journalism*, kerja dari redaktur akan bertambah, kini tugas redaktur, khususnya redaktur foto HU Pikiran Rakyat harus menyeleksi hasil foto sesuai dengan kualitas dan kelayakan foto untuk diterbitkan, atau dalam dunia fotografi, biasa disebut dengan kurasi. Syarat dari foto jurnalistik, bukan hanya mengandung berita dan secara fotografi bagus (fotografis), foto pun harus mencerminkan etika atau norma hukum, baik dari segi pembuatannya maupun penyiarannya.

Sebagai institusi sosial HU Pikiran Rakyat dilahirkan untuk berkiprah dan berperan serta dalam pembangunan bangsa dan negara, khususnya di Jawa Barat. Dengan kata lain, HU Pikiran Rakyat ikut berperan terhadap pengembangan masyarakat agar lebih memerhatikan

kehidupan dan lingkungan sekitar melalui foto, serta ikut serta dalam mengembangkan minat masyarakat dalam hal fotografi.

Pada intinya foto kewartawanan, foto jurnalistik, dan foto berita lain adalah sama. Semua berhubungan dengan berita foto. Kalaupun ada perbedaan, hanya masalah disiarkan atau tidak. Dengan diterbitkanya foto yang terpilih dari para peserta rubrik *Photography on the Move*, otomatis foto tersebut merupakan foto jurnalistik. Foto jurnalistik sesungguhnya juga foto berita, namun tidak harus dibuat oleh wartwan foto atau pekerja pers. Siapa pun bisa membuatnya.

Menurut Frank P. Hoy, dari Sekolah Jurnalistik dan Telekomunikasi Walter Cronkite, Universitas Arizona, pada bukunya yang berjudul "Photojournalism The Visual Approach", yang dikutip oleh Audy Mirza Alwi Dalam buku "Foto Jurnalistik", mengatakan bahwa :

> "Foto jurnalistik adalah komunikasi melalui foto (*communication photography*). Komunikasi yang dilakukan akan mengekspresikan pandangan wartawan foto terhadap suatu subjek, tetapi pesan yang disampaikan bukan merupakan ekspresi pribadi". (Alwi, 4:2008)

Untuk menjadi pewarta foto maka persyaratan yang harus diketahui antara lain yang disebutkan Rich Clarkson dari majalah National Geographic, yang menyebutkan bahwa menjadi wartawan foto bukanlah sekedar menyenangi foto yang dibuat tetapi bagaimana mengkomunikasikannya kepada orang lain.

Sementara Frank P. Hoy mengatakan untuk menjadi pewarta foto selain yang baik adalah dengan belajar membuat foto dengan teknik yang bagus dengan kesenangan dan kewajaran sebagai pemotret *snapshot* (*snapshooter*). Memotret *snapshot* dan menjadi *snapshooter* menurut Hoy merupakan tahap awal untuk menjadi pewarta foto. Tahap berikutnya adalah tahap sebagai fotografer amatir atau *advance amateur*. Setelah melewati dua tahap tersebut, kemudia fotografer memasuki tahapan yang lebih serius lagi, yaitu fotografi seni (*art photography*). Pada tahap ini, fotografer sudah mulai membuat foto dengan pandangan pribadi (*personal style*), mulai melihat dunia dengan mata artistik dengan rancangan yang sedikit abstrak dan mulai memikirkan untuk membuat *port folio* dari hasil-hasil yang dibuat.

Pewarta foto lepas majalah *Sport Illustrated dan Life*, Brian Lanker mengatakan bahwa tahapan fotografi seni sebagai latar belakang pendidikan yang bagus bagi foto jurnalistik. Pengalaman sebagai *snapshooter*, fotografer amatir, dan fotografer seni, memberikan elemen penting sebagai pewarta foto, termasuk didalamnya yaitu kebebasan, kemampuan teknis dalam memotret, rasa estetika, kekuatan, dan etika serta rasa keingintahuan.

Zaman sekarang ini, isi pemberitaan dalam media cetak, tidak selalu berisi tentang suatu berita *mainstream media* yang terbiasa terpola berdasar visi dan misi suatu media. Media cetak pun kini diperkaya dengan *Citizen journalism* (CJ) yang juga dikenal dengan kata beragam

nama lain, seperti *participatory journalism* atau *grassroot journalism* yang berarti jurnalisme orang biasa. Seseorang, tanpa memandang latar belakang pendidikan dan keahlian, dapat merencanakan, menggali, mengolah, mempresentasikan informasi, berupa tulisan, gambar, foto, tuturan (laporan lisan), video, dan lain-lain dalam *citizen journalism*.

Kovach dan Rosentiel, dalam buku "*Mengamati Fenomena Citizen Journalism*", menyebutkan :

> "Jurnalisme tidak saja memiliki kewajiban untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman yang diperlukan masyarakat, tetapi juga memberikan sebuah forum kepada masyarakat untuk membangun ikatan yang mengembangan masyarakat," nilai Kovach dan Rosentiel. (Santana, 54: 2007)

Citizen journalism memiliki pengertian yang agak berbeda. Dengan filosofi dasar yang sama yaitu memberdayakan masyarakat, *citizen journalism* lebih bertujuan untuk melibatkan warga secara langsung dalam produksi berita. Dan Gilmor, pendiri Center of Citizen Media, membuat istilah *grassroots journalism* untuk menggambarkan kerja *citizen journalism*. Ia menulis buku "We Media: Grassroots Journalism By The People, for the People". Menurutnya, kegiatan jurnalistik sekarang sangat dipengaruhi perkembangan teknologi, sehingga ia menyebutkan sebagai "*extending the news from mainstream media*" (memperluas berita dari media mainstream). Sebuah situs ensiklopedia, Wikipedia, memberikan sebuah definisi:

> *Citizen journalism, also known as "participatory journalism", is the act of citizen "playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing and disseminating news and information*. (Citizen journalism, yang juga dikenal sebagai jurnalisme partisipatif, adalah kegiatan warga dalam "memainkan peranan aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisis dan penyebaran berita dan informasi). (Wikipedia, *the Free Encyclopedia*)

Secara singkat, dapat diartikan bahwa *citizen journalism* adalah sebuah kegiatan dimana semua orang boleh menjadi reporter sekaligus *audience* dan memublikasikan informasi melalui medium tertentu. Karena yang bekerja sebagai pencari informasi adalah juga *audience*, maka kenetralan berita menjadi lebih terjamin karena mereka telah melepaskan diri dari segala macam ketergantungan yang dapat mengakibatkan kesalahan informasi. Apabila mereka memodifikasi kebenaran, maka itu sama saja dengan membohongi diri sendiri.

Tidak dapat dikatakan secara tepat kapan *citizen journalism* mulai menggeliat. Yang pasti hal itu berkembang seiring dengan perkembangan media massa yang mulai memunculkan tren partisipatif publik seperti "surat pembaca" dan "artikel opini" dalam media cetak, atau siaran interaktif langsung dengan pemirsa dalam media elektronik. Dapat dikatakan, ketika media media membuka saluran untuk publik, saat itulah khalayak tidak lagi dianggap sebagai pihak yang pasif. Terkadang, keaktifan khalayak inilah yang menjadi hal yang paling menjual dalam bisnis media massa.

Citizen journalism tidak hadir sebagai saingan, tapi sebagai alternatif yang memperkaya pilihan dan referensi. Berita tidak lagi dilihat sebagai produk yang didominasi wartawan atau institusi pers. Masyarakat biasa seharusnya masuk dalam ekosistem media sebagai unsur yang aktif berinteraksi. Dengan kata lain, *citizen journalism* menjadi pengimbang dari media-media yang selama ini melakukan pemberitaan berdasar kepentingan. Perspektif pembaca yang muncul dari suatu berita *mainstream media* yang terbiasa terpola berdasar visi dan misi suatu media, akan lebih murni di *citizen journalism* ini.

Dalam hal inilah, model komuniasi yang disinyalir Manca, dalam "*Journalism, Advocacy, and Communication Model for Democracy*" gagal menjelaskan fakta komunikasi ketidakmampuan rakyat mengirim pesan secara langsung (mencapai publik). Disebabkan oleh antara lain para penjaga gawang (*gatekeeper*) media lah yang sangat menentukan pesan-pesan mana yang akan mencapai publik dan mana yang tidak. "Kegagalan ini mengarah pada pemahaman yang tidak lengkap tentang bagaimana media massa bekerja, dan yang lebih penting, berkiprah dalam rangka mengimplementasikan nilai-nilai demokratis yang sempurna", tulis Manca.

Maka itu, Manca meminta pengubahan realitas jaringan kerja pers lama. "Para editor dan reporter harus membuka gawang bagi laporan dan opini…calon pengirim akses langsung pada media," pintanya. Para jurnalis diharapkan dapat "menyintesiskan dan mengartikulasikan" dengan

memberi fasilitas bantuan (advokasi), terlepas dari sudut pandang apapun yang dipakai mereka. (Manca, Luigi. 1989. "*Journalism, Advocacy, and Communication Model for Democracy*"). Dialihbahasakan oleh Drs. Ajat S.Hassan. Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI)

Citizen journalism dinilai sebagai bentuk partisipatif aktif masyarakat untuk menyuarakan pendapat secara lebih leluasa, lebih terstruktur, serta dapat diakses secara umum dan sekaligus menjadi rujuan alternatif.

Partisipasi aktif itu banya ragamnya sesuai dengan kemauan, kemampuan, situasi serta kondisi masyarakat dan lingkungannya. Ada contoh tiga jenis partisipasi yang sering dilakukan masyarakat, antara lain partisipasi politik, partisipasi sosial dan partisipasi informasi. Partisipasi politik, terlihat dengan aktif dalam kegiatan politik praktis, seperti ikut dalam berkampanye dalam pemilu, ikut dalam kepengurusan partai dan kegiatan partai lainnya. Partisipasi sosial, terlihat dengan aktif dalam kegiatan sosial kemanusiaan, seperti ikut pencarian korban bencana alam (banjir, longsor, gempa, dll) ikut mengumpulkan sumbangan dana, makanan dan pakaian untuk disumbangkan kepada korban bencana alam tersebut. Partisipasi informasi, terlihat dengan aktif dalam berbagai kegiatan informasi, seperti pencarian/penggalian, pengumpulan dan publikasi informasi, atau setidaknya melaporkan suatu peristiwa baik kepada pemerinth maupun kepada media massa cetak (surat kabar) maupun elektronik (televisi).

Ada yang menggembirakan dan patut dibanggakan dalam partisipasi di bidang informasi, yaitu bukan hanya sebagai bentuk peduli informasi di dalam dan di diluar lingkungannya, tetapi juga ada rasa tanggung jawab sosial dan moral, yang ditandai dengan keberanian melaporkan sesuatu peristiwa yang terjadi di daerahnya.

Sekalipun masih berskala kecil, partisipasi dalam bidang informasi bisa dinilai sudah ada peningkatan, dan kecenderungannya akan meningkat terus di masa yang akan datang. Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan dalam menilai informasi sebagai kebutuhan dan sebagai motivator dalam meningkatkan kreativitas dan dinamia masyarakat yang selanjutnya bisa mempercepat dalam pembangunan bangsa (*nation building*).

Dapat dibayangkan, betapa senangnya seseorang jika informasi yang dikirimnya ke *mainstream media*, lulus sensor dari dewan redaksi dan dimuat di media tersebut. Berpartisipasi dalam *citizen journalism* ukurannya adalah kepuasan batin, kepekaan dan kepedulian sosial. Artinya jika informasi dari kegiatan *citizen journalism* sangat dibutuhkan masyarakat, pengaruhnya bisa besar, imbalannya bisa terasa secara langsung, yaitu publisitas, kepuasan dan kesenangan batin, serta kemungkinan menjadi orang terkenal, sebagai *citizen juonalist*.

Praktik *citizen journalism*, bisa dilihat dari perspektif budaya, baik budaya lokal, nasional maupun asing. Dalam hal ini masyarakat dapat menginformasikan berapa banyak budaya lokal yang nyaris dan benar-benar sudah punah atau hidup enggan mati tak mau.

Bertolak dari pembahasan di atas, maka penelitian ini akan mencoba membahas mengenai fenomena baru dalam foto *citizen journalism* dalam rubrik *Photography On the Move*, khususnya peran kreativitas redaksi surat kabar HU Pikiran Rakyat dalam melahirkan rubrik yang berperan sebagai wadah peminat fotografi pembacanya, maka dari pemaparan diatas, peneliti merumuskan, ***Bagaimana Kreativitas Surat Kabar HU Pikiran Rakyat Dalam Meningkatkan Minat Fotografi Citizen Journalism Pembacanya Melalui Rubrik Photography On the Move*** **?**

1.2 Identifikasi Masalah

1) Bagaimana inovasi Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move* ?
2) Bagaimana manfaat Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move* ?
3) Bagaimana variasi Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move* ?
4) Bagaimana orisinalitas Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move* ?
5) Bagaimana kreativitas Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move* ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk meneliti faktor apa saja yang menjadi kreativitas Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography on the Move*.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1) Untuk mengetahui inovasi Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move*
2) Untuk mengetahui manfaat Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move*
3) Untuk mengetahui variasi Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move*
4) Untuk mengetahui orisinalitas Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move*

5) Untuk mengetahui kreativitas Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move*

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, peneliti bermaksud agar hasil penelitian ini secara teoritis dapat memberikan manfaat besar bagi keilmuan jurnalistik, yang mengkaji tentang munculnya hal yang dapat dikatakan baru, yaitu *citizen journalism* (jurnalisme partisipatif). Sehingga pada akhirnya, penelitiaan ini menyumbangkan keilmuan untuk mengembangkan teori yang berhubungan maupun yang terkait dengan masalah inovasi (hal yang baru). Selain itu pula dapat menjadi acuan dan dapat memperdalam pengetahuan dan teori mengenai informasi yang berhubungan dengan Studi Ilmu Komunikasi, khususnya jurnalistik.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Peneliti melakukan penelitian ini dengan maksud agar penelitian ini dapat dijadikan, di antaranya sebagai berikut :

– Sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya Bidang Kajian Jurnalistik. Kreasi dan inovasi suatu perusahaan media cetak, dapat menambah keberagaman variasi pemberitaan, sekaligus memberdayakan fotografi *citizen journalism* bagi masyarakat pembaca.

- Sebagai rujukan bagi mahasiswa lain untuk melakukan penelitian-penelitian selanjutnya dengan konteks Ilmu Komunikasi, khususnya fenomena yang baru berkembang akhir-akhir ini, yaitu *citizen journalism*. Sehingga hasil penelitian dapat memberikan data dan informasi tentang peran kreativitas surat kabar dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui salah satu rubrik di surat kabar.
- Sebagai bahan referensi lembaga atau perusahaan tempat peneliti melakukan penelitian. Besar harapan peneliti agar hasil penelitian ini yang berupa data dan informasi dapat menjadi bahan masukan rumusan suatu program yang dapat meningkatkan kualitas dan perhatian pembaca suatu surat kabar.

1.5 Kerangka Pemikiran

1.5.1 Kerangka Teoritis

Dalam melaksanakan penelitian ini, kiranya penulis menganggap cukup relevan dengan menggunakan teori difusi inovasi.

Diantara pemikiran para pakar adalah yang dikemukakan oleh Everett M. Rogers yang menulis buku berjudul "*Diffusion of Innovations*" dan "*Communication Technology, The New Media in Society*", serta bersama F. Floyd Shoemaker menulis buku "*Communication of Innovations*"

Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial (*the procces by which an innovations is communicated through certain channels overtime among the members of a social system*).

> "Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses dimana para pelakunya menciptakan informasi dan saling melakukan pertukaran informasi tersebut untuk mencapai pengertian bersama". (Onong Uchjana Effendy, 284:2008)

Di dalam isi pesan itu terdapat ketermasaan (*newness*) yang memberikan difusi ciri khusus yang menyangkut ketidakpastian (*uncertainty*). Ketidakpastian adalah suatu derajat dimana sejumlah alternatif dirasakannya berkaitan dengan suatu peristiwa beserta kemungkinan-kemungkinan pada alternatif tersebut. Derajat ketidakpastian oleh seseorang akan dapat dikurangi dengan jalan memeroleh informasi.

Unsur-unsur utama difusi ide adalah : (1) inovasi, (2) yang dikomunikasikan melalui saluran tertentu, (3) dalam jangka waktu tertentu, (4) diantara para anggota sistem sosial. Inovasi adalah suatu ide, karya, atau objek yang dianggap baru oleh seseorang.

Ciri-ciri inovasi yang dirasakan oleh para anggota suatu sistem sosial menentukan tingkatan adopsi. Lima ciri inovasi menurut Rogers adalah sebagai berikut (1983:35) :

a. *Relative advantage* (keuntungan relatif)
b. *Compatibility* (kesesuaian)
c. *Complexity* (kerumitan)
d. *Triability* (kemungkinan dicoba)
e. *Observability* (kemungkinan diamati)

Relative advantage adalah suatu derajat dengan mana inovasi dirasakan lebih baik daripada ide lain yang menggantikannya. Derajat keuntungan relatif tersebut dapat diukur secara ekonomis, tetapi faktor prestasi sosial, kenyamanan dan kepuasan juga merupakan unsur penting.

Compatibility adalah suatu derajat dengan mana inovasi dirasakan ajeg atau konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman dan kebutuhan mereka yang melakukan adopsi. *Complexity* adalah mutu derajat dengan mana inovasi dirasakan sukar untuk dimengerti dan dipergunakan. *Triability* adalah mutu derajat dengan mana inovasi dapat dieksperimentasikan pada landasan yang terbatas. *Observatility* adalah suatu derajat dengan mana inovasi dapat disaksikan oleh orang lain.

Mengenai saluran komunikasi sebagai sarana untuk menyebarkan inovasi, Rogers menyatakan bahwa media massa lebih efektif untuk menciptakan pengetahuan tentang inovasi, sedangkan saluran antarpribadi

lebih efetif dalam pembentukan dan percobaan sikap terhadap ide baru, jadi dalam upaya memengaruhi keputusan untuk melakukan adopsi atau menolak ide baru.

Mengenai waktu sebagai salah satu unsur utama dari difusi ide baru itu meliputi tiga hal, yakni sebagai berikut :

1) *Innovations-decision procces* (proses inovasi keputusan)
2) *Innovativeness* (keinovatifan)
3) *Innovation's rate of adoption* (tingkat inovasi dari adopsi)

Innovation decision procces adalah proses mental dimana seseorang berlalu dari pengetahuan pertama mengenai suatu inovasi ke pembentukan sikap terhadap inovasi, ke keputusan menerima atau menolak, ke pelaksanaan ide baru, dan kepeneguhan keputusan itu.

Ada lima langkah yang dikonseptualisasikan dalam proses ini, yakni :

a. *Knowledge* (pengetahuan)
b. *Persuasion* (persuasi)
c. *Decision* (keputusan)
d. *Implementasion* (pelaksanaan)
e. *Confirmation* (peneguhan)

Dalam proses inovasi keputusan ini seseorang mencari informasi dalam beberapa langkah untuk mengurangi ketidakpastian mengenai inovasi. Pada langkah pengetahuan seseorang menerima informasi yang melekat pada inovasi teknologis, dia ingin mengetahui inovasi itu dan bagaimana kerjanya. Tetapi pada langkah persuasi dan keputusan, seseorang mencari informasi tentang penilaian inovasi untuk mengurangi ketidakpastian mengenai konsekuensi yang diharapkan dari inovasi itu. Langkah keputusan membawanya ke penerimaan (adopsi), keputusan untuk memanfaatkan inovasi itu sepenuhnya, atau ke penolakan, keputusan untuk menolak inovasi tersebut.

Innovativeness adalah derajat dengan mana seseorang relatif lebih dini dalam mengadopsi ide-ide baru ketimbang anggota-anggota lain dalam suatu sistem sosial. Pengadopsi tersebut dikategorikan sebagai berikut :

1) *Innovators* (innovator)
2) *Early adopters* (pengadopsi dini)
3) *Early majority* (mayoritas dini)
4) *Late majority* (mayoritas terlambat)
5) *Laggard* (orang belakangan)

Rate of adoption adalah kecepatan relative dengan mana suatu inovasi diadopsi oleh anggota-anggota suatu sistem sosial. *Rate of adoption* atau tingkat adopsi biasanya diukur dengan waktu yang

diperlukan untuk persentase tertentu dari para anggota sistem untuk mengadopsi suatu inovasi. Yang dimaksudkan sistem sosial adalah tatanan kesatuan yang terhubungkan suatu sama lain dalam upaya pemecahan masalah dalam rangka mencapai tujuan tertentu. (Rogers, 1938:36-37)

Sedangkan definisi kreativitas, dari berbagai pengertian yang dikemukakan oleh para ahli untuk menjelaskan makna dari kreativitas yang dikaji dari empat dimensi yang memberikan definisi saling melengkapi. Untuk itu kita dapat membuat berbagai kesimpulan mengenai definisi tentang kreativitas dengan acuan beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli. Dari beberapa uraian mengenai definisi kreativitas yang dikemukakan diatas peneliti menyimpulkan bahwa, Kreativitas adalah proses konstruksi ide yang orisinil (asli), bermanfaat, variatif (bernilai seni) dan inovatif (berbeda dan lebih baik).

Munculnya kreativitas bertujuan untuk menarik minat suatu kalangan atau golongan tertentu. Situs dalam jaringan, http://qym7882.blogspot.com, menjelaskan mengenai minat, dan pengertian minat dari para ahli. Minat akan menjadi motif yang kuat untuk berhubungan secara lebih aktif dengan sesuatu yang menarik minatnya. Minat akan semakin bertambah jika disalurkan dalam suatu kegiatan. Keterikatan dengan kegiatan tersebut akan semakin menumbuh kembangkan minat. Sesuai pendapat yang dikemukakan Hurlock (1990:144), “bahwa semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan maka semakin kuatlah ia”. Minat dapat menjadi sebab terjadinya suatu

kegiatan dan hasil yang akan diperoleh. Minat adalah suatu pemusatan perhatian secara tidak sengaja yang terlahir dengan penuh kemauan, rasa ketertarikan, keinginan, dan kesenangan (Natawijaya, 1978:94).

Purnama (1994:15) menjabarkan karakteristik individu yang memiliki minat tinggi terhadap sesuatu yaitu: adanya perhatian yang besar, memiliki harapan yang tinggi, berorientasi pada keberhasilan, mempunyai kebangggaan, kesediaan untuk berusaha dan mempunyai pertimbangan yang positif. Pendapat tersebut tidak jauh berbeda dengan pendapat Slameto dalam (TomiDarmawan,2007) yang menyatakan "bahwa minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh, minat pada hakekatnya adalah penerimaan hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar dirinya, semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya"[2].

Kesimpulan dari beberapa definisi di atas tentang minat, bahwa minat merupakan suatu perhatian khusus terhadap suatu hal tertentu yang tercipta dengan penuh kemauan dan tergantung dari bakat dan lingkungannya. Minat dapat dikatakan sebagai dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.

---

2. http://qym7882.blogspot.com, 29 April 2010

1.5.2 Kerangka Konseptual

Citizen journalism tidak hadir sebagai saingan, tapi sebagai alternatif yang memperkaya pilihan dan referensi. Berita tidak lagi dilihat sebagai produk yang didominasi wartawan atau institusi pers. Masyarakat biasa seharusnya masuk dalam ekosistem media sebagai unsur yang aktif berinteraksi. Dengan kata lain, *citizen journalism* menjadi pengimbang dari media-media yang selama ini melakukan pemberitaan berdasar kepentingan. Perspektif pembaca yang muncul dari suatu berita *mainstream media* yang terbiasa terpola berdasar visi dan misi suatu media, akan lebih murni di *citizen journalism* ini.

Dari berbagi macam media cetak yang berkembang di Jawa Barat, HU Pikiran Rakyat menjadi salah satu media cetak yang populer. Kreativitas Redaksi HU pikiran Rakyat, tertuang dengan menciptakan inovasi, berupa rubrik *Photography on the Move*, sebagai sarana media *citizen journalism* dalam bentuk foto.

Sedangkan pendapat Baron dan Haefele mengenai kreativitas yang dikutip http://wartawarga.gunadarma.ac.id, mengemukakan kreativitas adalah proses konstruksi ide yang orisinil (asli), bermanfaat, variatif (bernilai seni) dan inovatif (berbeda dan lebih baik).

Pada saat sekarang ini, media yang lebih variatif mendapatkan tempat tertentu di kalangan masyarakat pembacanya. Hal tersebut dapat dicapai dengan pemunculan konstruksi ide yang orisinal dan inovatif,

bertujuan agar kreasi tersebut dapat bermanfaat bagi masyarakat pembacanya.

Akhir-akhir ini belum banyak media, khususnya media cetak, apalagi dalam bentuk foto, yang memberikan halamannya bagi pemuatan hasil kegiatan jurnalis masyrakat (*citizen journalism*). Oleh karena itu, dengan adanya rubrik *Photography on the Move*, dapat dikategorikan sebagai produk jurnalistik yang inovatif.

Kemunculan kreativitas redaksi HU Pikiran Rakyat dalam memberikan ruang bagi masyarakat untuk memublikasikan hasil kreasi dalam bentuk foto, memunculkan minat bagi pembaca HU Pikiran Rakyat yang tertarik dalam bidang fotografi. Minat merupakan dorongan yang kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Maka, dengan adanya ruang bagi masyarakat di media massa (HU Pikiran Rakyat), serta adanya minat dari pembacanya yang tertarik dalam bidang fotografi, akan tercipta lahan untuk mencapai tujuan dan cita-cita para pembacanya tersebut.

Inovasi tersebut dikomunikasikan melalui media cetak, HU Pikiran Rakyat memberikan ruang bagi masyarakat yang tertarik dalam dunia fotografi, lalu memublikasikan foto yang terpilih. Proses seleksi dilakuan oleh staff redaktur foto HU Pikiran Rakyat.

Dalam buku karangan Onong Uchjana Effendi, yang berjudul, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Rogers mendefinisikan difusi sebagai proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial (*the procces by which an innovations is communicated through certain channels overtime among the members of a social system*). Difusi adalah suatu jenis khusus komunikasi yang berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan sebagai ide baru.

1.6 Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menanyakan beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada populasi penelitian. Pertanyaannya sebagai berikut :

a) Bagaimana inovasi Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move* ?
    - Apakah Surat Kabar HU Pikiran Rakyat memperkenalkan sesuatu yang baru terhadap pembacanya melalui rubrik *Photography on the Move* ?
    - Apakah rubrik *Photography on the Move* di HU Pikiran Rakyat merupakan kombinasi dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya ?

- Apakah rubrik *Photography on the Move* di HU Pikiran Rakyat merupakan produk jurnalistik yang berbeda dari yang sebelumnya ?

b) Bagaimana manfaat Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move* ?

- Apakah rubrik *Photography on the Move* akan berguna bagi masyarakat pembaca HU Pikiran Rakyat yang berminat pada fotografi *citizen journalism* ?
- Apa keuntungan bagi masyarakat pembaca HU Pikiran Rakyat peminat fotografi *citizen journalism* dengan adanya rubrik *Photography on the Move* ?

c) Bagaimana variasi Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move* ?

- Apakah dengan adanya rubrik *Photography on the Move* di HU Pikiran Rakyat menciptakan produk jurnalistik yang bernilai seni daripada yang sebelumnya ?
- Apakah dengan adanya rubrik *Photography on the Move* di HU Pikiran Rakyat akan menciptakan keberagaman dalam bidang karya jurnalistik ?

d) Bagaimana orisinalitas Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *citizen journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move* ?

- Apakah rubrik *Photography on the Move* merupakan produk jurnalistik yang asli dari HU Pikiran Rakyat ?

1.7 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif, yaitu suatu metode yang bertujuan melukiskan secara sistematis. Seperti yang dikatakan oleh Jalaludin Rakhmat dalam buku ”Metode Penelitian Komunikasi” mengatakan.

> “Metode deskriptif, yaitu dengan cara mempelajari masalah-masalah dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi-situasi tertentu dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan fenomena secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. (Rakhmat, 2000:22)

Jalaludin Rakhmat juga mengatakan penelitian deskritif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti tetapi belum ada kerangka teoritis yang menjelaskannya (Rakhmat, 2000:25)

Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisa data

bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 9:2008)

Metode deskriftif yang peneliti lakukan yaitu, penelitian yang bertujuan untuk melihat peran kreativitas surat kabar HU Pikiran Rakyat dalam meningkatkan minat fotografi *Citizen Journalism* pembacanya melalui rubrik *Photography On the Move*.

1.8 Teknik Pengumpulan Data dan Analisa Data

1.8.1 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini dilakukan beberapa teknik untuk mengumpulkan data, seperti :

1) Wawancara, yaitu tanya jawab secara terbuka dan langsung kepada responden yang menjadi informan dalam penelitian ini. Wawancara atau *interview* adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarainya (Nazir, 234:234)
2) Studi Pustaka, yaitu mencari sumber dari literatur atau referensi lain yang relevan untuk memperoleh konsep atau teori yang diperlukan. Studi pustaka merupakan satu cara mendapatkan sumber dengan cara menemukan sumber yang tepat dari suatu spelialisasi tertentu.

3) *Internet Searching*, yaitu mencari sumber data informasi dalam jaringan dengan menggunakan teknologi internet.

1.8.2 Teknik Analisa Data

Dalam hal analisis data kualitatif, dalam buku *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* karangan Prof. Dr. Sugiyono, Bogdan menyatakan, bahwa :

> "*Data Anlysis is the procces of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnotes, and other materials that you accumulate to increase your own understanding of them and to enable you present what you have discovered to others"*. (Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain). (Sugiyono, 244:2008).

Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceriterakan kepada orang lain.

Susan Stainback, mengemukakan bahwa, "*Data analysis is critical to the qualitative research process. It is to recognition, study, and understanding of interrelationship and concept in your data that hypotheses and assertions can be developed and evaluated*". (Analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif. Analisis digunakan untuk memahami hubungan dengan konsep dalam data

sehingga hipotesis dapat dikembangkan dan dievaluasi. Spradley (1980) menyatakan bahwa, "*Analysis of any kind involve a way thinking. It refers to the systematic examination of something to determiene its parts, the relation among parts, and the relationship to the whole. Analysis is a search for patterns*". (Analisis dalam jenis penelitian apapun, adalah merupakan cara berpikir. Hal itu berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, dan hubungannya dengan keseluruhan. Analisis adalah untuk mencari pola.

Berdasarkan hal tersebut di atas, dapat dikemukakan disini bahwa, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Bila berdasarkan data yang dapat dikumpulkan secara berulang-ulang dengan teknik triangulasi,

ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori.

1.9 Subyek dan Informan Penelitian

1.9.1 Subyek Penelitan

Pada penelitian ini, peneliti menarik redaktur foto HU Pikiran Rakyat, Bapak Dudi Sugandi, dan pegiat komunitas fotografi, Bapak Galih Sedayu sebagai sampel informan. Hal tersebut berdasarkan dari kredibilitas beliau sebagai tim kurasi (penyeleksi) foto-foto yang berasal dari kiriman masyarakat pencinta fotografi.

Peneliti menarik subyek penelitian redaktur foto HU Pikiran Rakyat, karena dalam hal penerbitan di media, beliau paling berwenang dalam memublikasikan hasil foto kiriman dari masyarakat pencinta fotografi, serta pegiat komunitas fotografi sebagai salah satu tim penyeleksi foto-foto tersebut.

Berdasarkan prariset, awalnya tim kurasi beranggotakan dari beberapa kalangan, seperti redaktur foto HU Pikiran Rakyat dalam segi media, pegiat komunitas fotografi dalam segi artistik, dan badan usaha yang bergera di bidang fotografi dalam segi ekonomi dan pemasaran. Namun dalam perkembannya, tim kurasi hanya beranggotakan redaktur foto HU Pikiran Rakyat dan pegiat komunitas fotografi saja.

1.9.2 Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan redaktur surat kabar HU Pikiran Rakyat dan perwakilan komunitas fotografi sebagai informan kunci. Peneliti akan mencari informasi kepada, Dudi Sugandi, selaku redaktur foto HU Pikiran Rakyat dan Galih Sedayu, selaku pegiat fotografi dari komunitas Air Photography, karena peneliti menganggap, redaktur foto paling berwenang dalam penerbitan foto di HU Pikiran Rakyat, dan pegiat fotografi sebagai salah satu tim penyeleksi.

Dalam hal ini peneliti akan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti. (Sugiyono, 219:2008)

1.10 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.10.1 Lokasi Penelitian

1. Redaksi HU Pikiran Rakyat di Jln. Soekarno-Hatta No. 147, Bandung

   Peneliti akan mewawancara redaktur foto HU Pikiran Rakyat. Peneliti akan menanyakan peran kreativitas Surat Kabar HU Pikiran Rakyat dan menarik minat fotografi *citizen journalism* pembacanya.

2. Kantor Air Photography Communication di Jl. Taman Pramuka No. 181, Bandung

Peneliti akan mewawancara pegiat fotografi, Galih Sedayu, sebagai salah satu tim penyeleksi foto yang akan diterbitkan.

1.10.2 Waktu Penelitian

Penelitian yang akan penulis laksanakan dimulai pada bulan Februari dan diperkirakan hingga pertengahan Juli 2010. Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian, dengan perincian waktu pada tabel 1.1 berikut

Tabel 1.1
Jadwal Penelitian

No	Materi / Bulanan	Feb				Mar				Apr				Mei				Juni				Jul			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan	x	x																						
2	▪ Pengajuan judul			x	x																				
3	▪ ACC Judul					x	x																		
4	▪ Bimbingan Perdana								x	x															
5	▪ Penulisan Bab I							x	x	x	x	x	x	x											
6	▪ Seminar Up															x	x	x							
7	▪ Penulisan Bab II												x	x	x	x	x	x	x						
8	▪ Penulisan Bab III																	x	x	x					
9	▪ Penulisan Bab IV																	x	x	x					
10	▪ Penulisan Bab V																					x	x		

2.11 Sistematika Penelitian

BAB I : Pendahuluan

Berisi tentang, latar belakang masalah, identifikasi masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, pertanyaan penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data dan analisa data, subyek dan informan penelitian, lokasi waktu penelitian.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Berisi tinjauan tinjauan tentang komunikasi massa (meliputi definisi komunikasi massa, karakteristik komunikasi massa, bentuk-bentuk komunikasi massa, dsb.), Tinjauan tentang surat kabar atau pers (meliputi definisi pers, fungsi surat kabar, karakteristik surat kabar, kategori surat kabar), tinjauan tentang profesi kewartawanan (redaktur), tinjauan tentang kreativas, tinjauan tentang *Photography on the Move*, tinjauan tentang minat, tinjauan tentang *citizen journalism* (meliputi definisi *citizen journalism*, perkembangan *citizen journalism*, dsb.)

BAB III : Objek Penelitian

Mencakup tentang sejarah PT Pikiran Rakyat Bandung, fasilitas, struktur organisasi redaksi, job deskripsi, sarana dan prasarana serta kebijakan HU Pikiran rakyat dalam hal *citizen journalism*

BAB IV : Hasil penelitian dan Pembahasan

Berisi tentang deskripsi (deskripsi responden, deskripsi hasil wawancara, deskripsi hasil penelitian dan pembahasan.)

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan BAB dan saran untuk instansi, yaitu: Surat Kabar HU Pikiran Rakyat serta saran bagi mahasiswa yang melakukan penelitian selanjutnya.