BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan sejumlah hasil penelitian yang dilaksanakan di kompasiana.com. Pembahasan yang diteliti yaitu mengenai, Media Sosial Blog (studi fenomenologi kompasiana.com sebagai media *citizen journalism online*). Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan peneliti, peneliti melakukan wawancara sebagai metode penelitian utama secara mendalam kepada pelaku *citizen journalism* di kompasiana.com dan tim admin dari kompasiana.com.

Wawancara yang dilakukan ialah wawancara seputar fenomena *citizen journalism* di kompasiana.com, kemudian peneliti akan menganalisa dan membahas data yang telah diperoleh. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dengan metode tersebut, peneliti berusaha memaparkan data yang diperoleh dari hasil daftar pertanyaan penelitian.

Pertanyaan-pertanyaan yang disamapaikan adalah dalam bentuk wawancara, yaitu pertanyaan mengenai **latar belakang** kompasiana.com sebagai media sosial blog, **relevansi** kompasiana.com sebagai media sosial blog, **partisipasi** *citizen journalist* dalam kompasiana.com.

Tabel 4.1

Data Wawancara Informan dan Key Informan

No	Hari / Tanggal	Waktu	Nama	
			Informan	Key Informan
1	Rabu / 15 Juni 2011	12.30 – 13.00	Citra Mustikawati	
2	Senin / 20 Juni 2011	08.30 – 09.15	Adi Supriadi	
3	Kamis / 23 Juni 2011	10.00 – 11.00		Pepih Nugraha
4	Sabtu / 25 Juni 2011	09.00 – 10.15	Indra Nugraha	
5	Sabtu / 2 Juli 2011	17.00 – 17.30	Iden Wildensyah	
6	Senin / 4 Juli 2011	14.00 – 15.00		Iskandar Zulkarnaen
7	Senin / 4 Juli 2011	23.30 – 00.00	Dr. H. Hanny Rono S., Sp.OG (K)., MM	

Sumber : Arsip Peneliti, 2011

Agar pembahasan yang dilakukan lebih sistematis dan terarah, maka analisis hasil penelitian ini terbagi atas tiga bagian, yaitu:

1. Deskripsi Identitas Informan dan Key Informan
2. Deskripsi Analisa Hasil Penelitian
3. Pembahasan Hasil Penelitian

4.1 Deskripsi Analisis Data Informan dan Key Informan

A. Informan Penelitian

1. Citra Mustikawati

   Wanita kelahiran Cianjur, 27 Maret 1990 ini tercatat sebagai mahasiswi Universitas Komputer Indonesia, Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik yang sekaligus menjabat sebagai Ketua Himpunan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dan Public Relations di Universitas Komputer Indonesia. Wanita berumur 21 tahun ini gemar menulis di kompasiana dengan id www.kompasiana.com/citra. Wanita yang tinggal di Jl. Linggawastu, Gg. Pangumbahan II No. 230/25, Taman Sari Bandung ini memiliki motto "Hanya satu yang kutahu bahwa aku tidak tahu apa-apa".

2. Adi Supriadi

   Pria berumur 30 Tahun ini menjabat sebagai HRD Manager di Rabbani Profesor Kerudung Indonesia, Jalan Dipati Ukur No.44. Pria kelahiran Ketapang, 27 Agustus 1980 ini bertempat tinggal di Komplek Perumahan Bumi Adipura Jl. Palem 6 No.2 Gedebage Bandung. Pria lulusan S2 Pemasaran ini memiliki hobi menulis di kompasiana dengan id www.kompasiana.com/adisupriadi dan mempunyai motto hidup "Rasa berarti dengan berbagi".

3. Indra Nugraha

Gambar 4.1

Indra Nugraha



Sumber : Arsip Peneliti 2011

Pria kelahiran Sumedang, 31 Desember 1989 ini tercatat sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Pria berusia 21 tahun ini bertempat tinggal di Jl. Raya Cipacing No.52 RT 02 RW 06 Jatinangor Sumedang. Motto hidupnya adalah "Tidak harus menjadi yang terbaik, tetapi berusaha untuk melakukan yang terbaik".

4. Iden Wildensyah

Pria kelahiran Garut, 4 Juli 1981 ini bekerja sebagai pengajar atau pendidik di Jl. Sukamulya Bandung. Pria berusia 30 Tahun yang memiliki motto hidup "Berbagi kebaikan" ini tinggal di Jl. Setra Murni Tengah No.18 Bandung.

5. dr. H. Hanny Ronosulistyo

Gambar 4.2

dr. H. Hanny Ronosulistyo



Sumber : Arsip Peneliti 2011

Pria kelahiran Haarlem Belanda, 26 September 1953 ini sekarang menjabat sebagai Dirut RSUD Al Ihsan Jl. Ki Astramanggala, Bale Endah – Kabupaten Bandung. Pria berusia 57 Tahun ini bertempat tinggal di Jl. Dipati Ukur No.20 Bandung. Pria yang sedang melanjutkan S3 nya di Universitas Padjajaran ini mempunyai motto hidup “mengalir seperti air”.

B. Key Informan Penelitian

1. Pepih Nugraha

Gambar 4.3

Pepih Nugraha



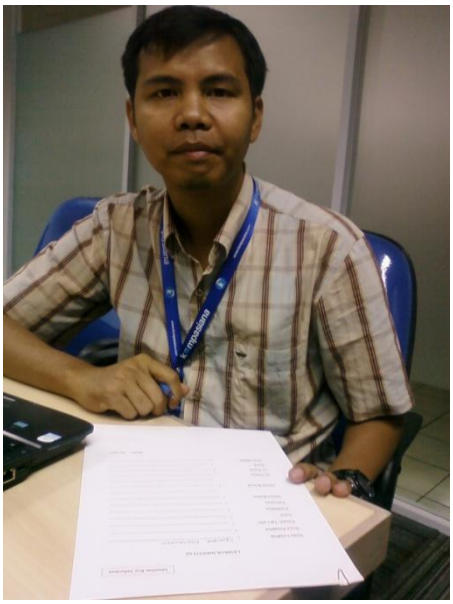
Sumber : Arsip Peneliti 2011

Pria berusia 47 Tahun ini berprofesi sebagai jurnalis kompas.com dengan menempati jabatan sebagai Managing Editor Kompas.com dan Editor in Chief di Kompasiana.com. Pria kelahiran Tasikmalaya, 11 Desember 1964 ini lulusan S1 Unpad Tahun 1990, dan pernah berkuliah di Prasetya Mulya. Pria yang biasa di panggil Pep ini bertempat tinggal di Bintaro Jakarta dan memiliki motto hidup “bekerja ibadah”. Ia sering mengisi materi acara blogshop yang diadakan oleh kompasiana.

2. Iskandar Zulkarnaen

Gambar 4.4

Iskandar Zulkarnaen



Sumber : Arsip Peneliti 2011

Pria kelahiran Jakarta, 2 Januari 1978 ini berprofesi sebagai Community Editor di Kompasiana.com. Pria berusia 33 Tahun ini berkantor di Gedung Kompas Gramedia lt.5, Jl. Palmerah Selatan No.22-28 Jakarta. Pria kelahiran Jakarta ini tinggal di Tanjung Barat Jagakarsa, Jakarta Selatan. Ia sering mengisi materi acara blogshop yang diadakan oleh kompasiana ataupun undangan sebagai pengisi materi mengenai citizen journalism.

4.2 Deskripsi Analisis Hasil Penelitian

Setelah melakukan wawancara secara mendalam dengan Informan dan Key Informan yaitu para Kompasianer dan Tim Admin Kompasiana.com peneliti dapat menganalisis tentang Media Sosial Blog (Studi Fenomenologi Kompasiana.com Sebagai Media *Citizen Journalism Online*). Selanjutnya peneliti akan medeskripsikan bagaimana fenomena kompasiana.com sebagai media citizen journalism online, yang dapat dilihat sebagai berikut :

4.2.1 Latar belakang Kompasiana.com sebagai Media Sosial Blog

Media sosial blog merupakan media baru yang lahir akibat dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pada prinsipnya media sosial blog merupakan gabungan dari situs blog dengan situs jejaring sosial.

Ide pendirian Kompasiana berangkat dari fakta tidak semua jurnalis akrab dengan blog. Jangankan punya, membaca blog orang barangkali belum pernah. Jadi, merupakan langkah maju dan terobosan tak terduga manakala sejumlah jurnalis Kompas menyatakan diri ingin menjadi bagian dari Kompasiana dan bahkan sudah langsung mencurahkan pandangan dan gagasannya.

Nama Kompasiana diusulkan oleh Budiarto Shambazy, wartawan senior Kompas yang biasa menulis kolom "Politika". Nama ini pernah digunakan untuk kolom khusus yang dibuat pendiri Harian Kompas, PK Ojong, berisi tulisan tajam mengenai situasi mutahir pada masanya.

Kumpulan rubrik Kompasiana yang ditulis PK Ojong itu sendiri sudah dibukukan.

Seperti yang dikatakan Iskandar "Kompasiana didirikan pada bulan Agustus 2008, awal berdirinya masih bersifat blog jejaring, khusus untuk di lingkungan kompas gramedia. Pada tahun 2009 baru berubah tampilan total dan menjadi media sosial blog seperti sekarang ini" (Iskandar Zulkarnaen, dalam wawancara, 4 Juli 2011).

Gambar 4.5

Tampilan kompasiana.com



Sumber : http://www.kompasiana.com/home, diakses pada 9 Juli 2011, pukul 18.33

Sedangkan Pepih Nugraha berkata “untuk ulang tahun kompasiana.com ditetapkan pada bulan Oktober 2008. Artinya kompasiana sudah berusia 2 setengah tahun” (Pepih Nugraha, dalam wawancara, 23 Juni 2011).

Sebagai media yang bersifat media sosial blog kompasiana senantiasa melakukan kegiatan apa yang disebut dengan kopi darat atau gathering, kegiatan kopi darat dimaksudkan untuk lebih mengenal antara kompasianer satu dengan yang lain, sehingga kompasianer tidak hanya berteman dan akrab di dunia maya saja tetapi di dunia nyata mereka juga bisa berteman akrab.

Kompasiana tidak terlalu gencar mempromosikan dirinya sebagai media sosial blog. Seperti yang dikatakan Iskandar “untuk mengiklankan kompasiana memang pernah kita iklankan dalam kompas cetak, namun jika di hitung, frekuensinya sedikit sekali untuk ukuran promosi yang jor-joran. Lebih banyak dari mulut ke mulut”.

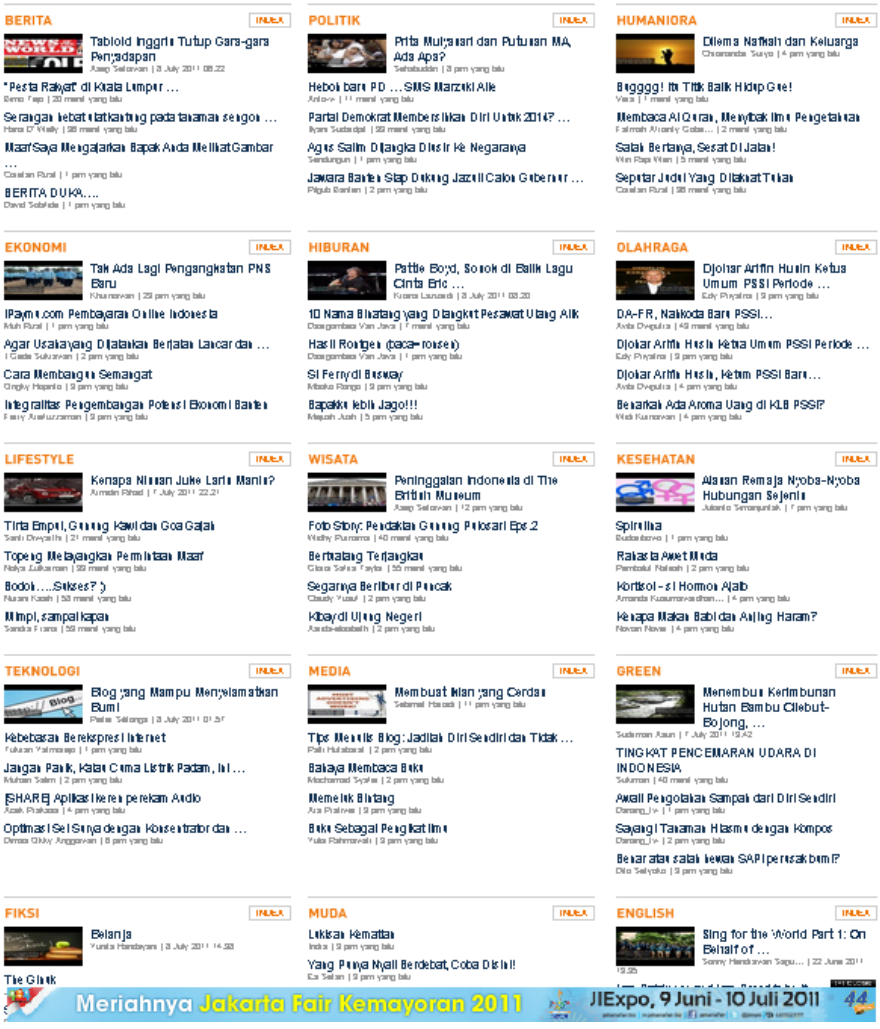
Promosi yang sangat minim dan lebih banyak dari mulut ke mulut ini terbukti dari beberapa informan yang menyebutkan mereka tahu kompasiana dari orang lain, seperti yang dikatakan oleh Citra Mustikawati yang mengetahui kompasiana dari Guru SMA nya, Adi Supriadi dari teman kantor, sedangkan Indra Nugraha dari temannya.

Dalam kompasiana terdapat 15 rubrik yang bisa diisi oleh kompasianer, seperti rubrik Berita, Politik, Humaniora, Ekonomi, Hiburan,

Olahraga, Lifestyle, Wisata, Kesehatan, Teknologi, Media, Green, Fiksi, Muda, dan English. 15 rubrik tersebut dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.6

Rubrik di kompasiana.com

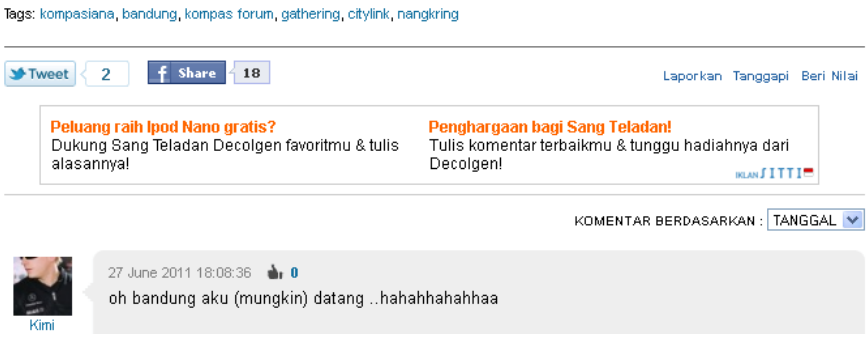


Sumber : http://www.kompasiana.com/home, diakses pada 9 Juli 2011, pukul 18.40

Kompasiana sebagai media sosial blog tidak hanya menawarkan fitur bloging, tetapi juga dilengkapi dengan fitur jejaring sosial, jadi antara kompasianer satu dengan kompasianer lainnya dapat terkoneksi. Dalam jejaring sosial ini sesama kompasianer juga dapat berteman, sehingga kompasianer bisa saling berinteraksi dengan fitur messaging dan fitur sapaan yang ada di kolom *profile*. Dalam kompasiana.com terdapat fasilitas untuk berbagi ke jejaring sosial facebook dan twitter, seperti pada gambar berikut :

Gambar 4.7

Fitur berbagi ke facebook dan twitter



Sumber : http://blog.kompasiana.com/2011/06/27/kompasiana-nangkring-di-bandung, diakses pada 9 Juli 2011, pukul 18.42

Dengan adanya fitur jejaring sosial maka antara kompasianer satu dengan yang lain, bahkan dengan tim admin dari kompasiana dapat berinteraksi dan saling berbagi informasi dalam kompasiana ini. Sebagaimana yang diucapkan informan, mereka memilih kompasiana sebagai wadah menulis, menyebarluaskan tulisan, berbagi informasi, dan

memperbanyak teman. Selain itu kompasianer bisa berbagi tulisan pada situs jejaring sosial lain seperti facebook dan twitter.

Seperti yang dikatakan Adi Supriadi, "saya bergabung dengan kompasiana ingin berbagi, memperbanyak teman, memperbanyak koneksi, menyampaikan dan membangun opini positif tentang islam" (Adi Supriadi, dalam wawancara, 20 Juni 2011).

Sedangkan menurut Citra, "saya bergabung dengan kompasiana untuk wadah menulis, sebelumnya sudah mencoba menulis di blogspot, multiply, wordpress, tetapi pengunjungnya tidak banyak pengunjungnya, setelah mengetahui kompasiana sebagai media sosial blog tetapi umum. Jadi kita menulis dalam satu blog kemudian banyak yang tahu, karena antara penulis satu dengan yang lainnya saling membaca postingan kita" (Citra Mustikawati, dalam wawancara, 15 Juni 2011).

Menurut Indra Nugraha, "di kompasiana banyak orang-orang besar seperti Wisnu Nugroho, Mariska Lubis dan di kompasiana juga kita bisa mengetahui bagaimana kualitas tulisan kita, karena pada kompasiana terdapat *rating*" (Indra Nugraha, dalam wawancara, 25 Juni 2011).

Tujuan dibentuknya kompasiana seperti yang dikatakan Pepih Nugraha dan Iskandar Zeulkarnaen adalah sebagai wadah untuk setiap orang menyalurkan ide, gagasan, maupun aspirasi masyarakat, selain itu tujuan utama dari dibentuknya kompasiana adalah untuk mempercepat arus informasi.

4.2.2 Relevansi Kompasiana.com sebagai Media Sosial Blog

Selain fitur yang ada dalam kompasiana, keunggulan lainnya adalah kompasiana merupakan anak dari kompas.com yang banyak diakses oleh masyarakat, sehingga banyak yang membaca tulisan pada kompasiana ini. Lebih lanjut Pepih Nugraha mengatakan bahwa kompasiana menerapkan sistem post moderasi, yang artinya ketika kompasianer mempublish tulisan maka tulisan itu langsung tayang. Artinya tidak di tahan oleh editor, posisi editor disini adalah sebagai pengawas dari tulisan yang telah tayang.

Ada beberapa media yang sejenis dengan kompasiana baik di Indonesia maupun mancanegara, untuk di Indonesia diantaranya adalah politikana.com, kolomkita.detik.com, wikimu.com, panyingkul.com, sedangkan di mancanegara ada ohmynews.com di korea, nowpublic.com di Kanada, CNN iReport di USA, Stomp di Singapore.

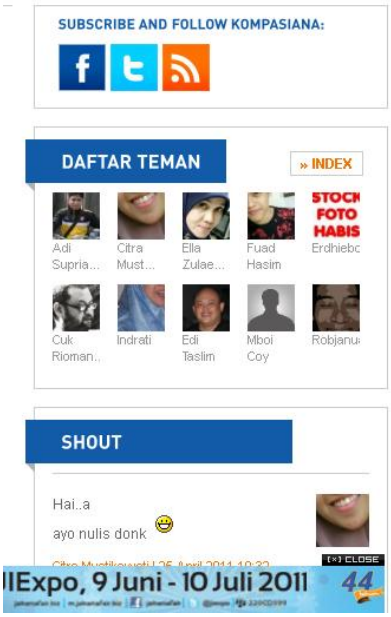
Manfaat jika bergabung dengan kompasiana adalah untuk memperluas pergaulan, mengetahui isu-isu terbaru yang belum di bahas oleh media mainstream, dalam kompasiana selain melibatkan kalangan jurnalis Kompas Gramedia dan para tokoh masyarakat, pengamat serta pakar dari berbagai bidang, keahlian dan disiplin ilmu ikut berbagi informasi, pendapat dan gagasannya disini, yang paling penting dalam kompasiana dapat terjadi dialog antara penulis dengan pembaca.

Seiring dengan banyaknya pembaca dan kompasianer yang bergabung di kompasiana, kompasiana selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk para kompasianer dan masyarakat dengan menyediakan infrasteuktur dalam tampilan yang mudah dimengerti, dipahami dan digunakan, selain itu kompasiana juga menyediakan kapasitas *Bandwidth* yang besar untuk akses yang cepat dan reciver yang besar untuk menampung artikel yang masuk.

Menurut beberapa informan seperti Citra Mustikawati, Indra Nugraha, Iden Wildensyah, dan dr. Hanny Ronosulistyo, Kompasiana sudah bisa dikatakan sebagai media sosial yang baik karena tim admin sudah mendengarkan aspirasi dan pendapat dari para kompasianer, konten dalam kompasiana sangat beragam dan penuh dengan pemikiran yang berbeda, orang yang tergabung dalam kompasiana rata-rata orang yang berpendidikan dan kritis, dan sebagai media sosial blog kompasiana sudah memberikan yang terbaik dengan menyisipkan fitur jejaring sosial di dalamnya, seperti dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.8

Fitur jejaring sosial



Sumber : http://www.kompasiana.com/fauzy, diakses pada 9 Juli 2011, pukul 18.51

Menurut Adi Supriadi, Kompasiana belum sempurna jika dikatakan sebagai media sosial blog yang baik, dengan kondisi sistem hapus tulisan ini. Ia berpendapat "yang namanya *citizen journalism* tidak terbatas ruang dan lingkup tulisan, jadi bebas mau menulis tentang apapun" (Adi Supriadi, dalam wawancara, 20 Juni 2011).

Sedangkan Menurut Pepih Nugraha dan Iskandar Zulkarnaen selaku tim admin dari kompasiana, Kompasiana sampai saat ini masih belum memberikan yang maksimal dan masih perlu dikembangkan lagi dari segi bisnisnya yang belum tergarap secara maksimal, dari fitur yang kedepannya kompasiana merencanakan agar tulisan kompasianer bisa

bersifat *private*, bisa melist tulisan dan memasukan ke *library* kompasianer masing-masing, untuk kegiatan *offline activity* kedepannya akan menghadirkan kompasiana dalam versi cetak dengan nama Frezz, teus akan hadir Kompasiana On TV.

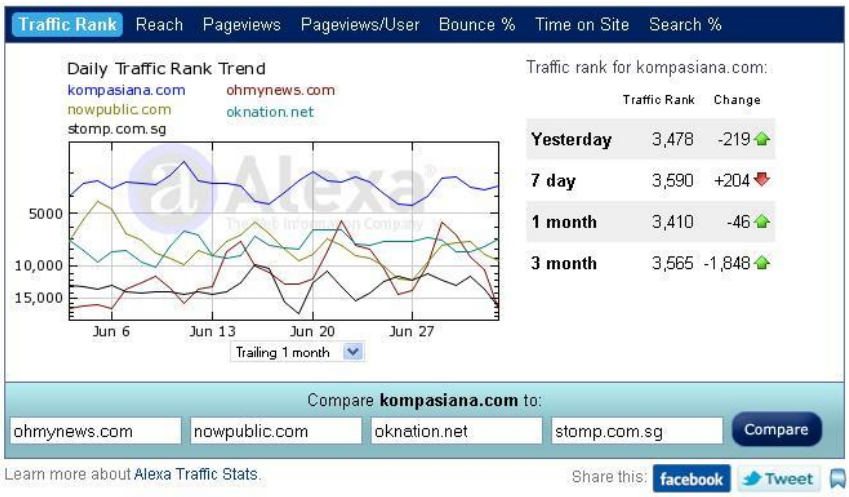
Lebih lanjut Pepih Nugraha mengatakan "jika dikatakan sebagai media pengumpul para penulis lepas, penulis profesional, menjadi satu kesatuan dalam kompasiana, saya rasa sudah" (Pepih Nugraha, dalam wawancara, 23 Juni 2011).

4.2.3 Partisipasi C*itizen Journalist* dalam Kompasiana.com

Perkembangan citizen journalist di kompasiana semakin meningkat ini dibuktikan dengan meningkatnya grafik traffic alexa rank pada tahun 2011, yang bisa dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.9

Grafik Traffic Alexa Rank Kompasiana.com per Juni 2011



Sumber : http://www.alexa.com/siteinfo/kompasiana.com, diakses pada 6 Juli 2011, pukul 09.53

Rata-rata postingan perharinya berkisar antara 600 – 800 tulisan dengan rubrik yang paling banyak diposting adalah Rubrik Fiksi yang menyumbang 30% dari semua rubrik yang ada. Sebagai perbandingan wartawan kompas.com yang berkisar puluhan wartawan hanya menghasilkan berita rata-rata 300 berita perharinya, ini menunjukan kompasiana lebih banyak menghasilkan informasi dibandingkan dengan kompas.com.

Menurut Citra Mustikawati, ia menulis di kompasiana minimal sehari sekali. Adi Supriadi berkata setiap hari menulis di kompasiana, sehari ia bisa menulis 3 sampai 4 tulisan. Indra Nugraha berkata kalu dulu sehari sekali, tetapi sekarang satu minggu sekali. Sedangkan Iden Wildensyah berkata, dulu saya menulis di kompasiana 6 sampai 10 tulisan perharinya, tetapi sekarang saya batasi menjadi 1 tulisan perharinya.

Menurut data di kompasiana, pengguna kompasiana sampai bulan Mei 2011 tercatat 70.000 *user* dalam satu bulan seorang kompasianer dapat memposting tulisan sampai 150 artikel dan 4.691 komentar, jika dihitung rata-rata perharinya kompasianer bisa memposting 5 tulisan dan 156 komentar.

Citra Mustikawati berkata saya sering memberikan komentar tulisan kompasianer yang menjadi headline, karena sudah pasti tulisan yang menjadi headline itu menarik menurut admin, terus juga memberikan

ratting pada tulisan tersebut. Terkadang juga mengobrol di kolom komentar dengan penulis artikel di tulisannya.

Dalam kompasiana terdapat keterangan tentang berapa orang yang mengomentari sebuah tulisan, berapa yang telah membaca tulisan, dan *ratting* aktual, inspiratif, bermanfaat, menariknya sebuah tulisan yang dapat masuk pada list di kolom halaman utama kompasiana.

Gambar 4.10

Keterangan jumlah pembaca, jumlah komentar dan *ratting*



Sumber : http://blog.kompasiana.com/2011/06/14/sambutlah-freez-versi-cetak-kompasiana, diakses pada 6 Juli 2011, pukul 09.55

Tanggapan dari kompasianer mengenai tulisannya yang di komentari adalah senang karena semakin banyak yang berkomentar maka semakin banyak pula yang membaca, terlepas dari objektif atau subjektifnya komentar tersebut. Dengan adanya komentar, kompasianer lebih termotivasi untuk menulis lebih baik lagi.

Saat ini rubrik yang paling banyak mendapatkan perhatian kompasianer dan banyak di komentari oleh kompasianer adalah rubrik fiksi karena komunitas fiksi di kompasiana banyak. Menurut Iskandar Zulkarnaen, kedepannya ada wacana rubrik fiksi akan dirombak menjadi kanal tersendiri, artinya mereka memiliki tampilan sendiri, headline

tersendiri, populer tersendiri, tetapi masih dibawah kompas.com, dengan nama Fiksiana.

Pepih Nugraha mengatakan dulu ada rubrik agama yang paling banyak dikomentari, tetapi kami hapus karena sudah menjurus kepada komentar yang tidak sehat, artinya komentarnya membentur-benturkan agama, bahwa agama saya yang paling baik.

Tim admin mengawasi postingan 24 jam dengan 3 shift kerja yaitu pagi, siang, malam. Iskandar Zulkarnaen mengatakan jika ada tulisan yang tidak sesuai konten atau melanggar dan lolos dalam pengamatan tim admin, mungkin tim admin yang bertugas sedang istirahat.

Kompasianer diminta ikut serta mengawasi dan memonitor Konten di Kompasiana dengan menggunakan fitur 'Laporkan Tulisan' yang ada di setiap tulisan. Kompasianer juga bisa melaporkan Kompasianer lain yang dianggap mengganggu kenyamanan dan atau melanggar Ketentuan Layanan dengan menggunakan fitur 'Laporkan Kompasianer' yang ada di Halaman Profil.

Laporan yang dikirimkan kompasianer kepada tim admin langsung di tanggapi dan langsung dilihat untuk kemudian dipertimbangkan dengan berdiskusi dengan tim admin lain, lalu baru diputuskan apakah akun atau tulisan itu dihapus atau tidak.

Iskandar Zulkarnaen berkata dari kompasiana belum ada fitur *reply report* untuk kompasianer yang melapor apakah laporannya sudah kita

tanggapi atau belum, kedepannya kita akan mengembangkannya kearah situ.

Kriteria khusus untuk postingan kompasianer yang dihapus oleh tim admin adalah tulisan yang :

1. Melanggar atau menyalahi hak orang lain, termasuk tanpa kecuali, hak intelektual, hak paten, merek dagang, rahasia dagang, hak cipta, publisitas atau hak milik lainnya dari pihak ketiga.
2. Melanggar hukum, mengancam, memfitnah, mencemarkan, memperdaya, menipu, curang atau menimbulkan kebencian pada orang atau golongan tertentu.
3. Menghina, melecehkan, merendahkan atau mengintimidasi individu atau grup individu berdasarkan agama, jenis kelamin, orientasi seksual, ras, etnis, usia atau cacat fisik.
4. Melanggar norma kesusilaan, cabul dan pornografi.
5. Menganjurkan atau menyarankan perbuatan yang melanggar hukum.
6. Menyinggung, memicu pertentangan dan atau permusuhan antar Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan (SARA).
7. Memuat kata-kata atau gambar-gambar yang berisi dan atau menimbulkan rasa ngeri, kasar, kotor, jorok, dan sumpah serapah.
8. Menyebarkan ideologi atau ajaran tertentu yang dilarang oleh hukum yang berlaku di wilayah Republik Indonesia.

Sumber : http://www.kompasiana.com/term, diakses pada 6 Juli 2011, pukul 11.32

Adi Supriadi berkata tulisannya sering dihapus oleh admin karena dianggap menyimpang, seperti tulisannya yang berjudul tatacara pergaulan dalam islam di hapus. Seharusnya yang dihapus bukan tulisannya tetapi komentar-komentarnya yang langsung menyerang pada orangnya seperti ada yang komentar pada tulisan saya menyebut “goblok” dan lain sebagainya bagi saya itu yang seharusnya di blokir.

Sedangkan Citra Mustikawati pernah mengalami hal yang sama dengan dihapus tulisannya karena menurut admin lebih banyak unsur *copy paste* nya, tetapi saya menanggapinya dengan cara mengerti dan memahaminya saja.

Pepih Nugraha berkata secara berkala kita mengadakan acara kopi darat dengan mengadakan acara blogshop yang setiap tahunnya rutin di gelar di 10 kota di Indonesia. Acara blogshop pertama kali digelar tanggal 30 Mei 2009, waktu itu pesertanya 50 orang dan dikenakan biaya sebagai pengikat sebesar 50 ribu rupiah. Uang itu dikembalikan dalam bentuk kaos, snack, karena pada waktu itu kita belum sponsor. Saat ini kita sudah mempunyai sponsor yaitu Telkomsel, maka dari itu untuk acara blogshop ini gratis.

Sejak 2009 sampai saat ini acara blogshop sudah menjadi agenda tahunan kompasiana. Tujuan dari acara blogshop ini adalah men-*sharing* ilmu menulis dan jurnalistik, bagaimana menulis yang baik, memberikan pengetahuan tentang apa itu *citizen journalism*, apa manfaat dari blog, pelatihan kiat menulis cepat, dan pelajaran tentang etika berinternet (netiket).

Acara blogshop ini sudah diadakan di beberapa kota di Indonesia seperti di Aceh, Palembang, Medan, Ambon, Kendari, Manado, Makasar, Malang, Surabaya, Jogja. Untuk tahun 2011 ini acara blogshop diadakan di

10 kota yaitu di Palembang, Aceh, Medan, Maluku, Malang, Makasar, Balik papan, Jakarta, Bali, dan Bandung.

Menurut Pepih Nugraha, Animo masyarakat tentang acara blogshop ini sangat besar, ini terbukti dari setiap kita membuka pendaftaran secara online, kuota selalu terpenuhi. Kuota kita untuk blogshop tahun 2011 ini 100 peserta, dan itu selalu terpenuhi.

Gambar 4.11

Form pendaftaran blogshop



Sumber : http://blogshop.kompasiana.com, diakses pada 6 Juli 2011, pukul 10.35

Pepih Nugraha Melanjutkan, Animo masyarakat yang paling besar terdapat pada kota Ambon, waktu itu kita mengadakan acara blogshop di Ambon dengan kuota 100 peserta, namun yang datang sampai 120 peserta, sehingga yang 20 orang tidak mendapatkan kaos dan snack dari kita.

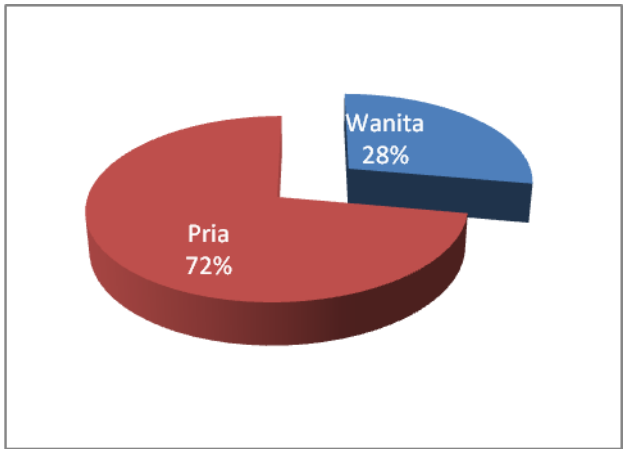
Semua informan dari penelitian yang peneliti lakukan belum pernah mengikuti acara blogshop, karena acara blogshop belum diselenggarakan di Bandung, tetapi sebagian dari informan sering melaksanakan kopi darat antar kompasianer baik itu yang di adakan kompasiana maupun atas kesadaran sendiri.

Tanggapan dari informan penelitian tentang acara blogshop bagus karena bisa mempertemukan kompasianer atau sebagai ajang kopi darat dan bisa menumbuhkan rasa persahabatan yang erat antar kompasianer.

Pengguna kompasiana atau yang biasa disebut dengan kompasianer dapat dikalsifikasikan menurut jenis kelamin, status pernikahan, usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan utama. Dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.12

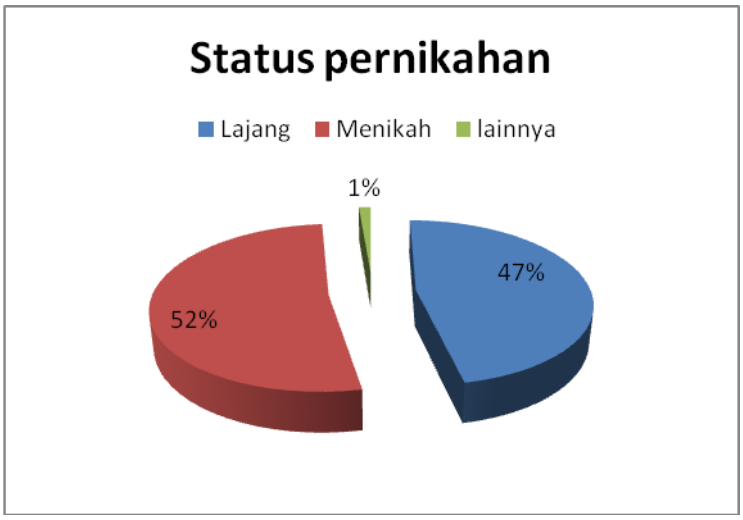
Diagram Prosentase Menurut Jenis Kalamin



Sumber : Arsip Kompasiana, 2010

Gambar 4.13

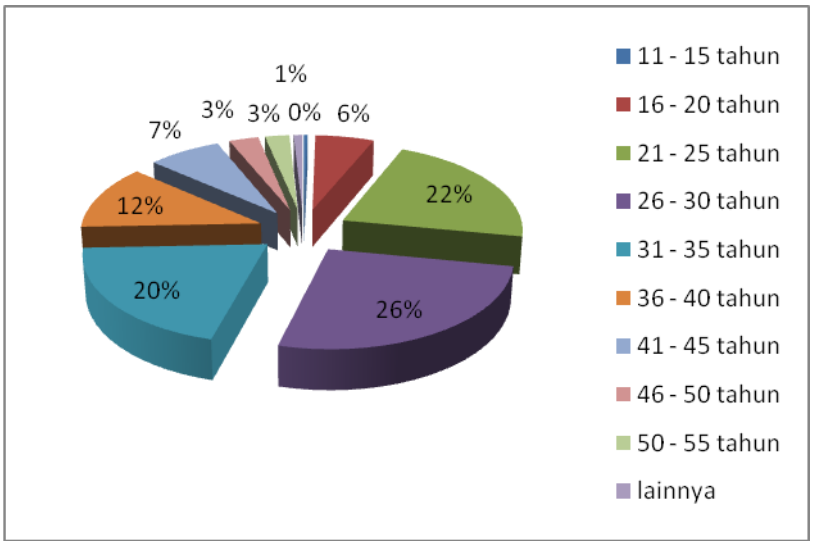
Diagram Prosentase Status Pernikahan



Sumber : Arsip Kompasiana, 2010

Gambar 4.14

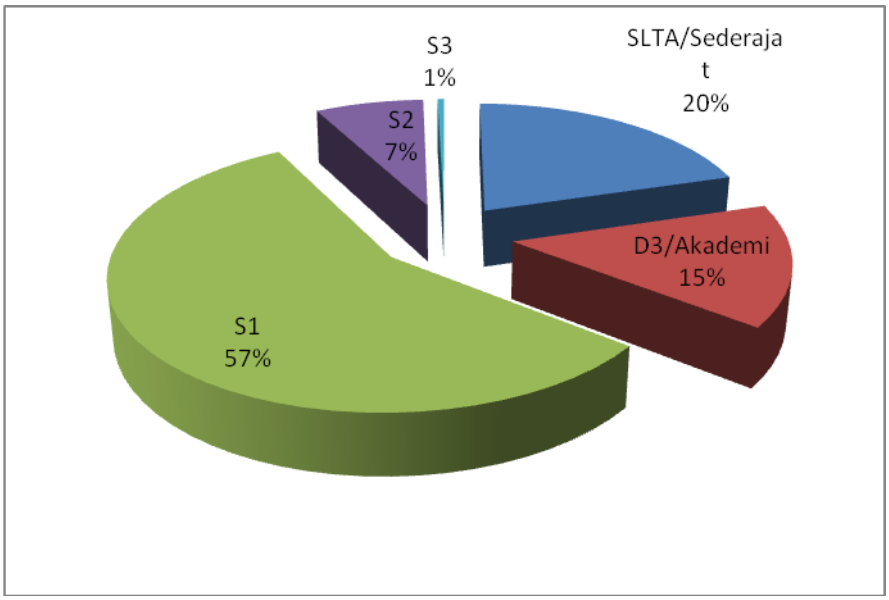
Diagram Prosentase Menurut Usia



Sumber : Arsip Kompasiana, 2010

Gambar 4.15

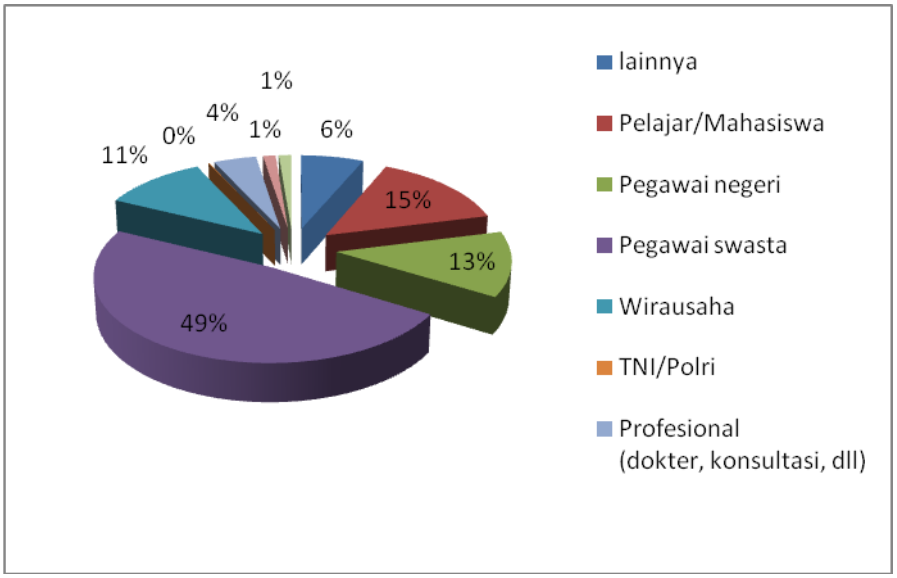
Diagram Prosentase Menurut Tingkat Pendidikan



Sumber : Arsip Kompasiana, 2010

Gambar 4.16

Diagram Prosentase Pekerjaan Utama



Sumber : Arsip Kompasiana, 2010

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Dari pembahasan yang telah diuraikan dan dijelaskan pada sub bab hasil penelitian dan juga telah di jelaskan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat diketahui latar belakang kompasiana.com sebagai media sosial blog, relevansi kompasiana.com sebagai media sosial blog, dan partisipasi *citizen journalist* dalam kompasiana.com.

Mengacu kepada **latar belakang** kompasiana sebagai media sosial blog adalah Akibat dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi media massa mengalami perkembangan yang melahirkan media digital yang sering disebut dengan media internet atau dunia maya.

Menurut Jalaludin Rakhmat dalam buku *psikologi komunikasi* secara teknis kita dapat menunjukkan empat pokok dari komunikasi massa, yang dikemukakan oleh Elizabeth-Noelle Neuman (1973:92), adalah sebagai berikut :

1. **Bersifat tidak langsung, artinya harus melalui media teknis.**

   Citizen journalism disini menggunakan kompasiana sebagai media mempublikasikan tulisannya. Alasan para kompasianer mempublikasikan tulisannya di kompasiana karena pengguna kompasiana banyak, sehingga bisa dibaca oleh banyak orang. Terkadang tulisan seorang kompasianer bisa naik ke kompas.com sehingga peluang untuk dibaca tulisannya oleh orang lain lebih banyak lagi.

2. **Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi (para komunikan).**

   Kompasiana sebagai media sosial blog ingin menjadikan komunikasi massa tidak lagi terjadi satu arah, artinya dalam kompasiana antara penulis berita dengan pembaca bisa saling berinteraksi, ini sesauai dengan jargon kompasiana yaitu *sharing – connecting*.

3. **Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim.**

   Kompasiana sebagai media sosial blog online bersifat tebuka untuk siapa saja yang bisa mengakses ke kompasiana.com. karena sifatnya yang online, kompasiana memiliki daya jangkau yang luas, tidak terbatas ruang dan waktu.

4. **Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.**

   Publik dari kompasiana ini bersifat universal atau menyeluruh, siapa saja bisa mengakses dan membaca kompasiana selama tersambung dengan koneksi internet.

Pada awalnya kompasiana.com lahir masih bersifat sebagai media jejaring sosial di lingkungan kompas gramedia dan sebagai blog jurnalis yang diisi oleh wartawan harian kompas, beberapa tamu dan artis.

Antusiasme para blogger dan netizen untuk ikut ngeblog di Kompasiana sangat besar sehingga dibuatkan satu menu khusus bernama Public. Seiring dengan perkembangnya kompasiana berubah menjadi media sosial blog yang kontennya diisi oleh jurnais warga atau *citizen journalism*. Penampilan dari kompasiana pun mengalami perubahan besar, baik dari segi tampilan maupun format dan konsep keseluruhan.

Seperti yang dikutip oleh Pandan Yudhapramesti dalam buku "Mengamati Fenomena *Citizen Journalism*" Steve Outing, senior editor pada the Poynter Institute for Media Studies, mengklasifikasikan *Citizen journalism* kedalam 11 kategori, yaitu :

1. *Citizen journalism* yang membuka ruang untuk komentar publik, dimana pembaca atau khalayak bisa bereaksi, memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan jurnalis profesional. Pada media cetak konvensional, jenis ini bisa kita kenal sebagai ruang surat pembaca.
2. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis. Warga diminta untuk menuliskan pengalamannya, pada sebuah topik utama liputan yang dilaporkan jurnalis.
3. Kolaborasi antara jurnalis profesional dengan nonjurnalis yang memiliki kemampuan dalam materi yang dibahas, sebagai bantuan dalam mengarahkan atau memeriksa keakuratan artikel. Terkadang profesional nonjurnalis ini dapat juga menjadi kontributor tunggal yang menghasilkan artikel tersebut.
4. *Bloghouse* warga. Melalui blog, orang bisa berbagi cerita tentang dunia, dan bisa menceritakan dunia berdasarkan pengalaman dan sudut pandangnya.
5. *Newsroom citizen transparency blogs*, merupakan blog yang disediakan sebuah organisasi media sebagai upaya transparansi, dimana pambaca bisa memasukan keluhan, kritik, atau pujian atas pekerjaan media tersebut.
6. *Stand-alone citizen journalism site*, yang melalui proses *editing*. Sumbangan laporan dari warga, biasanya tentang hal-hal yang sifatnya sangat lokal, yang dialamai langsung oleh warga. Editor berperan untuk menjaga kualitas laporan, dan mendidik warga

(kontributor) tentang topik-topik yang menarik dan layak untuk dilaporkan.
7. *Stand-alone citizen journalism site*, yang tidak melalui proses *editing*.
8. Gabungan *stand-alone citizen journalism website* dan edisi cetak.
9. *Hybrid: Pro + Citizen journalism*. Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga. Situs *Ohmy News*, Radio Elshinta, atau Radio Mara FM Bandung termasuk ke dalam kategori ini. Dalam *Ohmy News*, kontribusi berita tidak otomatis diterima sebagai sebuah berita. Editor berperan dalam menilai dan memilih berita yang akan diangkat kehalaman utama.
10. Penggabungan antara jurnalis profesional dan jurnalis warga dalam satu atap, dimana *website* membeli tulisan dari jurnalis profesional dan menerima tulisan jurnalis warga.
11. Model Wiki, dimana pembaca adalah juga editor. Setiap orang bisa menulis artikel dan setiap orang bisa memberi tambahan atau komentar terhadap komentar yang terbit. (Yudhapramesti, 2007:38-40)

Dari ke 11 kategori *citizen journalism* di atas kompasiana bisa masuk kedalam kedalam beberapa kategroi diantaranya :

1. *Stand-alone citizen journalism site*, yang melalui proses *editing*

   Kompasianer bisa menyumbangkan informasi atau berita yang sifatnya lokal, dan bisa dialaminya sendiri, setelah informasi itu di posting editor manjaga kualitas laporan yang diberikan oleh kompasianer itu, dengan adanya acara blogshop secara tidak langsung kompasianer di didik agar menjadi jurnalis yang handal, sehingga menghasilkan berita yang berkualitas.

2. *Stand-alone citizen journalism site*, yang tidak melalui proses *editing*.

   Kompasiana juga bisa masuk kedalam kategori media *citizen journalism* ini, karena pemberitaan yang disajikan kompasianer tidak melalui proses editing, selama tulisan itu tidak melanggar aturan yang

ditetapkan kompasiana maka tulisan itu bebas untuk tampil di kompasiana.

3. Gabungan *stand-alone citizen journalism website* dan edisi cetak.

   Kompasiana sudah merencanakan untuk membuat kompasiana edisi cetak dengan nama Frezz yang direncanakan akan terbit 6 Juli 2011, ini merupakan kegiatan citizen journalism online yang akan di buat dalam versi cetak.

4. *Hybrid: Pro + Citizen journalism*.

   Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga. Ini sesuai dengan kompasiana, karena kompasiana tergabung dengan pekerja jurnalis khususnya jurnalis kompas gramedia dan jurnalis warga. Pada kompasiana editor berperan dalam menilai dan memilih berita yang akan diangkat kehalaman utama atau *headline*.

Dalam kompasiana.com setiap orang bebas menyalurkan informasi, ide, gagasan, pendapat, sampai pada aspirasinya asalkan tidak melanggar peraturan yang telah dijelakan sebelumnya.

Aturan dibuat untuk membatasi pelaku *citizen journalism* supaya mengerti dan paham tentang kode etik pemberitaan yang semestinya di jalani oleh seorang wartawan. Jadi dengan kata lain pelaku citizen journalism di kompasiana.com setiap orang didorong menjadi seorang pewarta warga yang, atas nama dirinya sendiri, melaporkan peristiwa yang dialami atau terjadi di sekitarnya.

Kompasiana disini hanya bersifat sebagai media penyebarluasan informasi, informasi yang disajikan dan dipublikasikan oleh seorang citizen journalist menjadi tanggung jawab yang mempublikasikannya.

Tujuan utama dari dibentuknya kompasiana adalah sebagai wadah untuk setiap orang menyalurkan ide, gagasan, maupun aspirasi masyarakat, untuk meningkatkan arus informasi dan untuk mengetahui isu-isu yang sedang marak berkembang di masyarakat yang tidak terbahas oleh media mainstream, sehingga timbul keberagaman informasi.

Mengacu kepada **relevansi** kompasiana sebagai media sosial blog, kompasianer yang bergabung dengan kompasiana memiliki tujuan menyebarkan luaskan tulisan hasil karya mereka sehingga dapat dibaca oleh banyak orang dan berteman dengan sesama kompasianer lainnya sebagaimana tujuan dari kompasiana yaitu *sharing – connecting*.

Kompasianer memilih kompasiana sebagai penyebar luas tulisannya karena di kompasiana banyak penggunanya, sedangkan jika mereka mempublish tulisannya di blog pribadi mungkin tidak sebanyak pambaca pada kompasiana.

Sebagai media sosial blog kompasiana tidak hanya memeberikan fitur blogging, tetapi juga memberikan fitur seperti jejaring sosial yang mana antara kompasianer satu dengan kompasianer lainnya bisa berteman, saling kirim pesan, dan dapat melihat aktivitas blogging teman.

Media penyebar tulisan kompasianer tidak hanya kompasiana saja, tetapi mereka juga menulis pada media lainnya untuk lebih memperluas jangkauan daya sebar tulisannya seperti facebook, blog pribadi, twitter, dan beberapa media yang kontennya hampir sama dengan kompasiana.

Jika peneliti lihat dari segi pengembanganya, kompasiana sudah siap untuk menjadi media sosial blog yang baik. Untuk pengembangan kompasiana versi cetak misalnya, yang peneliti amati antusiasme kompasianer pada Frezz ini sangat besar, ini terbukti dari setiap ada berita tentang frezz yang dibuat oleh tim admin pembacanya lebih dari 1.000 dan komentarnya tidak kurang dari 50.

Mengacu kepada **partisipasi** *citizen journalist* dalam kompasiana.com, kompasianer berpartisipasi dalam bentuk menulis tulisan, mengomentari tulisan, memberikan *ratting* pada tulisan, dan berteman dengan kompasianer lain, sehingga kompasiana.com menjadi tempat berkumpulnya para penulis dan blogger mulai dari yang baru terjun dalam menulis sampai yang sudah mahir dalam menulis.

Dari data yang peneliti dapat setidaknya 600 – 800 postingan perharinya dengan rubrik fiksi yang paling banyak di posting. Dalam satu bulan seorang kompasianer dapat memposting tulisan sampai 150 artikel dan 4.691 komentar, jika dihitung rata-rata perharinya kompasianer bisa memposting 5 tulisan dan 156 komentar.

Dengan sedikitnya tim admin dari kompasiana, peneliti rasa kurang untuk mengawasi sedemikian banyaknya postingan yang di posting kompasianer, apalagi semakain hari pengguna kompasiana semakin meningkat.

Acara blogshop menjadi ajang kumpul bagi kompasianer terlepas dari materi yang disajikan dalam acara blogshop itu. Kompasianer mengartikan acara blogshop sebagai ajang kopi darat agar mereka lebih saling mengenal, sedangkan pelatihan jurnalistik, kiat menulis cepat hanya di artikan sebagai bonus dalam acara tersebut.

Pelaku *citizen journalism* di kompasiana didominasi oleh pria dengan prosentase 72% yang menandakan hampir ¾ kompasianer adalah berjenis kelamin pria. Status dari kompasianer hampir sama antara yang berstatus menikah dan lajang. Usia yang paling banyak bergabung dengan kompasiana antara 26- 30 tahun, tingkat pendidikan paling banyak Strata 1 (satu) dan hampir setengah dari pengguna kompasiana bekerja sebagai pegawai swasta.

Fenomena kompasiana.com sebagai media *citizen journalism online*, kompasiana.com sebagai wadah untuk setiap orang menyalurkan ide, gagasan, maupun aspirasi masyarakat, untuk meningkatkan arus informasi dan untuk mengetahui isu-isu yang sedang marak berkembang di masyarakat yang tidak terbahas oleh media mainstream, sehingga timbul keberagaman informasi.

Kompasianer yang bergabung dengan kompasiana memiliki tujuan menyebarkan luaskan tulisan hasil karya mereka sehingga dapat dibaca oleh banyak orang dan memperluas pergaulan dengan cara berteman dengan para pelaku *citizen journalism* lainnya.

Kompasianer berpartisipasi dalam bentuk menulis tulisan, mengomentari tulisan, memberikan *ratting* pada tulisan, dan berteman dengan kompasianer lain, sehingga kompasiana.com menjadi tempat berkumpulnya para penulis dan blogger mulai dari yang baru terjun dalam menulis sampai yang sudah mahir dalam menulis.