

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Bab ini akan membahas penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan manajemen pengelolaan media jurnalisme warga. Kajian terhadap penelitian terdahulu ini bertujuan untuk memberikan landasan teoritis dan konseptual yang kokoh bagi penelitian ini, serta untuk mengidentifikasi celah-celah yang dapat diisi oleh penelitian ini. Dengan memahami studi-studi sebelumnya, penulis dapat melihat bagaimana konsep manajemen media jurnalisme warga telah diterapkan dan dikembangkan, serta bagaimana Kampung-Media.com berperan dalam konteks tersebut. Bab ini juga akan mengeksplorasi berbagai perspektif dan temuan penelitian yang relevan, sehingga dapat memberikan wawasan yang komprehensif untuk mendukung analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

Literatur pertama yang penulis angkat yaitu oleh M. Zaimil Fanani berjudul *Penataan Jurnalisme Warga Di Media NU Sidoarjo (nusidoarjo.or.id)* di *Imtiyaz: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Penelitian M. Zaimil Fanani tentang "*Penataan Jurnalisme Warga Di Media NU Sidoarjo (nusidoarjo.or.id)*" dan penelitian yang sedang penulis kembangkan mengenai "*Manajemen Pengelolaan Media Jurnalisme Warga: Studi Pada Kampung-Media.com*" memiliki fokus yang serupa dalam menganalisis bagaimana media komunitas

mengelola jurnalisme warga. Kedua penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menerapkan teori manajemen dari George R. Terry untuk memahami bagaimana aspek-aspek seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian diterapkan dalam konteks pengelolaan media tersebut.

Perbandingan antara kedua penelitian ini mengungkapkan beberapa perbedaan yang mencolok. Penelitian M. Zaimil Fanani berfokus pada nusidoarjo.or.id, sebuah media komunitas di Sidoarjo yang menghadapi keterbatasan finansial dan mengandalkan pengelolaan sukarela. Meskipun demikian, media ini tetap produktif dengan mengunggah beberapa tulisan setiap harinya. Di sisi lain, penelitian penulis mengeksplorasi Kampung-Media.com, yang mungkin memiliki cakupan yang lebih luas dan menghadapi tantangan unik dalam manajemen konten, partisipasi komunitas, serta penggunaan teknologi yang lebih maju. Perbandingan ini memberikan wawasan yang mendalam tentang berbagai strategi dan tantangan dalam manajemen media jurnalisme warga, serta mengarah pada penemuan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan media komunitas tersebut.

Literatur kedua yang ditulis oleh Aldy Ananda Paera, Ira Dwi Mayang Sari, dan Nofha Rina mengulas secara mendalam tentang manajemen Citizen Journalism di Tribun Timur, yang merupakan media online yang beralih dari media massa tradisional ke platform digital untuk mengikuti perkembangan zaman. Penelitian ini dipublikasikan dalam e-Proceeding of Management, Volume 6, Nomor 3, Desember 2019.

Studi mereka menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara tatap muka dan telaah dokumen. Mereka menitikberatkan pada pemahaman tentang bagaimana Tribun Timur mengelola Citizen Journalism melalui kanal Citizen Reporter di [www.makassar.tribunnews.com](http://www.makassar.tribunnews.com). Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menggali mekanisme serta kualitas manajemen dalam mengelola konten yang dikirimkan oleh masyarakat melalui kanal tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian mereka, Tribun Timur mengorganisasikan proses pengelolaan informasi menjadi empat tahap utama: pengumpulan, penyuntingan, penyebaran, dan evaluasi berita. Proses ini dirancang untuk memastikan bahwa berita yang disajikan kepada pembaca tidak hanya informatif tetapi juga memenuhi standar jurnalistik yang ketat. Penyuntingan berperan penting dalam menjaga kualitas berita, sehingga konten yang dipublikasikan tidak melanggar etika jurnalistik yang berlaku.

Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya triangulasi sumber dalam menguji validitas data yang dikumpulkan. Dengan memadukan hasil dari berbagai metode pengumpulan data, peneliti dapat lebih yakin terhadap keabsahan temuan mereka tentang praktik Citizen Journalism di Tribun Timur. Hal ini menunjukkan komitmen penulis untuk menghasilkan penelitian yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan dalam konteks manajemen media digital saat ini.

Secara kontras, penelitian penulis (sebut saja penulis) fokus pada

manajemen pengelolaan media jurnalisme warga di Kampung-Media.com. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang sejalan dengan studi Tribun Timur namun mengacu pada teori manajemen George Terry dan konsep citizen journalism untuk menganalisis bagaimana Kampung-Media.com mengatur operasionalnya. Tujuan penelitian penulis adalah untuk memahami strategi dan proses yang digunakan Kampung-Media.com dalam mengelola konten yang dikontribusikan oleh warga, dengan fokus pada penerapan prinsip-prinsip manajemen yang efektif dalam konteks jurnalisme partisipatif.

Dengan demikian, kedua penelitian ini tidak hanya mengisi celah pengetahuan dalam manajemen media modern, tetapi juga memberikan perspektif yang berharga tentang bagaimana media dapat mengintegrasikan partisipasi masyarakat dalam produksi dan penyebaran berita secara etis dan efektif. Perbandingan antara Tribun Timur dan Kampung-Media.com menunjukkan variasi yang signifikan dalam pendekatan mereka terhadap manajemen Citizen Journalism, yang tercermin dalam metode, teori yang digunakan, dan fokus penelitian masing-masing.

Penelitian ketiga yaitu penelitian oleh Ahmad Anif Syaifudin dan Anggit Andriani Darmaningtyas yang berjudul "Strategi Manajemen Pengelolaan Media Sosial Sebagai Akun Publik: Analisis Model Komunikasi Akun Instagram @liputan.kendal.terkini" mengeksplorasi strategi pengelolaan media sosial melalui studi kasus akun Instagram @liputan.kendal.terkini di Journal of Social and Political Science Volume 1 No. 2 Juli 2022. Penelitian ini bertujuan

untuk memahami bagaimana media sosial, khususnya Instagram, dapat dikelola secara efektif sebagai platform publikasi berita lokal.

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada analisis komunikasi yang dilakukan melalui akun tersebut. Metode pengumpulan data meliputi observasi terhadap konten yang diposting, analisis isi dari postingan, serta wawancara dengan pengelola akun untuk mendapatkan pandangan dari perspektif internal. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi pengelolaan konten, interaksi dengan pengikut, dan upaya membangun citra yang konsisten dan dipercaya di kalangan pengguna Instagram.

Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa akun @liputan.kendal.terkini menggunakan beberapa strategi manajemen media sosial yang efektif. Salah satunya adalah penggunaan konten visual yang menarik dan relevan dengan audiens lokal mereka, seperti berita terkini dan liputan kegiatan komunitas. Mereka juga aktif dalam berinteraksi dengan pengikut melalui komentar dan pesan langsung, yang membantu memperkuat keterlibatan pengguna dengan akun tersebut.

Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya adaptasi terhadap perubahan tren dan kebijakan platform media sosial, serta peran analisis data untuk memahami respons pengguna terhadap konten yang dipublikasikan. Hal ini mencerminkan upaya mereka untuk terus mengoptimalkan strategi berdasarkan analisis kinerja dan umpan balik dari pengguna.

Penelitian penulis yang fokus pada manajemen pengelolaan media jurnalisme warga di Kampung-Media.com memiliki beberapa kaitan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Anif Syaifudin dan Anggit Andriani Darmaningtyas mengenai strategi manajemen pengelolaan media sosial melalui akun Instagram @liputan.kendal.terkini. Kaitan antara kedua penelitian tersebut terletak pada pemahaman yang mendalam tentang pengelolaan media digital dalam konteks yang berbeda. Meskipun objeknya berbeda, yaitu Kampung-Media.com sebagai platform jurnalisme warga dan akun Instagram @liputan.kendal.terkini sebagai akun publik, keduanya membahas bagaimana media tersebut mengelola konten dan berinteraksi dengan audiensnya melalui platform digital. Baik itu melalui publikasi berita lokal atau konten-konten yang relevan dengan kebutuhan dan minat pengguna.

Selain itu, kedua penelitian juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mendalami fenomena yang mereka telaah. Pendekatan ini memungkinkan untuk menggali secara mendalam bagaimana strategi-strategi diterapkan, bagaimana interaksi dengan pengguna dilakukan, dan bagaimana manajemen konten diatur untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Namun, perbedaan utama antara kedua penelitian ini terletak pada objek dan fokus penelitian. Penelitian penulis lebih fokus pada manajemen pengelolaan konten dan operasional Kampung-Media.com sebagai platform jurnalisme warga. Penulis menganalisis bagaimana Kampung-Media.com menggunakan teori manajemen dari George Terry dan konsep citizen journalism untuk mengatur operasional mereka serta memenuhi kebutuhan partisipasi masyarakat

dalam menyampaikan informasi.

Di sisi lain, penelitian oleh Ahmad Anif Syaifudin dan Anggit Andriani Darmaningtyas lebih berfokus pada strategi manajemen media sosial, khususnya di platform Instagram, dan bagaimana akun @liputan.kendal.terkini mengelola konten untuk membangun kehadiran yang kuat dan terpercaya di kalangan pengikut mereka. Dengan demikian, sementara keduanya berkontribusi pada pemahaman tentang manajemen media digital, perbedaan fokus dan objek penelitian mereka memberikan perspektif yang berbeda dalam memahami bagaimana media digital dapat dikelola secara efektif dan berdaya guna dalam konteks yang berbeda-beda.

Dalam konteks manajemen media sosial sebagai akun publik, penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi praktisi dan peneliti tentang bagaimana memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan informasi dan membangun hubungan yang berarti dengan audiens. Strategi yang dikaji dalam penelitian ini tidak hanya relevan bagi media lokal seperti @liputan.kendal.terkini, tetapi juga dapat diadaptasi oleh entitas lain yang ingin meningkatkan kehadiran mereka dalam ranah digital secara efektif dan bertanggung jawab.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Manajemen Pengelolaan Rubrik *Citizen Journalism* Morissan**

Morissan adalah seorang penulis dan akademisi yang memiliki beberapa pandangan dan teori mengenai manajemen pengelolaan rubrik citizen journalism. Dalam bukunya, dia membahas berbagai aspek pengelolaan media dan jurnalistik, termasuk citizen journalism. Pandangan-pandangannya tidak hanya berfokus pada teori tetapi juga menawarkan praktik-praktik yang dapat diterapkan dalam dunia nyata untuk mengelola dan memaksimalkan potensi citizen journalism.

Morissan mendefinisikan citizen journalism sebagai bentuk jurnalistik yang dilakukan oleh individu-individu yang bukan profesional di bidang jurnalistik tetapi berperan aktif dalam mengumpulkan, melaporkan, dan menyebarkan berita serta informasi (Morissan, 2018).. Fenomena ini muncul seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memberikan akses mudah bagi masyarakat umum untuk terlibat dalam proses jurnalistik. Morissan menekankan bahwa citizen journalism dapat mencakup berbagai jenis konten, mulai dari laporan berita, opini, hingga investigasi mendalam. Berikut adalah beberapa poin penting dari teori Morissan mengenai manajemen pengelolaan rubrik citizen journalism:

### **1. Struktur dan Organisasi**

Menurut Morissan, memiliki struktur yang jelas dan terorganisir adalah fondasi penting bagi setiap platform yang mengelola rubrik citizen journalism. Struktur ini memastikan bahwa setiap individu yang terlibat memiliki pemahaman yang baik

mengenai peran dan tanggung jawab mereka. Dengan adanya struktur yang jelas, alur kerja menjadi lebih efisien dan teratur, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas konten yang diproduksi. Komponen Struktur yang Jelas:

1. Pemimpin Redaksi:

- Bertanggung jawab atas keseluruhan operasi editorial.
- Memastikan semua konten yang dipublikasikan memenuhi standar etika dan kualitas jurnalistik.
- Mengatur strategi editorial dan menentukan arah kebijakan konten.

2. Editor:

- Bertugas menyaring dan mengedit kontribusi dari citizen journalists.
- Memastikan bahwa setiap artikel yang diterima sesuai dengan pedoman editorial.
- Melakukan pengecekan fakta dan verifikasi informasi sebelum publikasi.

3. Reviewer:

- Mengkaji ulang konten yang sudah diedit untuk memastikan akurasi dan kualitas.
- Memberikan masukan tambahan yang dapat meningkatkan nilai jurnalistik dari artikel.

4. Kontributor (Citizen Journalists):

- Menyediakan konten berupa artikel, foto, atau video berdasarkan peristiwa atau isu yang mereka liput.
- Mematuhi pedoman etika jurnalistik yang telah ditetapkan oleh platform.

5. Koordinator Komunitas:

- Berperan sebagai penghubung antara platform dan komunitas citizen journalists.
- Mengorganisir pelatihan dan workshop untuk meningkatkan kemampuan para kontributor.
- Membangun dan memelihara hubungan baik dengan komunitas.

## **2. Peran Editor**

Editor memainkan peran kunci dalam memastikan bahwa konten yang diproduksi oleh citizen journalists memenuhi standar jurnalistik yang tinggi. Peran mereka mencakup berbagai tanggung jawab penting yang menjamin kualitas dan kredibilitas platform.

Tanggung jawab editor:

### **1. Penyaringan dan Pengeditan:**

- Melakukan penyaringan awal terhadap kontribusi yang masuk untuk memastikan relevansi dan kepatuhan terhadap pedoman editorial.
- Mengedit konten untuk memastikan kejelasan, konsistensi, dan kualitas bahasa.
- Memperbaiki kesalahan tata bahasa, ejaan, dan struktur kalimat.

### **2. Verifikasi Informasi:**

- Melakukan pengecekan fakta untuk memastikan akurasi informasi yang disampaikan.
- Mengonfirmasi sumber-sumber yang digunakan oleh citizen journalists untuk memastikan kredibilitas.

### **3. Umpan Balik Konstruktif:**

- Memberikan umpan balik yang membangun kepada kontributor untuk membantu mereka meningkatkan keterampilan jurnalistik mereka.

- Menyediakan saran spesifik mengenai cara memperbaiki artikel dan penulisan di masa mendatang.
4. Pelatihan dan Bimbingan:
- Mengorganisir sesi pelatihan dan bimbingan untuk meningkatkan kompetensi para citizen journalists.
  - Mendorong praktik terbaik dalam penulisan, pelaporan, dan etika jurnalistik.
5. Koordinasi Tim:
- Bekerjasama dengan reviewer dan koordinator komunitas untuk memastikan alur kerja yang lancar.
  - Mengatur jadwal publikasi dan memastikan konten diterbitkan tepat waktu.

Dengan memiliki struktur yang jelas dan peran editor yang kuat, platform citizen journalism dapat mengelola kontribusi dari citizen journalists secara efektif. Ini tidak hanya memastikan kualitas dan kredibilitas konten tetapi juga mendorong partisipasi aktif dan berkelanjutan dari komunitas.

### **3. Kualitas dan Kredibilitas Konten**

Salah satu tantangan utama dalam citizen journalism adalah memastikan keakuratan dan kredibilitas informasi yang disampaikan. Morissan menekankan pentingnya metode verifikasi yang ketat untuk mengatasi tantangan ini. Verifikasi informasi merupakan langkah krusial yang harus dilakukan sebelum sebuah berita dipublikasikan. Ini bisa melibatkan pengecekan fakta secara menyeluruh, penggunaan sumber yang kredibel, dan konfirmasi langsung terhadap berita atau informasi yang diterima. Dengan menerapkan proses verifikasi yang cermat, media dapat mencegah penyebaran informasi yang salah atau

menyesatkan, sehingga menjaga integritas dan kepercayaan publik terhadap platform citizen journalism tersebut.

Selain itu, penerapan standar etika jurnalistik adalah hal yang tidak kalah penting. Morissan menyarankan agar setiap kontributor dilatih mengenai prinsip-prinsip etika jurnalistik seperti akurasi, objektivitas, dan tanggung jawab dalam pelaporan. Pelatihan ini membantu citizen journalists memahami pentingnya menyampaikan informasi yang benar dan adil, serta menghindari bias atau laporan yang tidak seimbang. Dengan mematuhi standar etika ini, citizen journalism dapat mempertahankan kredibilitas dan kepercayaannya di mata publik. Etika jurnalistik tidak hanya berfungsi sebagai pedoman dalam pelaporan berita, tetapi juga sebagai alat untuk membangun hubungan yang kuat dan terpercaya antara media dan audiens. Dengan demikian, kualitas dan kredibilitas konten dapat terus ditingkatkan, menjadikan citizen journalism sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.

#### **4. Teknologi dan Inovasi**

Morissan melihat teknologi sebagai alat yang sangat penting dalam mendukung citizen journalism. Dengan kemajuan teknologi, platform digital, aplikasi mobile, dan media sosial menjadi sarana utama bagi citizen journalists untuk mengumpulkan, menyebarkan, dan memverifikasi berita. Teknologi memungkinkan informasi tersebar dengan cepat dan luas, menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam. Aplikasi mobile mempermudah citizen journalists untuk

melaporkan kejadian secara real-time, sementara media sosial menyediakan platform untuk berbagi dan mendiskusikan berita dengan audiens global. Selain itu, teknologi juga memainkan peran penting dalam proses verifikasi informasi. Alat digital dapat digunakan untuk memeriksa keakuratan data, mengidentifikasi sumber yang kredibel, dan mengonfirmasi kebenaran berita sebelum dipublikasikan. Dengan demikian, teknologi tidak hanya memfasilitasi penyebaran informasi tetapi juga meningkatkan keandalan dan kredibilitas berita yang disampaikan oleh citizen journalists.

Selain itu, Morissan mendorong media untuk terus berinovasi dalam cara mereka mengelola dan mempresentasikan kontribusi dari citizen journalists. Inovasi ini penting untuk menjaga konten tetap menarik dan relevan bagi audiens. Penggunaan format multimedia seperti video, infografis, dan podcast dapat memperkaya cara berita disajikan, membuatnya lebih menarik dan mudah dipahami. Interaktivitas juga menjadi kunci dalam inovasi pelaporan. Media dapat menciptakan platform yang memungkinkan audiens untuk berpartisipasi secara aktif, memberikan komentar, bertanya, atau bahkan menyumbangkan informasi tambahan. Ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan audiens tetapi juga memperkuat hubungan antara media dan komunitasnya. Partisipasi audiens yang lebih besar berarti lebih banyak perspektif dan informasi yang dapat dikumpulkan, memperkaya konten yang disajikan. Dengan terus berinovasi, media

dapat memastikan bahwa citizen journalism tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang di era digital ini.

### **5. Keterlibatan dan Pendidikan Komunitas**

Untuk meningkatkan kualitas kontribusi dari citizen journalists, Morissan menyarankan agar media menyediakan pelatihan dan pendidikan yang memadai. Pelatihan ini dapat berupa workshop yang memberikan pengetahuan praktis tentang teknik peliputan, penulisan berita, dan etika jurnalistik. Panduan online juga bisa menjadi sumber yang berguna, memberikan tips dan saran yang bisa diakses kapan saja oleh para kontributor. Selain itu, dukungan teknis yang berkelanjutan sangat penting untuk membantu citizen journalists mengatasi tantangan teknis yang mungkin mereka hadapi, seperti penggunaan alat digital dan platform media sosial. Dengan memberikan pelatihan dan pendidikan yang komprehensif, media dapat membantu citizen journalists meningkatkan keterampilan mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan kualitas konten yang mereka hasilkan.

Membangun hubungan yang baik dengan komunitas adalah aspek penting lainnya dalam pengelolaan citizen journalism. Media harus aktif terlibat dengan komunitas mereka untuk membangun kepercayaan dan mendorong partisipasi yang lebih besar. Keterlibatan ini bisa dilakukan melalui kegiatan offline seperti diskusi komunitas, dimana citizen journalists dan anggota komunitas dapat bertukar pikiran dan pengalaman secara langsung. Interaksi online yang proaktif

juga penting, dengan media berperan aktif dalam forum diskusi, sesi tanya jawab, dan platform media sosial untuk berkomunikasi dengan audiens mereka. Dengan membangun hubungan yang kuat dengan komunitas, media dapat menciptakan lingkungan yang mendukung dan kolaboratif, di mana citizen journalists merasa dihargai dan termotivasi untuk berkontribusi lebih banyak. Ini tidak hanya memperkaya konten yang disajikan tetapi juga memperkuat ikatan antara media dan komunitasnya, menciptakan basis yang kokoh untuk pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang.

#### **6. Monetisasi dan Keberlanjutan**

Morissan juga membahas berbagai model bisnis yang bisa diterapkan untuk memastikan keberlanjutan rubrik citizen journalism. Model bisnis yang berkelanjutan sangat penting untuk memastikan bahwa platform citizen journalism dapat terus beroperasi dan berkembang, menyediakan layanan berita yang andal dan berkualitas kepada audiens mereka. Salah satu sumber pendapatan utama yang diidentifikasi oleh Morissan adalah iklan. Pendapatan dari iklan dapat membantu menutupi biaya operasional dan memungkinkan platform untuk berinvestasi dalam teknologi dan sumber daya manusia. Untuk menarik pengiklan, media perlu membangun basis audiens yang kuat dan aktif, serta menyediakan konten yang relevan dan menarik.

Selain iklan, donasi dari pembaca juga bisa menjadi sumber pendapatan yang signifikan. Dengan membangun hubungan yang kuat

dan transparan dengan komunitas pembaca, media dapat mendorong mereka untuk mendukung platform melalui donasi. Ini bisa dilakukan melalui kampanye crowdfunding, program keanggotaan, atau donasi satu kali. Pembaca yang merasa terlibat dan percaya pada misi dan nilai-nilai platform lebih cenderung memberikan dukungan finansial. Kemitraan dengan organisasi lain juga dapat membuka peluang monetisasi tambahan. Ini bisa berupa kolaborasi dengan lembaga pendidikan, organisasi non-profit, atau perusahaan swasta untuk proyek bersama, sponsorship, atau pendanaan program tertentu.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, Morissan percaya bahwa media dapat mengelola rubrik citizen journalism secara efektif. Model bisnis yang beragam dan berkelanjutan tidak hanya akan meningkatkan kualitas konten tetapi juga mendorong partisipasi aktif dari masyarakat. Ini menciptakan lingkungan informasi yang lebih kaya dan beragam, di mana citizen journalists dapat berkontribusi secara aktif dan platform dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan kebutuhan audiens dan pasar. Kombinasi dari pendapatan iklan, donasi, dan kemitraan strategis akan memberikan landasan yang kokoh bagi keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang citizen journalism.

### **2.2.2 Manajemen Media**

Dengan adanya manajemen yang baik, sebuah media dapat

mengoptimalkan sumber daya, meningkatkan kualitas konten, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Lebih dari itu, manajemen media juga berperan dalam menavigasi tantangan-tantangan di industri media yang dinamis dan terus berubah, termasuk adaptasi terhadap teknologi baru, perubahan kebijakan, serta dinamika pasar dan preferensi audiens. Untuk memastikan pengelolaan media yang efektif dan efisien, diperlukan manajemen yang mampu mengatur semua aspek terkait. Secara fundamental, manajemen selalu berkaitan erat dengan struktur organisasi (Darmawati & Hayati, 2013).

Organisasi adalah suatu kelompok atau entitas yang terdiri dari orang-orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Struktur organisasi melibatkan pembagian tugas, tanggung jawab, dan wewenang untuk memastikan bahwa setiap anggota berkontribusi secara efektif terhadap tujuan tersebut. Dalam konteks manajemen, organisasi juga mencakup pengaturan sumber daya, proses, dan komunikasi untuk mendukung efisiensi dan efektivitas operasional. Manajemen, seperti diungkapkan oleh Mary Parker Follett, adalah seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini menekankan pentingnya kolaborasi dan koordinasi dalam mencapai tujuan organisasi. Follett memandang manajemen sebagai proses dinamis yang melibatkan interaksi antara individu dan kelompok dalam organisasi. Dengan pendekatan yang menekankan hubungan manusiawi dan kerja sama, Follett menekankan bahwa manajemen yang efektif membutuhkan

pemahaman terhadap motivasi, komunikasi, dan dinamika kelompok (Follett, 2003). Nickels dan McHugh mendefinisikan manajemen sebagai proses yang mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan kepemimpinan terhadap sumber daya organisasi, baik manusia, finansial, maupun material. Mereka menekankan bahwa manajemen adalah tentang memanfaatkan sumber daya secara efisien dan efektif untuk mencapai hasil yang diinginkan, serta tentang mengarahkan usaha tim agar selaras dengan visi dan misi organisasi (Nickels & McHugh, 2012).

Untuk media sendiri, memiliki definisi yang luas dan beragam. Susilana, R., & Riyana, C. (2008) mengutip Sadiman dalam bukunya Media Pendidikan, menjelaskan bahwa Media adalah alat atau sarana komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi, ide, dan hiburan kepada audiens luas. Secara etimologi, kata "media" berasal dari bahasa Latin "medium," yang berarti perantara atau pengantar. Media berfungsi sebagai perantara antara sumber pesan (a source) dan penerima pesan (a receiver), memungkinkan komunikasi yang efektif dan efisien. Media mencakup berbagai platform dan teknologi, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, internet, dan media sosial. Peran media sangat penting dalam membentuk opini publik, mempengaruhi budaya dan perilaku sosial, serta menyediakan akses informasi yang dapat mempengaruhi keputusan dan pandangan masyarakat (Susilana & Riyana, 2008).

Manajemen media (*media management*) merujuk pada disiplin yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarah, dan pengendalian sumber daya dan proses dalam konteks industri media. Ini mencakup pengelolaan aspek-aspek seperti produksi konten, strategi pemasaran, distribusi, dan interaksi dengan audiens. Salah satu aspek sentral dalam manajemen media adalah perencanaan strategis, yang melibatkan pengembangan rencana jangka panjang dan pendek untuk mencapai tujuan organisasi media. Proses ini mencakup identifikasi audiens target, penentuan konten yang relevan, dan formulasi strategi pemasaran yang efektif (Ummah, 2022).

Pengelolaan sumber daya adalah tanggung jawab manajemen media untuk mengatur anggaran, personel, dan peralatan produksi agar organisasi beroperasi secara efisien. Seiring dengan itu, produksi konten menjadi aspek kunci yang melibatkan manajemen tim kreatif, pengelolaan proses produksi, dan penyusunan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi audiens. Pemasaran dan promosi menjadi bagian integral dari manajemen media, di mana manajemen berperan dalam meningkatkan visibilitas dan daya tarik merek media. Ini mencakup perancangan kampanye pemasaran yang efektif, strategi promosi yang relevan, dan pembangunan citra merek yang kuat. Manajemen risiko merupakan aspek penting lainnya, di mana manajemen media harus mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko yang mungkin dihadapi oleh organisasi. Risiko tersebut dapat

mencakup aspek hukum, reputasi, dan operasional yang dapat mempengaruhi kelangsungan bisnis (Ummah, 2022).

Kepemimpinan dan pengembangan tim adalah aspek lain yang penting dalam manajemen media, melibatkan peran manajemen dalam membimbing tim, mengelola hubungan antaranggota tim, dan memastikan pengembangan keterampilan individu serta peningkatan kolaborasi. Dalam industri media yang terus berubah, manajemen media memainkan peran sentral dalam memastikan adaptabilitas terhadap perkembangan teknologi dan perubahan tren pasar, yang esensial untuk kesuksesan jangka panjang organisasi media (Ummah, 2022).

Dikutip dari jurnal Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Online (2019) oleh Nadin Ikhtiono mengartikan, manajemen media massa adalah proses pengelolaan dan pengendalian berbagai aktivitas yang terkait dengan produksi, distribusi, dan penyebaran konten melalui media massa, seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan platform digital. Manajemen ini mencakup berbagai fungsi, termasuk perencanaan strategis, pengorganisasian sumber daya, pengawasan kinerja, serta pengambilan keputusan yang berkaitan dengan konten editorial, pemasaran, dan operasional. Tujuan utama dari manajemen media massa adalah untuk memastikan bahwa konten yang disampaikan relevan, akurat, dan menarik bagi audiens target, sekaligus memenuhi tujuan bisnis dan etika jurnalistik. Manajemen media massa juga berperan dalam mengadaptasi organisasi media terhadap perubahan

teknologi, tren konsumsi media, dan dinamika pasar. Hal ini melibatkan pemahaman mendalam tentang audiens, kemampuan untuk mengelola tim kreatif, dan keahlian dalam menggunakan berbagai alat analitik untuk mengukur efektivitas dan dampak konten yang diproduksi.

J.B Wahyudi dalam buku Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran (1994) menyatakan, ada empat fungsi dasar dalam manajemen, sebagai berikut:

- 1) Perencanaan: Perencanaan dalam konteks manajemen penyiaran melibatkan merumuskan tujuan jangka panjang dan jangka pendek serta strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Ini mencakup penetapan agenda editorial, perencanaan program, serta strategi pemasaran dan branding untuk menarik audiens. Dalam perencanaan konten, tim manajemen penyiaran harus mempertimbangkan tren industri, preferensi audiens, serta nilai-nilai stasiun penyiaran untuk memastikan konten yang relevan dan menarik.
- 2) Organisasi: Fungsi organisasi dalam manajemen penyiaran melibatkan pembangunan struktur organisasi yang efisien. Ini mencakup pembagian tugas dan tanggung jawab di antara tim produksi, redaksi, pemasaran, dan administrasi. Struktur organisasi yang baik memungkinkan koordinasi yang lancar antardepartemen, pengambilan keputusan yang cepat, serta

penyebaran informasi yang efektif di seluruh stasiun penyiaran.

3) Pengarahan: Memimpin tim dalam konteks manajemen penyiaran melibatkan menggerakkan dan memotivasi anggota tim untuk mencapai tujuan bersama. Pemimpin di bidang ini harus memiliki kemampuan untuk menginspirasi kreativitas, mengelola konflik, dan mengarahkan inovasi dalam produksi konten. Mereka juga bertanggung jawab untuk mengembangkan bakat-bakat kreatif, seperti presenter, produser, dan penulis skrip, serta membangun budaya kerja yang positif dan kolaboratif.

4) Pengendalian: Pengendalian dalam manajemen penyiaran melibatkan pemantauan dan evaluasi terhadap kinerja operasional untuk memastikan bahwa semua aktivitas berjalan sesuai rencana. Ini meliputi penilaian terhadap kualitas konten, pengelolaan anggaran, serta kepatuhan terhadap standar teknis dan regulasi penyiaran. Pengendalian juga mencakup analisis terhadap data audiens dan feedback untuk memperbaiki dan mengoptimalkan strategi penyiaran di masa mendatang.

Keempat fungsi ini saling terkait dan penting dalam memastikan keberhasilan operasional dan strategis stasiun penyiaran. Dengan mengintegrasikan perencanaan yang baik, organisasi yang efisien, kepemimpinan yang kuat, dan pengendalian yang cermat, manajemen

penyiaran dapat menghadapi tantangan industri media yang dinamis dan terus berkembang.

### **2.2.3 Komunikasi Massa**

Abdul Halik (2013) menjelaskan dalam bukunya bahwa media massa berperan penting sebagai sarana sentral dalam menyebarkan pesan kepada publik dalam skala yang luas. Sebagai perantara komunikasi massa, media massa memungkinkan informasi, berita, dan konten lainnya untuk disampaikan kepada audiens yang tersebar luas, baik secara lokal, nasional, maupun internasional. Dengan teknologi dan infrastruktur yang kompleks, media massa dapat mencakup berbagai platform seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan platform digital.

Peran utama media massa sebagai sarana sentral komunikasi massa terletak pada kemampuannya untuk menciptakan ruang publik yang memfasilitasi pertukaran gagasan, informasi, dan pendapat di antara berbagai kelompok masyarakat. Melalui berbagai jenis konten, seperti berita, program informasi, hiburan, dan pendidikan, media massa mampu membentuk opini publik, memengaruhi perilaku sosial, serta mengedukasi dan menghibur audiensnya. Dengan demikian, media massa tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membentuk dan mencerminkan nilai-nilai, budaya, dan identitas suatu masyarakat dalam konteks yang lebih luas.

Komunikasi massa (mass communication) merupakan proses

penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak atau lembaga kepada khalayak yang luas, menggunakan berbagai media dan saluran komunikasi yang tersedia. Ini meliputi penggunaan media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, dan platform digital untuk menyampaikan berita, hiburan, informasi, dan konten lainnya kepada audiens yang tersebar luas. Secara lebih mendalam, komunikasi massa tidak hanya sekadar tentang penyampaian informasi, tetapi juga tentang pengaruh sosial dan budaya yang dihasilkan dari interaksi antara pesan yang disampaikan dan audiensnya. Media massa tidak hanya sebagai saluran untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai wadah untuk membentuk opini publik, memengaruhi perilaku sosial, dan memperkuat identitas budaya suatu masyarakat (Maros, 2016).

Dalam era digital saat ini, konsep komunikasi massa juga meliputi media sosial dan platform daring yang memungkinkan interaksi dua arah antara pengguna dan penyedia konten. Hal ini mengubah dinamika tradisional komunikasi massa dengan memungkinkan partisipasi lebih aktif dari audiens dalam proses penyampaian dan konsumsi informasi. Dengan demikian, komunikasi massa terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan dalam pola konsumsi media masyarakat modern (Maros, 2016).

Dalam teori komunikasi, Harold D. Lasswell memperkenalkan konsep tiga fungsi utama komunikasi massa yang menjadi landasan penting dalam memahami peran media dalam masyarakat modern.

Pertama, fungsi pemberian informasi (surveillance) menekankan peran media massa sebagai sumber utama informasi tentang peristiwa-peristiwa terkini baik di tingkat lokal maupun global, membantu audiens tetap terinformasi dan memahami isu-isu penting sehari-hari. Kedua, fungsi penyaringan (correlation) menyoroti peran media dalam mengelola dan menghubungkan informasi yang kompleks menjadi narasi yang bermakna, termasuk analisis hubungan sebab-akibat dan tren masyarakat. Ketiga, fungsi kesosialisasian (socialization) menunjukkan peran media dalam membentuk norma sosial, nilai-nilai, dan perilaku melalui berbagai jenis konten seperti program pendidikan, drama, dan iklan, membentuk identitas budaya dan memperkuat kohesi sosial secara keseluruhan. Konsep ini memberikan kerangka kerja yang penting dalam memahami bagaimana media massa tidak hanya memengaruhi persepsi individu tetapi juga membentuk dinamika sosial, politik, dan budaya dalam masyarakat modern (Maros, 2016).

Komunikasi massa memiliki beberapa sifat yang membedakannya dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi massa bersifat satu arah, di mana informasi disampaikan dari satu sumber kepada banyak penerima tanpa interaksi langsung antara pengirim dan penerima. Kedua, sifat anonimitas terkait dengan komunikasi massa, di mana penerima informasi tidak secara langsung berinteraksi dengan pengirimnya dan sering kali tidak dikenal secara personal. Ketiga, skala yang luas menjadi sifat utama komunikasi massa, yang memungkinkan informasi disebarkan

kepada audiens yang sangat besar secara cepat dan efisien melalui berbagai media seperti televisi, radio, dan internet. Keempat, komunikasi massa cenderung memiliki tujuan komersial atau publik, sering kali dengan maksud untuk mencapai audiens yang luas untuk tujuan informasi, hiburan, atau persuasi. Sifat-sifat ini menjadikan komunikasi massa sebagai kekuatan penting dalam membentuk opini publik, mempengaruhi budaya, dan memperkuat interaksi sosial di masyarakat modern (Ningsih, 2017).

#### **2.2.4 Komunikasi Media Baru**

Menurut Marshall McLuhan (2010), media baru atau new media adalah perwujudan dari perkembangan teknologi komunikasi yang secara signifikan memperluas jangkauan interaksi manusia. Dalam pandangan McLuhan, istilah "media baru" mencakup konsep yang sangat mirip dengan pengertian saat ini mengenai media baru. Sejak era McLuhan, istilah ini terus berevolusi dan memiliki banyak definisi yang dapat disesuaikan dengan konteks penggunaannya.

Dalam buku "Encyclopedia of New Media" yang diterbitkan pada tahun 2003, tidak terdapat jawaban pasti mengenai definisi media baru. Bahkan, media lama atau tradisional pernah dijuluki sebagai media baru. Hal ini menunjukkan dinamika konstan yang melibatkan evolusi media dan kompleksitas dalam menetapkan batasan yang jelas.

Ronal Rice (1984) memberikan definisi media baru sebagai

teknologi komunikasi yang memfasilitasi dan memungkinkan interaktivitas antara pengguna dan informasi. Interaktivitas, yang menjadi karakteristik utama media baru, menciptakan suatu lingkungan di mana pengguna dapat berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi, bukan hanya sebagai penerima pasif informasi.

Saat ini, media baru dipahami sebagai istilah yang mencakup teknologi digital dan internet yang terkini, beserta dampaknya terhadap budaya di sekitarnya. Definisi ini mencerminkan pergeseran fokus dari medium tradisional ke platform digital yang memainkan peran sentral dalam memfasilitasi interaksi, distribusi cepat, dan personalisasi konten dalam masyarakat modern.

Menurut Arshano Sahar (2014) sifat utama media baru termasuk kemampuan untuk menyediakan konten secara real-time atau on-demand, memungkinkan partisipasi aktif dari pengguna melalui komentar, berbagi, dan konten yang dihasilkan pengguna (user-generated content). Media baru juga memfasilitasi interaksi yang lebih langsung antara pengguna dan pembuat konten, mengaburkan garis antara konsumen dan produsen informasi. Kegunaan media baru sangat beragam, mulai dari penyediaan berita dan informasi terkini secara cepat dan global, hingga platform untuk membangun komunitas dan jejaring sosial yang kuat. Media sosial memungkinkan individu dan kelompok untuk berbagi pandangan, mengorganisir gerakan sosial, dan mempengaruhi opini publik dengan cepat dan luas. Di sisi lain, platform

video juga memberikan ruang bagi kreativitas, hiburan, dan pembelajaran dalam format visual yang menarik. Secara keseluruhan, media baru tidak hanya mengubah cara masyarakat mengakses informasi, tetapi juga membentuk dinamika komunikasi dan interaksi sosial dalam masyarakat kontemporer, memainkan peran kunci dalam membentuk budaya, politik, dan ekonomi global saat ini.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi media baru merujuk pada proses pertukaran informasi dan ide menggunakan teknologi media yang terkini. Ini melibatkan penggunaan platform digital, internet, dan teknologi komunikasi modern lainnya untuk menghasilkan, menyebarkan, dan mengonsumsi konten. Berbeda dengan media tradisional, media baru memberikan fokus pada interaktivitas, partisipasi pengguna, dan distribusi informasi yang cepat.

Media baru memberikan kesempatan kepada individu untuk menjadi produsen konten, bukan hanya konsumen. Platform seperti blogging, vlogging, media sosial, dan berbagai platform konten berbagi memberikan wadah untuk ekspresi kreatif dan berbagi ide. Konten dalam media baru memiliki potensi untuk menyebar dengan cepat melalui jaringan online. Algoritma cerdas digunakan untuk menyajikan konten yang disesuaikan dengan preferensi pengguna. Ini melibatkan rekomendasi berdasarkan sejarah penelusuran, perilaku online, dan preferensi pribadi.

Media baru juga mencakup konvergensi berbagai bentuk media

tradisional seperti teks, gambar, audio, dan video menjadi satu platform atau perangkat, seperti smartphone yang menggabungkan banyak fungsi dalam satu perangkat. Konten dalam media baru seringkali tetap dapat diakses untuk jangka waktu yang lama, menciptakan keberlanjutan dalam informasi. Komunikasi media baru terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi, memberikan dampak yang signifikan pada cara kita berkomunikasi, berbagi informasi, dan membentuk budaya.

### **2.2.5 Tipologi Pers**

Umumnya masyarakat sering salah kaprah dalam memahami antara jurnalistik dan pers. Jurnalistik dan pers memang memiliki hubungan erat, tetapi keduanya memiliki perbedaan yang signifikan dalam konteks komunikasi media. Menurut Sumadiria (2020), jurnalistik merujuk pada praktik atau profesi yang melibatkan pengumpulan, penyuntingan, dan penyampaian berita dan informasi kepada publik. Jurnalis bertanggung jawab untuk memverifikasi fakta, mengumpulkan berbagai sudut pandang, dan menyajikan informasi secara objektif dan akurat. Jurnalistik berfokus pada prinsip-prinsip etika, integritas, dan kebebasan pers dalam menjalankan tugasnya untuk memberikan informasi yang berguna dan relevan kepada masyarakat.

Begitu pula pendapat Totok Djoroto (2000) yang ditulis dalam bukunya *Manajemen Penerbitan Pers*, pers merujuk pada lembaga atau organisasi yang bertanggung jawab atas produksi dan distribusi berita dan informasi. Pers dapat mencakup berbagai jenis media seperti surat

kabar, majalah, radio, televisi, dan platform digital. Pers bertanggung jawab atas penyediaan konten yang dipublikasikan kepada publik, baik melalui pemberitaan berita, opini, hiburan, atau informasi lainnya. Organisasi pers dapat memiliki berbagai kepentingan dan orientasi, dari swasta hingga publik, dan dapat mempengaruhi cara informasi disajikan dan diinterpretasikan oleh masyarakat.

Menurut Djen Amar dalam *Jurnalistik Indonesia Menulis Berita dan Features* yang ditulis oleh Sumadiria (2005), kualitas pers dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok besar. Kemudian Sumadiria menambahkan satu kelompok lagi dalam bukunya tersebut. Kelompok tipologi tersebut yaitu:

1. Pers Berkualitas: Pers berkualitas mengutamakan keakuratan, kedalaman, dan relevansi informasi. Mereka cenderung fokus pada pemberitaan yang mendalam, analitis, dan memiliki standar jurnalistik tinggi. Surat kabar dan majalah yang termasuk dalam kategori ini biasanya menargetkan pembaca yang mencari informasi yang mendalam dan memadai untuk membentuk pandangan yang komprehensif tentang suatu topik.
2. Pers Populer: Pers populer cenderung lebih mengutamakan hiburan, gosip, dan pemberitaan yang menarik secara emosional. Mereka sering kali menyajikan berita dengan gaya yang lebih dramatis atau menyertakan elemen-elemen

sensasional untuk menarik perhatian pembaca atau penonton. Tabloid dan media sosial sering menjadi platform utama untuk pers populer karena fokusnya pada cerita yang menarik secara emosional atau kontroversial.

3. Pers Kuning: Pers kuning atau yellow journalism adalah jenis pers yang cenderung mengutamakan sensasi dan skandal daripada keakuratan atau integritas jurnalistik. Mereka sering kali menggunakan judul-judul yang menarik perhatian, terkadang mengorbankan kebenaran demi meningkatkan penjualan atau popularitas. Berita palsu atau tidak terverifikasi kadang-kadang juga dapat menjadi bagian dari praktik pers kuning.

Setiap jenis pers memiliki audiens dan tujuan yang berbeda, *serta* memainkan peran yang berbeda dalam ekosistem informasi masyarakat. Memahami tipologi ini membantu pembaca atau penonton untuk lebih kritis dalam menilai informasi yang mereka konsumsi dari berbagai sumber media.

### **2.2.6 Jurnalisme Partisipasi**

Dari Sukmono dan Junaedi (2019) jurnalisme partisipasi, atau participatory journalism, adalah pendekatan dalam praktik jurnalistik modern di mana masyarakat berpartisipasi aktif dalam proses

pengumpulan, penyuntingan, dan distribusi berita. Pendekatan ini mendorong partisipasi publik dalam menyumbangkan konten berita, baik dalam bentuk artikel, foto, video, atau komentar langsung melalui platform media sosial atau situs web berita. Prinsip utama dari jurnalisme partisipasi adalah demokratisasi informasi, di mana masyarakat memiliki kesempatan untuk berkontribusi langsung pada liputan berita dan membentuk narasi yang lebih inklusif dan beragam. Hal ini bertentangan dengan model tradisional jurnalisme, di mana wartawan atau redaksi yang bertanggung jawab atas semua aspek produksi dan penyajian berita. Keuntungan utama dari jurnalisme partisipasi adalah meningkatkan cakupan berita yang lebih luas, mempercepat penyebaran informasi dalam situasi darurat atau kejadian penting, serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam liputan media. Namun, pendekatan ini juga menimbulkan tantangan terkait validitas, kebenaran, dan kualitas informasi yang disumbangkan oleh masyarakat yang mungkin tidak memiliki latar belakang atau pelatihan jurnalistik formal.

Jurnalisme partisipasi, atau yang sering disebut sebagai *citizen journalism*, telah menjadi fenomena yang signifikan dalam era media digital saat ini. Hal ini memungkinkan warga untuk berperan aktif dalam proses pengumpulan, penyuntingan, dan distribusi berita. Sebagai contoh, dalam studi yang dilakukan oleh Hermida (2010), ditemukan bahwa *citizen journalism* memungkinkan masyarakat untuk turut serta

dalam melaporkan berita secara langsung melalui platform media sosial dan situs web berita, mengubah lanskap tradisional jurnalistik.

Jurnalisme partisipasi merupakan pendekatan yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam proses produksi dan distribusi berita. JD Lasica (2017) mengidentifikasi beberapa bentuk partisipasi dalam jurnalisme modern, termasuk kontribusi konten oleh masyarakat, seperti artikel, foto, atau video, serta partisipasi dalam komentar, diskusi, dan kurasi berita. Pendekatan ini memperluas peran tradisional media sebagai pengantar informasi, memungkinkan masyarakat untuk berperan aktif dalam menciptakan narasi berita yang lebih inklusif dan beragam (Lasica, 2017).

Jurnalisme partisipasi juga mengacu pada kolaborasi antara pembaca atau warga dengan jurnalis dalam melaporkan cerita, serta pemanfaatan media sosial untuk memobilisasi aksi sosial atau advokasi terhadap isu-isu tertentu (Lasica, 2017). Melalui pendekatan ini, media tidak hanya sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai platform yang memfasilitasi dialog, partisipasi publik, dan respons kolektif terhadap berbagai isu yang relevan dalam masyarakat.

### **2.2.7 Jurnalisme Warga**

Jurnalisme warga, atau citizen journalism, telah menjadi fenomena yang signifikan dalam era digital, memungkinkan individu di seluruh dunia untuk berperan aktif dalam pembuatan dan penyebaran berita. Konsep ini menyoroti peran masyarakat dalam mengumpulkan informasi,

melaporkan peristiwa, dan bahkan menganalisis isu-isu yang dianggap penting dalam komunitas mereka. Bowman dan Willis (2003) mengamati bahwa jurnalisme warga menciptakan paradigma baru di mana non-profesional dapat berkontribusi secara signifikan dalam proses jurnalisme, terutama melalui penggunaan teknologi digital dan platform media sosial yang memungkinkan distribusi berita yang cepat dan luas.

Dalam praktiknya, jurnalisme warga sering kali menangkap peristiwa yang mungkin terlewatkan oleh media tradisional, serta memberikan perspektif yang berbeda dan lebih dekat dengan pengalaman individu atau komunitas tertentu. Ini tidak hanya memperkaya liputan berita dengan sudut pandang yang lebih bervariasi, tetapi juga memungkinkan respons yang lebih cepat terhadap peristiwa penting dalam masyarakat. Partisipasi publik dalam jurnalisme warga juga dapat memperkuat transparansi, akuntabilitas, dan responsivitas media terhadap kebutuhan dan aspirasi masyarakat.

Namun demikian, ada juga tantangan yang muncul seiring dengan perkembangan jurnalisme warga. Salah satunya adalah masalah validitas dan keakuratan informasi yang disampaikan oleh kontributor non-profesional, yang dapat mempengaruhi integritas dan reputasi media secara keseluruhan. Bowman dan Willis (2003) menyoroti pentingnya etika dalam praktik jurnalisme warga, termasuk masalah seperti verifikasi fakta, perlindungan privasi, dan keberlanjutan dalam jangka panjang. Dengan demikian, perkembangan jurnalisme warga tidak hanya

menimbulkan potensi untuk transformasi positif dalam media, tetapi juga menuntut perhatian terhadap standar profesionalisme dan etika dalam produksi dan penyebaran berita di era digital ini.

Untuk itu penulis akan membahas sedikit mengenai jurnalistik dan dilanjutkan dengan jurnalisme warga, bentuk jurnalisme warga serta karakteristiknya.

a. Jurnalistik

Jurnalistik adalah praktik mengumpulkan, menyusun, dan menyampaikan berita dan informasi kepada khalayak. Profesi ini melibatkan penelitian mendalam, wawancara, pengumpulan data, dan penulisan untuk menghasilkan laporan yang objektif dan terpercaya. Tujuan utamanya adalah memberikan pemahaman yang mendalam tentang peristiwa dan isu-isu yang relevan bagi masyarakat (Suhandang, 2023).

Pada definisinya, jurnalistik adalah praktik profesional yang melibatkan pengumpulan, penelitian, pengeditan, dan penulisan berita serta informasi untuk disampaikan kepada masyarakat melalui media massa. Tujuan utamanya adalah memberikan informasi yang akurat, berimbang, dan relevan tentang peristiwa-peristiwa terkini atau isu-isu yang penting bagi khalayak. Jurnalistik juga melibatkan penerapan prinsip-prinsip etika dan standar profesional dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat (Ishwara, 2011).

b. Jurnalisme Warga

Kini warga memiliki pengertian yang mengakar pada pembahasan jurnalisme warga negara. Warga negara disebut sebagai sebuah komunitas yang membentuk negara itu sendiri berdasarkan undang-undang yang mempunyai hak dan kewajiban bersifat timbal balik. Menurut KBBI, warga adalah anggota (keluarga, perkumpulan, dan sebagainya).

Dari beberapa pendapat mengenai kata “jurnalisme” dan kata “warga”, penulis menarik kesimpulan tentang pengertian jurnalisme itu sendiri yakni kegiatan mencari, mengolah hingga menyiarkan informasi melalui media massa yang dilakukan oleh seorang atau sekumpulan anggota masyarakat dan hal informasi tersebut berpengaruh bagi kehidupan masyarakat luas.

Menurut Nurudin (2009) dalam bukunya *Jurnalisme Masa Kini*, jurnalisme warga atau *citizen journalism* adalah keterlibatan warga dalam memberitakan sesuatu. Seseorang tanpa memandang latar belakang pendidikan, keahlian dapat merencanakan, menggali, mencari, mengolah, melaporkan informasi (tulisan, gambar, foto, tuturan) kepada orang lain.

c. Bentuk-bentuk Jurnalisme Warga

Steve Outing mengklasifikasikan bentuk-bentuk *citizen journalism* menjadi 10 bentuk, masing-masing (Hermanto, Shasrini, & Saputra, 2022):

a) Media cetak konvensional sering menyediakan ruang untuk

komentar publik, di mana pembaca dapat memberikan reaksi, pujian, kritik, atau tambahan informasi terhadap artikel yang telah dipublikasikan, sering dikenal sebagai surat pembaca.

b) Pendapat masyarakat sering dimasukkan sebagai bagian dari artikel yang ditulis oleh jurnalis. Nonjurnalis sering diundang untuk berbagi pengalaman mereka terkait dengan topik utama yang sedang dilaporkan oleh jurnalis tersebut.

c) Kolaborasi antara jurnalis profesional dan nonjurnalis yang memiliki pengetahuan khusus dalam topik yang sedang dibahas sering dilakukan untuk memastikan keakuratan dan kedalaman artikel. Terkadang, nonjurnalis bahkan bisa menjadi kontributor utama dalam pembuatan artikel tersebut.

d) Bloghouse warga, seperti yang tersedia di platform-platform seperti WordPress, Blogger, atau Multiply, memberikan ruang bagi individu untuk berbagi cerita, pengalaman, dan sudut pandang mereka tentang berbagai topik dunia.

e) Blog transparansi warga bagi redaksi berita sering dijalankan oleh organisasi media sebagai langkah transparansi. Pembaca diberi kesempatan untuk menyampaikan keluhan, kritik, atau pujian terhadap konten yang dipublikasikan oleh media tersebut.

f) Situs jurnalisme warga mandiri dengan proses penyuntingan sering menerima laporan dari warga, khususnya mengenai isu-isu lokal yang penting bagi mereka. Editor bertanggung jawab dalam

menjaga kualitas dan relevansi laporan yang dipublikasikan, sekaligus mengedukasi kontributor tentang topik yang menarik untuk dilaporkan.

g) Hybrid: kombinasi antara jurnalisme profesional dan jurnalisme warga sering dilakukan oleh organisasi media yang menggabungkan kontribusi dari jurnalis berlisensi dan nonjurnalis dalam satu platform. Ini memungkinkan berbagai perspektif dan keahlian untuk berkontribusi dalam satu tempat.

d. Karakteristik Jurnalisme Warga

Untuk membedakan suatu hal dengan lainnya perlu diketahui ciri khasnya. Berikut karakteristik jurnalisme warga (Eddyono, 1999):

1. Partisipatif: Jurnalisme warga mengundang partisipasi aktif masyarakat dalam proses pengumpulan, penyuntingan, dan penyebaran berita. Masyarakat bukan hanya sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai kontributor konten berita.
2. Sifatnya Beragam: Konten jurnalisme warga dapat berupa tulisan, foto, video, atau kombinasi dari media-media tersebut. Hal ini memperkaya sudut pandang yang ditampilkan dan mencerminkan beragamnya pengalaman dan perspektif masyarakat.
3. Keterlibatan Komunitas Lokal: Jurnalisme warga sering kali fokus pada isu-isu lokal yang mungkin tidak mendapatkan perhatian dari media tradisional. Ini memungkinkan liputan yang lebih mendalam tentang masalah-masalah yang relevan secara lokal.

4. Kontrol Publik: Terkadang, konten yang dihasilkan oleh jurnalisme warga tidak melewati proses penyuntingan yang ketat seperti media konvensional. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat keakuratan dan keobjektifan informasi yang disampaikan.
5. Transparansi dan Akuntabilitas: Sebagai bagian dari media sosial, jurnalisme warga sering kali memungkinkan interaksi langsung antara pembaca dan kontributor. Hal ini mempromosikan transparansi dan memungkinkan umpan balik langsung terhadap konten yang dipublikasikan.
6. Responsif Terhadap Perubahan Cepat: Karena sifatnya yang cepat dan mudah diakses, jurnalisme warga mampu menangkap dan menyebarkan informasi tentang peristiwa-peristiwa penting secara real-time, sering kali lebih cepat daripada media tradisional.

Karakteristik-karakteristik ini menjadikan jurnalisme warga sebagai tambahan yang berharga dalam lanskap media modern, memperkaya pluralitas informasi dan memfasilitasi partisipasi masyarakat dalam proses informasi publik.