

CITIZEN JOURNALISM DI TWITTER

(Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Penerapan *Citizen Journalism* Anggota

Komunitas Blogger Bengawan Melalui *Twitter*)



Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Skripsi

Disusun Oleh:

Putu Ayu Gayatri

D 0207083

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

commit to user
2012

PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
dan siap diuji oleh Dewan Penguji Skripsi
pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret Surakarta



Hari :
Tanggal : 2011

Pembimbing,

Sri Hastjarjo, S.Sos, Ph.D
NIP. 19710217 199802 1 001

commit to user

PENGESAHAN

Telah Diuji dan Disahkan oleh Panitia Penguji Skripsi

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret Surakarta

Hari :

Tanggal : 2012

Susunan Panitia Penguji:

Ketua : Dr. H. Widodo Muktiyo, S.E, M.Com

NIP. 196402271988031002

Sekretaris : Drs. Widyantoro, M.Si

NIP. 195802021990101001

Penguji : Sri Hastjarjo, S.Sos. Ph. D

NIP. 197102171998021001

Mengetahui,

Dekan,

Prof. Pawito, Ph.D.

NIP 19540805 198503 1 002

MOTTO

*We are made wise not by the recollection of our past, but the responsibility for
our future*

@IdaArimurti

□□

**Kita menjadi bijaksana bukan karena kumpulan masa lalu, namun dari
pertanggung jawaban masa depan kita**



commit to user

PERSEMBAHAN



Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Mama, Ayah dan adikku
2. Semua pihak yang selalu memberi semangat
3. Teman-teman Komunikasi FISIP 2007

commit to user

KATA PENGANTAR

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan rasa syukur atas limpahan rahmat dan kemudahan yang diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa sehingga penyusunan skripsi berjudul CITIZEN JOURNALISM DI TWITTER (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Penerapan *Citizen Journalism* Anggota Komunitas Blogger Bengawan Melalui *Twitter*) ini dapat terselesaikan.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, perhatian, motivasi, dan bimbingan selama masa penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Pawito, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret.
2. Dr. Prahastiwi Utari, Ph. D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Sri Hastjarjo, S.Sos, Ph.D. selaku pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran selalu membantu memberikan arahan dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
4. Dr. H. Widodo Muktiyo, S.E, M.Com selaku ketua penguji skripsi dan Drs. Widyantoro, M.Si selaku sekretaris penguji skripsi atas saran dan kritik yang membangun untuk penulisan skripsi ini.

commit to user

5. Tanti Hermawati, S.Sos, M.Si selaku pembimbing akademik yang selama ini selalu memberikan dukungan dan kemudahan bagi Penulis.
6. Pengurus Komunitas Blogger Bengawan dan seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bantuan kepada Penulis. Terima kasih, tanpa dukungan pengurus Komunitas Blogger Bengawan dan seluruh narasumber skripsi ini tidak akan pernah terwujud.

Demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan berbagai saran dan kritikan konstruktif dari pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Surakarta, 20 Desember 2011

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Motto.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi	viii
Daftar gambar	xi
Daftar tabel.....	xiii
Abstrak	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penulisan	11
D. Manfaat Penulisan	11
E. Telaah Pustaka	12
1. Jurnalisme	12
2. Perkembangan Jurnalisme	20
3. Jurnalisme <i>Online</i>	24
4. <i>Citizen Journalism</i>	26
5. <i>Citizen Journalism</i> di <i>Twitter</i>	37

commit to user

6. <i>Twitter, Citizen Journalism</i> dan Tahapan Produksi Berita ...	41
F. Batasan Terminologi	44
G. Metodologi	45
1. Jenis Penelitian	45
2. Lokasi Penelitian.....	46
3. Populasi dan Sampel	46
4. Sumber Data	48
5. Teknik Pengumpulan Data	48
6. Reliabilitas Data.....	50
7. Analisis Data	51
BAB II DESKRIPSI LOKASI	53
A. <i>Twitter</i>	53
1. Sejarah <i>Twitter</i>	53
2. Fitur-Fitur <i>Twitter</i>	55
3. Kelebihan <i>Twitter</i>	57
4. Keanggotaan	58
B. Komunitas Blogger Bengawan	58
1. Kegiatan Komunitas Blogger Bengawan	60
2. Program Blogger Bengawan	61
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	62
A. Penyajian Data	63
B. Analisis Data	110

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN121

 A. Kesimpulan121

 B. Saran.....124

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

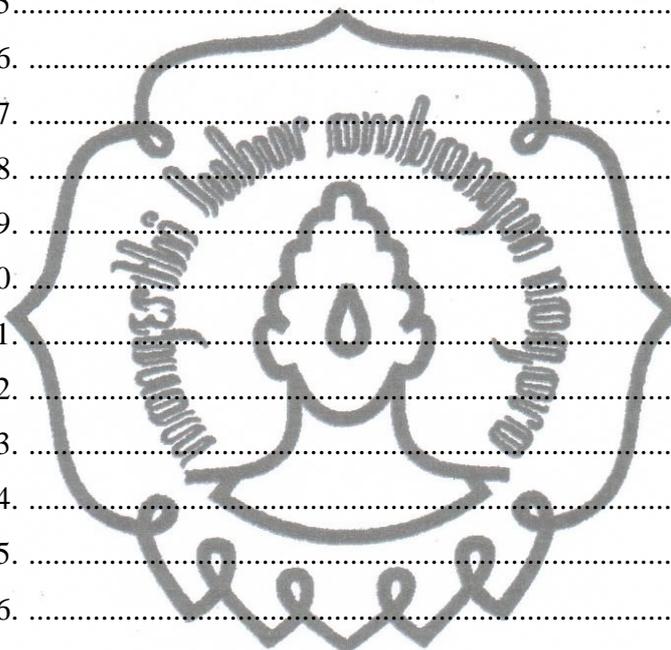


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	52
Gambar 3.1.	65
Gambar 3.2.	66
Gambar 3.3.	67
Gambar 3.4.	68
Gambar 3.5.	68
Gambar 3.6.	70
Gambar 3.7.	71
Gambar 3.8.	72
Gambar 3.9.	74
Gambar 3.10.	75
Gambar 3.11.	76
Gambar 3.12.	76
Gambar 3.13.	77
Gambar 3.14.	78
Gambar 3.15.	79
Gambar 3.16.	80
Gambar 3.17.	81
Gambar 3.18.	81
Gambar 3.19.	82
Gambar 3.20.	83
Gambar 3.21.	84
Gambar 3.22.	85
Gambar 3.23.	86
Gambar 3.24.	86
Gambar 3.25.	87
Gambar 3.26.	89
Gambar 3.27.	90
Gambar 3.28.	91

commit to user

Gambar 3.29.	92
Gambar 3.30.	93
Gambar 3.31.	94
Gambar 3.32.	95
Gambar 3.33.	96
Gambar 3.34.	96
Gambar 3.35.	97
Gambar 3.36.	98
Gambar 3.37.	99
Gambar 3.38.	100
Gambar 3.39.	101
Gambar 3.40.	102
Gambar 3.41.	103
Gambar 3.42.	103
Gambar 3.43.	104
Gambar 3.44.	104
Gambar 3.45.	105
Gambar 3.46.	106
Gambar 3.47.	106
Gambar 3.48.	107
Gambar 3.49.	108
Gambar 3.50.	109
Gambar 3.51.	110



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.116



commit to user

ABSTRAK

Putu Ayu Gayatri, D0207083, CITIZEN JOURNALISM DI TWITTER (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Penerapan *Citizen Journalism* Anggota Komunitas Blogger Bengawan melalui *Twitter*), Skripsi (S-1), Jurusan Ilmu Komunikasi, Program Studi Komunikasi Massa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2011.

Seiring dengan kemajuan teknologi, *citizen journalism* semakin memiliki kontribusi yang besar di media massa. Istilah *citizen journalism* makin berkembang seiring perkembangan media massa itu sendiri. Kemajuan teknologi membuat setiap orang dapat merekam dan mencatat peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Peristiwa-peristiwa tersebut kemudian dicatat dalam media-media sederhana seperti handphone, kamera, atau handycam yang mereka miliki. Proses dimana seseorang yang bukan berasal dari jurnalis profesional namun memberikan kontribusi pada media disebut *citizen journalism*. Sedangkan mereka yang melaksanakannya itu disebut dengan *citizen journalist* atau lebih dikenal dengan sebutan jurnalis warga.

Twitter.com merupakan sebuah situs jejaring sosial yang dewasa ini berubah fungsi menjadi media *citizen journalism*. Banyak berita-berita penting yang menyangkut orang banyak seperti kecelakaan, bencana alam, politik, dan lain-lain tersebar luas kepada semua orang diseluruh penjuru dunia melalui *Twitter*. Pemberitaannya bahkan mengalahkan kecepatan media-media informasi yang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai *citizen journalism* yang diterapkan oleh anggota Komunitas Blogger Bengawan di *Twitter*. Tipe penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* atau pengambilan sampel berdasarkan tujuan, dan *Snow ball sampling* atau menentukan satu atau lebih individu lalu memintanya untuk menyebut orang-orang lain yang merupakan tokoh kunci dengan informan anggota-anggota Komunitas Blogger Bengawan dari berbagai latar belakang profesi.

Setelah dilakukan analisis, diperoleh kesimpulan bahwa di *Twitter*, anggota Komunitas Blogger Bengawan dapat mencari, melaporkan dan menyebarkan berita dan informasi yang berbeda-beda sesuai dengan minat dan ketertarikannya masing-masing. Selain dapat mencari, melaporkan dan menyebarkan berita dan informasi, anggota Komunitas Blogger Bengawan juga memanfaatkan *Twitter* sebagai media interaksi antar sesama pengguna *Twitter* yang lain. Interaksi ini dapat membantu pembentukan opini publik dan terlaksananya tindakan riil untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi.

Keyword: Citizen Journalism, Twitter.

commit to user

ABSTRACT

Putu Ayu Gayatri, D0207083, CITIZEN JOURNALISM DI TWITTER (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Penerapan Citizen Journalism Melalui Twitter) Graduate (S-1). Communication Science Major. Study Program of Mass Communication. Social and Political Science Faculty. Sebelas Maret University Surakarta. 2011.

Along with advances in technology, Citizen journalism has a great contribution in the mass media. The term citizen journalism flourishing as the development of mass media itself. Advances in technology make each person can record events that occur in the vicinity. The events are then recorded in a simple media such as mobile phones, cameras, or camcorders they have. The process by which a person who is not from professional journalists contribute to the media, called Citizen journalism. While those who carry it out is better known as Citizen journalists.

Twitter.com is a social networking site which today turned its function to citizen journalism media. Many important news concerning the people as accidents, natural disasters, politics, and others spread to all people all over the world via Twitter. The news even beat the speed of the conventional media.

The purposes of recent research is to obtain the description of Citizen journalism applied by members of the Community Blogger Bengawan on Twitter. The model of recent research is qualitative research with descriptive method. The sampling is carried out a purposive sampling technique or sampling based on the purpose, and Snow ball sampling or specify one or more individuals then asked him to mention other people who are the key-informant members of the Community Blogger Bengawan from various professional backgrounds.

After analysis has conducted, it can be concluded that in Twitter, Blogger Bengawan Community members can collect, report and disseminate news and information according to their own interest. Besides being able to collect, report and disseminate news and information, Bengawan Blogger Community members also use Twitter as a medium of interaction between the members of other Twitter users. This interaction may help the formation of public opinion and the implementation of real action related to overcome the public issues faced by them.

Keyword: Citizen Journalism, Twitter.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Seiring dengan kemajuan teknologi, *citizen journalism* semakin memiliki kontribusi yang besar di media massa. Istilah *citizen journalism* makin berkembang seiring perkembangan media massa itu sendiri. *Citizen journalism* atau jurnalisme warga sebenarnya bukan merupakan fenomena baru dalam dunia jurnalistik. Di era globalisasi seperti sekarang, setiap orang bisa melakukan hal-hal yang biasa dilakukan jurnalis tanpa harus berprofesi sebagai jurnalis.

Kemajuan teknologi membuat setiap orang dapat merekam dan mencatat peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Peristiwa-peristiwa tersebut kemudian dicatat dalam media-media sederhana seperti handphone, kamera, atau handycam yang mereka miliki. Proses dimana seseorang yang bukan berasal dari jurnalis profesional namun memberikan kontribusi pada media disebut *citizen journalism*. Sedangkan mereka yang melaksanakannya itu disebut dengan *citizen journalist* atau lebih dikenal dengan sebutan jurnalis warga.

Shayne Bowman dan Chris Willis dalam *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*, mendefinisikan *citizen journalism* sebagai, “ *The act of citizens playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing, and disseminating news and information.*” Artinya tindakan

warga yang memainkan peran aktif dalam proses mengumpulkan, melaporkan, menganalisis dan menyebarkan berita dan informasi. (Bowman and Willis, 2003:9)

Istilah ini juga dikenal sebagai *public journalism*, *advocacy journalism*, *participatory journalism*, *open source reporting*, dan sebagainya. Terkadang informasi dari *citizen journalist* lebih cepat dibanding jurnalis konvensional. Hal ini karena spontanitas mereka dalam merekam peristiwa yang terjadi saat berada di lokasi peristiwa. Dalam banyak hal, *citizen journalism* justru membantu kita dalam mendapatkan tambahan informasi, walaupun keberadaannya tetap tidak dapat menggantikan media konvensional.

Citizen journalism mulai berkembang pesat di dunia semenjak peristiwa 11 September 2001 di Amerika Serikat dimana banyak video amatir yang dapat menggambarkan peristiwa tersebut. Kemudian trend tersebut merambah ke penjuru dunia. Seperti di Korea, OhmyNews menjadi pioneer dari *Citizen Journalism* yang muncul pada bulan Februari tahun 2000. OhmyNews mempunyai ideologi bahwa setiap warga adalah reporter. (<http://www.alex.com/topsites/countries/ID> updated 15 Mei 2011)

Di Indonesia sendiri, sudah berkembang berbagai macam bentuk *citizen journalism* baik di TV, radio, media cetak maupun media *online*. Untuk media elektronik kita bisa ambil contoh peristiwa bencana alam tsunami di Aceh pada tanggal 26 Desember 2004, banyak orang mengirimkan video amatirnya ke stasiun-stasiun TV untuk di publikasikan. Video amatir ini sangat penting untuk

menggambarkan situasi dan kondisi saat bencana alam tsunami berlangsung di Aceh, karena peristiwa bencana alam tsunami ini tidak banyak terekam oleh kamera seorang jurnalis profesional.

Di radio, kita bisa menjumpai adanya pendengar radio sebagai reporter 'dadakan'. Semua pendengar bisa melaporkan peristiwa-peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Sementara di media cetak, citizen journalism dapat kita temukan di koran-koran harian ternama di Kota Solo, yaitu salah satunya berupa artikel-artikel yang ditulis oleh para praktisi ataupun warga biasa.

Dewasa ini, yang berkembang pesat adalah *citizen journalism* di media *online*. Salah satu faktor penyebabnya adalah kecepatan dunia *online* yang dimiliki internet dan menjadikan internet sebagai media baru dalam dunia jurnalistik modern. *Citizen journalism* di media *online* sangat beragam macamnya, dan salah satunya yang sekarang sedang marak adalah melalui situs jejaring sosial *micro blogging*, yaitu *Twitter*.

Twitter.com merupakan sebuah situs jejaring sosial yang dewasa ini berubah fungsi menjadi media *citizen journalism*. Banyak berita-berita penting yang menyangkut orang banyak seperti kecelakaan, bencana alam, politik, dan lain-lain tersebar luas kepada semua orang diseluruh penjuru dunia melalui *Twitter*. Pemberitaannya bahkan mengalahkan kecepatan media-media informasi yang lain.

Salah satu faktor yang mendukung perubahan fungsi *Twitter* dari *social network* ke *information network* adalah konsep "following" dan "follower".

Kedua konsep tersebut berperan dalam mengatur arus informasi di Twitter. Konsep “following” menentukan siapa yang dapat memberikan informasi kepada kita, dan konsep “follower” menentukan siapa yang akan dapat semua informasi dari kita. Dengan mem-follow akun *Twitter* orang lain, kita akan mendapatkan semua informasi yang dikeluarkan dari orang tersebut melalui status “what’s happening?”. Sebaliknya, jika orang lain mem-follow akun *Twitter* kita, mereka akan dapat menerima informasi dari kita. Secara sederhana, kita dapat menentukan sendiri informasi dari siapa yang ingin kita terima. Berbeda dengan sistem dalam situs jejaring sosial *Facebook*, dimana dalam *Facebook* menggabungkan konsep “following” dan “follower” menjadi “friend”. “Friend” memiliki derajat setara dalam *Facebook*, dimana informasi dari teman kita akan muncul dalam timeline akun *Facebook* kita meskipun kita tidak menginginkannya. Sebaliknya, informasi dari kita akan muncul pada *timeline* akun *Facebook* mereka meskipun mereka tidak menginginkannya.

Twitter adalah layanan *microblogging* yang memungkinkan penggunanya (disebut sebagai *Tweeps* atau Pekicau) untuk mengirimkan pembaruan status atau informasi berupa tulisan teks dengan maksimal 140 karakter. *Microblogging* adalah media siaran dalam bentuk blog. Sebuah *microblog* berbeda dari sebuah blog tradisional yang isinya biasanya lebih kecil dalam ukuran file baik aktual dan agregat. *Microblog* memungkinkan pengguna untuk pertukaran elemen-elemen kecil dari konten seperti kalimat-kalimat pendek. (Michael, 2011: 124)

Beberapa pekicau terkenal di Indonesia yang memiliki puluhan ribu bahkan ratusan ribu *followers* memanfaatkan Twitter sebagai media informasi yang paling aktual. Mereka berbagi kabar terbaru dan berkomentar mengenai kabar lain. Dengan 140 karakter dan kemudahannya untuk di-*update* kapan saja, masyarakat tak perlu menjadi wartawan untuk menyiarkan informasi terbaru kepada khalayak (tentunya bergantung pada jumlah *followers* yang dimiliki).

Salah satu contoh penggunaan *Twitter* sebagai media Citizen Journalism di Indonesia yaitu salah satu postingan dari seorang pengguna akun *Twitter*, Anwar Riksono, ketika detik-detik kecelakaan kereta Senja Utama Semarang di Petarukan, Tegal, pada tanggal 2 Oktober 2010. Anwar Riksono merupakan salah satu penumpang kereta yang saat kejadian memang sedang berada di gerbong tiga kereta Senja Utama Semarang. Ketika kecelakaan itu terjadi, Anwar mengirimkan posting berbunyi :

“(03:18 AM) Di Petarukan-Tegal. Gw lg di kereta Senja Semarang. Kecelakaan kreta. 3 gerbong hancur. Ditubruk ArgoAnggrek... Doakan yg meninggal.”

Postingan dari Anwar diatas tersebut diikuti oleh postingan-postingan selanjutnya, dan diklaim menjadi informasi pertama peristiwa tragis di Stasiun Petarukan, Tegal tersebut disebarluaskan ke publik (melalui media internet). Lantaran postingannya merupakan termasuk “breaking news” tersebut, dirinya langsung mendapatkan permintaan wawancara dari sejumlah media, seperti TVOne dan MetroTV.

Postingan lain dari seorang pengguna akun Twitter, Daniel Tumiwa, setelah terjadi pengeboman di 2 hotel di Jakarta, yaitu hotel JW Marriot dan hotel Ritz Carlton pada jumat 17 Juli 2009. Daniel Tumiwa merupakan pengunjung hotel yang saat kejadian memang sedang berada di Ritz Carlton lantai 26 untuk mengadakan pertemuan dengan rekan bisnisnya. Ketika bom meledak di kedua hotel tersebut, Daniel mengirimkan posting berbunyi:

“Bom @ marriot and ritz Carlton kuningan Jakarta”(7:51 AM Jul 17th)

Postingan dari Daniel tersebut di atas, yang kemudian dilanjutkan dengan sejumlah posting susulan, banyak diklaim sebagai kali pertama informasi tragis di bilangan Mega Kuningan tersebut disebarluaskan ke publik (dan melalui Internet). Menurut Daniel, seperti disampaikannya sendiri pada fitur komentar di sebuah berita pada Kompas Online, lantaran postingannya yang termasuk “breaking news” tersebut, dirinya langsung mendapatkan permintaan wawancara dari sejumlah media internasional, termasuk CNN dan BBC. (“Citizen Journalist via Twitter pada Kasus Bom Teroris di Hotel J.W. Marriott dan Ritz Carlton Jakarta 2009” oleh Donnybu, diposting pada 22 Juli 2009, dalam <http://donnybu.blogdetik.com/2009/07/22/citizen-journalist-ala-facebook-dan-twitter-pada-kasus-bom-teroris-di-marriott-ritz-jakarta-2009/>)

Di Kota Solo, salah satu bentuk citizen journalism yang pernah terjadi adalah pada saat terjadi peristiwa bunuh diri dari lantai 4 Solo Grand Mall pada

tanggal 2 Maret 2011. Beberapa akun pengguna twitter tercatat melakukan citizen journalism dengan melaporkan kejadian tersebut seperti akun-akun di bawah ini:

Susie wong (@sussie) :

“Di solo grandmall ada yang bunuh diri,melompat dr lantai 4”

Okta Anggara (@Oktanggra) :

“Eh jadi baru ajah ngeiat orang suicide dari lantai 4 Grand Mall, uwaaaaaaaaa *panik bin mual*”

isna desti soetrisno (@isnadesti) :

“Oiy,ada yang bunuh diri lg di solo grand mall”

Posting dari beberapa pemilik akun *twitter* yang saat itu berada di tempat kejadian langsung direspons oleh pengguna akun *twitter* lain, dan informasi pun jadi dilengkapi satu sama lain. Berita bunuh diri ini pun tersiar dengan cepat lewat *twitter*, melebihi kecepatan media-media lain.

Ledakan Bom Marriot 2 di Mega Kuningan, Jakarta, Pesawat US Airways yang jatuh di sungai Hudson, *Mumbai terrorist attack*, demo protes hasil pemilihan presiden di Iran sampai kebakaran hebat yang menghancurkan hutan di bagian selatan Australia adalah contoh peristiwa yang pertama kali disampaikan publik lewat *Twitter*. Dalam hitungan detik kicauan Janis Krums mengenai jatuhnya pesawat US Airways di Sungai Hudson menyebar melalui sistem *twitter*. Gambar US Airways yang mengambang di sungai Hudson menyentak *followers*
commit to user

di *twitter* dan langsung menyebar dengan proses *Retweet*. Ada drama dalam pesan dan foto yang disampaikan Krums di *Twitter* hingga Ia dinobatkan sebagai “Citizen Journalist Star” . (Mackey, 2009/thelede.blogs.nytimes.com updated 20 Juni 2011)

News, link, dan menjadi saksi mata sebuah peristiwa sekarang menjadi karakteristik penting dari apa yang telah dilakukan orang di *Twitter*. Tak mengherankan jika *Twitter* saat ini berkembang menjadi jejaring sosial yang dianggap paling cepat dan ideal untuk *breaking news* dan *headlines*, sebuah kapasitas yang dimanfaatkan oleh BNO News, BBC, ABC, dan CNN. (Rolling Stone Magazines edisi 79, hlm 84- 85)

Twitter.com merupakan sebuah situs media sosial yang popularitasnya meroket di tahun 2009. Data dari alexa.com menyebutkan bahwa twitter.com menduduki tempat ke-sembilan situs yang sering dikunjungi di dunia . Berdasar hasil riset terbaru yang dilansir comScore, menunjukkan Indonesia berada di peringkat puncak penetrasi pengguna Twitter di dunia. Penetrasi pengguna Twitter di Indonesia menurut riset tersebut mencapai 20,8 persen dari pengguna internet di Tanah Air. Angka tersebut jauh di atas rata-rata penetrasi pengguna *Twitter* di banyak negara yang hanya 7,4 persen dari seluruh pengguna internet. Bahkan, data yang dipakai comScore tidak termasuk pengguna *Twitter* yang mengakses melalui ponsel maupun warung internet. (<http://www.alex.com/2010/08/indonesia-pengguna-twitter-terbanyak.html> updated 20 Mei 2011)

Salah satu hal yang menyebabkan informasi dalam *Twitter* dapat menyebar dengan cepat adalah konsep status update dalam *Twitter*. Permintaan

status update dalam Twitter “*Whats happening?*”, hanya dapat diisi sebanyak 140 karakter. Hal tersebut yang membuat posting berita menjadi sangat mudah dan cepat daripada harus menuliskan, mengedit, dan lain sebagainya untuk dapat segera ditayangkan.

Banyak orang yang menilai bahwa jumlah karakter yang hanya 140 itu merupakan kekurangan dari *Twitter* karena orang tidak akan mampu menjelaskan sesuatu secara detail dengan *space* sekecil itu. Namun ada beberapa yang menilai bahwa hal itulah yang menjadi senjata ampuh *Twitter* dalam menyampaikan berita. Dimana masyarakat dituntut untuk menyampaikan suatu peristiwa atau fakta secara jelas hanya dalam 140 karakter. Dan kemudian *tweet* dari orang lain akan melengkapi *tweet* yang telah disampaikan sebelumnya.

Perkembangan *Citizen Journalisme* di media *online* menggembirakan karena memungkinkan masyarakat Indonesia memiliki akses untuk menjadi subjek dalam pemberitaan. Masyarakat juga mendapatkan kesempatan untuk menyuarakan aspirasinya karena memiliki *space* dalam media *online*. Hal ini penting, mengingat media massa tetap memiliki keterbatasan, misalnya kecondongan pada berbagai kepentingan terutama kapital dan politis. Dengan demikian maka penting untuk menyambut *Citizen Journalisme* yang diharapkan dapat memeberikan warna tersendiri yang lebih independen dan jujur dalam dunia media massa di Indonesia.

Mark Deuze, (Berkman & Shumway, 2003, 83-84) menjelaskan beberapa kategori *online journalism* berdasarkan system editorial dan moderasi dalam media *online*. Ada empat (4) kategori *online journalism*, yaitu:

1. Mainstream News Sites : web yang dimiliki oleh media konvensional.

Contohnya : detik.com, suaramerdeka.com, kompas.com, dan lain-lain.

2. Index & Category Sites : web semacam ini adalah web yang menghubungkan antara pembaca dengan tulisan yang dibutuhkan yang ada di internet.

Contohnya : Yahoo!, Google, dan lain-lain.

3. Meta & Comment Sites : web semacam ini adalah web yang berisi informasi dan hasil penelitian yang berhubungan dengan jurnalisme dan media.

Contohnya : pointer.org, dailysocial.net, sudutpandang.com, dan lain-lain.

4. Share & Discussion Sites : kategori ini berisi web yang fokus pada kepentingan publik.

Contohnya : Slashdot, Kuro5shin, Twitter, dan lain-lain.

Dalam kategori Mark Deuze tersebut, *Twitter* termasuk dalam kategori *Share & Discussion Sites*, karena merupakan *user-generated content* yang selalu berfokus pada apa yang dianggap penting oleh publik dan tidak ada system editorial dan moderasi. Jika dibandingkan Slashdot atau Kuro5shin, *Twitter* memiliki format yang berbeda. Format yang dimaksud disini adalah Slashdot dan Kuro5shin mengadaptasi format artikel-komentar (gradual), sedangkan *Twitter*

menggunakan format *tweet-tweet* (flat) yang hanya dibatasi sepanjang 140 karakter disetiap *tweet*-nya.

Salah satu hal lain yang menarik pada Twitter untuk diteliti dan menjadi perhatian penulis disini adalah masih minimnya sumber informasi tentang *Citizen Journalisme* di Indonesia, khususnya di Kota Solo. Untuk itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian *Citizen Journalism* di *Twitter* untuk mengetahui bagaimana penerapan konsep *Citizen Journalisme* dikalangan pengguna *Twitter* di Kota Solo, dengan mengambil objek penelitian Komunitas Blogger Bengawan.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka rumusan masalah yang diangkat, yaitu :

1. Bagaimana cara anggota Komunitas Blogger Bengawan melakukan *Citizen Journalism* di *Twitter*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari peneltian ini, yang didasarkan pada rumusan masalah di atas, adalah:

1. Untuk mendeskripsikan bagaimana anggota Komunitas Blogger Bengawan menerapkan *citizen journalism* di *Twitter*

D. Manfaat Penelitian

Dalam setiap peneltian, tentunya diharapkan ada manfaat yang bisa dipetik.

Adapun manfaat yang diharapkan dari peneltian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berupa kajian dalam kaitannya dengan *citizen journalism* melalui situs sosial media.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai *Citizen Journalism* melalui *Twitter* yang dilakukan oleh anggota *Komunitas Blogger Bengawan*. *Citizen Journalism* inilah yang akan bermanfaat bagi khalayak pada umumnya, dan bagi para pengguna *Twitter* pada khususnya, dalam meningkatkan semangat literasi dan mempercepat arus informasi melalui *account Twitter* yang dimiliki.

E. TELAAH PUSTAKA

1. *Jurnalisme*

Jurnalisme tak lain adalah sistem yang dilahirkan masyarakat untuk memasok berita. Inilah alasan mengapa kita peduli terhadap karakter berita dan jurnalisme yang kita dapatkan: mereka memengaruhi kualitas hidup kita, pikiran kita dan budaya kita. (Kovach & Rosenstiel, 2004:2)

Jurnalisme menyediakan sesuatu yang unik untuk sebuah budaya informasi yang independen, dapat diandalkan, akurat dan komprehensif yang dibutuhkan anggota masyarakat untuk hidup mereka. (Kovach & Rosenstiel, 2004:

4) Jurnalistik atau jurnalisme berasal dari perkataan *journal*, artinya catatan harian, atau catatan mengenai kejadian sehari-hari, atau bisa juga berarti surat kabar. *Journal* berasal dari perkataan Latin *diurnalis*, artinya harian atau

commit to user

tiap hari. Dari kata itulah lahir kata jurnalis, yaitu orang yang melakukan pekerjaan jurnalistik. (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006:15)

Mac Dougall menyebutkan bahwa jurnalisme adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa. Jurnalisme sangat penting kapanpun dan di manapun. Jurnalisme sangat diperlukan dalam suatu negara demokratis. Tak peduli apapun perubahan-perubahan yang terjadi di masa depan, baik sosial, ekonomi, politik, maupun yang lain-lainnya. (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006:15)

Sejarah jurnalistik dimulai ketika tiga ribu tahun yang lalu, saat Firaun di Mesir, Amenhotep III, mengirimkan ratusan pesan kepada para perwiranya di provinsi-provinsi untuk memberitahukan apa yang terjadi di ibukota. Di Roma, 2000 tahun yang lalu Acta Diurna (tindakan-tindakan harian)-tindakan-tindakan harian senat, peraturan-peraturan pemerintah, berita kelahiran dan kematian ditempelkan di tempat-tempat umum. Selama abad pertengahan Eropa, siaran berita yang ditulis tangan merupakan media informasi yang penting bagi para usahawan. (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006:16)

Keperluan untuk mengetahui apa yang terjadi merupakan kunci lahirnya jurnalisme selama berabad-abad. Tetapi, jurnalisme itu sendiri baru benar-benar dimulai ketika huruf-huruf lepas untuk percetakan mulai di gunakan di Eropa pada sekitar tahun 1440. Dengan mesin cetak, lembaran-lembaran berita dan pamflet-pamflet dapat dicetak dengan kecepatan lebih tinggi, dalam

jumlah yang lebih banyak dan dengan ongkos yang lebih rendah.
(Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006:16)

Menurut Bill Kovach dan Tom Rosenstiel, tujuan utama jurnalisme adalah menyediakan informasi yang dibutuhkan warga agar mereka bisa hidup merdeka dan mengatur diri sendiri. Untuk memenuhi tugas ini, maka para jurnalis harus mematuhi prinsip-prinsip jurnalisme yang disebut sembilan elemen jurnalisme. Sembilan elemen jurnalisme berisi:

- 1.Kewajiban pertama jurnalisme adalah pada kebenaran.
- 2.Loyalitas pertama jurnalisme kepada warga.
- 3.Intisari jurnalisme adalah disiplin dalam verifikasi.
- 4.Para praktisinya harus menjaga independensi terhadap sumber berita.
- 5.Jurnalisme harus berlaku sebagai pemantau kekuasaan.
- 6.Jurnalisme harus menyediakan forum publik untuk kritik, maupun dukungan warga.
- 7.Jurnalisme harus berupaya membuat hal yang penting menarik dan relevan.
- 8.Jurnalisme harus menjaga agar berita komprehensif dan proporsional.
- 9.Para praktisinya harus diperbolehkan mengikuti hati nurani mereka.

(Kovach & Rosenstiel, 2004:8)

Tak hanya kejelian dalam proses reportase yang dibutuhkan. Akurasi, kejujuran dan obyektivitas dalam penyampaian beritapun menjadi poin penting yang tak boleh luput diperhatikan dalam menyajikan sebuah berita yang berazaskan kebenaran. Seperti yang dikutip dari pasal 9 Deklarasi *commit to user*

Chapultepec “Kredibilitas pers terkait dengan komitmen pada kebenaran, pada pencapaian akurasi, kejujuran dan obyektivitas dan pada perbedaan yang jelas antara berita dan iklan”. Pencapaian tujuan-tujuan ini dan penghormatan pada nilai-nilai etika dan profesi tidak dapat dipaksakan. Ini adalah tanggung jawab eksklusif para jurnalis dan media. Dalam sebuah masyarakat yang bebas, opini publiklah yang memberi ganjaran atau hukuman.” (Suhandang, 2004:4)

Sementara itu, perkembangan media massa sebagai sarana komunikasi membuat Djafar H. Assegaff memberikan pengertian jurnalistik dalam kaitan dengan dunia modern sebagai kegiatan untuk menyampaikan berita kepada khalayak melalui media massa. (Assegaff, 1983:11)

Dari pengertian di atas jelas bahwa tidak semua informasi dapat dikatakan sebagai berita atau karya jurnalistik. Menurut The New Grolier Webster International Dictionary, berita adalah *“(1) Current information about something that has taken place, or about something not known before; (2) News is information as presented by a media such as papers, radio, or television; (3) news is anything or anyone regarded by a news media as a subject worthy of treatment.”*

Artinya sebuah peristiwa layak menjadi berita ketika ia memiliki nilai yang dihargai dalam masyarakat, padahal belum banyak orang yang mengetahuinya. Hal itu tentu saja berkaitan dengan hajat hidup orang banyak atau setidaknya mampu mengedukasi

masyarakat. Sehingga, informasi itu harus disebarluaskan secara luas melalui media massa. (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006:39)

Sementara itu Mitchel V. Charnley mendefinisikan berita sebagai *the timely report of fact or opinion, that hold internal or importance, or both for a considerable number of people*. Definisi itu dapat disederhanakan supaya lebih mudah dipahami, yaitu bahwa berita adalah informasi yang aktual tentang fakta-fakta dan opini yang menarik perhatian orang. (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006:39)

Menurut Deborah Potter, ada beberapa news value (nilai-nilai berita) yang membuat sebuah peristiwa layak untuk disajikan kepada masyarakat sebagai sebuah berita. Nilai-nilai berita itu antara lain:

a. Ketepatan waktu

Artinya bahwa informasi yang disampaikan baru saja terjadi atau belum banyak diketahui orang.

b. Dampak

Sebuah informasi memiliki nilai berita apabila memiliki dampak yang luas dalam masyarakat. Dampak itu dapat memengaruhi orang untuk terus menyimak berita yang disampaikan.

c. Kedekatan

Faktor kedekatan dengan peristiwa atau informasi yang disampaikan
commit to user

akan menambah efek emosional pada khalayak.

d. Kontroversi

Sudah sewajarnya bagi manusia berbeda pendapat satu dengan yang lainnya. Hal itulah yang menyebabkan kontroversi menjadi sesuatu yang menarik untuk diikuti. Supaya masyarakat memiliki rujukan untuk memihak pada salah satu pihak.

e. Tokoh Penting

Sebuah peristiwa akan lebih menarik untuk diberitakan apabila ada sosok orang terkenal yang terlibat di dalamnya.

f. Topik Pembicaraan

Sebuah berita yang menarik adalah apabila ia bisa menjadi sebuah topik pembicaraan dengan orang lain. Sehingga ia bisa juga dijadikan sebagai salah satu alat untuk bersosialisasi.

g. Keganjilan

Sebuah peristiwa menarik untuk dijadikan berita apabila menyangkut hal-hal yang tidak lazim terjadi di tengah masyarakat. Hal-hal yang luar biasa dan tidak terduga tentu akan mengusik rasa penasaran alamiah manusia. (Potter, 2006: 5)

Sebuah berita bisa didapatkan dari kejadian yang berlangsung secara alamiah, misalnya bencana alam atau kecelakaan. Berita juga bisa

didapatkan dari kegiatan-kegiatan yang telah terencana sebelumnya seperti rapat, dan konferensi pers. Namun, ada juga berita yang didapat dari usaha wartawan itu sendiri, misalnya melalui observasi, wawancara dengan narasumber yang sekiranya memiliki informasi penting atau melakukan penelusuran untuk mengungkapkan fakta yang belum terungkap. (Potter, 2006:6)

Untuk mendapatkan berita yang bernilai, seorang wartawan harus bisa membedakan fakta-fakta yang memiliki nilai berita dengan fakta-fakta yang tidak ada artinya. Seorang wartawan harus pandai mengenali berita diantara berbagai fakta yang dijumpainya dalam kehidupan sehari-hari. Wartawan harus tahu di mana tempat untuk mencari fakta-fakta beritanya. Mereka juga harus tahu fakta mana yang bisa ditonjolkan dan harus dibuang karena tidak relevan atau tidak penting. (Assegaff, 1983: 25)

Dalam pasal 5 Kode Etik Jurnalistik Wartawan Indonesia disebutkan bahwa:

“Wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, serta tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri. Tulisan berisi interpretasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya.” (Kusumaningrat & Kusumaningrat 2006:47)

Dari ketentuan dalam Kode Etik Jurnalistik itu dapat dirumuskan unsur layak berita berikut cara penyampaiannya agar sebuah informasi bisa dikatakan sebagai produk jurnalistik. Unsur-unsur produk jurnalistik itu antara lain:

commit to user

- a. Akurat, akurasi tidak hanya dilihat dari ketepatan dalam menyajikan data- data seperti nama, tanggal, atau angka-angka sata. Tapi harus ada proses verifikasi terhadap fakta yang disampaikan. Tak hanya itu, Akurat artinya benar dalam memberikan kesan umum, benar dalam sudut pandang pemberitaan yang dicapai oleh penyajian detail-detail fakta dan oleh tekanan yang diberikan pada fakta-faktanya. Kurangnya akurasi dapat menyebabkan sebuah media tersandung kasus hukum, sehingga wartawan harus selalu waspada dan memperhatikan ketepatan data yang disampaikannya kepada khalayak. (Kusumaningrat & Kusumaningrat,2006:48)
- b. Lengkap, Adil dan Berimbang, lengkap artinya tidak mengurangi fakta- fakta yang penting dan menambahkan fakta fakta yang tidak relevan sehingga menyesatkan publik. Sementara adil dan berimbang berarti bahwa seorang wartawan harus menyampaikan fakta yang sesungguhnya terjadi dengan proporsi yang wajar. (Kusumaningrat & Kusumaningrat,2006:52)
- c. Obyektif, untuk mendapatkan berita yang obyektif, wartawan harus mampu menggunakan metode-metode ilmiah untuk memverifikasi informasi yang mereka dapatkan. Selain itu, wartawan juga harus mampu menyampaikan berita yang tida menggambarkan pandangan mereka sendiri, sehingga berita yang disampaikan terlepas dari bias opini wartawan. *commit to user* (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006:54)

d. Ringkas dan Jelas, untuk memenuhi unsur ini, sebuah berita haruslah menggunakan bahasa-bahasa yang efektif, segar dan jelas. Sehingga masyarakat dapat segera memahami isi yang disampaikan. Bahasa yang klise dan berbelit-belit, pada akhirnya justru akan membuat masyarakat kesulitan memahami isi berita tersebut. (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006:56)

e. Hangat, Waktu adalah salah satu dari nilai berita yang harus dipenuhi. (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006:56)

Sebuah berita menarik dan penting untuk disampaikan apabila belum banyak orang yang mengetahuinya. Maka unsur ketepatan waktu sangat memengaruhi khalayak untuk menyimak sebuah berita yang disampaikan. (Kusumaningrat & Kusumaningrat, 2006:57)

2. Perkembangan Jurnalisme

Sejarah mencatat produk jurnalistik pertama terbit dalam bentuk tulisan bernama *Acta Diurna*, pada abad ke-5 sebelum Masehi. Bentuk pelaporan yang berisi mengenai segala kejadian sosial dan politik masyarakat Romawi ini dipasang di tempat-tempat publik.

Jurnalisme selalu tumbuh sejalan dengan perkembangan teknologi. Setelah ditemukannya mesin cetak pada abad pertengahan mulailah jurnalisme mengalami perkembangan, yang kemudian menjadi cikal bakal pers atau surat kabar yang terbit secara periodik.

Penemuan telegraf telah mengubah peneltian berita yang awalnya berstruktur naratif ke pada bentuk yang lebih singkat dan padat. Metode inilah yang kemudian melahirkan konsep berita *hardnews* dengan struktur piramida terbalik.

Saat ditemukannya radio yang disusul dengan kemunculan televisi, menyebabkan proses komunikasi massa mengalami perkembangan secara signifikan. Bentuk pesan yang disiarkan semakin beragam yaitu berupa audio dan audio visual.

Di tengah derasnya arus kemajuan teknologi media yang ditandai hadirnya medium baru seperti radio, film, dan televisi, selalu muncul isu mengenai masa depan media cetak. Banyak kekhawatiran terhadap keberlangsungan surat kabar. Kemunculan media elektronik ini sempat menggoyah posisi surat kabar, salah satu alasannya karena media cetak sulit bersaing dari segi aktualitas. Selain itu jangkauan media elektronik terhadap khalayak semakin luas.

Namun, Roger Fidler menyatakan media baru tidak muncul begitu saja dan terlepas dari yang lain —semuanya muncul secara bertahap dari metamorfosis media terdahulu. Enam prinsip dari transformasi media, atau oleh Fidler disebut sebagai “mediamorfosis” tersebut adalah sebagai berikut. *Pertama*, koevolusi dan koeksistensi, yakni semua bentuk media komunikasi hadir dan berkembang bersama dalam sistem adaptif dan kompleks, yang terus meluas. Kemunculan dan perkembangan media dalam bentuk baru, dalam

beberapa waktu dan hingga sampai tahap beraneka ragam, memengaruhi setiap bentuk lain. Kemunculan televisi, misalnya, tidak menghapuskan radio dan surat kabar, tapi membuat surat kabar mengalami penyesuaian-penyesuaian. Kekayaan media komunikasi yang kita punyai sekarang tak akan ada jika saja kemunculan medium baru selalu berarti kematian medium lama.

Kedua, metamorfosis, artinya media baru tidak muncul begitu saja dan terlepas dari yang lain. Media-media baru selalu muncul secara bertahap dari metamorfosis media dahulu. Ketika bentuk-bentuk baru media muncul, bentuk-bentuk media lama cenderung beradaptasi, bukannya mati.

Ketiga, pewarisan, yakni bentuk-bentuk media komunikasi yang bermunculan mewarisi sifat-sifat dominan dari bentuk-bentuk media sebelumnya. Sifat-sifat ini terus berlanjut dan menyebar melalui kode-kode komunikator yang disebut bahasa.

Keempat, kemampuan bertahan, artinya semua bentuk media komunikasi dan perusahaan media dipaksa untuk beradaptasi dan berkembang agar tetap dapat bertahan dalam lingkungan yang berubah. Satu-satunya pilihan lain, jika tak ingin atau tak bisa beradaptasi, adalah mati.

Kelima, peluang dan kebutuhan, yakni media baru tidak diadopsi secara luas lantaran keterbatasan-keterbatasan teknologi itu sendiri. Akan tetapi, pasti selalu ada kesempatan dan alasan-alasan sosial, politik, atau ekonomi, yang mendorong media baru untuk berkembang.

Keenam, pengadopsian yang tertunda, yaitu teknologi-teknologi baru selalu membutuhkan waktu yang lebih lama daripada yang diperkirakan untuk mencapai sukses bisnis. Teknologi-teknologi tersebut cenderung membutuhkan waktu satu generasi (20-30 tahun) untuk bergerak maju dari rancangan konsep hingga perluasan pengadopsian atasnya.

Artinya, hadirnya medium baru tidak akan serta merta akan menggantikan medium lama. Ketika medium baru muncul dengan membawa pola baru dalam komunikasi, maka bentuk-bentuk lama akan cenderung beradaptasi dan berkembang. (Fidler, 2003: 45)

Perkembangan teknologi menyebabkan wajah jurnalisme terus mengalami penyesuaian pada segi konsep dan metode kerjanya. Media *broadcast* dengan pola serta metode kerja yang berbeda dengan media cetak, masing-masing tetap tumbuh dengan kelebihan yang dimiliki. (Ishwara, 2005 : 49)

Theodere Jay Gordon dari Future Group, Connecticut, mengatakan ada empat daya yang mengubah dunia jurnalistik pasca industrialisasi, yaitu (1) munculnya abad komputer dan dominasi elektrinika; (2) globalisasi dari komunikasi, di mana geografi menjadi kurang penting; (3) perubahan demografi, terutama penambahan jumlah orang-orang yang berumur di atas 40 tahun; dan (4) perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat. Perubahan yang paling terasa kini adalah ketika teknologi *cyber* atau internet hadir di tengah masyarakat. (Ishwara, 2005 : 5)

3. *Jurnalisme Online*

Internet merupakan suatu teknologi jaringan komputer yang memungkinkan berbagai bentuk pesan (teks, gambar, audio, video) disebar dan diakses secara cepat dan dengan daya jangkau global.

Persinggungan internet dan jurnalisme ini kemudian melahirkan bentuk baru jurnalisme, yaitu *online journalism*.

Jurnalisme *online* memiliki sejumlah fitur dan karakteristik yang berbeda dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita. (Santana,2005: 136)

Bentuk jurnalisme ini memberi sejumlah pengalaman baru bagi khalayaknya. Berita disajikan dalam format digital pada medium *web pages* (halaman web) dan hanya bisa diakses melalui jaringan internet, bersifat interaktif karena menyediakan ruang komentar (*comment*) bagi pembaca untuk merespon setiap berita. Selain itu, jurnalisme online mengedepankan konsep *running journalism*, yaitu struktur peneltian berita berlanjut. Artinya berita dapat ditampilkan, dilengkapi, dan diperbaharui kapan saja, dengan cepat, dalam hitungan menit bahkan detik.

Karakteristik yang harus ada dalam online journalism dibandingkan dengan jurnalistik tradisional adalah sebagai berikut :

commit to user

- *Real Time*, dimana online journalism dapat dipublikasikan dalam waktu yang seketika, untuk updating breaking news dan kejadian sudah dan sedang terjadi.

- *Multimedia*, online journalism dapat memasukan elemen multimedia seperti teks, graphics, suara, musik, motion video, dan animasi ditambah tiga dimensi.

- *Interactive*, online journalism adalah interaktif. Adanya hyperlinks mewakili mekanisme utama pada web.

Mark Deuze, menjelaskan beberapa kategori *online journalism* berdasarkan system editorial dan moderasi dalam media *online*. Ada empat (4) kategori *online journalism*, yaitu:

1. *Mainstream News Sites* : web yang dimiliki oleh media konvensional.

Contohnya : detik.com, suaramerdeka.com, kompas.com, dan lain-lain.

2. *Index & Category Sites* : web semacam ini adalah web yang menghubungkan antara pembaca dengan tulisan yang dibutuhkan yang ada di internet.

Contohnya : Yahoo!, Google, dan lain-lain.

3. *Meta & Comment Sites* : web semacam ini adalah web yang berisi informasi dan hasil penelitian yang berhubungan dengan jurnalisme dan media.

Contohnya : pointer.org, dailysocial.net, sudutpandang.com, dan lain-lain.

4. Share & Discussion Sites : kategori ini berisi web yang focus pada kepentingan publik. Contohnya : Slashdot, Kuro5shin, Twitter, dan lain-lain. (Berkman & Shumway, 2003 : 83-84)

Dalam *online news*, penulisan berita bergeser dari seragam (pers cetak) ke personal dengan format peneltian pendek, tajam, dan bergaya percakapan karena mengajak pembaca menjadi partisipan. pembaca dapat merespon secara langsung kepada materi yang disajikan reporter online, entah lewat email, fasilitas online reply, model forum diskusi, submit artikel, respon langsung atas komentar-komentar dari pembaca lain atau lewat jajak pendapat online. (Hadi, 2003: 7)

4. *Citizen Journalism*

Shayne Bowman dan Chris Wilis mendefinisikan *citizen journalism* sebagai “...*the act of citizen playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing, and disseminating news and information.*”

Artinya tindakan warga yang memainkan peran aktif dalam proses mengumpulkan, melaporkan, menganalisis dan menyebarkan berita dan informasi. (Bowman and Willis, 2003:9)

Ide di balik jurnalisme warga adalah bahwa orang tanpa pelatihan jurnalisme profesional dapat menggunakan alat-alat teknologi modern dan distribusi global Internet untuk membuat, menambah atau memeriksa fakta media pada mereka sendiri atau bekerjasama dengan orang lain. Sebagai contoh, seseorang mungkin menulis tentang sebuah pertemuan dewan kota di blognya atau di sebuah forum online. Seseorang *commit to user* juga bisa memeriksa fakta sebuah artikel

koran dari media mainstream dan menunjukkan kesalahan faktual di blognya. Ia juga dapat mengunggah snap foto digital dari acara berita yang terjadi di kotanya lalu di-posting secara online. (<http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html> updated 5 Juli 2011)

Istilah jurnalisme warga dan wartawan warga tidak populer di kalangan wartawan tradisional atau bahkan orang-orang yang telah melakukan jurnalisme warga atau *citizen journalism*. Media lainnya telah mengusulkan istilah alternatif bagi *citizen journalism*. Berikut adalah daftar beberapa istilah tersebut: (<http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html> updated 5 Juli 2011)

- Grassroots journalism
- Networked journalism
- Open source journalism
- Citizen media
- Participatory journalism
- Hyperlocal journalism
- Bottom-up journalism
- Stand-alone journalism
- Distributed journalism

Lambeth menunjukkan bahwa jurnalisme publik dapat dipandang sebagai bentuk jurnalisme yang berusaha untuk:

commit to user

1. Mendengarkan cerita-cerita sistematis dan ide warga dengan melindungi kebebasan untuk memilih apa yang ingin ditutupi
2. Mengkaji cara-cara alternatif untuk membingkai cerita tentang isu-isu komunitas yang penting
3. Memilih frame yang memberi kesempatan terbaik untuk merangsang musyawarah warga dan membangun pemahaman publik tentang isu-isu tertentu
4. Mengambil inisiatif untuk melaporkan masalah utama publik sebagai jalan menuju kemajuan pengetahuan umum nilai-nilai yang dilayani sebagai program tindakan alternatif
5. Memperhatikan dengan berkelanjutan dan sistematis untuk mengetahui seberapa baik dan kredibel sebuah bentuk komunikasi publik. (Lambeth, 1998:17)

Singkatnya, jurnalisme publik berkaitan dengan masyarakat yang melayani dan mendukung wartawan. Selain itu, Rosen berpendapat bahwa jurnalisme publik juga merupakan reaksi terhadap kekurangan yang dirasakan perwakilan pemerintah dan lembaga-lembaganya. Jurnalisme publik menekankan tindakan publik dan perolehan informasi dari sumber yang berbeda - dengan kata lain, masyarakat yang dilayani oleh wartawan. Jurnalisme publik menekankan partisipasi publik sebagai kebijakan yang pada akhirnya meningkatkan pemerintahan perwakilan. Ini adalah gerakan demokratis dan partisipatif (Rosen, 2000:17).

Selain itu, jurnalisme publik dapat terwujud lebih berhasil melalui internet karena internet adalah format media yang berbeda. Tidak seperti di media yang khas, orang memiliki akses dan dapat memberikan pendapat mereka dengan mudah. Singkatnya, internet adalah sebuah media interaktif yang melibatkan penonton untuk setiap kejadian besar.

Pada awalnya *citizen journalism* hadir dengan membawa semangat jurnalisme publik, dimana aktivitas jurnalisme dikembalikan kepada masyarakat, bagaimana jurnalisme dapat memberikan kontribusi sebanyak mungkin kepada anggota masyarakat.

Citizen journalism dapat dikatakan merupakan gerakan alternatif sebagai reaksi terhadap monopoli dan komersialisasi yang terjadi pada media *mainstream*. Karena selama ini muncul banyak ketidakpuasan dari publik terhadap industri media massa yang menyajikan informasi yang cenderung hanya mengejar aktualitas dan sensasi dengan isi berita yang hampir seragam. Rasa tidak puas itu juga kadang terkait dengan prinsip jurnalisme tentang objektivitas, independensi awak media, sudut pandang isu, serta wacana etika di balik produk-produk jurnalisme “konvensional”.

Nicholas Lemann, profesor dari Columbia University Graduate School of Journalism, mencatat bahwa kelahiran jurnalisme publik diawali gerakan pada Pemilu 1988 di Amerika Serikat. Saat itu publik mengalami krisis kepercayaan terhadap media-media *mainstream* seputar pemilihan presiden AS. Kemudian

gerakan ini mulai berkembang pada awal 1990 yang berakar dari komunitas berbasis media (Republika, 7 November 2007)

Antonio Gramsci melihat media sebagai ruang dimana berbagai ideologi direpresentasikan. Ini berarti, di satu sisi media bisa menjadi sarana penyebaran ideologi penguasa, alat legitimasi, dan kontrol atas wacana publik. Namun, disisi lain media juga bisa menjadi alat resistensi terhadap kekuasaan (Sobur, 2006: 30)

Revolusi teknologi media komunikasi serta meningkatnya kesadaran kritis masyarakat terhadap informasi merupakan faktor penyebab *citizen journalism* semakin berkembang, terutama di negara-negara maju. Jurnalisme ini bersifat horisontal, artinya dari publik, oleh publik dan untuk publik. Kegiatannya dilakukan dengan media berbasis aplikasi weblog.

Dalam *citizen journalism*, masyarakat bukan lagi hanya menjadi objek dari media massa tapi juga menjadi subjek. Mereka dapat mencari, mengumpulkan, menuliskan hingga mempublikasikan berita pilihannya sendiri. Intinya, saat ini publik tidak lagi sekedar menjadi konsumen, tetapi juga produsen berita.

Perkembangan teknologi informasi yang menyediakan kemudahan dan kecepatan dalam akses, serta kelimpahan informasi, kemudian berpengaruh pada aspek kognisi sosial masyarakat. Terpaan informasi yang bertubi-tubi pun berdampak pada afeksi publik terhadap isu-isu yang tengah berkembang. Afeksi masyarakat bisa bersifat positif atau negatif. Publik dapat menjadi kritis, atau justru sebaliknya apatis. *commit to user*

Di sisi lain, komersialisme kini makin menjangkiti media. Banyak pendapat mengatakan bahwa informasi yang disajikan media cenderung mengutamakan sensasi, kurang memberikan konteks, dengan isi yang cenderung seragam. Media menyaring dan mendistribusikan apa yang mereka definisikan sebagai “penting”, disertai harapan bahwa publik akan mengkonsumsinya. Hal tersebut pada akhirnya membawa konsekuensi ekonomi bagi institusi media itu sendiri, yaitu profit.

Poin-poin di atas merupakan faktor munculnya bentuk baru dalam aktifitas jurnalisme yang dikenal sebagai *citizen journalism*, atau dalam bahasa Indonesia dapat diartikan “jurnalisme warga”.

Konsep dasar dalam *citizen journalism* yaitu memposisikan audiens sebagai produsen berita juga, bukan hanya konsumen pasif seperti selama ini berjalan dalam logika kerja jurnalisme tradisional berbasis media massa. Dengan kata lain, posisi antara jurnalis sebagai pencari dan penulis berita, dan audiens sebagai konsumen berita sudah lebur begitu cair. Antara produsen dan konsumen berita tidak bisa lagi diidentifikasi secara rigid karena setiap orang memerankan keduanya. (Gillmore, 2004: xii)

Karakter utama *citizen journalism* adalah terbuka, di mana masyarakat memainkan peran aktif dalam proses mengumpulkan, melaporkan, menganalisis, hingga menyebarkan berita. Pada jurnalisme konvensional, media dengan wartawannya berperan sebagai produsen informasi, sedangkan masyarakat berada di posisi konsumen. Namun dalam *citizen journalism*, batas antara produsen dan

konsumen berita telah melebur. Seperti slogannya “*everybody could be a journalist!*”, di sini semua orang pada hakekatnya bisa dan boleh menjadi jurnalis. (Muhammad, 2008 : 32)

Selain itu, karakter yang menandai *citizen journalism* adalah lokalitas dan subjektif. Beberapa peristiwa terjadi yang merangsang lahirnya *citizen journalism* ditandai dengan adanya nilai kedekatan (*proximity*) dan subjektifitas pelakunya. Di Indonesia dapat dilihat ketika video milik Cut Putri yang merekam bencana tsunami Aceh pada 2004 lalu tersiar di Metro TV, yang kemudian tersebar berbagai media. (Muhammad, 2008 : 32)

J.D. Lasica, dalam *Online Journalism Review* (2003), mengategorikan media *citizen journalism* ke dalam 5 tipe:

- *Audience participation* (seperti komentar user yang diattach pada kisah-kisah berita, blog-blog pribadi, foto, atau video footage yang diambil dari handycam pribadi, atau berita lokal yang ditulis oleh anggota komunitas).
- Situs web berita atau informasi independen (Consumer Reports, Drudge Report).
- Situs berita partisipatoris murni (OhmyNews).
- Situs media kolaboratif (Slashdot, Kuro5hin).
- Bentuk lain dari media ‘tipis’ (mailing list, newsletter e-mail).
- Situs penyiaran pribadi (situs penyiaran video)

Citizen journalism mengakomodasi beberapa karakter dari jurnalisme *online* dan jurnalisme publik. Dari aspek teknis, *citizen journalism* membawa karakter jurnalisme online, secara tipe jurnalisme ini berada pada medium yang didukung oleh teknologi yang sama, yaitu internet. Namun dari segi esensi, *citizen journalism* ini membawa semangat jurnalisme publik yang telah lebih dulu muncul.

Konsep mengenai jurnalisme publik ini hadir sebagai kritisi terhadap media *mainstream* yang dianggap telah melupakan publiknya. Inti dari konsep tersebut yaitu ingin mendekatkan dan mengembalikan jurnalisme pada publiknya, diantaranya dengan mengusung isi-isu yang dianggap dekat, penting, dan solutif.

Citizen journalism idealnya dibangun oleh peran aktif warga dalam mencari, mengumpulkan, mengolah, kemudian melaporkan apa yang mereka sebut sebagai “berita” dalam media yang mereka bangun dan kelola sendiri. Poin inilah yang secara signifikan akan membedakan *citizen journalism* dengan surat pembaca. Contoh paling tepat adalah Ohmynews yang berpusat di Korea Selatan, situs yang tercatat sebagai media terbesar menerapkan *citizen journalism*. Di Indonesia sendiri terdapat Panyingkul.com yang merupakan situs berita online yang cukup berhasil menerapkan konsep *citizen journalism* secara mandiri. Mereka merupakan situs berita online yang dibangun dan dikelola oleh warga Makasar.

Steve Outing berpendapat bahwa *citizen journalism* bukanlah sebuah konsep sederhana yang dapat diterapkan pada setiap organisasi media. Dalam

artikel *The 11 Layers of Citizen Journalism*, ia mengemukakan sejumlah konsep bagaimana jurnalisme warga dapat dirangkul dalam media mainstream:

1. Membuka diskusi publik
2. Merekrut warga sebagai reporter
3. Open source reporting: mengundang audiens untuk turut memberikan opini
4. Citizen bloghouse: pendekatan aggregator vs. pendekatan selektif
5. Transparan: Membagi prosesnya dengan khalayak
6. Stand-alone citizen-journalism site: edited version
7. Stand-alone citizen-journalism site : unedited version
8. Add-on print version
9. The hybrid: Jurnalis profesional dan citizen journalist dalam satu atap
10. Integrating the hybrid : integrasi antara jurnalis profesional dan citizen journalist.

(<http://www.journalbali.com/citizen-journalism/pengantar-citizen-journalism.html>
diakses pada 20 Mei 2011)

Banyak variasi potensial yang dapat diterapkan, dengan melihat perbedaan level yang terdapat pada citizen journalism. Karakter penting pertama yang harus ada dalam jurnalisme warga adalah komunikasi dua arah, yaitu dengan membuka kesempatan kepada publik untuk memberikan komentar.

(http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126 updated 6 Juni 2011)

Tujuan dari jurnalisme publik adalah untuk membantu organisasi sebuah berita "menyambung kembali ke komunitas mereka sehingga mereka dapat terlibat dalam dialog warga negara mereka yang mengarah pada pemecahan masalah" (Fouhy, 1996:11).

Dengan demikian, jurnalisme publik mengaktifkan debat publik dan partisipasi demokratis masyarakat. Juga, jurnalisme publik dapat memberikan fungsi ruang publik yang mencoba untuk mencari solusi untuk berbagai masalah yang muncul dalam masyarakat seperti pendidikan, lingkungan, dan kejahatan melalui musyawarah anggota yang dibentuk oleh berbagai kelas sosial. Dengan kata lain, jurnalisme publik bukan upaya teknis yang mencoba untuk membangun sebuah konvensi baru media massa tapi memiliki tujuan seperti demokrasi yang sehat, membuat jaringan masyarakat lokal, dan partisipasi masyarakat dalam kehidupan publik. Karakteristik perwakilan laporan jurnalistik publik adalah laporan publik-berpusat dan berorientasi proses laporan jangka panjang. (Glasser, 1999:34)

Rosen (1994) menjelaskan bahwa tujuan dari jurnalisme publik "bukanlah doktrin menetap atau kode etik yang ketat, tetapi filsafat berlangsung tentang tempat wartawan tersebut dalam kehidupan publik" (Rosen, 1994:6).

Filosofi ini telah menunjukkan baru-baru ini paling jelas di surat kabar dunia di mana beberapa wartawan *commit to user* mencoba untuk terhubung dengan komunitas

mereka dengan cara yang berbeda, sering dengan mendorong partisipasi masyarakat atau re-landasan cakupan politik di keharusan diskusi dan debat publik. Dalam beberapa ini, surat kabar percobaan telah melangkah keluar dari peran pengamat dalam upaya untuk membuat sesuatu terjadi di masyarakat. Perkembangan ini menunjukkan perlunya pemikiran baru yang akan menjelaskan, tapi juga membatasi pendekatan yang diikuti (Rosen, 1994:6).

Oleh karena itu, media massa yang mengejar jurnalisme publik seharusnya tidak hanya berfungsi untuk mengawasi lembaga-lembaga politik dan kekuatan ekonomi tetapi juga untuk berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat dan bertindak sebagai asisten untuk memecahkan masalah masyarakat. Selain itu, jurnalisme publik berorientasi proses pelaporan. Dengan kata lain, selama pelaporan isu-isu kontroversial, jurnalisme publik laporan terus menerus proses pemecahan masalah melalui diskusi pendapat yang berbeda, investigasi, dan rencana solusi. (Rosen, 1994:6)

Jurnalisme online sebagai jurnalisme publik perlu menjadi sumber dari beragam berita. Karena karakteristik teknis, jurnalisme online sebagai jurnalisme publik, orang bisa mendapatkan berbagai informasi melalui sumber yang berbeda seperti orang-orang yang memiliki hubungan langsung dengan suatu masalah dan orang yang mengetahui kisah di balik masalah ini. Dengan kata lain, dengan membuka ruang untuk publik, media online sebagai jurnalisme publik dapat memberi solusi dari opini dan informasi yang tidak terjawab oleh wartawan. (Choi: 2003: 14)

Ditengah maraknya media massa *mainstream* yang melengkapi diri dengan media *online*, muncul hal yang menarik dicermati terkait kegiatan *citizen journalism* tersebut. Media *online* kini membuka kesempatan dan memfasilitasi kegiatan jurnalisme warga —yang notabene merupakan wujud resitensi dari media mapan.

5. *Citizen Journalism di Twitter*

Twitter.com merupakan sebuah situs jejaring sosial yang popularitasnya meroket pada tahun 2009. Data dari alexa.com menyebutkan bahwa twitter.com menduduki tempat ke dua belas situs yang paling sering dikunjungi di seluruh dunia. Berdasarkan data versi situs Sycomos, dari hampir 240 juta pengguna Twitter di seluruh dunia, peringkat pertama pengguna Twitter di Asia diduduki oleh Indonesia dengan 2.34% (5,6 juta pengguna), diikuti Jepang 1.47% (3.5 juta pengguna) dan India 0.97% (2.3 juta pengguna). (“Great! Indonesia Nomer 1 Pengguna Twitter di Asia!”, ditulis pada 29 Januari 2010 dalam <http://www.rileks.com/lifestyle/technoz/sains-teknologi/31431> updated 20 Juni 2011)

Pada awalnya *Twitter* didirikan oleh 3 orang yaitu Jack Dorsey, Biz Stone, dan Evan Williams pada bulan Maret tahun 2006. Dan baru diluncurkan bulan Juli ditahun yang sama. *Twitter* adalah *micro-blogging* dimana kita sebagai pengguna dapat memberikan informasi *update* (perbaruan) tentang diri kita, bisnis dan kejadian yang sedang terjadi. Saat ini berdasarkan data versi Sycomos di

tahun 2010, dari 240 Juta pengguna *twitter* di seluruh dunia, peringkat pertama pengguna *twitter* di Asia diduduki oleh Indonesia dengan total 5.6 Juta pengguna. (<http://www.rileks.com/lifestyle/technoz/sains-teknologi/31431> updated 20 Juni 2011)

Status updates Twiter “What’s happening?” hanya dapat diisi dengan 140 karakter. Hal itulah yang membuat memposting berita menjadi sangat mudah dan cepat. Beberapa orang berpikir bahwa hal inilah yang menjadi kekurangan *twitter* dalam menyampaikan informasi karena tidak dapat menyampaikannya secara gamblang dan jelas. Namun, beberapa berpendapat bahwa itulah senjata ampuh *twitter* sehingga menarik minat masyarakat dalam menyampaikan informasi dalam status maksimal 140 karakter saja.

Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Bill Movers (2004) dalam pidatonya kepada *The Society of Professional Journalists*, yang mengatakan bahwa *Citizen Journalism* dengan informasi yang independen dan tanpa filter telah mengubah bentuk berita yang biasanya disampaikan dalam bentuk *Lecture* ke bentuk *Conversation*. Berita tidak ditempa, diseleksi, dan difilter pada ruang redaksi, tetapi berita dibentuk dalam ruang publik itu sendiri dengan komentar masyarakat yang berfungsi untuk menambah, mengurangi, atau mengkoreksi berita yang mereka terima sehingga kebenaran, akurasi, objektivitas, berimbang, dan verifikasi, yang merupakan prinsip jurnalisme tetap terjaga.

Steve Clayton mengatakan bahwa Twitter telah menjadi garis depan jurnalisme saat ini. Dalam beberapa bulan terakhir *twitter* menjadi penyebar

berita tercepat di dunia. Setiap ponsel sekarang dapat menjadi unit pelaporan global. (<http://blogs.msdn.com/b/stevecla01/archive/2009/01/18/twitter-the-new-frontline-of-journalism.aspx> updated 22 Juni 2011)

Sebagai *microblog*, *Twitter* dibangun untuk kecepatan. Posting maksimal 140 karakter dapat diperbarui melalui web atau pesan teks ponsel. Selama beberapa bulan terakhir *Twitter* akhirnya mencapai langkah sebagai alat utama untuk mencari dan berbagi informasi yang tepat waktu dari segala macam tempat dan sumber. *Twitter* berfungsi untuk pelacakan cerita berkelanjutan dan masalah, mendapatkan jawaban cepat atau umpan balik, menemukan sumber-sumber, membangun komunitas, berkolaborasi pada cakupan, dan menemukan isu-isu atau trend.

Sebuah situs komunitas jurnalisme warga *Knight Community News Network* merilis 10 Alasan Mengapa Jumalis Warga Harus Menggunakan *Twitter*

(http://www.kcnn.org/modules/why_citizen_journalists_should_use_twitter updated 20 Juni 2011):

1. Kekuatan: *Twitter* memungkinkan penggunanya untuk mengembangkan image yang kuat agar orang tertarik untuk menjadi followers. Followers dapat mengirim berita-berita yang relevan, laporan, observasi, umpan balik, dan banyak lagi. Mereka dapat menjawab pertanyaan, memberikan dukungan dan dorongan, dan membantu jika diminta. *commit to user*

2. Kecepatan: Twitter memberikan berita tercepat dibandingkan media online manapun. Khususnya apabila akun yang di-follow adalah akun yang aktif melakukan *citizen journalism*.
3. Efisiensi: 140 Karakter yang ada di twitter menuntut keringkasan dan kejelasan dalam isi yang di-posting.
4. Kemudahan: Jurnalis warga kebanyakan bukan seorang ahli, dan twitter tidak menuntut keahlian dalam menulis berita dalam ruang yang hanya menyediakan maksimal 140 karakter saja.
5. Mobile: Twitter bekerja lebih baik melalui telepon seluler, sehingga memudahkan dalam memberitakan sesuatu langsung lewat internet atau pesan teks pada telepon seluler saat suatu kejadian terjadi.
6. Penggunanya berasal dari hampir seluruh kalangan: Menurut penelitian terbaru dari Compete.com, Twitter saat ini menarik sekitar 1,2 juta pengguna baru per bulan yang memposting banyak *tweets* dalam sehari. Kemungkinan untuk terhubung dengan orang-orang yang aktif memberitakan sesuatu akan terbuka lebar.
7. Komunitas: Twitter memiliki kekuatan untuk memaksa seseorang untuk memiliki akun Twitter untuk saling berbagi informasi. Bukan tidak mungkin akun twitter sama pentingnya seperti alamat email yang harus dimiliki setiap orang dalam beberapa tahun ke depan.
8. Di bawah kendali: Twitter memberi kendali pada penggunanya untuk menseleksi informasi apa yang mau dan tidak mau diterima, serta fasilitas apa yang mau dan tidak mau digunakan.

commit to user

9. *Twitterlocal*: Twitter memberi informasi letak atau posisi pengguna akun yang lain saat memposting sesuatu, sehingga mudah dideteksi kebenarannya.
10. Gratis: Layanan ini gratis sehingga semua orang dapat memilikinya.

6. *Twitter, Citizen Journalism dan Tahapan Produksi Berita*

Bagaimana Twitter dapat menjadi alat *Citizen Journalism*? Langkah awal untuk menentukannya adalah dengan memahami tahap-tahap dalam proses produksi berita (Domingo, 2008 : 326-342) :

1. Akses / Pengamatan: Tahap pengumpulan informasi awal di mana sumber bahan untuk sebuah cerita yang dihasilkan, seperti laporan saksi mata dan kontribusi audio-visual.
2. Seleksi / Penyaringan: Tahapan "*gatekeeping*" adalah ketika keputusan dibuat tentang apa yang harus dilaporkan atau dipublikasikan.
3. Pengolahan / Mengedit: Tahap di mana cerita yang dibuat, termasuk penulisan dan pengeditan item untuk publikasi.
4. Distribusi: Tahap di mana cerita disebar atau dibuat tersedia untuk berpotensi untuk dibaca dan didiskusikan.
5. Interpretasi: Tahap di mana kisah yang telah diproduksi dan diterbitkan sehingga dapat mengundang komentar dan diskusi terbuka

Gb 1.1: Stages of News Production Table (Developed from Domingo, 2008)

commit to user

Tahap	Format Parsipatoris
<p>1. Akses/Pengamatan: Tahap pengumpulan informasi awal di mana sumber bahan untuk sebuah cerita yang dihasilkan, seperti laporan saksi mata dan kontribusi audio-visual</p>	<p>Citizen Media (Media Warga) : Fotografi, video, atau pesan yang sedang terjadi lalu diunggah oleh warga ke sebuah situs online</p>
<p>2. Seleksi / Penyaringan: Tahapan "gatekeeping" adalah ketika keputusan dibuat tentang apa yang harus dilaporkan atau dipublikasikan.</p>	<p>Tidak ada seleksi/ penyaringan</p>
<p>3. Pengolahan / Mengedit: Tahap di mana cerita yang dibuat, termasuk penulisan dan pengeditan item untuk publikasi.</p>	<p>Blog Warga: Blog yang dibuat oleh warga yang diasuh oleh sebuah situs berita/organisasi</p> <p>Berita Warga: Kontribusi tertulis oleh warga tentang sebuah topik/isu terhangat yang diseleksi dan diedit oleh jurnalis profesional untuk dipublikasikan di website</p>
<p>4. Distribusi: Tahap di mana cerita disebarakan atau dibuat tersedia</p>	<p>Content Hirearchy: Berita yang diranking menurut rating audiens,</p>

<p>untuk berpotensi untuk dibaca dan didiskusikan.</p>	<p>biasanya ditentukan dengan berita yang paling banyak dibaca.</p> <p>Jejaring Sosial: Distribusi berita atau link melalui media sosial seperti Twitter, Facebook, dsb.</p>
<p>5. Interpretasi: Tahap di mana berita yang telah diproduksi dan diterbitkan sehingga dapat mengundang komentar dan diskusi terbuka</p>	<p>Interview Kolektif: Pembicaraan dengan tamu yang diundang dengan pertanyaan dari pembaca yang telah dikumpulkan sebelumnya, biasanya dimoderatori oleh jurnalis profesional melalui video, audio, maupun transkrip langsung yang menawarkan interaksi.</p> <p>Komentar : Pembaca dapat langsung memberi komentar di kolom komentar yang biasanya terletak di bawah berita.</p> <p>Forum : Diskusi yang diadakan dari inisiatif pengguna media online</p> <p>Blog: Memberikan kesempatan bagi jurnalis warga dalam memberikan</p> <p><i>commit to user</i></p>

	<p>komentar pada berita yang diunggah.</p> <p>Polling: Pertanyaan yang dilempar ke publik untuk mendapatkan feedback dari pembaca secara kuantitatif dan instan.</p>
--	---

Sumber: Hermida, 2011:9

Konsep *user-generated content* yang dihasilkan, atau jurnalisme warga dikontekstualisasi lalu akhirnya dapat diterbitkan dalam sebuah media profesional, baik tertulis (surat kabar), audio (radio) atau audio visual (televise), dan media independen baik tradisional maupun edisi online.

F. BATASAN TERMINOLOGI

Dari penjabaran di atas dapat dikemukakan definisi konseptual yang sesuai dengan konsep penelitian ini. Definisi tersebut adalah sebagai berikut:

- a. *Citizen Journalism* juga dikenal sebagai "jurnalisme partisipatif" atau "jurnalisme warga" menurut Shayne Bowman dan Chris Willis (*We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*) adalah tindakan warga memainkan peran aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, menganalisis dan menyebarkan berita dan informasi. (Bowman and Willis, 2003:9)

- b. Anggota Komunitas Blogger Bengawan adalah anggota dari komunitas blogger yang berdomisili di kota Solo yang dibentuk sebagai salah satu wadah menyebarkan informasi mengenai hal-hal yang terjadi di wilayah kota Solo dan sekitarnya melalui blog maupun situs *microblogging*, seperti twitter.

G. METODOLOGI

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Seperti yang diungkapkan oleh Atherton & Klemmack, penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu atau gambaran tentang suatu gejala atau hubungan antara dua gejala atau lebih. Biasanya penelitian deskriptif seperti ini menggunakan metode survei. Penelitian deskriptif ini bisa meliputi beberapa jenis penelitian yang lebih spesifik, yaitu:

- a. Penelitian yang menggambarkan karakteristik suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu.
- b. Penelitian yang menggambarkan penggunaan fasilitas masyarakat.
- c. Penelitian yang memperkirakan proporsi orang yang mempunyai pendapat atau sikap, atau bertingkah laku tertentu.
- d. Penelitian yang berusaha untuk melakukan semacam ramalan.
- e. Penelitian yang mencari hubungan antara dua *variable* atau lebih

Penelitian deskriptif adalah penelitian untuk menggambarkan tentang karakteristik individu, situasi, atau *micro* kelompok tertentu. Penelitian ini relatif

sederhana yang tidak memerlukan landasan teoritis yang rumit atau pengajuan hipotesis tertentu dan dapat meneliti hanya satu *variable* saja (Ruslan, 2003: 12).

Sedangkan Bogdan dan Taylor mengatakan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur-prosedur penelitian yang digunakan untuk menghasilkan data deskriptif, yang ditulis atau yang diucapkan orang dan perilaku-perilaku yang dapat diamati. (Pawito, 2007:84)

Oleh karena itu, penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan, berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di mata masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi situasi, ataupun fenomena tertentu. (Bungin, 2008:68)

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Surakarta dan juga di www.twitter.com.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang cirinya dapat diduga. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka mengambil anggota *Komunitas Blogger Bengawan* sebagai populasinya.

b. Sampel

1. Purposive Sampling

commit to user

Dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling* atau pengambilan *sample* berdasarkan tujuan. Dengan kata lain penulis diberi kebebasan untuk memilih siapa saja yang akan dijadikan sebagai sumber data atau informan sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Selain itu, dengan teknik ini, berguna mendapatkan informan yang tepat yang mengurai permasalahan yang menjadi obyek penelitian (Mulyana, 2004: 187). Sebagai *sample* dalam penelitian ini yang bertindak sebagai informan adalah anggota-anggota dari *Komunitas Blogger Bengawan*.

2. Snow ball Sampling

Snowball sampling adalah cara yang efektif untuk membangun kerangka pengambilan sampel yang mendalam, dalam populasi yang relatif kecil, yang masing-masing orang cenderung melakukan hubungan satu dan lainnya. Dalam pengambilan sampel ini, peneliti menentukan satu atau lebih individu atau tokoh kunci dan meminta dia atau mereka untuk menyebut orang-orang lain yang pada gilirannya dapat ditemui (Bernard 1994: 97).

Oleh karena itu, pengambilan sampel demikian sangat berguna untuk studi jaringan sosial, di mana obyeknya adalah menemukan orang-orang yang dikenal individu atau tokoh kunci dan bagaimana mereka saling mengenal. Pengambilan sampel tidak dibatasi jumlahnya hingga sampel dirasa cukup untuk memperoleh data yang diperlukan, atau sampai data yang diperoleh dipandang sudah cukup memadai untuk menjawab permasalahan penelitian. Pengambilan sampel bola salju sering digunakan dalam studi komunitas. (Bernard 1994: 97).

Sebagai *sample* dalam penelitian ini yang bertindak sebagai informan adalah anggota-anggota dari *Komunitas Blogger Bengawan*.

4. Sumber data

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara. responden yang diwawancarai sebagai sumber data dalam penelitian ini adalah anggota *Komunitas Blogger Bengawan*.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang dikumpulkan untuk mendukung dan melengkapi data primer yang berkenaan dengan masalah penelitian. Data sekunder ini berupa halaman *Twitter* yang dimiliki oleh anggota *Komunitas Blogger Bengawan* yang menjadi sumber data primer.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah salah satu sumber bukti yang paling penting. Wawancara bisa mengambil beberapa bentuk, tetapi dalam penelitian ini yang digunakan adalah wawancara yang menggunakan petunjuk umum wawancara dan wawancara tak terstruktur.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan tipe wawancara yang menggunakan petunjuk umum wawancara dengan membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang akan ditanyakan. Pelaksanaan wawancara dan pengurutan pertanyaan disesuaikan dengan keadaan responden. (Moleong, 2002 : 138)

Sementara meski penulis membuat terlebih dahulu semua garis besar pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, namun dilapangan penulis menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara lebih mendalam pada setiap responden, hingga penulis mendapatkan data yang lengkap dari setiap responden, maka wawancara ini juga merupakan jenis wawancara tak terstruktur. Karena wawancara tak terstruktur dapat dilakukan pada keadaan ketika pewawancara ingin menanyakan sesuatu secara lebih mendalam lagi pada subjek tertentu, dan tertarik untuk mengungkapkan motivasi, maksud atau penjelasan dari responden. (Moleong, 2002: 139)

b. Analisis dokumen

Teknik pengumpulan data dengan analisis dokumen dapat dilakukan dengan menganalisa otobiografi, memoir, catatan harian, surat-surat, artikel, brosur, buletin, maupun foto-foto. Dokumen-dokumen ini dapat mengungkapkan bagaimana responden mendefinisikan dirinya sendiri, lingkungan, dan bagaimana kaitan antara definisi-definisi diri tersebut dalam kaitannya dengan orang-orang di sekelilingnya dengan tindakannya (Mulyana, 2004: 195). Dalam penelitian ini, penulis akan menganalisis setiap halaman atau *page account Twitter* responden,

yang di dalamnya meliputi fitur-fitur yang digunakan responden, yaitu *Bio (Biografi)*, *Following*, *Followers*, *Timeline*, *Link*, dan *Photo*.

6. Reliabilitas Data

Reliabilitas membuktikan bahwa apa yang diamati sesuai dengan apa yang ada dalam kenyataan dan apakah penjelasan yang diberikan memang sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi. Penelitian ini mengusahakan hal tersebut dilakukan dengan cara triangulasi data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data, untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data. Ada empat macam teknik triangulasi yaitu pemeriksaan terhadap sumber, metode, penyidik, dan teori.

Dalam penelitian ini, yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif.

Seperti yang diungkapkan Moleong dan Bardiansyah, hal ini dapat dilakukan dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.

4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang bersangkutan (Bungin, 2008: 257)

7. Analisis Data

Dalam penelitian ini, data dianalisis secara deskriptif, dalam artian data-data hanya dipaparkan sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan berdasarkan konsep-konsep yang ada. Terdapat tiga komponen pokok yang akan diikuti penulis. Tiga komponen tersebut adalah:

a. Reduksi

Reduksi data dimulai sejak penulis mengambil keputusan tentang kerangka kerja konseptual, tentang pemilihan kasus, pertanyaan yang diajukan, dan tentang cara pengumpulan data yang dipakai. Pada saat pengumpulan data berlangsung, reduksi data dengan memusatkan tema, membuat batasan permasalahan, menulis memo. Reduksi data berlangsung terus menerus selama penelitian kualitatif berlangsung dan merupakan bagian dari analisis. (Sutopo, 2002: 91-92).

b. Sajian Data (*data display*)

Sajian data adalah suatu rakitan organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Dengan melihat suatu penyajian data, penulis akan mudah memahami apa yang sedang terjadi dan memungkinkan untuk mengerjakan sesuatu pada analisis ataupun mengambil tindakan lain

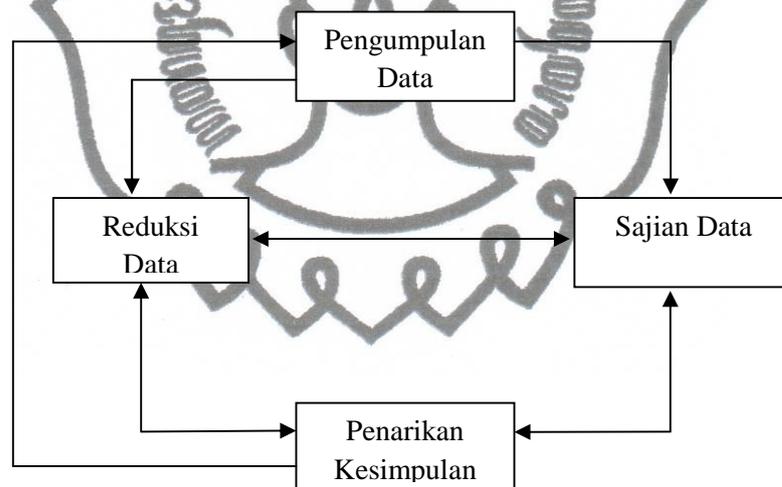
berdasarkan penelitian tersebut. Jadi dengan adanya *data display* ini, akan mempermudah penulis dalam mengambil kesimpulan. (Sutopo, 2002 :92)

c. Penarikan Kesimpulan

Proses konklusi yang terjadi selama pengumpulan data dari awal hingga akhir.

Kesimpulan yang perlu diverifikasikan yang dapat berupa suatu pengulangan, sebagai pemikiran kedua yang timbul dalam pikiran penulis pada waktu menulis dengan melihat kembali *fieldnote*. (Sutopo, 2002:93).

Gb.: 1.2 Interactive Models of Analysis



Sumber: H.B Sutopo, 2002: 96

BAB II

DESKRIPSI LOKASI

A. *Twitter*

1. Sejarah *Twitter*

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh *Twitter Inc.*, yang menawarkan jaringan sosial berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut *tweets*. *Tweets* adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. *Tweets* bisa dilihat secara luar, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman mereka saja. Pengguna dapat melihat *tweets* penulis lain yang dikenal dengan sebutan pengikut.

Semua pengguna dapat mengirim dan menerima *tweets* melalui situs *Twitter*, aplikasi eksternal yang kompatibel (telepon seluler), atau dengan pesan singkat (SMS) yang tersedia di negara-negara tertentu. Situs ini berbasis di San Bruno, California dekat San Francisco, di mana situs ini pertama kali dibuat. *Twitter* juga memiliki server dan kantor di San Antonio, Texas dan Boston, Massachusetts.

Sejak dibentuk pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey, *Twitter* telah mendapatkan popularitas di seluruh dunia dan saat ini memiliki lebih dari 100 juta pengguna. Hal ini kadang-kadang digambarkan sebagai "SMS dari internet".

commit to user

Twitter berawal dari sebuah diskusi yang diselenggarakan oleh anggota dewan dari *Podcasting* perusahaan Odeo. Dalam pertemuan tersebut, Jack Dorsey memperkenalkan ide *twitter* dimana individu bisa menggunakan SMS layanan untuk berkomunikasi dengan sebuah kelompok kecil. Proyek ini dimulai pada tanggal 21 secara terbuka pada tanggal 15 Juli 2006. *Twitter* menjadi perusahaan sendiri pada bulan April 2007.

Popularitas *Twitter* mulai meningkat pada tahun 2007 ketika terdapat festival South by Southwest (SXSW). Selama acara tersebut berlangsung, penggunaan *Twitter* meningkat dari 20.000 tweets per hari menjadi 60.000.

Sudah lebih dari 400.000 *tweets* diposting per kuartal pada tahun 2007. Kemudian berkembang menjadi 100 juta *tweets* diposting per kuartal pada 2008. Pada akhir tahun 2009, 2 miliar per kuartal *tweets* sudah diposting. Pada kuartal pertama tahun 2010, 4 miliar *tweets* yang diposting. Pada bulan Februari 2010 pengguna *Twitter* mengirimkan 50 juta *tweets* per hari. Pada Juni 2010, sekitar 65 juta *tweets* yang diposting setiap hari, setara dengan sekitar 750 *tweets* dikirim setiap detik, menurut *Twitter*.

Pengguna *Twitter* akan menjadi lebih aktif ketika ada kejadian menonjol. Sebagai contoh, rekor diciptakan pada Piala Dunia 2010, ketika penggemar menulis 2940 *tweets* per detik di kedua periode 30 setelah Jepang mencetak gol melawan Kamerun pada tanggal 14 Juni 2010. Rekor dipatahkan lagi ketika 3085 *tweets* per detik yang diposting setelah kemenangan Los Angeles Lakers di Final NBA 2010 pada tanggal 17 Juni 2010. Hal ini pun terjadi ketika penyanyi Michael

Jackson meninggal dunia pada tanggal 25 Juni 2009, server *Twitter* turun karena pengguna memperbarui status mereka untuk memasukkan kata-kata "Michael Jackson" pada tingkat 100.000 *tweets* per jam.

Pengguna dapat menulis pesan berdasarkan topik dengan menggunakan *hashtags* (#). Sedangkan untuk menyebutkan atau membalas pesan dari pengguna lain bisa menggunakan tanda @.

Pesan pada awalnya diatur hanya mempunyai batasan sampai 140 karakter disesuaikan dengan kompatibilitas dengan pesan SMS, memperkenalkan singkatan notasi dan slang yang biasa digunakan dalam pesan SMS. Batas karakter 140 juga meningkatkan penggunaan memperpendek layanan URL seperti bit.ly, goo.gl, dan tr.im, dan jasa hosting konten, seperti Twitpic, Tweepphoto, memozu.com dan NotePub untuk mengakomodasi multimedia isi dan teks yang lebih panjang daripada 140 karakter. *Twitter* menggunakan bit.ly untuk memperpendek otomatis semua URL yang diposting. (www.support.twitter.com/groups/31-twitter-basics update 19 Juni 2011)

2. Fitur- Fitur *Twitter*

Twitter memiliki fitur-fitur yang memungkinkan para *user*nya berinteraksi. Fitur-fitur *Twitter* antara lain:

Tweet, Sebuah posting di *Twitter* - hanya teks, maksimum 140 karakter (termasuk spasi).

commit to user

Profile, pada halaman ini terdapat profil atau data diri pengguna twitter yang berisi foto dan tweet yang sudah pernah di-posting.

Timeline, Serangkaian tweets ditampilkan pada halaman Twitter. Ketika Anda me-refresh halaman, tweets baru muncul di bagian atas timeline dan tweets lama akan bergulir turun ke bawah.

Follower, Pengikut adalah pengguna lain yang ingin menjadikan kita sebagai teman. Bila pengguna lain menjadi follower akun seseorang, maka tweets seseorang yang ia ikuti tersebut akan masuk ke dalam halaman utama.

Following, Kebalikan dari follower, following adalah akun seseorang yang mengikuti akun pengguna lain agar tweets yang dikirim oleh orang yang diikuti tersebut masuk ke dalam halaman utama.

Mentions, Biasanya konten ini merupakan balasan dari percakapan agar sesama pengguna bisa langsung menandai orang yang akan diajak bicara.

Favorite, Tweets ditandai sebagai favorit agar tidak hilang oleh halaman sebelumnya.

Direct Message, Fungsi direct message lebih bisa disebut SMS karena pengiriman pesan langsung di antara pengguna tanpa ada pengguna lain yang bisa melihat pesan tersebut kecuali pengguna yang dikirim pesan.

Hashtag, penanda # yang ditulis di depan topik tertentu agar pengguna lain bisa mencari topik yang sejenis yang ditulis oleh orang lain juga.

commit to user

List, pengguna twitter dapat mengelompokkan following mereka ke dalam satu grup atau list. sehingga memudahkan untuk dapat melihat secara keseluruhan para username yang mereka follow.

Trending Topic, topik yang sedang banyak dibicarakan banyak pengguna dalam suatu waktu yang bersamaan.

Twitpic, alat yang berguna untuk posting foto yang spesifik dan membaginya secara online. Foto dapat diunggah melalui ponsel ataupun komputer. (www.support.twitter.com/groups/31-twitter-basics update 19 Juni 2011)

3. Kelebihan *Twitter*

1. Mampu *livetweet* sebuah *event* yang sedang dilihat.
2. Mampu mengabarkan berita langsung dari tempat kejadian dan di saat itu juga
3. Digunakan oleh hampir segala kalangan
4. *Twitter* yang bekerja secara real time memudahkan setiap penggunanya mengetahui jalannya sebuah acara
5. Dapat digunakan untuk mempromosikan konten blog
6. Sebagai alat untuk mencari pekerjaan melalui jejaring pertemanan *Twitter* yang luas
7. Dapat memilih sumber-sumber berita yang diinginkan

(www.manuals.makeuseof.com.s3.amazonaws.com/for-mobile/twitter-guide_updated 19 Juni 2011)

4. Keanggotaan

Twitter adalah situs jejaring sosial gratis, di mana pendaftar tidak perlu melakukan pembayaran untuk menjadi *user* atau anggotanya. Untuk mendaftar menjadi *user Twitter* sangat mudah, hanya perlu memasukkan data berupa nama lengkap, *e-mail*, kemudian *password twitter*, jenis kelamin, dan tanggal lahir. Lalu isi username dan profile photo atau biasa disebut dengan istilah *avatar* yang akan dipakai. Layaknya alamat *e-mail*, *user name* hanya dapat digunakan oleh satu *user* pertama. Apabila username telah terpakai, maka pengguna *twitter* harus mengganti dengan *user name* yang lain. (http://support.twitter.com/groups/31-twitter-basics_update 19 Juni 2011)

B. Komunitas Blogger Bengawan

Berawal dari sebuah acara bertajuk IT di lingkungan kampus UNS yang diprakarsai oleh teman-teman dari Fakultas MIPA pada tahun 2007, sebuah komunitas penggemar blog dicanangkan pertama kali dengan nama **Blogger Kentingan** (<http://kentingan.wordpress.com>) yang berarti sekumpulan blogger yang beranggotakan oleh mahasiswa-mahasiswa UNS.

Seiring dengan perkembangannya, akhirnya Blogger Kentingan ini mulai terbuka untuk teman-teman blogger yang berasal dari luar kampus UNS. Kemudian dengan tujuan biar bisa lebih umum jangkauannya, nama Blogger *commit to user*

Kentingan pun diubah menjadi **Blogos** yang merupakan kepanjangan dari Blogger Solo.

Ternyata nama Blogos dirasa masih kurang *sreg* oleh teman-teman. Maka pada Kopdar Blogos pada tanggal 12 Desember 2008 yang dihadiri kurang lebih 25 orang, disepakati bersama bahwa nama Blogos secara resmi diubah menjadi **Bengawan** agar lebih mempunyai ciri khas Kota Solo. Apakah dengan nama Bengawan lantas itu hanya untuk blogger dari Kota Solo? Bagaimana dengan yang di sekitar Solo seperti Sukoharjo, Boyolali, Karanganyar, Sragen, Wonogiri, dll? Maka diusulkan pula di belakang nama Bengawan ditambahkan penjelasan “**Komunitas Blogger Surakarta dan sekitarnya**” dengan *tagline* Sedari Dulu Jadi Perhatian..

Tanggal 12 Desember 2008 disepakati sebagai hari berdirinya Komunitas Blogger Bengawan, kemudian pada tanggal 22 Februari 2009 komunitas ini diresmikan oleh Bapak Jokowi selaku walikota Solo di Loji Gandrung dengan dihadiri oleh teman-teman komunitas blogger dari Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Malang, Mojokerto, dll.

Pada perkembangannya, teman-teman bengawaners yang berada di luar kota pun tetap aktif komunikasi. Hal ini dibuktikan dengan dibentuknya Bengawan Jakband (Jakarta-Bandung) yang berisi teman-teman blogger bengawan yang sedang merantau untuk saling sapa dan kopi darat.

1. Kegiatan Blogger Bengawan

Selama hampir tiga tahun bengawan berdiri, sudah banyak sekali kegiatan yang telah dilaksanakan. Baik kegiatan rutin maupun tahunan. Diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) **Kopdar Rutin**. Ajang kopi darat atau sekadar kongkow bareng blogger ini ada beberapa nama berdasarkan tempatnya. Yaitu **Kondangan** (Kopdar Ning Wedangan) dan **Konica** (Kopdar Ning Cafe). Biasanya kopdar ini diadakan pada hari Jumat awal bulan. baca: <http://bengawan.org/2009/07/konicakopdar-ning-cafe-cah2-bengawan/>
- 2) **Betiga** (Buka Bersama Bengawan) acara tahunan saat bulan Ramadhan
- 3) **WWW** (Watch While Walk). Acara jalan-jalan dengan konsep kudu jalan kaki untuk mengeksplorasi apa yang biasa kita lewati namun ada yang terlewati. Misalnya acara dolanwalking menyusuri City walk, Batik Laweyan, Batik Kaoeman,dll. baca: <http://bengawan.org/2010/02/kopdar-bengawan-www/>
- 4) **SOLO** (Sharing Online *Lan* Offline). Sebuah acara akbar kopdar blogger se-Indonesia pada tanggal 5 Juni 2010. Sekitar 300-an blogger dari berbagai komunitas blogger di Indonesia turut hadir dalam acara ini sebagai ajang kopi darat. Agar tidak hanya di online, di offline pun saling bertegur sapa dan berbagi.
- 5) **Seminar Social Media** oleh Yanuar Nugroho, Workshop Fotografi dan Videografi dari XL, Pemetaan Potensi oleh Bp. Gunawan Wibisono, *commit to user*

Obeng (Obrolan Bengawan), Sharing Keliling, Workshop Android dan iOS, dll.

2. Program Blogger Bengawan

- 1) **Solosinau.** Program mengumpulkan buku untuk menambah koleksi buku di Rumah Baca di Kampung Sewu.
- 2) **Internet untuk Difabel.** Program pelatihan komputer dan internet untuk teman-teman penyandang cacat yang bertempat di basecamp Bengawan (RBI).
- 3) **Internet untuk PSK.** Program pelatihan komputer dan internet untuk teman-teman Pekerja Seks Komersial (PSK), bekerja sama dengan LSM yang menaunginya.
- 4) **Internet untuk ibu-ibu UKM Solo.** Program pelatihan komputer dan internet untuk membantu ibu-ibu UKM mengenal dunia internet dan melatih bagaimana menjual produk UKM lewat internet.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan disajikan data-data yang telah didapatkan dan akan langsung dianalisis terkait permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Data-data tersebut didapatkan peneliti dari delapan orang anggota *Komunitas Blogger Bengawan* yang menjadi informan. Data-data yang didapatkan peneliti untuk penelitian ini berasal dari sumber data primer yang berupa wawancara langsung dengan setiap informan, serta dokumen yang berupa halaman *Twitter* yang dimiliki oleh masing-masing informan.

Terkait analisis data, peneliti akan menganalisis data dengan teori Citizen Journalism oleh Shayne Bowman dan Chris Willis dalam *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*, seperti yang telah dibahas secara lengkap sebelumnya pada Bab I. Shayne Bowman dan Chris Willis mendefinisikan *citizen journalism* sebagai, “ *The act of citizens playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing, and disseminating news and information.*” Artinya tindakan warga yang memainkan peran aktif dalam proses mengumpulkan, melaporkan, menganalisis dan menyebarkan berita dan informasi. (Bowman and Willis, 2003:9)

Berdasarkan definisi Citizen Journalism oleh Shayne Bowman dan Chris Willis tersebut, maka setiap informan pada penelitian ini telah menerapkan citizen journalism masing-masing melalui media *Twitter*, seperti yang menjadi fokus utama dari penelitian ini, (*Citizen Journalism di Twitter*). Yang menarik

commit to user

dalam hal ini bahwa dalam proses mengumpulkan, melaporkan, menganalisis dan menyebarkan berita dan informasi di *Twitter*, setiap informan melakukan hal yang berbeda-beda antara satu informan dengan informan yang lainnya, berdasarkan pada profesi, minat, latar belakang, kepribadian serta cara pandang masing-masing informan. Hal ini membuktikan setiap informan dari penelitian ini telah dapat menerapkan *Citizen Journalism* di *Twitter*.

A. PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

Penyajian data dan analisis data menggunakan teori *Citizen Journalism* oleh Shayne Bowman dan Chris Willis, sebagai berikut :

a. Penyajian Data

1. Yegar Sahadhuta Gorbianta – Mahasiswa

1. *Collecting News and Information (Mengumpulkan Berita dan Informasi)*

Yegar merupakan mahasiswa yang sangat menyukai *Twitter*, sejak bergabung di tahun 2009 Ia memuja *twitter* sebagai tempat dimana Ia bisa mendapatkan berita dan informasi yang Ia sukai. Yegar mengharapkan dari berita dan informasi yang Ia dapatkan di *twitter*, maka pengetahuannya akan berkembang. Yegar menyukai topik bahasan seperti sejarah, kesehatan, pengetahuan umum, xenology, dan terkadang juga politik. Berikut pengakuannya:

“...tentang sejarah, kesehatan, pengetahuan umum, xenology, dulu sedikit mengamati politik tapi malah ruwet dan ga berkesudahan jadi ya udah males ngikutin” (17/08/2011)

Sejak tergabung dengan *Twitter*, Yegar tidak lagi sering membuka akun jejaring sosial lainnya dan menempatkan *Twitter* pada posisi pertama di situs yang paling sering Ia akses. Seperti yang diungkapkannya berikut ini:

“...mulai dari MySpace dan Hi5 yg emang jarang diurus, Friendster, dan akhir-akhir ini Facebook mulai jarang keurus juga” (17/08/2011)

Mengumpulkan berita dan informasi di twitter dapat dilakukan oleh Yegar karena Ia dapat memilih sendiri berita apa yang dianggap layak baca dengan menentukan *following list*, sehingga berita yang diterima di *timeline Twitter*-nya telah dipilih sendiri oleh Yegar. Yegar tentunya memilih untuk mem-*follow* akun-akun yang informatif dan terpercaya sehingga Ia mendapatkan berita dan informasi yang Ia inginkan saja. Seperti yang diungkapkan dalam beberapa pernyataannya berikut ini:

“..... *twitter* bagaikan live stream dari berbagai informasi, kita memilih sendiri info mana yg kita sukai dan layak kita ikuti.....”(17/08/2011)

.”.....Kenapa saya harus mem*follow* orang ga dikenal yg isi tweetnya sampah? Ini juga salah satu asiknya *Twitter*, kita bisa milih sendiri siapa yg mau kita ikuti tweetnya dan bagaimana pemikiran mereka bisa membuat kita berkembang.” (17/08/2011)

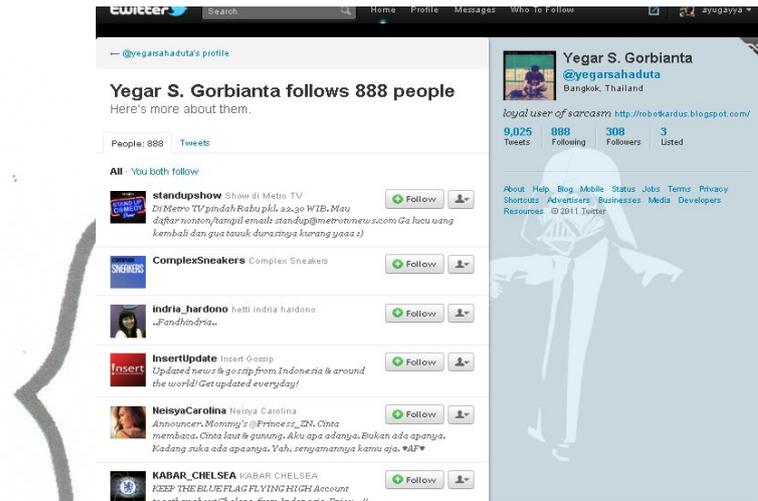
“Beberapa kali saya *unfollow* orang karena isi tweetnya mengalami degradasi, tidak informatif, RT abuser, atau emang plain malesin aja.....” (17/08/2011)

Dalam mengumpulkan berita dan informasi yang merupakan tahap pertama dari proses produksi berita, selain mendapatkannya dari *following list*-nya di *Twitter*, Ia juga melakukan observasi, info/topik terhangat, melihat langsung kejadian menarik yang terjadi atau lewat interview narasumber yang memiliki pengalaman tertentu. Berikut kutipannya:

“biasanya ide dan informasi yg saya *tweet* berasal dari obervasi saya akan pengalaman sehari-hari, informasi yang saya dapat dari berbagai sumber, pengalaman atau percakapan yang menarik, suasana hati waktu itu, lagu atau film yang sedang ditonton, info menarik

yang masih *fresh* atau sedang hangat dibicarakan, pelajaran yg saya dapat dari kelas hari ini, dll” (17/08/2011)

Gb. 3.1 *Following List* Yegar dimana Ia mendapatkan berita dan informasi di *Twitter*



sumber: <http://twitter.com/#!/yegarsahaduta/following> update 20 November 2011

2. *Reporting News and Information* (Melaporkan berita dan Informasi)

Yegar sangat aktif memberikan berita dan informasi di *twitter*, hal-hal yang menurutnya unik, menarik, dan bermanfaat bagi orang lain pasti akan Ia tweet. Sebelum mem-*posting tweet* Ia menganggap berita dan informasi yang Ia sampaikan harus layak, pantas, menarik dan bermanfaat untuk dibagi serta tidak menyangkut hal-hal yang bersifat pribadi. Ini membuktikan Yegar sangat memperhatikan *news value* yang ada pada setiap berita dan informasi yang Ia publikasikan di *Twitter*. Seperti pernyataannya berikut ini:

“sesuatu itu layak, pantas, menarik, dan bermanfaat untuk dishare. Tentu saja saya ga akan menshare sesuatu yg saya anggap melebihi batas privasi saya maupun orang tertentu yang berkaitan.” (17/08/2011)

commit to user

Kadang, Ia menyingkat kata dengan menghilangkan beberapa karakter vokal pada kata apabila postingannya yang berisi berita dan informasi melebihi dari 140 karakter. Apabila menghilangkan karakter vokal masih belum cukup, Ia akan memposting beberapa tweet secara berurutan. Berikut pernyataannya:

“Terpaksa saya harus membunuh karakter vokal.. biasanya saya menulis dulu secara penuh apa yg mau saya tweetkan tapi begitu tau spacenya ga cukup yaudah diakali dengan cara membunuh karakter vokal, dan kalau misalnya tidak cukup juga, ya saya menggunakan beberapa kali tweet.” (17/08/2011)

Gb 3.2 Postingan *tweet* Yegar tentang peristiwa banjir di Bangkok



sumber: <http://twitter.com/#!/yegarsahaduta> update 20 November 2011

Saat membutuhkan beberapa kali *posting* untuk memberitakan sesuatu, maka Yegar akan membuat *teaser* atau judul yang menarik di postingan pertamanya, sehingga menarik orang untuk membaca kelanjutannya atau postingan berikutnya. Seperti yang diungkapkannya berikut ini:

“tweet pertama biasanya berisi teaser, bisa berwujud sebuah pertanyaan, sebuah ungkapan, tapi tujuannya tetap sama: sebagai intro pembuka akan apa yg akan ditwitkan berikutnya.” (17/08/2011)

Saat melakukan laporan pandangan mata secara langsung atau dikenal dengan istilah *livetweet*, Yegar membutuhkan banyak ruang di *twitter*. Terbukti Ia mengaku membutuhkan hingga hampir 10 kali *tweet* dalam satu berita atau informasi yang Ia publikasikan di *Twitter*. Ia mengaku menginginkan pembacanya

benar-benar merasakan apa yang Ia lihat secara detail. Saat livetweet, Yegar biasanya memilih untuk menyaksikannya terlebih dahulu, dan akan melaporkannya sesaat setelah Ia selesai melihat konser musik yang Ia sukai.

Berikut penuturannya:

“.....Untuk sebuah acara yg sangat menarik saya biasa cuma nulis kalo saya sedang ada di acara tersebut, mungkin orang bilang itu sebuah bentuk pencitraan tapi saya menulis itu sekaligus untuk memberi info seperti apa acara yg sedang berlangsung..... (17/08/2011)

“Selesai intro di tweet, saya nonton acaranya sampai selesai dulu lalu melaporkan apa saja yg terjadi....” (17/08/2011)

“tergantung dari kebutuhan, 5-10, bisa juga kurang, bisa juga lebih. Semakin menarik kegiatan tersebut maka semakin banyak tweet yg saya tuliskan, saya menyukai detail, saya ingin mereka yg membaca tweet saya ikut merasakan excitement yg saya rasakan akan sesuatu hal.” (17/08/2011)

Gb 3.3 Review Yegar tentang event Ngayogjazz yang disaksikannya



sumber: <http://twitter.com/#!/yegarsahaduta> update 20 November 2011

Menyertakan foto dalam tiap informasi di tweetnya termasuk jarang sekali dilakukan oleh Yegar, karena perangkat *online*-nya tidak mendukung fasilitas foto. Apabila foto benar-benar dibutuhkan untuk mendukung berita dan informasi

yang Ia berikan, maka Ia akan minta seorang temannya untuk memfotokan, lalu Ia *posting* belakangan. Seperti yang dingkapkannya dalam pernyataan berikut :

“Sayang perangkat online saya tidak memadai untuk menyertakan gambar secara langsung. Biasanya saya minta difotokan teman dulu, dikirim ke e-mail, lalu baru saya posting. Atau bisa juga sih saya foto sendiri lalu saya posting belakangan melalui laptop.” (17/08/2011)

3. *Analyzing, and Disseminating News and Information* (Menganalisis dan Menyebarkan Informasi)

Dalam tahap akhir proses produksi berita, yaitu distribusi, Yegar melakukannya dengan 2 cara saat melihat *breaking news* atau berita dan informasi yang dianggap penting, yaitu langsung menyebarkannya dengan klik *retweet* atau menanggapi dengan memberikan komentar pada berita tersebut. Keduanya memiliki maksud yang sama, yaitu agar berita tersebut tersebar ke followersnya. Seperti yang dingkapkan dalam pernyataannya berikut ini:

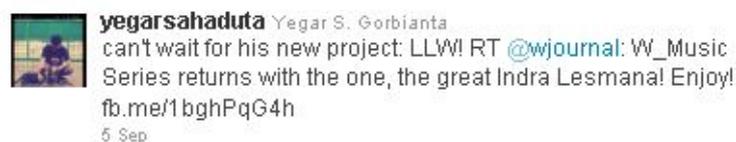
“ Ada dua alternatif. Meretweet supaya info itu tersebar atau segera merespon berita itu.” (17/08/2011)

Gb 3.4 Yegar saat menyebarkan berita dan informasi dengan *retweet* (RT)



sumber: <http://twitter.com/#!/yegarsahaduta> update 20 November 2011

Gb 3.5 Yegar saat menyebarkan berita dan informasi dengan menambahkan opini pribadi



sumber: <http://twitter.com/#!/yegarsahaduta> update 20 November 2011

2. Adia Prabowo – Penyar Radio

1. *Collecting News and Information (Mengumpulkan Berita dan Informasi)*

Adia Prabowo adalah satu dari sekian banyak orang di dunia yang mengaku kecanduan *twitter*. Adia yang membuka *twitter* hampir setiap jam ini mengatakan bahwa Ia mendapatkan berita dan informasi terhangat dan tercepat dari *twitter* dibandingkan dari media lain. Mendapatkan berita dan informasi dilakukan Adia di *Twitter* dengan mem-*follow* akun berita lokal maupun internasional. Berikut penuturannya mengenai hal ini:

“.....karena kita harus *update*, *twitter* sangat membantu sekali ketika ada hal-hal yang jadi *breaking news* lah. Kita akan cepet tau daripada kalo misalnya di TV ya.....”
(20/08/2011)

“.....ada beberapa akun berita lokal maupun berita internasional yang aku ikutin,”(20/08/2011)

Selain akun berita, Ia juga mem-*follow* akun yang berhubungan dengan musik dan fotografi, bidang kesukaanya. Ia mengaku lebih menghemat banyak waktu dengan membaca di *twitter* karena lebih sederhana. Akun-akun di *Twitter* yang mengemas berita dan informasi dengan bahasa yang menarik membuat Adia merasa nyaman mendapatkan berita dan informasi daripada harus membaca buku.

Seperti yang diungkapkannya berikut ini:

“aku *follow Huffington Post* dia menarik karena banyak berita dari berbagai sumber kaya fotografi, karena itu aku juga suka fotografi, berita-berita tentang sains, aku juga suka walaupun gak pinter-pinter amat, tapi membaca sesuatu hal yang berat kaya misalnya sains, dibandingkan aku baca buku, dengan aku baca misalnya dari beberapa situs yang mengemas bahasa mereka dengan menyenangkan itu lebih seru menurut aku.”
(20/08/2011)

Adia memiliki kriteria tertentu untuk mem-*follow* akun personal karena Ia ingin mendapatkan berita dan informasi yang bermanfaat. Selain akun berita, Ia

memilih untuk mem-follow akun-akun personal yang memiliki kesamaan, baik dari segi minat, sudut pandang dan hobi. Jadi, siapapun orang tersebut, baik dikenal ataupun tidak, namun bila kualitas *tweet*-nya bagus maka akan di-follow.

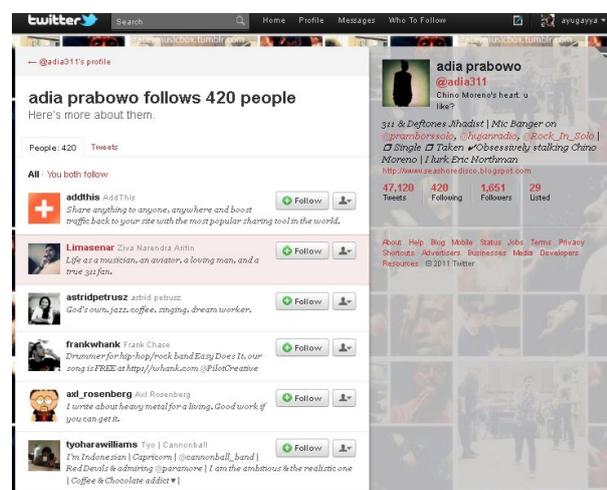
Berikut pernyataannya:

“Satu, isi *tweet*nya sih. Lebih ke kualitas *tweet*nya. dia gak ngomong sendiri, dalam artian lo gak ada *mention* sama sekali ke orang-orang ni orang ngomong sendiri aja, dua karena fokus *tweet*nya menarik isinya, dan ketiga karena dia punya kesukaan yang sama.” (20/08/2011)

Selain mendapatkan update berita tercepat, dengan memiliki akun *twitter*, Adia merasa bisa mendapatkan berita dan informasi dari berbagai sudut pandang. Apabila ada sebuah berita yang beredar, maka Ia dapat melihat berita tersebut dari berbagai sudut pandang dari banyak sumber yang Ia follow di *Twitter*, bahkan sumbernya dapat langsung dari obyek berita itu sendiri. Seperti yang Ia ungkapkan berikut ini :

“Hmm aku puas dengan *twitter* karena banyaknya sumber, dimanapun bisa mendapatkan berita itu. Lo gak bisa percaya dengan satu *source* aja kan? Harus *check recheck* dan harus cari sumber-sumber lain supaya kita bisa ngeliat atau memandang satu hal dari banyak arah gitu sih...” (20/08/2011)

Gb 3.6 *Following List* Adia dimana Ia mendapatkan berita dan informasi



sumber: <http://twitter.com/#!/adia311/following> update 20 November 2011

2. *Reporting News and Information* (Melaporkan berita dan Informasi)

Adia sangat memperhatikan *news value* dalam melaporkan berita dan informasi di *Twitter* dengan tidak pernah mem-posting hal-hal yang bersifat pribadi di akun twitternya, karena baginya itu hal yang tidak perlu diceritakan ke semua orang. Salah satu *postingan* yang paling Ia sukai adalah tentang band favoritnya dan mengangkat segala hal yang berhubungan dengan band tersebut atau tentang topik-topik terhangat yang sedang ramai dibicarakan. Berikut pernyataannya mengenai hal ini:

“.....seharusnya orang-orang tidak menceritakan keburukan-keburukan atau masalah-masalah pribadi.....” (20/08/2011)

Yang biasanya aku *tweet* adalah satu, *share* informasi yang aku suka, misalnya yang sekarang lagi banyak di omongin nah aku itu suka banget untuk *ngeshare* itu karena kan menarik tuh sepertinya. biasanya aku lebih ke *share* kaya informasi-informasi tentang band yang aku suka gitu, kaya album baru atau misalnya menceritakan soal sejarah band yang aku memang suka dan mungkin orang-orang satu gak tau, dua hmm bisa merespon apa yang aku *tweet* dari *update* itu” (20/08/2011)

Gb 3. 7 *Posting* Adia mengenai band favoritnya



sumber: http://twitter.com/#!/adia311_update 20 November 2011

Selain berbagi informasi mengenai konser band favoritnya, penyiar radio ini juga sering memposting *event-event* yang sedang digelar di kota Solo. Ia sangat menyukai *livetweet* tentang event budaya yang diselenggarakan di kota Solo. Menurutnya dengan mengabarkan hal tersebut, Ia membantu mempromosikan kota Solo dan membangun *city branding* yang baik di mata

commit to user

publik. Setiap memberikan informasi tentang kota Solo, baik itu *event* ataupun mengenai sarana dan prasarana baru, maka Adia akan menautkan beritanya ke akun @tentangsolo yang merupakan akun *Twitter* yang dibuat oleh komunitas blogger Bengawan untuk disebarakan oleh admin @tentangsolo. Berikut beberapa pernyataannya:

“aku juga termasuk senang banget untuk melakukan *livetweet*, terutama *livetweet* yang ada hubungannya dengan kota Solo. Ada akun @tentangsolo yang juga melakukan hal yang sama dan aku pikir itu hal yang bagus untuk mengangkat citra sebuah kota...” (20/08/2011)

“Ketika banyak *event-event* yang ada hubungannya dengan sebuah kota, ya terutama kota Solo, aku dengan senang hati akan menshare informasi yang ada di situ...” (20/08/2011)

“Yang memang bisa dikaitkan dengan @tentangsolo karena dia *kan* sumber buat mendapatkan info-info tentang Solo, kalo memang itu infonya berguna, aku akan secara otomatis akan men-cc ke akun @tentangsolo...” (20/08/2011)

Gb. 3.8 *Postingan* Adia mengenai *event* yang ditautkannya ke akun @tentangsolo



sumber: http://twitter.com/#!/adia311_update 20 November 2011

Adia memiliki cara khusus saat melakukan *livetweet* atau melaporkan langsung melalui twitter tentang apa yang dilihat. Ia berusaha melaporkan ringkas mungkin, agar tidak terlalu panjang. Ia berusaha memilah mana saja poin penting yang patut di-posting dari kejadian yang Ia lihat. Adia berharap followersnya mendapatkan inti dari ~~berita dan~~ informasi yang Ia sampaikan. Saat

melakukan livetweet, Adia membutuhkan 6-10 kali tweet. Batasan maksimal twitter yang hanya 140 karakter membuat Adia sering berpikir ulang sebelum memposting berita. Apabila tidak cukup, maka Ia akan lanjutkan di tweet selanjutnya karena Ia sangat menghindari *tweetlonger*. Baginya, 140 karakter adalah aturan ketat yang harus ditaati bagi para pengguna twitter. Ia menyingkat kata pada kata-kata yang umum disingkat dan diketahui orang banyak untuk menghemat *space* karakter di *twitter*. Berikut beberapa ungkapannya:

“Aku sangat menghindari *tweetlonger*, karena hmm bukan itu esensi dari twitter menurut aku, justru ketika lo hanya dibatasi dengan 140 karakter, itu yang mengharuskan kita untuk pinter-pinter bikin kalimat yang bernas ya dalam artian ini inti atau keyword dari acaranya tuh ini loh... (20/08/2011)

“Kadang-kadang ketika aku ngetik livetweet segala macam dan ketika send gak terkirim karena kepanjangan, aku bisa ulangin itu berkali-kali. Apa sih ya yang gak penting dari kata-kata yang aku mau sampein ini, kau bisa 2-3 kali dan itu gak masalah buat aku karena gak tau ya itu bikin kita lebih to the point aja saat itu, kan ada yang bertele-tele gitu kan. 140 karakter ya kalo misalnya satu tidak cukup aku akan melanjutkan ke tweet berikutnya.....” (20/08/2011)

” Untuk kata-kata dasar kaya “belum”, “sudah”, emang orang secara general akan paham walaupun disingkat kamu pasti ngerti deh artinya. Tapi untuk kata-kata yang memang essensial, keywordnya itu untuk apa yang ingin kita sampaikan biasanya aku tidak akan menyingkat.....” (20/08/2011)

“Kalo misalnya buat *livetweet* kita gak mungkin cuma sekali kan, kaya pertama kali aku akan sampaikan adalah *event* apa yang sedang terjadi di situ. Setelah itu baru apa yang aku lihat. Biasanya mungkin maksimal mungkin enam kali lah gak nyampe sepuluh kali...“(20/08/2011)

Gb 3.9 *Livetweet* Adia mengenai event yang sedang dilihatnya



sumber: <http://twitter.com/#!/adia311> update 20 November 2011

Tak jarang Ia juga memberikan informasi tambahan untuk mendukung laporan langsungnya di *Twitter*. Seperti pernyataannya berikut ini:

Kecuali kalo ada kaya hal-hal menarik yang itu kaya trivia ya, eh yau gak kalo ternyata kereta yang digunakan ini adalah peninggalan dari Sultan siapa, nah itu bisa jadi tambahan-tambahan *tweet* yang mau kita sampaikan” (20/08/2011)

Adia yang hobi fotografi juga sering memberikan gambar sebagai pendukung berita dan informasi yang di-posting di *twitter*. Berikut penuturannya:

“*Tweetpic* juga membantu karena visual *kan* lebih bisa dibayangkan sama orang-orang ya....” (20/08/2011)

Gb 3.10 *Posting* Adia yang menggunakan gambar

sumber: <http://twitter.com/#!/adia311> update 20 November 2011

3. *Analyzing, and Disseminating News and Information* (Menganalisis dan Menyebarkan Informasi)

Sebelum menyebarkan berita, dan informasi Adia memastikan terlebih dahulu kebenaran berita tersebut. Ia tidak mau menjadi orang yang turut menyebarkan berita yang salah, khususnya berita kematian seseorang. Ia juga terkadang turut mengomentari berita yang ada sebelum menyebarkannya dengan *me-ReTweet*. Seperti yang diungkapkan dalam beberapa pernyataannya berikut:

“*Check dan Re-Check*, karena dulu ketika awal-awal menggunakan *twitter*, orang sangat merasa termanjakan dengan *breaking news* sampai ada satu saat dimana lo merasa harus jadi orang pertama untuk *ngeReTweet* itu. Itu jadi fatal banget ketika, aku melihat, waktu itu Gesang dikabarkan meninggal, ya *kan*. Dari situ, gila ya, ini orang belum meninggal udah dikabarin meninggal aja, dan *ReTweet*nya banyak....” (20/08/2011)

“...ketika ada *breaking news*, terutama yang ada hubungannya dengan RIP, itu aku akan menunggu beberapa saat sampai ada konfirmasi yang jelas. Jadi, aku tidak akan terlalu terburu-buru untuk *meReTwee*t sesuatu gitu. Kecuali kalo memang itu *breaking news*nya dari sumber berita yang memang *bener-bener* besar.” (20/08/2011)

“kadang-kadang kan ada situs berita dengan judul tertentu gitu kan, terutama kalo misalnya judulnya lucu-lucu biasanya aku langsung *ReTweet*. Aku akan *meReTweet* dengan komentar-komentar yang gak jelas juga. Tapi kalo untuk ya itu memang bikin kita tergerak untuk menyampaikan pendapat ya lo harus baca beritanya, lo harus buka *linknya* itu...” (20/08/2011)

Gb 3.11 Adia menanggapi berita yang didapatnya di *twitter* sebelum disebar



sumber: <http://twitter.com/#!/adia311> update 20 November 2011

Gb. 3.12 Adia langsung menyebarkan berita dan informasi yang didapatnya di *Twitter* dengan *retweet*



sumber: <http://twitter.com/#!/adia311> update 20 November 2011

3. Blontank Poer – Pendiri Komunitas Blogger Bengawan

1. *Collecting News and Information (Mengumpulkan Berita dan Informasi)*

Dalam mencari dan mendapatkan informasi, selain mem-*follow* akun berita dan teman-temannya dari dunia blogger, wartawan, film, LSM dan marketer. Blontank juga mem-*follow* orang-orang yang tidak sepaham dengannya. Ia berharap dari mem-*follow* orang yang tidak sepaham dengannya, Ia bisa mendapatkan sudut pandang lain dari berita yang beredar. Topik-topik mengenai

dunia sosial dan budaya adalah hal yang paling disukai oleh Blontank. Berikut penuturannya :

“*Twitter* lebih *simple*, kemudian orang bisa mendapatkan informasi dan juga memilih informasi itu aja.”(19/09/2011)

“Orang yang sangat tidak saya sukai, mungkin beberapa yang aku anggap *tweetnya* sering *ngetweet* yang berguna. Yang berguna itu bisa *link*, bisa *kultwit* ya misalnya kaya ada beberapa yang politisi. Tapi saya memilih beberapa. Mungkin juga pegawai negeri, atau dari LSM atau apa.“ (19/09/2011)

“Apapun. Orang yang aku benci juga ya aku *follow*. Kadang pengen tau perkembangannya, kemudian beberapa politikus tadi, orang-orang film kadang juga saya *follow*, terus juga ada *marketer* yang saya *follow*..” (19/09/2011)

Gb 3.13 *Following List* Blontank dimana ia mendapatkan berita dan informasi di *Twitter*



sumber: <http://twitter.com/#!/blontankpoer/following> update 20 November 2011

2. *Reporting News and Information* (Melaporkan berita dan Informasi)

Blontank mengaku lebih mudah melaporkan berita dan informasi yang dilihatnya melalui *Twitter* karena lebih cepat responsnya. Ia memanfaatkan *twitter* untuk memberikan gambaran akan keadaan fasilitas publik yang dilihatnya dan juga memberikan kritik terhadap hal tersebut. Blontank juga sering menyertakan

commit to user

foto untuk mendukung berita dan informasinya di *twitter*. Seperti yang diungkapkannya berikut ini :

“Lebih mudah. Sebenarnya bergosip atau menyebarkan pesan di *twitter* lebih gampang sebenarnya..“(19/09/2011)

“Kadang-kadang, aku nyinyir sama orang misalnya tentang kebijakan-kebijakannya, kadang-kadang yang aku mengkritik temenku sendiri. “(19/09/2011)

“Oh iya, sering, menyertakan foto sih. Gak mesti membagi ke dalam beberapa tweet tergantung hal ya ng dibahas. Kadang-kadang kalau ada sesuatu yang menarik misalnya tentang fasilitas publik.. Mungkin ngeliat sesuatu kejadian atau mobil atau apa, ya pokoknya yang gak lazim lah, yang tidak seharusnya atau tidak biasa... “(19/09/2011)

Gb. 3.14 *Posting* Blontank dengan menggunakan foto dan ditautkan ke akun @tentangsolo



sumber: <http://twitter.com/#!/blontankpoer> update 20 November 2011

Saat menghadiri *event* yang diadakan oleh Blogger Bengawan yaitu Obeng (Obrolan Bengawan), Blontank sering memberikan *livetweet* mengenai jalannya acara, mulai dari pembicara, materi yang dibicarakan, dan sebagainya lalu Ia *mention* ke akun @tentangsolo untuk disebar. Ia merasa *livetweet* bukan merupakan kewajiban, namun Ia senang melakukannya. Blontank juga mengaku

commit to user

bahwa setiap berita dan informasi yang Ia berikan lewat *twitter* memiliki manfaat bagi orang banyak. Seperti yang diungkapkan dalam pernyataannya berikut ini :

“Kadang-kadang kalo *livetweet* maksudnya gini,dalam sebuah *event* atau apapun yang saya disitu, ada beberapa yang menarik yang saya *tweet* aja. “(19/09/2011)

“Intinya gini, pertimbangan nge-*tweet* itu kemanfaatan bagi orang lain. Bahkan kenyinyiran saya pun, itu juga kalo bisa ada pemanfaatan bagi orang lain. Misalnya liat bagaimana praktek kebijakan pemerintah, pemberantasan korupsi misalnya.” (19/09/2011)

“Kadang-kadang, kalo misalnya itu temanya Obenk umum gitu, kadang-kadang terus aku buka akun satunya lagi yang @tentangsolo terus aku *ReTweet*. “(19/09/2011)

Gb 3.15 *Livetweet* Blontank dengan menggunakan foto dan ditautkan ke akun @tentangsolo



sumber: http://twitter.com/#!/blontankpoer_update 20 November 2011

Blontank merupakan salah satu pemilik akun *twitter* yang memiliki jumlah *followers* terbanyak di kota Solo, dengan jumlah *followers* yang mencapai ribuan Ia merasa lebih bertanggung jawab dalam setiap *tweet*-nya, baik itu dari segi akurasi berita, topik yang diangkat hingga gaya bahasa. Berikut penuturannya mengenai hal ini:

“..... Kalau saya sebenarnya jujur malah jadi lebih bertanggung jawab karena semakin banyak orang yang mengikuti itu kalo misalnya saya ngerewiew sesuatu yang salah atau *ngetweet* ada yang keliru, itu yang ngeliat ada banyak orang... “(19/09/2011)

3. *Analyzing, and Disseminating News and Information* (Menganalisis dan Menyebarkan Informasi)

Tidak semua berita dan informasi yang beredar langsung disebarkan oleh Blontank, Ia memilih mengecek terlebih dahulu penting atau tidaknya berita dan informasi tersebut disebarkan. Apabila Ia merasa berita dan informasi tersebut memiliki manfaat dan informatif, maka akan segera Ia *ReTweet* agar tersebar kepada *followersnya*. Ia juga mengecek kebenaran dari berita dan informasi yang akan Ia sebar di *Twitter* lalu terkadang menambahkan opini pribadi sebelum menyebarkannya. Berikut penuturannya:

“Kalau yang sifatnya umum ya saya *ReTweet*, tapi kalo yang sifatnya belum jelas, saya cek untuk memastikan sebenarnya dari mana, URL-nya itu. Kalo itu URL-nya media massa, saya langsung *Retweet*. Tapi kalo misalnya URL-nya bukan media massa saya akan saya cek dulu. Kalo perlu saya tambahkan opini. Tapi kalo itu informatif, langsung aku *ReTweet*.” (19/09/2011)

Gb 3.16 Berita dan Informasi yang disebar Blontank dengan menambahkan opini pribadi



sumber: http://twitter.com/#!/blontankpoer_update 20 November 2011

Gb 3.17 Berita dan Informasi yang disebar Blontank dengan *ReTweet*

sumber: http://twitter.com/#!/blontankpoer_update 20 November 2011

4. Interaksi

Di *Twitter*, Blontank juga sering melakukan diskusi bersama dengan *followersnya* mengenai masalah hukum, politik ataupun sosial. Biasanya Ia akan memposting beberapa kali *tweet*, lalu akan ditanggapi oleh *followersnya*. Seperti pernyataannya berikut:

“Pernah misalnya tentang Sri Mulyani, tentang-tentang luar negeri. Biasanya saya ngelempar masalah, ditanggapi orang, gitu. Topiknya misalnya kaya tentang lebih banyak sih biasanya hal-hal yang berhubungan dengan politik. Lebih banyak ke politik, politik kebijakan. Atau misalnya soal hukum, soal korupsi....” (19/09/2011)

Gb. 3.18 Diskusi Blontank mengenai copet yang *diposting* dalam beberapa kali *tweet* dan menggunakan *hashtag* (#)

commit to user



sumber: http://twitter.com/#!/blontankpoer_update 20 November 2011

Gb. 3.19 Posting dilakukan blontank mendapatkan *feedback* dari *followers*nya dan menimbulkan interaksi



sumber: http://twitter.com/#!/blontankpoer_update 20 November 2011

5. Dony Alfian – Fotografer

1. *Collecting News and Information (Mengumpulkan Berita dan Informasi)*

Dony mem*follow* akun-akun yang dimiliki oleh fotografer, baik dari Indonesia maupun luar negeri untuk mendapatkan berita dan informasi baru yang menunjang profesinya. Ia juga memiliki alasan lain saat mem*follow* akun-akun

commit to user

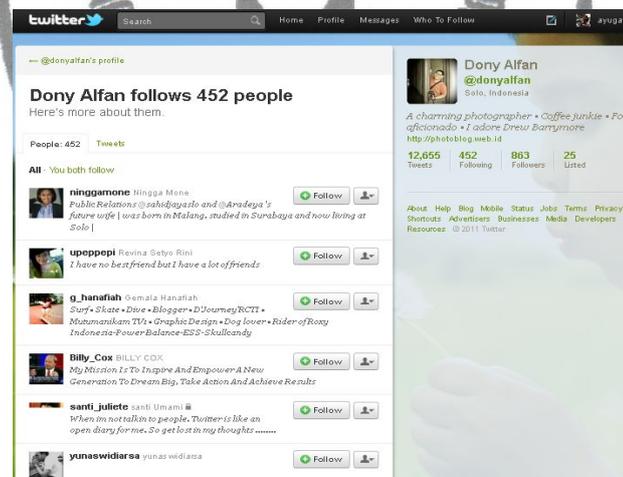
berita nasional maupun internasional yaitu untuk membandingkan tulisan versi media nasional dan internasional. Isu-isu mengenai politik yang sedang hangat dibicarakan merupakan berita dan informasi yang selalu Ia cari di *twitter*. Berikut pernyataan Dony mengenai hal tersebut:

“.....berita luar negeri. Terus fotografer, apa ya? Kaya web-web foto. Kan ada *twitternya* tuh, itu aku *follow*.” (15/08/2011)

“preferensi pribadi sih, soalnya saya suka foto, makanya saya *follow*. Kalo saya *ngefollow* situs berita luar karena pengen membandingkan saja tulisan sana sama tulisan versi media Indonesia gitu.” (15/08/2011)

“yang saya suka ya? Tentang foto terutama, lalu *current event* .terus politik, Terus itu, *news*.” (15/08/2011)

Gb. 3.20 *Following List* Dony dimana Ia mendapatkan berita dan informasi



sumber: http://twitter.com/#!/donyalfan/following_update 20 November 2011

2 Reporting News and Information (Melaporkan berita dan Informasi)

Dony adalah pecinta kopi dan kuliner, maka hampir setiap pergi ke sebuah tempat makan, maka Ia akan memberikan informasi mengenai makanan atau minuman yang Ia pesan, Ia memberikan ulasan dan rekomendasi apabila makanan atau minuman tersebut enak dan sebaliknya memberikan kritik apabila rasanya

commit to user

tidak enak dan pelayanannya kurang memuaskan. Ia mengungkapkan pernyataannya:

“Kategorinya saya lebih banyak itu, kalo pas gak puasa sih saya motret makanan yang saya makan terus saya *upload*, tempatnya.....”(15/08/2011)

Gb. 3.21 Informasi Dony yang diposting di *Twitter* mengenai kopi yang dicobanya



Selain *mereview* makanan dan minuman, Dony juga kerap melaporkan *event* yang Ia datangi, baik itu konser musik band kesayangannya maupun *event* sosial. Dony yang merupakan seorang fotografer lebih sering meng*upload* hasil bidikan kameranya ke *twitter* tanpa menulis terlalu banyak. Dengan keahliannya dalam dunia fotografi, Dony tidak terlalu merasa kesulitan dengan keterbatasan karakter *twitter* yang hanya 140. Ia lebih banyak menggunakan foto sebagai gambaran suasana dari kejadian yang dilihatnya atau memilih memberikan tautan ke blog pribadinya. Berikut ungapannya:

“Saya paling sering ini sih mengakali keterbatasan yang 140 karakter itu, ya biarkan gambar yang berbicara, saya ngelempar *twitpic* dengan sedikit kata aja, gitu..” (15/08/2011)

“*Tweetlonger* menurut saya gak asik malahan. Harus kreatif dengan 140 karakter, kalo ga bisa ya mungkin ada sesuatu yang diilangin tapi dengan efek yang informasinya dikurangi kan otomatis. Tapi kalo emang bener-bener penting ya itu, sediakan *landing page* mungkin tulisan di blog, gitu.” (15/08/2011)

Gb 3.22 Dony memposting informasi yang ditautkan ke blog pribadinya



sumber: <http://twitter.com/#!/donyalfan> update 20 November 2011

Gb 3.23 Dony saat memposting foto mengenai jalan yang banjir di Kota Solo



sumber: <http://twitter.com/#!/donyalfan> update 20 November 2011

Saat melakukan *livetweet* alias melaporkan hasil pandangan mata dari sebuah event, maka Dony memilih untuk memberikan sisi lain dari peristiwa tersebut. Seperti antrean panjang di sebuah konser dan suasananya. Ia lebih suka memposting inti acara yang sedang berlangsung seperti tempat dan jalannya acara. Seperti yang diungkapkannya berikut ini:

commit to user

“Kalau sebelum suatu *event* ada sesuatu yang menarik atau *pre-event* istilahnya kalo yang menarik yaudah saya *tweetkan*, misalnya nonton Incubus antrinya panjang banget yaudah itu saya *ngetweet*, pas konsernya saya *tweetkan*, pas endingnya juga ada.” (15/08/2011)

“*Workshop* atau seminar gitu biasanya langsung sih gak pakai nunggu lama, jadi kalo *workshop* atau seminar gitu biasanya langsung pas suasana seminarnya, suasana *workshopnya* saya *tweetkan* gitu....” (15/08/2011)

Gb 3.24 *Livetweet* Dony di *Twitter* mengenai *workshop* fotografi



sumber: <http://twitter.com/#!/donyalfan> update 20 November 2011

3 *Analyzing, and Disseminating News and Information* (Menganalisis dan Menyebarkan Informasi)

Dony sering mengomentari sebuah berita dan informasi yang beredar sebelum Ia memutuskan untuk menyebarkannya. Ia juga tak segan bertanya kepada penyebar berita tersebut mengenai kebenaran berita yang sedang ramai dibicarakan. Namun, apabila Dony merasa tidak perlu mempertanyakan kebenarannya, Ia akan langsung *meReTweet* berita tersebut agar informasinya *commit to user*

menyebarkan ke *followersnya* di *twitter*. Ia mengungkapkannya dalam pernyataan berikut:

“*ReTweet*. Kadang juga ngecek, kalo kayak detik gitu kan kita *reply* gak mungkin di bales kan, tapi kalau dari akun personal gitu biasanya saya *reply*, nanya gitu, apa sih gitu. Tapi kalo *link* kebanyakan langsung saya *ReTweet* sih.” (15/08/2011)

Gb 3.25 Dony saat menyebarkan berita dan informasi dengan Retweet



sumber: <http://twitter.com/#!/donyalfan> update 20 November 2011

5. Muhammad Firman Prasetyo – Reporter Olahraga

1. *Collecting News and Information (Mengumpulkan Berita dan Informasi)*

Firman yang merupakan seorang reporter berita olahraga membutuhkan *twitter* sebagai media dalam mencari dan mengumpulkan informasi untuk mendukung profesinya. Tak hanya mengumpulkan berita dan informasi dari dunia olahraga yang mendukung pekerjaannya saja, Ia juga mengumpulkan berita dan informasi yang sesuai dengan minat dan kecintaanya terhadap dunia musik, budaya dan sosial. Dalam mencari dan mengumpulkan informasi, Firman mem-*follow* beberapa akun yang menurutnya dapat memberikan informasi yang diharapkannya. Ia mengaku mem-*follow* banyak akun dengan berbagai pertimbangan, yaitu informatif atau lucu. Seperti yang terungkap dalam pernyataan berikut:

commit to user

“Jadi sebenarnya kalau secara umum bisa dilihat klasifikasinya ada beberapa yang tak follow ya, kalau orang asing ada beberapa yang *tweet*nya lucu, itu terus ada juga yang memang dibutuhkan karena pekerjaan, pekerjaan ada dua, dalam sepakbola dan musik, itu yang membutuhkan banyak informasi dari akun-akun itu. Dan kalau berita umum sih iya, dapet *general affair*nya dari situ.” (20/07/2011)

Firman merasa *Twitter* dapat membantunya menemukan informasi-informasi baru yang tidak Ia dapat dari media-media primer seperti Televisi, Radio atau Koran, karena *Twitter* sumber informasinya didapat langsung dari narasumber lewat akun aslinya. Berikut ungkapannya:

“Kalau di *twitter* kita dapet sesuatu, seperti informasi yang kayaknya nggak penting tapi memang itu informasi. Dan sifatnya yang *realtime* kadang lebih mudah mencari berita di *twitter* daripada di televisi atau di radio...” (20/07/2011)

“Lebih mendapatkan banyak informasi sih, biasanya lebih jadi *primary resources* ya, sumber-sumber primer kayak misalnya di tv atau media lainnya, Sejah ini sih terpuaskan dengan *twitter* dalam mencari dan mendapatkan informasi.” (20/07/2011)

Topik yang paling disukai oleh firman saat membuka *timeline Twitter*-nya adalah musik, sepakbola, sejarah, serta pengalaman menarik yang diceritakan langsung oleh sumber yang mengalami langsung hal menarik tersebut. Ia juga menyukai berita dan informasi menarik yang tidak dapat Ia temui di media apapun. Seperti penuturannya berikut ini:

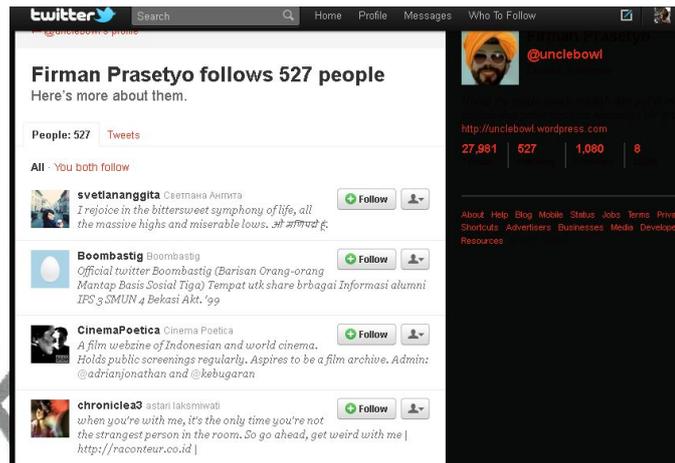
“Paling suka sejarah, ya musik dan sepakbola itu yang paling sering dilihat.,Aku justru menghindari hal-hal yang bisa kita temukan di wikipedia atau di internet, aku lebih suka pengalaman sebenarnya, bagaimana dia mengalami sendiri saat dia berada di suatu *event* tertentu dan dia menceritakannya dari sisi dia, itu yang menarik.” (20/07/2011)

Terkadang Firman juga mengikuti kuliah *twitter (kultwit)* yaitu orang yang membahas suatu topik dalam beberapa kali *tweet*. Firman menyukai *kultwit* yang berisi berbagai informasi baru tentang politik serta sisi lain dari topik yang sedang hangat dibicarakan. Seperti yang tersirat dalam beberapa pernyataannya berikut:

commit to user

“*Kultwit* yang suka aku baca *random* sih, dulu politik sempet lumayan heboh kan, aku ngeliat itu oke, yang lagi in itu diliat. *Kultwit* yang suka dibaca adalah yang sedang *in* yang isu-isu yang sedang banyak diomongin.” (20/07/2011)

Gb 3.26 *Following List* Firman dimana Ia mendapatkan berita dan informasi



sumber: http://twitter.com/#!/unclebow1/following_update 20 November 2011

2 *Reporting News and Information* (Melaporkan berita dan Informasi)

Setiap mem-*posting tweet*, Firman sangat memperhatikan *news value* dengan merasa perlu untuk memilah mana yang perlu disebar mana yang tidak. Firman cenderung memposting hal-hal yang menyangkut dengan ide, informasi, hal unik yang dilihat atau berita yang sedang terjadi. Seperti diungkap dalam beberapa pernyataannya berikut:

“Unsur aneh sebenarnya, misalkan ada tulisan apa, dulu pernah memposting tulisan bahasa inggris tapi *grammarnya* salah, itu kan menjadi sesuatu yang menarik sesuatu yang lucu. Ketika misalnya di Solo gitu, di Solo itu ada satu bagian dari kota ini yang menurutku menarik, pengen memberikan informasi aja sebenarnya.” (20/07/2011)

“.....Misalkan lagi di jalan terus ngeliat pengendara motor yang aneh atau melihat pemandangan apa di jalan, ya fenomena sosial akhirnya jatuhnya ke situ.” (20/07/2011)

Gb 3. 27 Posting Firman mengenai fenomena aneh yang dilihatnya

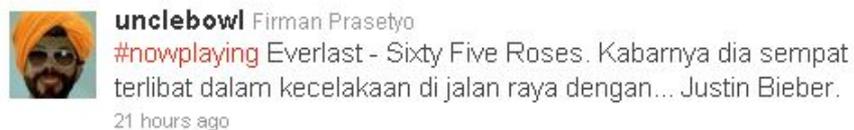


sumber: <http://twitter.com/#!/unclebow1> update 20 November 2011

Di *Twitter* sering dijumpai postingan dengan hastag atau tanda pagar (*#*)*nowplaying*, yaitu memberi informasi mengenai lagu yang sedang didengarkan. Tak hanya sekedar memposting nama penyanyi dan judul lagunya saja, namun Firman juga menambahkan informasi penting lainnya yang berkaitan dengan band atau lagu tersebut. Misalnya sejarah band, anggota band, cerita di balik lagu alasannya dibuatnya lagu tersebut dan juga liriknya. Berikut pernyataannya:

“Misalkan *random* contoh, sekarang kan ada *hashtag*, contoh yang paling gampang paling umum dan paling banyak dipakai adalah *#nowplaying* ditweet dsitu. Kalau aku sih berusaha memberikan informasi disitu, misalkan lagi dengerin dari artis A lagunya ini, itu kalau aku tahu ada yang menarik akan aku kasih latar belakangnya apa atau ada sesuatu yang menarik pasti ditambahin disitu (20/07/2011)

Gb 3.28 Posting #nowplaying Firman dengan memberikan informasi tambahan



sumber: <http://twitter.com/#!/unclebowl> update 20 November 2011

Saat menyaksikan pertandingan bola, Firman sering mencari hal menarik dan tidak biasa untuk dilaporkan di *Twitter*. Seperti selebrasinya, kecelakaan kecil yang terjadi saat pertandingan, supporter, tingkah pemain, dan sebagainya. Ia berusaha mengemas berita dan informasi dengan gaya yang ringan dan lucu. Hal ini diungkapkan oleh pernyataannya berikut ini:

“Aku ngeliatnya dari situ apa yang menarik untuk diberitakan, karena aku berusaha mencari dari sisi lain yang nggak banyak orang tau. Misalkan dari sebuah pertandingan bola, ada gol di menit ke-berapa aku melihatnya lebih ke selebrasinya seperti apa.” (20/07/2011)

“... Paling banyak sih ngelihat sudut pandang yang lucu, kalau tragedi juga berusaha ngeliat sisi lucunya aja.” (20/07/2011)

“..melaporkan sisi lain dari pertandingan itu. Melihat tingkah pemain yang sebenarnya *nggak* penting, dan menjadi lucu jatuhnya. Jadi ada 2, *follower* tahu informasi yang umum dan tahu apa yang terjadi dari sudut yang tidak biasa dilihat dari media lain, karena ini pakai akun kerjaan.” (20/07/2011)

Gb. 3.29 Firman saat memberikan komentar pertandingan bola yang sedang disaksikannya



uncle Bowl Firman Prasetyo

Itu lini belakang AC Milan atau dompet dhuafa? Gemar sekali beramal jariah. Sudah 3 gol mereka sumbangkan malam ini.

24 Nov



uncle Bowl Firman Prasetyo

Lihat gerakan Boateng saat menerima bola tadi? Dia mempelajarinya dari Jack Black di School of Rock. \m/

24 Nov

sumber: http://twitter.com/#!/uncle Bowl_update_20_November_2011

Di Twitter dikenal istilah *Livetweet* yaitu memberikan laporan pandangan mata tentang apa yang sedang terjadi atau yang dilihat. Firman yang merupakan penggemar musik dan sering datang ke berbagai konser band internasional favoritnya, lalu melakukan *Livetweet* pada akun *twitter*nya. Ia memberikan laporan mengenai lagu yang dibawakan, sound, aksi panggung, performa, serta *review* konser keseluruhan. Berikut pernyataan Firman tentang bagaimana Ia melakukan *livetweet*:

“*Livetweet* kalau misalkan di konser, kalau musisinya nggak begitu seneng ya, bakal *livetweet*. Tapi kalau yang seneng banget aku milihnya nonton sampai selesai setelah itu baru *review* kecil-kecilan, seperti mereka manggungnya gimana.” (20/07/2011)

Dalam melaporkan berita dan informasi, Firman terkadang menggunakan fasilitas *twipic* atau tautan foto. Namun tidak semua berita ia lampirkan foto, karena menurutnya berita juga perlu imajinasi. Foto disertakan semata-mata untuk melengkapi isi berita. “*Misalkan kalau sempet foto yang disertakan, karena kadang kalau dengan foto bisa saling melengkapi kata ya. Sebenarnya paling enak dengan menggunakan kata saja orang jadi berimajinasi. Jadi gambar untuk melengkapi twit aja, ya saling melengkapi sih.*” ungkapanya.

commit to user

Gb 3.30 Tweet Firman mengenai konser yang sedang disaksikannya



sumber: <http://twitter.com/#!/unclebow1> update 20 November 2011

Twitter yang membatasi penggunaannya dalam 140 karakter sekali posting, tidak membuat Firman merasa terbatas dalam melaporkan berita atau informasi. Justru, ia merasa tertantang dalam membuat berita yang singkat, padat, dan jelas. Apabila 140 karakter tak mencukupi untuk menyampaikan seluruh isi berita, maka ia membagi berita tersebut dalam beberapa kali tweet. *Tweet* pertama adalah judul atau *teaser*, sedangkan tweet berikutnya merupakan penjelasan dari tweet pertama. Ia juga menambahkan *hashtag* (#) sesuai dengan tema yang dibicarakan pada setiap *tweet*-nya untuk menandai topik pembicaraannya masih saling berhubungan. Firman mengaku tak menyukai penyingkatan kata terlalu berlebihan dalam setiap postingannya, apalagi menggunakan *tweetlonger* (fasilitas untuk memperpanjang jumlah karakter dalam satu postingan, namun harus membuka *link* baru), seperti yang diungkapkan dalam beberapa pernyataannya:

“Yang jelas dibagi sih, yang paling sering terjadi *sih* pada akhiran *tweet* itu dikasih *hashtag*, misalnya ngomongin *A* nanti dikasih *#A* gitu. Cara paling gampang adalah

dengan dibagi dalam beberapa bagian, memang agak panjang, karena sangat menghindari *tweetlonger*. “(20/07/2011)

“Trianya ya *Teaser* ya, ya tapi nggak 100 % *teaser* juga. Bisa dibilang kayak judul, lalu *tweet* selanjutnya menjelaskan *tweet* pertama.” (20/07/2011)

“Aku tipe orang yang, apa namanya ngetik untuk misalkan *ngetweet* atau sms untuk kata-kata yang misalnya “yang” jadi “yg” tapi kalau yang lainnya *enggak* sih, misalkan yang panjang-panjang gitu memilih untuk tetap ditulis dan memilih kata ganti... “(20/07/2011)

Gb 3.31 Livetweet Firman tentang *event* yang disaksikannya dengan menggunakan beberapa kali *posting*



sumber: <http://twitter.com/#!/unclebowl> update 20 November 2011

3 *Analyzing, and Disseminating News and Information* (Menganalisis dan Menyebarkan Informasi)

Twitter merupakan media online yang penyebaran beritanya dapat berlangsung sangat cepat dibandingkan dengan media lain. Dalam hal ini Firman merasa memiliki tanggung jawab saat ingin menyebarkan berita dan informasi. Maka sebelum menyebarkan berita atau informasi yang terjadi, Firman selalu mengecek *link* atau melihat dari siapa berita itu disebar. Apabila berita tersebut disebar oleh akun berita resmi, maka Ia akan langsung me-*Retweet*. Namun, apabila berita disebar oleh seseorang, maka ia merasa perlu untuk mengecek

kebenarannya terlebih dahulu sebelum menyebarkan. Apabila sebuah berita menarik untuk dikomentari, maka Firman ikut memberi komentar pada berita tersebut lalu di-*Retweet*. Seperti yang diungkapkan sebagai berikut:

“*nggak* semua orang bisa dipercaya ya, cek dan ricek itu penting, tapi susah juga sih sekarang menentukan mana yang bisa dipercaya atau *enggak*, karena biasanya kalau sumbernya dari orang bukan dari berita, biasanya dia akan menyertakan *linknya*, berarti dia memang ngomong gitu ada dasarnya..” (20/07/2011)

Gb. 3.32 Firman saat menyebarkan informasi di *Twitter* dengan *Retweet*



sumber: http://twitter.com/#!/unclebow1_update 20 November 2011

6. Setiyo Mursidno – Web Designer

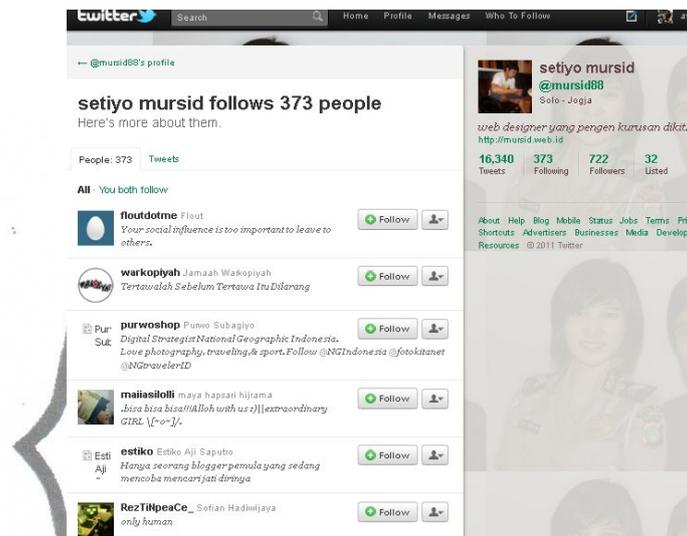
1. *Collecting News and Information (Mengumpulkan Berita dan Informasi)*

Mursid mengumpulkan berita dan informasi dengan tema-tema yang diminati di *Twitter* melalui beberapa akun yang Ia *follow*, ada yang membahas tentang komunitas *blogger*, adat Jawa, sosial, ataupun politik. Akun-akun yang memposting tentang masalah pribadi atau curhat selalu di-unfollow dengan alasan mengotori *timeline twitter*. Mursid memilih selektif dalam memfollow akun-akun tertentu, demi mendapatkan manfaat yang nyata. Ia juga memanfaatkan fasilitas *list* disamping *follow* pada *twitter* untuk tetap mendapatkan informasi di *timeline* sewaktu-waktu Ia merasa butuh dengan informasi tersebut. Berikut kutipannya:

“Kalau aku biasanya *follow* yang peduli dengan sosial, aku lebih banyak follow akun personel, temen2 online yang *blogger*, misalnya aku *follow* mbak Siwi dosen Universitas Brawijaya yang *concern* dengan satwa terutama kucing. Sama sih kalau misalnya mbak @memethmeong, *blogger* Yogyakarta yang *concern* terhadap adat istiadat jawa. Itu penting banget informasinya. Kalau @blontankpoer isinya politik kadang asyik juga” (30/7/2011)

“aku gini prinsipnya, orang tidak dikenal tapi tweetnya asyik, aku prinsipnya ga perlu di-follow tapi aku masukin di-list jadi tetap bisa melihat time-linenya juga..” (30/7/2011)

Gb 3.33 *Following List* Mursid dimana Ia mendapatkan berita dan informasi



sumber: <http://twitter.com/#!/mursid88/following> update 20 November 2011

Gb. 3.34 Lists Following Mursid dimana Ia mencari berita dan informasi saat Ia butuhkan



sumber: <http://twitter.com/#!/mursid88> update 20 November 2011

commit to user

2 *Reporting News and Information* (Melaporkan berita dan Informasi)

Dalam melaporkan berita atau informasi, Mursid lebih sering *memposting review* mengenai fasilitas umum yang ada, *event* yang sedang dilihat, dan juga memberi kritik sosial pada masalah yang ada. Mursid memanfaatkan *twitter* selain sebagai media untuk melaporkan berita dan informasi, juga memuat kritik bagi pemerintah. Berikut penuturannya:

“Aku biasanya laporan pandangan mata. Tapi aku gamau terlalu *ngeflood* di *timeline*, maksudnya terlalu cerewet.” (30/7/2011)

“Kalo aku mendapat informasi sih, aku lebih suka menyimpulkan, kaya gitu. Misalkan, oh, kemaren Solo Batik Carnival itu *previewnya* kaya gini gini gini oh ternyata aku menyimpulkan kaya gitu..” (30/7/2011)

Gb 3.35 Laporan Mursid tentang event yang sedang disaksikannya



sumber: <http://twitter.com/#!/mursid88> update 20 November 2011

Mursid mengaku memiliki akun lain selain akun pribadi miliknya, yaitu @tentangsolo. Ia membedakan isi tweet di akun @tentangsolo dan akun pribadinya. Di akun @tentangsolo, Ia akan *memposting* semua informasi yang berkaitan dengan kota Solo mulai dari *event* festival, gerakan sosial, kuliner, dan sebagainya. Sedangkan di akun

pribadinya Ia lebih bebas membahas tentang apapun. Ia mengungkapkannya dalam beberapa pernyataan berikut:

“.....Kalo @tentangsolo ya tetep tentang Solo. Kalo ada kejadian kecelakaan atau bunuh diri gitu, kalo aku lebih suka langsung ngetweet di @tentangsolo.” (30/7/2011)

“..... Kalo Solo Batik Carnival, *event-event* sosial, gerakan aksi sosial berbagi, itu semua di tweet. *Live tweet* agenda Solo, terus kuliner, trus kalo misal ada yang tanya ya jawab langsung gitu...” (30/7/2011)

Sebagai anggota komunitas blogger bengawan yang aktif, Mursid sering menghadiri acara yang diselenggarakan oleh komunitas blogger di Indonesia. Ia melakukan *livetweet* (melaporkan langsung lewat twitter) tentang *event* yang sedang ia hadiri. Mursid memiliki mengakali *twitter* yang hanya memiliki 140 karakter dengan membaginya menjadi beberapa tweet daripada menggunakan *tweetlonger*. Ia mengungkapkannya sebagai berikut:

“Kalau aku *sih* lebih suka emang paling cuma 2 sampai 3 *tweet*, paling minim itu pasti aku ngetweet..” (30/7/2011)

“.....dengan 140 karakter, itu kita kan dituntut untuk kreatif. Soalnya aku gak suka pakai *tweetlonger*. Aku sukanya, yaudah 140 karakter itu masuk maksimal. Yang dipilih untuk di post rata-rata yang menarik, dan aku ternyata belum tau. Kalo *tweet* yang berurutan kaya *live tweet* atau *kultwit* gitu pernah sih tapi gak sampe 5 point..”(30/7/2011)

Gb 3.36 Mursid sebagai admin akun @tentangsolo memberikan informasi dalam beberapa kali tweet





sumber: <http://twitter.com/#!/mursid88> update 20 November 2011

Menyertakan foto dalam tiap berita yang di-*tweet* bukan merupakan keharusan baginya. Mursid mengatakan apabila foto tersebut mendukung berita, maka akan ia sertakan. "Gini sih, kalo emang kita lagi bener-bener mobile dan gak ada yang emang *urgent* untuk difoto yaudah nggak perlu. Lebih sering gak pake gambar," ungkapnya.

Gb. 3.37 Mursid memberikan foto untuk mendukung informasinya



sumber: <http://twitter.com/#!/mursid88> update 20 November 2011

3 *Analyzing, and Disseminating News and Information* (Menganalisis dan Menyebarkan Informasi)

Dalam tahap akhir proses produksi berita, yaitu distribusi, Mursid memilih berhati-hati sebelum menyebarkan karena Ia merasa tidak semua berita yang beredar di *twitter* itu benar. Ia memutuskan untuk menyimak terlebih dahulu sebelum menyebarkan berita tersebut dengan *me-Retweet*. Berikut beberapa pernyataannya:

“....kalo aku milih nyimak, karena dari *breaking news* itu belum tentu bener. Kalo misal udah banyak yang ngetweet, kalo itu *confirm* yaudah, cukup tau gitu lah.” (30/7/2011)

Gb. 3.38 Mursid daat menyebarkan informasi mengenai kota Solo



sumber: <http://twitter.com/#!/mursid88> update 20 November 2011

7. **Andrean Saputro – Financial Planner**

1. *Collecting News and Information* (Mengumpulkan Berita dan Informasi)

Sebagai mantan atlet basket di Solo, Andre selalu berusaha mencari update informasi mengenai olahraga basket kesukaannya melalui *twitter*, mulai dari informasi pertandingan, supporter, hingga berita atletnya. Tak hanya basket, Andre yang menyukai sepakbola ini mendapatkan informasi tentang dunia sepakbola dari *twitter*. Andre merasa *twitter* dapat mengisi waktu di sela-sela

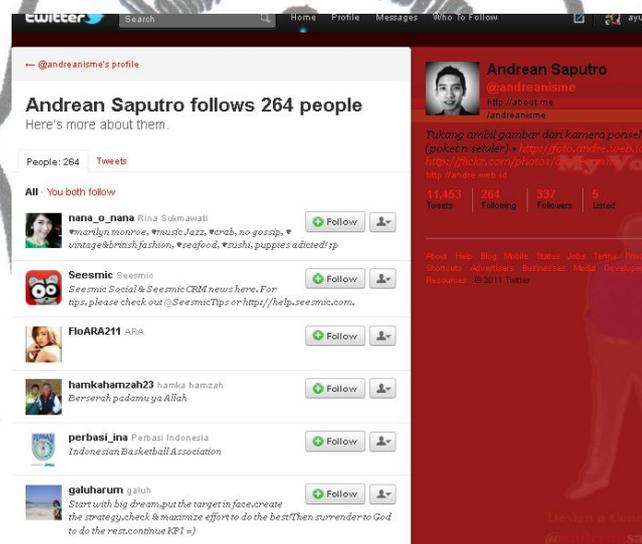
commit to user

perasaan bosan saat bekerja, dengan mencari berita dan informasi terbaru di *twitter* Andre merasa seperti refreshing. Berikut kutipan pernyataannya:

“....saya mem-*follow* portal berita, akun olahraga, info supporter terus main basket.” (15/08/2011)

“yang olahraga, suka sih *supporter* olahraga kan di Indonesia gak cuma di Solo kan ? nah lewat akun itu, biasanya yang akun-akun keren itu kan luas *tuh* bisa kaya supporter di Papua kaya apa, kalo main basket hmm minatnya kurang *sih* kalau basket di Indonesia. Kita *follow* tuh karena dia punya blog, tulisannya bagus..” (15/08/2011)

Gb. 3.39 *Following List* Andre dimana Ia mendapatkan berita dan informasi



sumber: <http://twitter.com/#!/andranisme/following> update 20 November 2011

2. *Reporting News and Information* (Melaporkan berita dan Informasi)

Andre sering memberikan informasi tentang pengalaman dan juga seluk beluk menjadi atlet di Bhinneka. Ia juga mengaku sering menyampaikan kritik dan opini mengenai kejadian apapun yang Ia lihat, khususnya yang terjadi di kota Solo. Ia mengungkapkannya dalam pernyataannya:

“Satu nyinyir, kedua olahraga. Saya kan dulu atlet basket kan di Bhineka, pengalaman-pengalaman saya dulu waktu masih di Bhineka?, suka saya tweet, sebenarnya kebanyakan pendapat, opini pribadi, gitu.” (15/08/2011)

Gb 3.40 Andre saat menceritakan pengalamannya saat menjadi atlet basket



andranisme Andrean Saputro

Jaman masih IBL, ngga ada calo dan bole ngerokok di dalam. NBL, ngga bole ngerokok plus banyak calo. Di dalam banyak bodyguard! :]

22 Nov



andranisme Andrean Saputro

NBL taun kemarin pas seri Solo banyak calonya! Nyebahi! Mereka nakut2in kalo tiket di tiket box habis. Meskipun aku masuk juga ga bayar :D

22 Nov



andranisme Andrean Saputro

Yiuks! RT @fmmfikri: *colek @andranisme RT @mainbasket: Seri 2 NBL Indonesia 2011-2012 akan berlangsung di Solo, 7-15 Januari 2012.

22 Nov

sumber: <http://twitter.com/#!/andranisme> update 20 November 2011

Dalam melakukan livetweet, Andre lebih sering memposting tentang pertandingan basket yang disaksikannya dengan menyertakan gambar. Namun Ia juga mengaku pernah melakukan livetweet event seminar karena ada hadiahnya. Saat *livetweet*, Andre membutuhkan beberapa kali tweet untuk di-posting yang berisikan segala hal tentang pertandingan tersebut, mulai dari lokasi pertandingan, tim yang sedang bertanding, skor, serta komentator. Berikut pernyataannya:

“Livetweet. Kalau nonton basket saya pasti ngetweet dan pasti twitpic, share gambar. Tapi kalo event yang ada hadiahnya, iming-imingannya asal aja ngetweet apa.” (15/08/2011)

“Kalau aku sih informasi tempat, misalnya basket diselenggarakan di mana, Gor Bhineka atau mana. Terus kedua, kekuatan dua tim, pemetaan kaya komentator-komentator gitu sih. Yang kedua beranjak ke setting land up, jalannya pertandingan, score lalui ngompor-ngomporin kalo ada temen yang nyaut.” (15/08/2011)

“...Tweet bertrigger, karena waktu itu kan di Semarang iming-imingnya keren lah, lumayan keren. Hmm livetweet tuh, tapi na’asnya kalah.” (15/08/2011)

commit to user

Gb. 3.41 Andre saat memberikan update skor pertandingan basket di *Twitter*



sumber: <http://twitter.com/#!/andeanisme> update 20 November 2011

Gb. 3.42 Andre saat memposting berita mengenai pagelaran tari yang disaksikannya



sumber: <http://twitter.com/#!/andeanisme> update 20 November 2011

Andre merasa perlu berpikir matang sebelum memposting *tweet*, karena hanya dibatasi dengan 140 karakter, maka terkadang Ia menautkan berita lengkap ke *link* tertentu. Ia menghindari penggunaan fasilitas *tweetlonger*, dan tak jarang ia mengurungkan niat apabila Ia tidak berhasil membuat berita dalam 140 karakter. Berikut beberapa pernyataannya:

commit to user

“Ya tergantung sih kalo pertama sudah ngedraft itu lebih dari 140 yang harus disingkat sebisa-bisanya. Kalo memang gak cukup cari kata-kata lain, kalo memang gak bisa, urungkan niat.” (15/08/2011)

“Lempar *link* ya. tapi sebenarnya saya *gak* terlalu sering ngelempar link, karena kebanyakan *nyampah*, pasti *followers* saya juga pikir saya *annoying banget.....*”(15/08/2011)

Gb. 3.43 Andre saat memberikan informasi dengan menyertakan *link*



sumber: <http://twitter.com/#!/andreanisme> update 20 November 2011

3. *Analyzing, and Disseminating News and Information* (Menganalisis dan Menyebarkan Informasi)

Saat ingin menyebarkan berita dan informasi ataupun breaking news di *Twitter* sebelum mengklik *ReTweet*, Andre selalu menimbang apakah hal ini menarik atau penting untuk disebarkan kepada orang lain. Terkadang Ia juga memberikan tanggapan terhadap informasi yang ingin disebarkannya. Tanggapan tersebut dapat berupa opini pribadi maupun kritik. Berikut pernyataannya:

“Kalau bisa nyinyirin ya nyinyiran kalo gak ya sama *ReTweet* asal topik tersebut menarik dan layak untuk di *share* ke *follower*, yaudah saya *ReTweet* aja, minimal *ReTweet* lah.” (15/08/2011)

Gb 3.44 Andre saat menyebarkan berita dan informasi dengan *Retweet*



sumber: <http://twitter.com/#!/andreanisme> update 20 November 2011

commit to user

Gb. 3.45 Andre menyebarkan berita dan informasi dengan menambahkan opini pribadi



andreanisme Andrean Saputro

Siapa tau ekonomi bisa di "calciopoli"-kan? :D RT @VIVAnews:

Pemain Bola Bantu Italia Atasi Krisis Ekonomi bit.ly/vA55iX

26 Nov

sumber: <http://twitter.com/#!/andreanisme> update 20 November 2011

8 Hassan Aly – Web Developer

1. *Collecting News and Information* (Mengumpulkan Berita dan Informasi)

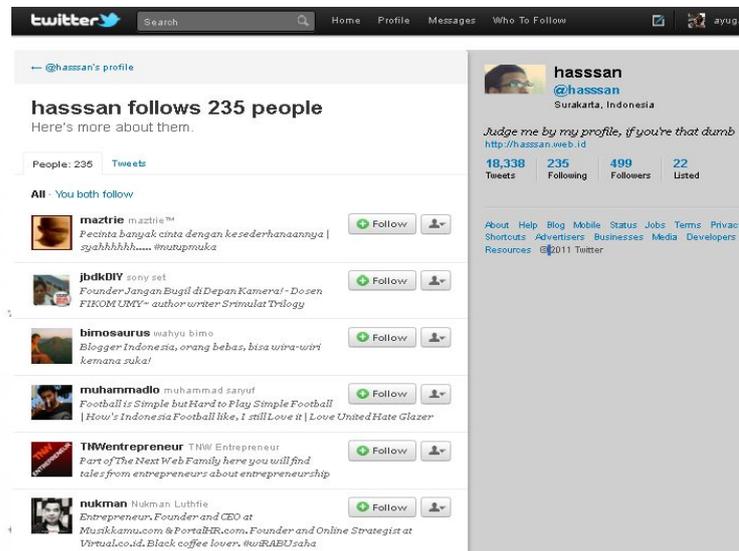
Hassan menyukai *twitter* sebagai salah satu media dimana Ia bisa mendapatkan banyak berita dan informasi mengenai hobinya, yaitu komputer. Ia juga sering mendapatkan informasi mengenai *event* ataupun berita yang sedang terjadi atau ramai dibicarakan. Hassan tidak menyukai akun yang selalu mem-*post* masalah pribadi, Ia lebih banyak mem-*follow* akun yang berisi berita atau informasi yang kebanyakan berasal dari luar negeri. Berikut ungkapannya:

“.....hmm berita-berita teknologi ya udah itu aja sih.”(15/08/2011)

“Kalau aku terutama *follow* temen-temen yang kenal juga lalu yang juga *tweet*nya menarik kemudian situs-situs berita internasional karena ya memang yang lokal gak cukup banyak sih yang bagus.. “(15/08/2011)

“*Random* juga sih kadang-kadang liat topik yang sebenarnya kita *nggak* tertarik tapi tiba-tiba pas lihat itu jadi tertarik kan kaya gitu baru aku baca, kalo gak ya gak sama sekali. Tapi kan kadang ada tentang info umum yang membuat tertarik juga kan., misalnya info kota. Atau info-info *event* kaya gitu, kan ada yang *ngetweet* sampe *kultwit* gitu juga. “(15/08/2011)

Gb. 3.46 *Following List* Hassan dimana Ia mendapatkan berita dan informasi



sumber: <http://twitter.com/#!/hasssan/following> update 20 November 2011

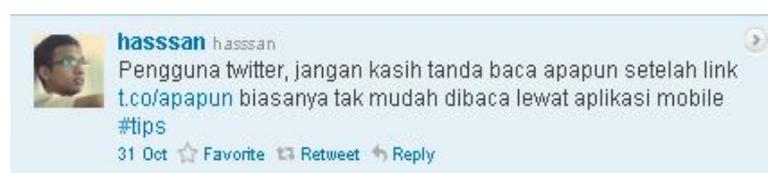
2 *Reporting News and Information* (Melaporkan Berita dan Informasi)

Dalam memberikan berita dan informasi lewat *twitter*, Hassan sering menyertakan *link* atau tautan ke blog. Ia mengaku lebih sering memposting informasi mengenai komputer yang menurutnya belum banyak orang yang tahu. Ia juga memanfaatkan *twitter* sebagai media informasi dan promosi mengenai sebuah *event* yang akan digelar di kota Solo. Berikut pernyataanya:

“Kadang ngeshare-in info kalo memang ada *event*, misalnya bulan depan ada *event* gitu pasang info dari sekarang kaya gitu.” (15/08/2011)

“Ini kategorinya teknologi yang pasti, lalu blog mungkin kadang-kadang pas di blog itu juga sering.....” (15/08/2011)

Gb. 3.47 Hassan saat memberikan informasi mengenai komputer



sumber: <http://twitter.com/#!/hasssan> update 20 November 2011

Saat mem-*posting* berita dan informasi di *twitter*, Hassan benar-benar memperhatikan diksi dan juga jumlah karakter yang akan di-*posting*. Ia berusaha membuat pembaca atau *followersnya* merasa nyaman saat membaca *postingannya*. Apabila berita dan informasi yang Ia *posting* tidak cukup ditulis dalam 140 karakter, maka Hassan akan memberikan *link* agar pembacanya mendapatkan informasi yang utuh. Ia mengaku memilih kata-kata yang menarik di awal *postingan* lalu diikuti dengan *link* atau tautan ke blognya. Hal ini dilakukan agar pembacanya penasaran dan ingin mengetahui lebih banyak tentang hal yang dibicarakan. Ia mengungkapkannya sebagai berikut:

“....buat landingpage itu pasti, jadi nanti di *twitternya* cuma judul, kadang-kadang cuma judul beberapa kalimat., beberapa kata gitu buat merangsang pembaca lalu kalo memang pengen lewat *twitter* ya aku bener-bener kreatif jadi aku agak lama juga mikirnya. Jadi ga mau maksain juga peke *tweetlonger* soalnya gak enak dibaca.” (15/08/2011)

Gb. 3.48 Hassan mengakali keterbatasan karakter *twitter* dengan memberikan link



sumber: <http://twitter.com/#!/hasssan> update 20 November 2011

Hassan merupakan orang yang cukup aktif hadir dalam *event* yang diadakan oleh komunitas blogger di Indonesia. Ia memanfaatkan *twitter* untuk mengundang teman-temannya yang lain untuk ikut hadir serta melaporkan apa yang terjadi di *event* tersebut. Ia menggunakan hashtag (#) sebagai judul dari *livetweet* yang dilakukan sebelum mem-*posting* isi berita atau informasinya, serta menambahkan foto apabila perlu. ~~Tak hanya~~ memberikan informasi standard,

kadang Ia juga memberikan kritik atau pujian terhadap event yang sedang Ia lihat. Berikut penuturannya:

“Kalo eventnya menarik biasanya cuma 2 kali aja sih, lebih perhatian ke *eventnya*. Kalo dari *eventnya* ya kadang-kadang kalo membosankan ya *ngetweet* gitu aja atau nyacatin gitu aja sih sebenarnya.” (15/08/2011)

“...hmm aku biasanya pas dateng di *event* itu aku langsung *ngetweet* aku dateng ke sini nih, kaya gitu. Kalo memang *eventnya* bagus ya aku bilang temen-temen atau ngundang sekalian juga misalnya ada yang dateng juga, kaya gitu. Lalu kadang-kadang *ngetwitpic* hmmm *eventnya* itu.” (15/08/2011)

“Kalo pas acara tertentu kan itu ada testingnya jadi aku pake *hashtag* “(15/08/2011)

Gb 3.49 Hassan saat melakukan livetweet event blogger yang dihadirinya dengan menggunakan hashtag (#)



sumber: <http://twitter.com/#!/hassan> update 20 November 2011

Hassan memanfaatkan akun lain, selain akun personal dimana Ia bebas memposting apapun, untuk memberikan berita dan informasi. Ada beberapa akun dimana Ia menjadi adminnya, yaitu @virtuemagz, @tentangsolo, dan akun boot. Tiap akun memiliki tema yang berbeda-beda, akun @tentangsolo berisikan segala hal tentang kota Solo sedangkan akun @virtuemagz membahas berita dan informasi tentang teknologi. Seperti yang diungkapkannya berikut ini:

“Kalo aku akun pribadi satu lalu ngelola yang tadi virtuemagz juga lalu ngelola akunnya komunitas bengawan. Jadi sesuai topiknya masing-masing, jadi gak ada yang sama..“(15/08/2011)

Gb. 3.50 Hassan saat menjadi admin @virtuemagz memberikan informasi mengenai komputer



sumber: http://twitter.com/#!/virtuemagz_update 20 November 2011

3 Analyzing, and Disseminating News and Information (Menganalisis dan Menyebarkan Berita dan Informasi)

Sebelum menyebarkan berita dan informasi, Hassan akan membaca dan menganalisis terlebih dahulu isi berita tersebut, apabila menurutnya berita dan informasi tersebut bermanfaat untuk disebar maka akan Ia *ReTweet* sehingga dapat dibaca oleh *followers*nya. Seperti pernyataannya berikut ini:

“Kalau ada *Breaking News* aku biasanya sebelum *ReTweet* aku buka dulu isinya, kalo memang gak menarik isinya juga gak jadi aku *retweet*, aku biarin aja sih.“(15/08/2011)

Gb. 3. 51 Hassan menyebarkan berita dan informasi di *twitter* dengan *Retweet*



sumber: <http://twitter.com/#!/hasssan> update 20 November 2011

b. Analisis Data

Analisis data menggunakan teori *Citizen Journalism* oleh Shayne Bowman dan Chris Willis, sebagai berikut:

1. *Collecting News and Information* (Mengumpulkan Berita dan Informasi)

Dalam mengumpulkan berita dan informasi, selain melakukan observasi atau pengamatan langsung dari suatu kejadian, masing-masing informan mendapatkannya dari following list di *Twitter*. Dengan menentukan akun apa saja yang di-*follow*, masing-masing informan dapat menyeleksi dan memilih berita dan informasi apa saja yang sesuai dengan minat dan kesukannya. Pemegang akun *Twitter* memiliki kendali penuh atas alur informasi yang diterima. Dia dapat memilih dari siapa saja dia memperoleh informasi dan siapa saja pengguna *Twitter* yang dapat menerima informasi darinya. Jika seorang pengguna *Twitter* merasa tidak mendapat informasi yang dia butuhkan dengan *memfollow* seseorang, maka dia dapat dengan mudah meng-*unfollow* orang tersebut. Di *Twitter* penggunanya juga mendapatkan informasi dari berbagai

sumber dan sudut pandang, hal ini merupakan ciri dari *citizen journalism* yang memberikan alternatif konten pemberitaan yang ada di media *mainstream*.

Selain *following list* di *Twitter*, salah satu informan, yaitu Setyo Mursidno juga mendapatkan berita dan informasi dari fasilitas *Lists* di *twitter*. Fasilitas *Lists* membuat pengguna *Twitter* dapat mencari berita dan informasi hanya saat diperlukan, tanpa harus di-*follow*, sehingga berita dan informasi yang tidak ingin dicari tidak akan muncul di *timeline*.

2. **Reporting News and Information** (Melaporkan berita dan Informasi)

a. Dalam melaporkan berita dan informasi masing-masing informan melakukan dengan cara seperti di bawah ini:

- 1) Melaporkan berita dan informasi sesuai dengan minat dan ketertarikan masing-masing informan. Sebagai media *Citizen Journalism*, *Twitter* memberikan keistimewaan bagi para penggunanya untuk dapat memberitakan informasi yang penting bagi pengguna itu sendiri dan komunitasnya. Topik-topik yang biasanya dibahas mencakup sosial, musik, olahraga, *livetweet* mengenai *event* yang disaksikan, *review* konser, kuliner, fotografi, pengalaman pribadi, tips komputer, dan juga berupa kritik sosial.
- 2) Mengakali keterbatasan karakter *twitter* dengan membagi *tweet* ke dalam beberapa kali *posting*, dan hanya menyingkat kata-kata yang umum disingkat *commit to user*

- 3) Menghindari penggunaan fasilitas *Tweetlonger*. *Tweetlonger* adalah fasilitas yang memungkinkan pengguna *twitter* untuk *memposting* berita dan informasi lebih dari 140 karakter dengan mengklik sebuah *link*. *Link* tersebut tidak akan muncul di *timeline*, sehingga menyulitkan orang apabila ingin membacanya. Selain mengganggu kenyamanan, para informan mengaku bahwa fasilitas *tweetlonger* tidak membuat *twitter* unik dengan ciri khas 140 karakter-nya.
- b. Dalam melaporkan berita dan informasi yang berkaitan dengan kota Solo, maka beberapa informan menautkan berita dan informasi tersebut ke akun @tentangsolo yang diasuh oleh anggota Komunitas Blogger Bengawan. Seperti yang dilakukan oleh Adia Prabowo (Penyiar Radio), Blontank Poer (Pendiri Komunitas Blogger Bengawan), dan Dony Alfian (Fotografer). Akun @tentangsolo merupakan akun yang menampung kegiatan *citizen journalism* bagi warga kota Solo di *Twitter*. Akun ini merupakan akun jurnalisme warga Solo, memuat segala berita dan informasi yang dihimpun oleh warga untuk selanjutnya dapat disebarakan ke *followers* akun @tentangsolo.
- c. Dalam melaporkan berita dan informasi yang membutuhkan foto untuk mendukung isi berita dan informasi, maka beberapa informan akan menyertakan gambar dalam postingannya di *Twitter*. Seperti yang dilakukan oleh Adia Prabowo (Penyiar Radio), Blontank Poer (Pendiri
- commit to user*

Komunitas Blogger Bengawan), Dony Alfian (Fotografer), Muhammad Firman Prasetyo (Reporter), Andrean Saputro (*Financial Consultant*), dan Hassan Aly (*Web Developer*). Hal ini dipengaruhi juga oleh telepon seluler yang dimiliki oleh masing-masing informan yang mendukung fasilitas foto dan juga ketertarikan pada dunia fotografi. Untuk memposting gambar, pengguna *Twitter* dapat menggunakan fasilitas *twitpic.com*, *yfrog.com*, ataupun *lockerz.com*

- d. Karena keterbatasan *twitter* yang hanya memberikan ruang sebanyak 140 karakter dalam sekali posting, maka tak jarang beberapa informan harus menyertakan *link* atau *landingpage* ke sumber tertentu baik dari blog pribadi maupun dari sumber berita online. Seperti yang dilakukan oleh Blontank Poer (Pendiri Komunitas Blogger Bengawan), Dony Alfian (Fotografer), Andrean Saputro (*Financial Consultant*), dan Hassan Aly (*Web Developer*). Mereka mengakui hal ini dilakukan untuk memberikan berita dan informasi yang lengkap dan bertanggung jawab di *twitter*.
- e. Dalam melaporkan berita dan informasi, beberapa informan lantas menggunakan *hashtag* atau tanda pagar (#) tertentu di *twitter* sebagai penanda tema atau judul dari topik tertentu. Seperti yang dilakukan oleh Blontank Poer (Pendiri Komunitas Blogger Bengawan), Setyo Mursidno (*Web Designer*), Muhammad Firman Prasetyo (Reporter), dan Hassan Aly (*Web Developer*). *Hashtag* adalah simbol # yang digunakan untuk menandai kata kunci atau topik di *Twitter*. Ini
- commit to user*

merupakan ide dari *Twitter* untuk memberi kategori pada pesan yang ada. Dengan mengklik pesan yang telah diberi *hashtag*, memudahkan pengguna *twitter* untuk mencari “kicauan” yang membahas hal yang sama.

3. *Analyzing, and Disseminating News and Information* (Menganalisis dan Menyebarkan Informasi)

- a. Dalam menganalisis dan menyebarkan informasi, masing-masing responden melakukan dengan cara menggunakan fasilitas *ReTweet* di *twitter*. Tiap informan merasa perlu menyeleksi berita dan informasi apa saja yang perlu untuk disebar, dan berhati-hati dengan mengecek sumber berita dan informasi tersebut untuk menghindari penyebaran berita dan informasi palsu. Apabila sumber berita berasal dari media terpercaya, maka informan akan langsung menyebarkannya.
- b. Sebelum menyebarkan berita dan informasi di *Twitter* beberapa informan menambahkan opini atau pendapat pribadi, seperti yang dilakukan oleh Adia Prabowo (Penyiar Radio), Blontank Poer (Pendiri Komunitas Blogger Bengawan), Muhammad Firman Prasetyo (Reporter), Andean Saputro (*Financial Consultant*), dan Yegar Sahaduta (Mahasiswa). Hal ini dilakukan informan ketika ingin mengoreksi berita yang salah, ingin memberikan tambahan fakta baru, memberikan ide untuk solusi terhadap masalah, atau sekedar

ingin “memancing” diskusi tentang topik yang diberitakan kepada *followers*.

Setelah menganalisis data informan berdasarkan teori *Citizen Journalism* oleh Shayne Bowman dan Chris Willis, ternyata ada aktivitas lain yang dilakukan oleh salah satu informan yang tidak ditemukan di teori Bowman dan Willis, yaitu interaksi antar penggunanya.

4. Interaksi

Dalam hal ini *Twitter* menjadi *public sphere* yang merupakan teori dari Jurgen Habermas (1997), yaitu suatu kondisi atau suatu dunia (ruang) di mana terjadi suatu komunikasi yang bebas dari dominasi, suatu *uncoersive communication*, di dalam masyarakat. Diskusi yang semacam itu hanya mungkin muncul di dalam wilayah sosial yang bebas dari sensor dan dominasi. Diskusi ini membantu pembentukan opini publik dan terlaksananya tindakan riil untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi. Seperti yang dilakukan oleh Blontank Poer (Pendiri Komunitas Blogger Bengawan), selain sebagai tempat untuk mencari, melaporkan, menganalisis dan menyebarkan informasi, Ia juga menjadikan *twitter* sebagai ruang publik untuk berdiskusi dan berdebat mengenai masalah publik sehingga menimbulkan interaksi dengan pengguna *twitter* yang lain dari berbagai kalangan.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Citizen Journalism yang diterapkan oleh anggota Komunitas Blogger Bengawan yang berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda melalui *Twitter* adalah sebagai berikut:

1. *Collecting News and Information* (Mengumpulkan Berita dan Informasi)

Pada penelitian ini, disimpulkan masing-masing informan dapat menyeleksi dan memilih berita dan informasi apa saja yang sesuai dengan minat dan kesukannya dengan mem-*follow* akun tertentu. Anggota komunitas Blogger Bengawan layaknya pemilik akun *Twitter* lainnya, memiliki kendali penuh atas alur informasi yang diterima dengan memilih dari siapa saja mereka memperoleh berita dan informasi.

Selain dengan mem-*follow* akun yang disukai, fasilitas *Lists* juga digunakan untuk mengumpulkan berita dan informasi. Fasilitas *List* dan *following* memiliki perbedaan, di *Lists* informasi tidak akan muncul di *timeline* namun dapat dibuka saat dibutuhkan.

commit to user

2. *Reporting News and Information* (Melaporkan berita dan Informasi)

Pada penelitian ini, disimpulkan masing-masing informan melaporkan berita dan informasi sesuai dengan minat dan ketertarikan masing-masing. Di *Twitter*, informan sering melakukan *livetweet*, kritik, review, ataupun memposting tweet yang informatif dan memiliki nilai berita. Dalam menerapkan *Citizen Journalism* di *Twitter*, informan menghindari fasilitas *tweetlonger* dan memilih untuk melaporkan berita dan informasi dalam beberapa kali posting.

Karena keterbatasan karakter di *Twitter* yang hanya 140, maka informan terkadang menyingkat kata dengan kata-kata yang umum disingkat, sehingga tetap membuat pembacanya merasa nyaman untuk membaca. Informan menautkan berita dan informasi ke akun jurnalisme warga Solo, yaitu @tentangsolo agar dapat memberikan kontribusi bagi Kota Solo. Sedangkan untuk mendukung berita dan informasi, informan menggunakan fasilitas foto melalui fasilitas *twitpic.com*, *yfrog.com* atau *lockerz.com*.

Selain menggunakan fasilitas foto, informan memberikan *link* atau *landingpage* ke sumber tertentu, baik dari blog pribadi ataupun portal berita *online* yang bertujuan untuk memberikan berita dan informasi yang lebih lengkap dan bertanggung jawab.

Fasilitas *Hashtag* (#) sengaja dibuat oleh *Twitter* untuk memberikan kategori pada pesan yang diposting sehingga dapat mudah dicari dan terkategori. Hal ini dimanfaatkan oleh informan saat melaporkan berita dan informasi.

3. *Analyzing, and Disseminating News and Information* (Menganalisis dan Menyebarkan Informasi)

Dalam menganalisis dan menyebarkan informasi, informan melakukannya dengan cara menggunakan fasilitas *ReTweet* di *twitter*. Tiap informan merasa perlu menyeleksi berita dan informasi apa saja yang perlu untuk disebar, dan berhati-hati dengan mengecek sumber berita dan informasi tersebut untuk menghindari penyebaran berita dan informasi palsu.

Selain dapat menyebarkan berita dan informasi, *Twitter* memberikan ruang bagi penggunanya untuk memberikan opini atau informasi tambahan sebelum menyebarkannya dengan fasilitas *ReTweet*. Informan menggunakan cara ini untuk mengoreksi berita yang salah, saat ingin memberikan tambahan fakta baru, memberikan ide untuk solusi terhadap masalah, atau sekedar ingin “memancing” diskusi kepada followers.

4. **Interaksi**

Informan aktif menggunakan *Twitter* tak hanya untuk mencari, melaporkan dan menyebarkan informasi, namun juga sebagai media interaksi. Di *twitter*, informan melakukan diskusi ataupun debat dengan sesama pengguna akun *twitter* yang membahas suatu topik atau isu tertentu. Interaksi ini dapat membantu pembentukan opini publik dan terlaksananya tindakan riil untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi. Alternatif penyelesaian yang dinilai kurang baik akan diredam sendiri oleh masyarakat dengan diskusi publik di ruang *twitter*.

commit to user

B. SARAN-SARAN

Untuk penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Selama ini pengaruh *citizen journalism* masih jarang disadari oleh masyarakat. Pemanfaatan *citizen journalism* di media *online*, khususnya di *Twitter* dapat memberikan pengaruh positif dalam pembangunan dan kemajuan bangsa. Maka dari itu, diharapkan akan ada lebih banyak orang yang dapat menerapkan *citizen journalism* baik di *Twitter*, maupun di media lainnya.
2. Dalam melaporkan berita dan informasi, seharusnya pengguna *Twitter*, tidak hanya mengutamakan minat dan ketertarikan pribadi, namun juga mempertimbangkan hal lain yang juga dianggap penting bagi publik.
3. Dengan adanya media baru seperti *Twitter*, diharapkan mampu memberikan semangat literasi bagi para penggunanya sehingga dapat dimanfaatkan untuk kepentingan bersama.
4. Penggunaan *Twitter* sebagai media interaksi memiliki banyak pengaruh yang beragam bagi kehidupan sosial yang terjadi di masyarakat. Diharapkan penelitian selanjutnya mengenai situs media sosial tidak sebatas hanya menggunakan metodologi deskriptif kualitatif, namun dapat menggunakan metodologi-metodologi lainnya yang memungkinkan seorang peneliti dapat mengkaji lebih dalam mengenai proses interaksi yang terjadi di *Twitter* serta dampaknya bagi masyarakat.

commit to user