

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jurnalisme Warga

Menurut Lang, jurnalisme warga dapat diartikan sebagai bentuk jurnalisme diproduksi oleh nonprofesional. Produk jurnalisme warga dapat berupa teks, gambar, video, dan audio. Proses produksinya bisa melibatkan alat-alat seperti telepon seluler, komputer, perekam audio, atau bahkan sekadar pena dan kertas. Secara historis, Flew menjelaskan bahwa *citizen journalism* muncul pada tahun 1999 menyusul publikasi oleh Matthew Arnison dan orang lain yang terlibat dalam sebuah grup yang dikenal sebagai 'Active Sydney'. Kelompok ini mulai menerima banyak informasi dari berbagai sumber untuk berbagai berita baru.

Produksi dan penyebaran informasi saat ini tidak lagi dikuasai oleh media massa. Warga biasa nonjurnalis dapat berbagi informasi dengan menggunakan berbagai media, baik melalui media konvensional (seperti program acara di TV dan radio, rubrik di surat kabar, majalah atau tabloid) atau media baru (internet). Inilah yang disebut jurnalisme warga (*citizen journalism*). Orang yang melakukan kegiatan tersebut biasa disebut dengan jurnalis warga atau pewarta warga.

Rekaman video, foto, dan informasi dari jurnalis warga merupakan bentuk spontanitas warga pada sebuah kejadian yang dianggap menarik. Biasanya beberapa media massa menggunakan karya jurnalis warga sebagai tambahan informasi. Hal ini karena keberadaan jurnalisme warga tidak dapat

menggantikan jurnalisme pada media konvensional. Perkembangan teknologi informasi internet memberikan dampak besar terhadap perkembangan jurnalisme warga. Tak hanya lebih cepat dari media online, tulisan jurnalis warga kini sudah “bergigi”. Karya warga sudah mampu mempengaruhi pembuat keputusan.

Perkembangan jurnalisme warga di Indonesia sendiri berawal saat seorang warga yang bernama Cut Putri mendokumentasikan musibah Tsunami Aceh dengan kamera dari telepon genggamnya pada bulan Desember 2004. Rekaman video tersebut kemudian disiarkan secara berulang oleh sejumlah stasiun televisi berita nasional. Indonesia sudah cukup familiar dengan kegiatan yang dikategorikan sebagai *Citizen Journalism*. Saat ini cukup banyak penggiat dan pelaku *Citizen Journalism* di Indonesia, baik yang penggolongannya dilakukan secara pribadi (melalui personal blog) maupun difasilitasi oleh media.

B. Konsep Dasar Jurnalisme Warga

Konsep dasar jurnalisme warga adalah memposisikan khalayak umum sebagai salah satu bagian produsen berita itu sendiri, bukan hanya sebagai konsumen pasif seperti yang telah berjalan dalam logika jurnalisme tradisional. Dengan kata lain antara jurnalis sebagai pencari dan penulis berita, narasumber sebagai muasal berita, dan audiens sebagai konsumen berita sudah lebur begitu cair. Antara produsen dan konsumen berita tidak bisa lagi diidentifikasi secara *irigid* karena setiap orang dapat memerankan keduanya. Intinya, dalam *Citizen Journalism* yang diutamakan adalah interaksi dan interkoneksi.

Di samping itu, prinsip dasar *Citizen Journalism* yang lain adalah bahwa berita adalah merupakan produk konstruksi bersama antara wartawan dengan pembaca. Jika sebelumnya berita sebatas dimaknai sebagai peristiwa yang dilaporkan melalui media massa, kini berita menemukan makna tersendiri lewat *Citizen Journalism*. Berita bukan lagi sesuatu yang elitis dan hanya punya “satu sisi muka” karena tidak muncul dari sekelompok orang tertentu yang berlabel jurnalis profesional saja. Setiap orang yang mempunyai cerita kehidupan dan berdampak sosial dapat menuliskannya di situs web yang berprinsip *Citizen Journalism*. Berita di media massa memang bukan realitas sosial itu sendiri, melainkan realitas media yang juga sudah melalui proses konstruksi atas realitas sosial. Akan tetapi, proses konstruksinya selama ini hanya berkuat di jajaran redaksi media tersebut. Atau dalam kata lain masih elitis. Media masalah yang menentukan apa yang harus diliput dan apa yang luput dari pelaporan peristiwa. Media pulalah yang memastikan nilai berita mana yang lebih penting untuk pembacanya. Media massa menentukan berbagai faktor untuk menentukan peristiwa apa yang akan mereka liput.

Pola demikian yang kemudian didekonstruksi oleh prinsip *Citizen Journalis* dalam dunia *cyber*. Setiap orang kembali kepada definisi asali dari berita itu sendiri. Yakni segala sesuatu yang diinginkan dan diperlukan untuk diketahui oleh orang lain. Dengan melaporkan berita, media tidak hanya berbagi informasi kepada khalayak untuk kemudian menggerakkan masyarakat dalam kehidupan demokratis, tetapi juga menjadi ruang interaksi antara individu maupun ruang dialog yang konstruktif. Berita mewujud sebagai sebuah laporan dari warga yang bisa jadi bernuansa subyektif, tetapi mampu

menjadi sarana dialog untuk menemukan tesis dan sintesis kehidupan bersama.¹³

C. Teori Partisipasi

Pada penelitian ini peneliti membahas mengenai partisipasi jurnalisme warga pada radio Cakra Krisna 106.1 FM di Kabupaten Nganjuk, maka penulis akan menjelaskan juga mengenai pengertian partisipasi menurut para ahli.

- a. Menurut David Canter mendefinisikan partisipasi sebagai *feed-forward information and feedback information*. Dengan definisi ini, partisipasi masyarakat sebagai proses komunikasi dua arah yang terus menerus dapat diartikan bahwa partisipasi masyarakat merupakan komunikasi antara pihak pemerintah sebagai pemegang kebijakan dan masyarakat di pihak lain sebagai pihak yang merasakan langsung dampak dari kebijakan tersebut. Pendapat ini juga menjelaskan secara tersirat bahwasanya masyarakat dapat memberikan respon yang positif dalam arti mendukung atau memberikan masukan terhadap program atau kebijakan yang diambil oleh pemerintah, namun juga sebaliknya.¹⁴
- b. Menurut pendapat Mubyarto bahwa mendefinisikan partisipasi sebagai kesediaan untuk membantu keberhasilan dalam setiap program sesuai

¹³ Dodot Sapto Adi, "Jurnalisme Publik & Jurnalisme Warga Serta Perannya Dalam Meningkatkan Partisipasi Warga Dalam Proses Demokrasi", Jurnal *NOMOSLECA*, Vol. 2, No. 1, 2016, <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n/article/view/341>.

¹⁴ Lutfi Muta'ali, *Penataan Ruang Wilayah Dan Kota*, (Yogyakarta: BPFU UGM, 2013), 13.

dengan kemampuan setiap orang tanpa berarti mengorbankan kepentingan diri sendiri.¹⁵

c. Sementara Cohen dan Uphoff menguraikan bentuk-bentuk partisipasi yang terbagi dalam empat bentuk:

1. Sumbangan pikiran
2. Sumbangan materi
3. Sumbangan tenaga
4. Memanfaatkan pelayanan pembangunan.¹⁶

D. Tinjauan Umum Motif

Motif adalah sebuah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif mengarahkan kepada sebuah hubungan sistematis antara suatu respons dengan dorongan tertentu. Motif yang ada pada seseorang akan membentuk perilaku yang diarahkan pada sebuah tujuan untuk mencapai suatu kepuasan tertentu.¹⁷

Adapun beberapa pengertian motif menurut para ahli, dimana Harold Koontz dalam bukunya yang berjudul *management*, mengutip pendapat dari Berelson dan Steiner dimana mengemukakan bahwa motif adalah suatu

¹⁵ Bambang Surianto, Teori Partisipasi Masyarakat Menurut Para Ahli, <https://www.academia.edu/Teori-Partisipasi-Masyarakat-Menurut-Para-Ahli>, (Diakses Pada Kamis, 19 Juni 2023 Pukul 11.40 WIB).

¹⁶ Fathurrahman Fadil, Partisipasi Masyarakat Dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan Di Kelurahan Kota Baru Tengah, *Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan Lokal*, Vol. 1, No. 2, 2013, <https://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/JIPPL/article/view/897>.

¹⁷ M. Nur Ghufroon. Rini Risnawita S, *Teori-Teori Psikologi*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 83.

keadaan dari dalam yang memberikan kekuatan, yang menggiatkan, yang menggerakkan atau menyalurkan perilaku ke arah tujuan-tujuan.¹⁸

Adapun pendapat dari Sherif, dimana mengemukakan bahwa motif sebagai suatu istilah generik yang meliputi semua faktor internal yang mengarah pada berbagai jenis perilaku yang bertujuan pada semua pengaruh internal, seperti kebutuhan yang berasal dari fungsi-fungsi organisme, dorongan dan keinginan, aspirasi, dan selera sosial.

Motif sendiri merupakan sebuah perkumpulan kepentingan dari individu. Maka dari itu, mereka menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.¹⁹ Sifat khalayak yang aktif dalam mengonsumsi media, menjadikan khalayak dapat selektif dan memilah-milah pesan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhannya. Pemilihan media yang dilakukan oleh khalayak merupakan salah satu cara pemenuhan kebutuhan mereka dalam menerima informasi. Khalayak mengonsumsi suatu media didorong oleh motif tertentu guna memenuhi kebutuhan mereka.

Walaupun telah diketahui bahwa motif memang sulit dipisahkan dari suatu persoalan, tetapi motif bisa diarahkan pada berbagai tujuan pemenuhan atau jenis-jenis solusi persoalan. Seperti ketika mengalami situasi sosial yang berisi konflik dan tekanan, seorang individu akan memiliki motif untuk rileks dan menghibur diri dengan mengonsumsi media. Individu tersebut akan sadar

¹⁸ Sobur Alex, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003), 267.

¹⁹ Humaiz, *Uses And Gratifications Theory*, (Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT), 2018), 48.

adanya persoalan di suatu masyarakat sehingga termotivasi untuk mencari suatu informasi agar mendapatkan suatu hasil melalui media massa.²⁰

Motif merupakan sebuah dorongan yang timbul dari diri manusia karena adanya kebutuhan-kebutuhan tertentu yang ingin dipenuhi oleh individu. Motif berasal dari bahasa latin yaitu "*movere*" yang berarti bergerak. Motif juga sangat terikat dengan faktor-faktor lain, yang biasa disebut dengan motivasi. Motivasi sendiri merupakan sebuah keadaan di mana individu yang mendorong adanya suatu perilaku ke arah tujuan tertentu.²¹ Maka dari itu, untuk menjelaskan sikap khalayak dalam pencarian suatu kepuasan melalui penggunaan media, faktor motif menjadi faktor yang penting untuk diteliti.

Motif khalayak dalam perilaku menggunakan media untuk mempengaruhi, mengapa, dan bagaimana suatu media atau konten diproses dan diinterpretasikan. Motif khalayak berpengaruh terhadap bagaimana suatu media saat digunakan oleh khalayak yang selanjutnya digunakan untuk mencapai tujuan atau kepuasan tertentu.

Bentuk motif yang diberikan kepada jurnalisme warga bersifat personal. Menurut Shaun Sutton dalam tesisnya yang berjudul *The "My" in Ohmynews: A Uses and Gratifications Investigation into Motivations of Citizen Journalists in South Korea*, bentuk tipologi motif atau kepuasan khalayak media massa secara garis besar terdapat lima kategori sebagai berikut:²²

²⁰ Humaiz, *Uses And Gratifications Theory*, 48.

²¹ Tim Redakasi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), 756.

²² Shaun Sutton, *The "My" in Ohmynews: A Uses and Gratifications Investigation into Motivations of Citizen Journalists in South Korea*, (University of Leeds: United Kingdom, 2006), 1-57.

a. Keuntungan diri

Keuntungan diri merupakan kebutuhan atau kepuasan yang individu atau khalayak cari yang datang dari diri sendiri dan tidak membutuhkan kapasitas interaktif atau keterlibatan langsung dari faktor eksternal. Secara lebih rinci, kategori keuntungan diri ini meliputi beberapa hal, yakni kesenangan dalam menulis, menghabiskan waktu, dan mendapatkan insentif dari tulisan yang dibuat.

b. Perkembangan pribadi

Perkembangan pribadi merupakan suatu kepuasan yang dicari oleh individu atau khalayak yang meliputi pembangunan reputasi dan tanggung jawab, serta penyempurnaan dan kebebasan dalam menyampaikan pendapat serta pemikiran. Motif kategori ini membutuhkan setidaknya pengamatan dari jurnalis warga lain agar dapat mengembangkan identitas seseorang di dunia maya.

c. Interaksi komunitas

Interaksi komunitas merupakan kebutuhan atau kepuasan yang dicari oleh individu melalui suatu hubungan dengan orang lain dan berkembang menjadi adanya pengambilan peran dalam sebuah interaksi komunitas. Kategori motif ini diperoleh dari adanya hubungan yang terbangun antara sesama jurnalis warga dengan jurnalis warga lainnya, jurnalis warga dengan masyarakat, dan lain sebagainya.

d. Penyebaran informasi

Penyebaran informasi merupakan sebuah kebutuhan atau kepuasan yang dicari oleh seorang individu melalui penyebaran informasi bagi

jurnalis warga dalam melatih kebebasan berekspresi. Pada kategori motif ini, kepuasan akan didapatkan oleh jurnalis warga jika penyebaran konten sampai kepada pihak yang diinginkan.

e. Perubahan sosial

Perubahan sosial sebagai suatu kebutuhan atau kepuasan yang dicari individu meliputi tantangan dengan media konvensional, penolakan terhadap status quo khalayak sebagai pihak yang hanya menerima suatu informasi, dan menawarkan alternatif lain kepada masyarakat. Kategori motif ini diputuskan untuk menjadi pengingat bahwa kehadiran jurnalis wargalah yang menjadikan perubahan sosial terhadap praktik jurnalistik, lingkungan, dan masyarakat.