

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

*Citizen journalism*, selanjutnya disebut CJ, akhir-akhir ini menjadi perbincangan para pakar media internasional karena di beberapa negara ternyata memiliki kemampuan menjadi media alternatif bagi warga, bahkan pada beberapa kasus menyaingi eksistensi jurnalis profesional dalam hal ini televisi, surat kabar dan radio. Sebut saja blog *ohmynews.com* di Korea Selatan yang efektif menyuarakan aspirasi warganya, *Stomp.sg* milik warga Singapura dan *malaysiakini.com* milik warga Malaysia yang disebut-sebut sebagai media oposisi pemerintah.

Pada perkembangannya kemunculan CJ mendapatkan penolakan dari *mainstream media* yang merasa citizen jurnalis bukan profesional yang bisa melakukan *reportase* layaknya jurnalis profesional. Misalnya saja *The New York Times* yang mempertanyakan keakuratan dan objektivitas hasil peliputan CJ. Tradisional jurnalis juga mengaku skeptis dan menganggap CJ tidak dapat melakukan peliputan dengan baik karena hanya jurnalis terlatih yang mengetahui etika media saat melakukan peliputan.

Meski mendapat kritikan pedas semacam ini, namun CJ terus berkembang, bahkan pada beberapa peristiwa penting di dunia CJ menjadi pihak nomor 1 yang memberikan informasi kepada masyarakat. Misalnya saja saat tsunami terbesar di Samudera Hindia, video dan informasi penting justru bersumber dari blog yang dimiliki warga. Blog-blog pribadi warga juga menjadi

saksi peristiwa besar lain seperti perang irak<sup>1</sup>, runtuhnya WTC, Bom Bali I dan II, dll.

Perkembangan CJ sendiri juga sampai di Indonesia, dimana saat ini – jika tidak bisa dibilang populer – nama CJ versi online mulai bernunculan. Misalnya saja blog wikiku.com, kabarindonesia.com, indonesiasatu.net dan mediabersama.com. Sayangnya keberadaan mereka masih kurang mendapat apresiasi warga sendiri. Padahal blogger di Indonesia pada dasarnya memberikan kontribusi besar bagi masa reformasi di Indonesia tahun 1998, dimana saat itu para blogger lah yang melaporkan indikasi KKN di keluarga cendana.

Semenara saat tsunami di Aceh, CJ dengan blogger dan gambar video amatir yang diupload di youtube, berhasil memberikan data multimedia yang ternyata membantu menggalang dana besar dari seluruh penjuru Indonesia bahkan dunia bagi para korban di Aceh.

Dalam sebuah seminar tentang berkembang teknologi informasi yang diikuti oleh penulis, pembicara dari Malaysia mengatakan bahwa citizen online journalism di Malaysia berkembang karena negara ini tidak memiliki kebebasan pers. Jadi dia sendiri mengatakan bahwa pada dasarnya negara seperti Indonesia tidak memerlukan CJ karena pers konvensional sudah memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Pernyataan itu bisa dibenarkan, namun meski demikian, seharusnya Indonesia tidak menutup diri untuk CJ kerana di negara asal CJ yaitu Amerika yang juga telah memiliki kebebasan pers saja, kehidupan media sudah

---

<sup>1</sup> [http://www.camerairaq.com/citizen\\_journalism/](http://www.camerairaq.com/citizen_journalism/)

dipengaruhi oleh media online, termasuk informasi yang disediakan oleh para blogger dalam bentuk CJ.

Di Indonesia sendiri, seiring dengan meningkatnya penggunaan internet di Indonesia dan tentu saja pengaruh dari trend media di era digital, CJ mulai dikenal. Namun sayangnya, saat ini belum ada perhatian dan pendataan yang resmi tentang gambaran CJ yang ada di Indonesia. Sebelum melakukan penelitian, peneliti melihat ada 3 jenis website di Indonesia yang membuka forum untuk *Citizen Journalism* yaitu website mainstream media, portal (biasanya berita dan hiburan) dan situs khusus CJ.

Peneliti juga melihat, masih banyak masyarakat Indonesia yang belum paham tentang media baru yang di sebagian negara sudah menjadi channel demokrasi yang efektif bahkan melebihi fungsi yang dimiliki *mainstream* media. Pengenalan CJ di Indonesia justru berawal bukan dari website khusus CJ, namun justru *buntut* dari perkembangan *online journalism* gagasan *mainstream media* yang di era TI ini beramai-ramai membuat versi *online*. Sebut saja situs kompas.com milik harian Kompas yang memiliki dua situs CJ dengan *brand extension* masing-masing, yaitu **Kompasiana** dan **KoKi**. Dalam situsnya [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)<sup>2</sup> dijelaskan bahwa *kompasiana* merupakan forum diskusi dan ruang kuliah berisi gagasan bernas dan mencerahkan, demokratis, konstruktif, dan bertanggung jawab. Pembaca atau pengunjung diajak urun rembug dengan mengomentari setiap artikel yang masuk. Sementara, “Komunitas kompas” atau Koki dengan alamat web <http://community.kompas.com><sup>3</sup> berisi

---

<sup>2</sup> 22 Oktober 2009, sudah berubah format menjadi semacam facebook

<sup>3</sup> Sudah dihapus

tulisan masyarakat, sedangkan Kompasiana adalah semacam blog jurnalist yang berisi tulisan dari para jurnalist Kompas<sup>4</sup>.

Contoh lain surat kabar daerah Suara Merdeka juga tidak mau ketinggalan dengan menyediakan beberapa halaman di webnya untuk “suara warga” dengan alamat web <http://citizennews.suaramerdeka.com>. Hal yang berbeda dibuat oleh Media Indonesia yang menyediakan fasilitas weblog kepada pembacanya di alamat <http://blog.mediaindonesia.com>. Disini warga bisa membuat blog dan menulis tentang apa saja, dengan isi tanggung jawab pemilik blog.

Sementara situ khusus CJ yang saat ini terdeteksi aktif melakukan kegiatan diantaranya [www.wikimu.com](http://www.wikimu.com), [www.kabarindonesia.com](http://www.kabarindonesia.com), [www.penyingkul.com](http://www.penyingkul.com), [www.sumbawanews.com](http://www.sumbawanews.com). Sementara yang ada di portal satu-satunya yang sementara ditemukan peneliti adalah [www.inilah.com](http://www.inilah.com) yang merupakan salah satu portal yang paling banyak dikunjungi di Indonesia selain [www.detik.com](http://www.detik.com) dan [www.okezone.com](http://www.okezone.com).

Selain di media cetak dan situs internet, istilah CJ di Indonesia juga muncul dalam program berita televisi *I-witness* yang ditayangkan Metro TV, dimana didalamnya berisi berita video *amateur* yang diambil warga dan diolah kembali oleh tim pemberitaan Metro TV. Program sejenis ini, kabarnya juga akan segera dibuat oleh televisi berita terbaru di Indonesia yaitu TV One.

Sementara dari media radio, radio Elshinta telah menerapkan *citizen journalism* sejak tahun 2000 dan saat ini sudah memiliki 100.000 *netizen*. CJ di radio Elshinta sendiri bentuknya adalah laporan langsung dari warga yang

---

<sup>4</sup> Format terbaru Kompasiana di-online-kan pada ulangtahunnya ke 1 tanggal 22 Oktober 2009

menjadi saksi mata suatu kejadian. Mereka biasanya ditelpon oleh Elshinta untuk kemudian on-air melaporkan kejadian di lapangan.

Perkembangan *citizen online journalism* menggembirakan karena memungkinkan masyarakat Indonesia memiliki akses untuk menjadi subyek dalam pemberitaan. Masyarakat juga mendapat kesempatan menyuarakan aspirasinya karena memiliki *space* di *online media*. Hal ini penting mengingat media massa – meski berada di dalam lingkup negara yang memiliki kebebasan pers – tetap memiliki keterbatasan misalnya kecondongan pada berbagai kepentingan terutama kapital dan politis. Dengan demikian maka penting untuk menyambut CJ yang diharapkan akan memberikan warna tersendiri yang lebih independen dan jujur di dunia media di Indonesia.

Yang menjadi perhatian peneliti disini adalah masih minimnya sumber informasi tentang CJ di Indonesia, mengingat CJ masih hal yang baru. Peneliti juga melihat CJ di Indonesia memiliki beberapa keunikan dan perbedaan dengan konsep CJ yang terjadi di negara asalnya. Dari dasar itulah, peneliti tertarik untuk melakukan study kasus tentang perkembangan CJ di Indonesia.

## **B. PERUMUSAN MASALAH**

Meski blog sebagai dasar dari CJ sudah muncul di Indonesia sejak tahun 1998, namun ternyata konsep CJ di Indonesia baru muncul setelah tahun 2000-an. Saat ini mulai berkembang berbagai situs di internet baik blog CJ yang mulai populer di masyarakat, bahkan ada juga *portal* milik mainstream media yang juga memberikan halaman khusus untuk CJ bagi warga. Fenomena perkembangan CJ

inilah yang menarik perhatian peneliti untuk melakukan study kasus tentang penerapan CJ di Indonesia.

Keinginan ini berangkat dari minimnya referensi tentang CJ di Indonesia. Untuk itulah peneliti merasa perlu untuk mencari deskripsi tentang perkembangannya CJ di Indonesia dari awal keberadaannya hingga saat ini.

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan CJ di Indonesia.

### **D. SIGNIFIKANSI PENELITIAN**

#### **D.1 Signifilansi Praktis**

Penelitian ini diharapkan akan memberikan deskripsi tentang perkembangan CJ di Indonesia.

#### **D.2 Signifikansi Teoritis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan landasan bagi penelitian tentang CJ di Indonesia, termasuk pijakan bagi kajian-kajian CJ yang bersifat teoritis dan kritis.

### **E. KERANGKA TEORI**

Berbicara tentang CJ tidak bisa lepas dari konsep yang memayunginya yaitu Online Journalism. Mark Deuze, profesor dari University of Amsterdam dan ahli media digital (dalam Berkam & Shumway, 2003, p. 83-84) mengkonstruksi 4 tipe online journalism berdasarkan keterkaitan dengan editorial

mainstream media dan konektivitas pada publik di satu sisi dan *unmoderated* dan *moderated communication* disisi lainnya. Keempatnya digambarkan dengan bagan berikut ini:

1. *Mainstream News Sites*: web yang dimiliki media konvensional yang biasanya hanya berupa versi online dari media konvensional. Di Indonesia bisa dibayangkan saat ini telah dimiliki oleh konvensional media, contohnya [kompas.com](http://kompas.com), [liputan6.com](http://liputan6.com), [mediaindonesia.com](http://mediaindonesia.com), [suaramerdeka.com](http://suaramerdeka.com), dll.
2. *Index and Category Sites*: tipe online media ini digunakan untuk menghubungkan pembaca dengan news site yang ada di internet. Contohnya adalah yahoo!, [google.com](http://google.com), AOL. Kategori ini melibatkan editor yang memonitor breaking news, forum diskusi, dan monitor chat.
3. *Meta and Comment Sites*. Tipe ini disebut journalism tentang journalism, yaitu berupa situs informasi, data dan hasil penelitian yang berkaitan dengan journalisme dan media. Contohnya [poynter.org](http://poynter.org) dan weblog yang dioperasikan oleh para pengkritisi media bisa masuk dalam kategori ini.
4. *Share and Discussion Sites*. Tipe terakhir ini berisi tentang situs yang fokus pada kepentingan publik, berupa komunikasi partisipator yang minim pengeditan dan moderator. Situs berisi *posting* berita, informasi dan analisis yang dibuat pemilik situs. Contohnya adalah Slashdot, Kuro5shin dan berbagai macam weblog group.

Dari keempat tipe ini CJ masuk dalam kategori ke 4 yaitu share dan discussion sites. Slashdot dan Kuro5shin masuk dalam kategori CJ menurut J.D. Lasica, dalam *Online Journalism Review* (2003) yaitu kategori media kolaboratif.

Ada beberapa istilah yang dikaitkan dengan konsep CJ (di Indonesia biasa disebut jurnalisme warga) diantaranya *public journalism, civic journalism, advocacy journalism, citizens media participatory journalism, participatory media, open source reporting, distributed journalism* hingga *grassroot journalism*.

Shayne Bowman & Chris Willis (2003) mendefinisikan citizen journalism sebagai ‘...*the act of citizens playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing, and disseminating news and information*’. Ini artinya warga memiliki hak untuk menjadi pencari, pemroses dan penganalisa berita untuk kemudian dilaporkan kepada masyarakat luas melalui media.

Sementara Wood and Smith (2005) mendefinisikan netizens (sebutan untuk citizen journalist) sebagai sekelompok warga yang aktif memberikan kontribusi berita seiring dengan perkembangan internet. Menurutnya netizen harus memahami nilai – nilai kerja kolektif dan aspek-aspek yang harus dimiliki dalam menjalankan proses komunikasi publik.

CJ, meski berangkat dari berbagai konsep jurnalisme diatas namun memiliki keunikan khusus yang tidak dimiliki konsep lain dimana CJ berada sama posisi dengan jurnalisme profesional termasuk tugasnya yaitu meliput, menganalisa dan menyiarkan berita yang dibuatnya. Moch Kurniawan (2007) membeberkan bagaimana konsep CJ berawal. Pertama lahir, jurnalisme publik yang pada dasarnya dikembangkan oleh wartawan profesional untuk menyikapi meningkatnya ketidakpercayaan publik terhadap media dan kesinisan publik terhadap politik di Amerika Serikat sekitar tahun 1988. Saat itu, kritik pedas terhadap standar dan arogansi media membawa media berpikir tentang fungsi dan



tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan bagaimana wartawan lebih responsif dengan masalah yang menjadi perhatian masyarakat, inilah yang dikenal sebagai jurnalisme publik.

*Civic journalism* (digunakan secara bergantian dengan jurnalisme publik) mencoba mendefinisikan ulang nilai berita, mempertanyakan nilai objektivitas dan imparialitas, mendorong keterlibatan wartawan lebih besar sebagai peserta aktif dalam masyarakat, dan menginginkan praktik jurnalisme yang mencerminkan keragaman kultural di masyarakat Amerika.

Kemunculan gerakan *civic journalism* merupakan reaksi terhadap jurnalisme konvensional yang menghiraukan kewajiban untuk mewakili kepentingan pembacanya, dan dalam tingkat tertentu menjadi alat mengeruk keuntungan semata. Namun *civic journalism* yang dijalankan oleh mass media tidak mampu bertahan lama lantaran program beritanya memerlukan dana yang besar. Tahun 2003 pelopor *civic journalism* the Pew Center of Civic Journalism membubarkan diri. *Civic journalism* ini membuka pintu bagi tumbuhnya CJ dimana warga yang mempunyai berita, dan foto dapat menyampaikannya langsung melalui *blog* atau ke beberapa *mainstream media* yang sudah mengakomodasi misalnya situs *BBC* ([www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk)), *CNN* ([www.cnn.com](http://www.cnn.com)), dll. Dan dari sinilah CJ lahir dan berkembang hingga saat ini.

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

1. *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).

2. Situs web berita atau informasi independen (*Consumer Reports, Drudge Report*).
3. Situs berita partisipatoris murni (*OhmyNews*).
4. Situs media kolaboratif (*Slashdot, Kuro5hin*).
5. Bentuk lain dari media ‘tipis’ (*mailing list, newsletter e-mail*).
6. Situs penyiaran pribadi (situs penyiaran video, seperti KenRadio).

Sementara itu dua tahun kemudian seorang ahli media yang sering menulis di poynter.org, Stive Outing (2005) memilah *citizen journalism* ke dalam 11 kategori:

1. Membuka ruang untuk komentar publik, dimana pembaca bisa bereaksi, memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan jurnalis profesional. Ini mungkin yang kita kenal sebagai ruang “surat pembaca” di media konvensional.
2. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis jurnalis profesional. Biasanya ada kontribusi pendapat dari luar jurnalis, dimana foto kontributor akan ikut diterbitkan. Ini juga yang biasa kita jumpai di majalah-majalah umumnya.
3. Kolaborasi antara jurnalis profesional dengan non jurnalis yang memiliki kemampuan dalam materi/ bidang yang akan dibahas dalam artikel tersebut, sebagai bantuan dalam mengarahkan atau memeriksa keakuratan artikel. Terkadang profesional non jurnalis ini bisa juga menjadi kontributor tunggal yang menghasilkan artikel tersebut. Ini juga bisa kita temui di media konvensional.
4. *Bloghouse*, sebuah website yang mengundang pembaca untuk ikut membaca.

5. *Newsroom citizen 'transparency' blogs*, merupakan blog yang disediakan untuk upaya transparansi organisasi sebuah media, dimana pembaca bisa memasukkan keluhan, kritikan, atau pujian atas pekerjaan media tsb.
6. *Stand-alone citizen journalism site*: melalui proses *editing*.
7. *Stand-alone citizen journalism site*: tanpa proses *editing*.
8. *Stand-alone citizen-journalism website* dengan tambahan edisi cetak.
9. *Hybrid: Pro + Citizen journalism*. Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga. Disini ada peran para editor dalam menilai dan memilih berita yang akan diangkat ke halaman utama. Kontribusi berita tidak otomatis diterima sebagai sebuah berita, dan berita yang masuk masih tersaring lagi sebagai berita yang menjadi topik utama (berhak muncul di halaman pertama) atau bukan. Contohnya adalah [ohmynews.com](http://ohmynews.com)
10. Penggabungan antara jurnalis profesional dan jurnalis warga dalam satu atap, dimana website membeli tulisan dari jurnalis profesional dan menerima tulisan jurnalis warga.
11. Model wiki, dimana pembaca adalah juga editor. Setiap orang bisa menulis artikel, dan setiap orang bisa memberi tambahan atau komentar terhadap artikel yang terbit.

Pada penelitian ini, 11 lapisan CJ yang dikemukakan oleh Outing diatas akan dipakai sebagai salah satu titik pedoman analisa untuk mengetahui CJ yang menjadi obyek penelitian masuk pada area lapisan tidak.

Di negara asalnya AS, CJ berkembang dan diakui masyarakat karena pada beberapa kasus blog milik seorang *netizen* justru lebih mendapat perhatian dari

pada media konvensional. Misalnya saja wonkette.com yang mendapat kunjungan 1 juta hit per hari melebihi audience harian nasional Pundit (Wood & Smith, 2005, p. 133-134).

CJ sendiri memiliki keterkaitan dengan New Media Theory yang dikemukakan Denis McQuail (2000). Ia memperlihatkan adanya empat kategori media baru yang juga menjadi sifat dari CJ diantaranya, (1) Media komunikasi interpersonal, seperti telepon (yang semakin hari semakin bersifat mobile bahkan bisa terkoneksi internet) dan email, (2) Media interaktif, contohnya semua perangkat lunak yang ada di komputer dan video games, (3) *Information search media*, contoh yang paling relevan adalah internet (www) yang merupakan sebuah perpustakaan dunia maya. Termasuk didalamnya adalah google.com, yahoo.com, msn.com. aol.com. Teknologi baru ini memungkinkan audience untuk aktif dan menjadi subyek sementara teknologi menjadi obyeknya, (4) *Collective participatory media*. Contohnya adalah penggunaan internet untuk sharing dan bertukar informasi, ide, pengalaman dan mengembangkan hubungan berbasis internet. Disinilah letak obyek penelitian yaitu CJ berada. CJ bahkan telah meruntuhkan teori agenda setting, karena CJ menjadi penentu arah perkembangan isu, bahkan peran gatekeeping dan editing tidak lagi berada di editor (mainstream media) namun pada user.

Denis McQuail (2000, p. 127-128) juga memberikan 5 konsep pembeda antara media baru dengan media konvensional diantaranya: (1) Derajat interaktivitas, dimana interaksi dalam new media lebih fleksibel dan lebih tinggi dibanding media konvensional, (2) Derajat social presence (keberadaan sosial) dimana media massa bersifat lebih personal, mengurangi ambiguitas. Pada

penerapannya ,CJ sebagai media baru memungkinkan audience untuk bisa berhubungan secara personal dengan media dengan melakukan kontak langsung, (4) Derajat otonomi, dimana user dalam hal ini *netizen* memiliki kemampuan untuk mengotrol isi dan penggunaan medianya sendiri dan menjadi sumber independen. Bagian ini menjadi bagian terpenting dalam sejarah keberadaan CJ, dimana warga bisa memiliki media sendiri dan diolah sendiri, (5) Derajat *playfulness*, kemampuan media menyediakan hiburan bagi para user, (6) Derajat privasi yang berhubungan dengan tepi isi yang dimiliki para pengguna media. Mereka bebas menampilkan apapun di media baru (internet) sehingga menghasilkan media yang unik (berbeda) dan personal.

Dalam new media theory, McQuail juga menunjukkan 6 perbedaan antara media lama dan media baru yaitu, (1) media lama konsepnya satu obyek berbicara pada banyak orang, sementara media baru bersifat decentralized yang artinya semua memiliki kesempatan berbicara kepada siapapun, (2) Media lama adalah one way communication, sementara media baru two way communication yang memungkinkan adanya feedback dari audience, (3) media lama dibawah kontrol negara, sementara media baru diluar kontrol negara, bahkan bisa dinikmati siapapun yang ada didunia tanpa batasan negara, (4) media lama memproduksi lapisan sosial sementara media baru adalah memproduksi konsep demokratisasi, (5) media lama memfragmentasi audience sementara media baru meletakkan audience pada posisi yang sama, (6) media lama membentuk kebingungan sosial, sementara media baru berorientasi pada individu.

Dennis McQuail (2000) juga mengatakan bahwa media baru membuka kesempatan komunikasi yang lebih besar untuk demokrasi. Hal inilah yang

menjadi kunci konsep CJ yang pada dasarnya digunakan untuk komunikasi langsung antara citizen (warga) dengan negara yang selama ini dijumpai oleh mainstream media yang menyebut dirinya dari pilah ke-4 demokrasi. Lebih jauh CJ membuka forum terbuka bagi interaksi antar warga negara dan menjalankan fungsi advokasi dan *watchdog* yang selama ini didominasi oleh media konvensional. Fungsi *watchdog* memungkinkan warga untuk mengawasi kinerja pemerintah untuk memastikan bahwa pemerintah bekerja untuk kepentingan masyarakat luas. Hal itu senada juga dikemukakan oleh pencetus CJ yaitu Bowman and Willis yang mengatakan bahwa: "*The intent of this participation is to provide independent, reliable, accurate, wide-ranging and relevant information that a democracy requires.*"

Raunda Hauben<sup>5</sup> dalam presentasi di sebuah seminar tentang konferensi tahunan asosiasi peneliti internet bulan oktober 2008 mengemukakan bahwa internet memungkinkan netizen dalam CJ untuk menciptakan isi dan menyet agenda media untuk didiskusikan. Dengan demikian *netizen* tidak hanya memiliki kemampuan menentukan isi namun juga mendesain bentuk forum yang mereka inginkan.

## **F. METODE PENELITIAN**

### **F.1 Tipe Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian *kualitatif deskriptif* dengan metode *exploratory case study* (Robert K Yin, 1989). Penelitian eksploratori bersifat mendasar dan bertujuan untuk memperoleh keterangan, informasi, data mengenai

---

<sup>5</sup> [http://english.ohmynews.com/articleview/article\\_view.asp?no=385169&rel\\_no=1](http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?no=385169&rel_no=1)

hal-hal yang belum diketahui. Karena bersifat mendasar, penelitian ini disebut penjelajahan (*eksplorasi*). Penelitian eksploratori dilakukan apabila peneliti belum memperoleh data awal sehingga belum mempunyai gambaran mengenai hal yang akan diteliti. Selain tidak membutuhkan hipotesis dan teori tertentu, peneliti juga hanya menyiapkan beberapa pertanyaan sebagai penuntun untuk memperoleh data primer berupa data dan informasi yang dibutuhkan.

Secara khusus, penelitian ini akan melakukan pencarian informasi perkembangan CJ di Indonesia dari berbagai sudut seperti tahun keberadaan CJ, jumlah CJ yang aktif, Jenis CJ, Pemilik/ media yang menaungi CJ hingga posisi CJ di antara mainstream media.

## **F.2 Subyek Penelitian**

*Semia blog dan web berkonsep Citizen journalism* milik warga Indonesia yang ada di *media online* (internet) dan CJ yang dikolaborasikan dengan *mainstream* media yang masuk dalam ranking alexa.com.

## **F.3 Teknis Analisis Data**

Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data pengamatan/observasi dan wawancara (Baxer, 2004). Kedua metode/teknik tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Observasi, dilakukan dengan pelacakan database blog dan web yang masuk dalam kategori citizen journalism milik warga Indonesia di internet. Peneliti menggunakan search engine di [www.google.co.id](http://www.google.co.id) dan situs penyedia

informasi web, [www.alexacom.com](http://www.alexacom.com)<sup>6</sup>, [www.websiteoutlook.com](http://www.websiteoutlook.com)<sup>7</sup>, dan [www.whoisbucket.com](http://www.whoisbucket.com)<sup>8</sup>

Alasan menggunakan alexa adalah karena web ini menyediakan data ranking web, websitelook memberikan informasi tentang pageview dan pagerank, sementara whoisbucket menyediakan informasi tentang kapan sebuah website di-online-kan.

Sementara alasan penggunaan [www.google.co.id](http://www.google.co.id) adalah karena provider ini paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia berdasarkan ranking di alexa.

Peneliti menggunakan konsep 11 layer of Citizen Journalisms dari Steve Outing (2005) sebagai dasar saat memasukkan sebuah blog atau website dalam obyek penelitian.

2. Studi Pustaka yaitu dengan rujukan dari data-data yang ada di buku, internet, jurnal. Studi pustaka dalam penelitian ini didominasi oleh internet, karena internet lah yang memiliki kemampuan memberikan database website yang ada didalamnya.
3. Wawancara dengan beberapa jurnalis dan pemilik media

---

<sup>6</sup> situs penyedia informasi website yang saat ini menjadi acuan para pemasang iklan berupa ranking web di dunia maupun berdasarkan negara

<sup>7</sup> situs penyedia informasi website berisi data berupa, page view, page rank, perkiraan harga web, perkiraan pemasukan iklan per hari (sumber alexa.com, google pagerank)

<sup>8</sup> situs penyedia informasi identitas web seperti tahun mulai online, expired day, last update.



## G. KELEMAHAN PENELITIAN

Obyek penelitian ini tidak meneliti blog-blog dan web yang tidak masuk di ranking [www.alexacom](http://www.alexacom). Misalnya saja kami tidak memasukkan blog CJ bernama A ke dalam database penelitian kami karena tidak masuk ranking di [alexacom](http://www.alexacom), meski dia terlacak di [google.co.id](http://googleco.id).

## H. BATASAN PENELITIAN

Peneliti membatasi blog dan web CJ yang masuk dalam ranking [www.alexacom](http://www.alexacom) dengan asumsi blog obyek penelitian kami sudah memiliki pembaca dan sudah menjadi ruang diskusi warga sebagai syarat efektifnya sebuah media yaitu memiliki audience.

## I. JADWAL PENELITIAN

Kegiatan	Bulan					
	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt
Tanda tangan kontrak	■					
Penyusunan konsep dan instrumen	■					
Pengumpulan data		■	■	■		
Pengolahan data				■		
Pelaporan					■	
Seminar					■	
Perbaikan laporan					■	
Penyerahan publikasi dan laporan akhir						■

## **J. TIM PENEITI**

### 1. Ketua Peneliti

- a. Nama Lengkap dan Gelar : Nurul Hasfi Wijayana, S. Sos, MA
- b. Golongan Pangkat/ NIP : IIIA Asisten Ahli/ 132 317 791
- c. Jabatan Fungsional : Dosen
- d. Fakultas/Jurusan : ISIP/ Ilmu Komunikasi
- e. Bidang Keahlian : Jurnalistik Online dan TV
- f. Waktu Penelitian : 3 bulan

### 2. Anggota Peneliti

- a. Nama Lengkap dan Gelar : Yanuar Luqman S.Sos, Msi
- b. Golongan Pangkat dan NIP : IIIB Asisten Ahli 132 305 179
- c. Jabatan Fungsional : Dosen
- d. Fakultas/Jurusan : ISIP/ Ilmu Komunikasi
- e. Bidang Keahlian : Jurnalistik Online dan Markom
- f. Waktu Penelitian : 3 bulan

## **K. PERKIRAAN BIAYA PENELITIAN**

- 1. Seminar dan review Rp. 500.000,-
  - 2. Alat tulis kantor Rp. 50.000,-
  - 3. Komunikasi Rp. 250.000,-
  - 4. Pengumpulan data Rp. 2.500.000,-
  - 5. Analisis data Rp. 1.000.000,-
  - 6. Laporan & penggandaan Rp. 1.170.586,-
- Rp. 6.470.586,00

Terbilang : *Enam juta empat ratus tujuh puluh ribu lima ratus delapan puluh enam.*

## BAB II

### CITIZEN JOURNALISM PENGERTIAN DAN BATASAN

Teknologi komunikasi adalah faktor yang mempengaruhi kegiatan jurnalistik. Kegiatan jurnalistik yang pada intinya adalah suatu proses mencari, mengolah dan mempublikasikan suatu peristiwa akan menjadi lebih bermakna dengan hadirnya teknologi komunikasi baru. Teknologi tersebut adalah internet yang merupakan jaringan komputer yang memungkinkan terjadinya pertukaran informasi tanpa hambatan jarak dan waktu. Kemunculan internet atau yang disebut dengan media baru memberikan peluang bagi non jurnalis (*citizen journalist*) untuk melakukan publiaksi artikel mereka di media baru ini. Inilah perubahan besar sepanjang sejarah jurnalisme dimana saluran internet telah menggeser posisi jurnalis sejajar dengan audience yang menjadi reporter. Perdebatan tentang kemunculan jurnalisme baru ini terus berlanjut, baik yang pro maupun yang kontra. Skeptisme muncul dari para jurnalis profesional yang mempertanyakan profesionalisme warga dalam melaporkan berita, namun tak sedikit para pengamat media yang tanpa ragu memberikan dukungan pada *citizen journalist*.

Dalam pengantar artikel tentang *citizen journalism* di Nieman Report, sebuah jurnal tentang jurnalisme yang diterbitkan Harvard University disebutkan bahwa **Dan Gillmor**, penulis buku “We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People,” berpendapat bahwa telah muncul ekosistem media baru yang memungkinkan adanya percakapan multidirectional yang memperkaya dialog di tataran masyarakat sipil.

Dukungan terhadap jurnalisme warga ternyata juga datang dari kalangan wartawan. **Richard Sambrook**, wartawan BBC's World yang mengatakan bahwa sudah terjadi pembentukan jaringan informasi di era global yang memungkinkan munculnya interaksi yang tinggi antara BBC dengan audience. Ia mengamati bahwa para jurnalis BBC harus bisa bekerjasama dengan audience dengan memberi kesempatan untuk memberikan kontribusi pada informasi di BBC. Sementara **Jean K. Min**, direktur Ohmynews Internasional memiliki pandangan cukup menohok jurnalis profesional dengan mengatakan bahwa pembaca bukan lagi konsumen pasif dari reporter-reporter arogan, namun pihak aktif yang membuat dan mengkonsumsi berita yang mereka buat sendiri. Jika berbicara tentang kontribusi citizen journalist sendiri, bisa dilihat dari berbagai peristiwa di belahan bumi yang penyebarannya justru bersumber dari blog warga yang dalam hal ini berperan sebagai citizen journalist. Seth Hettner (Nieman Report, 2005), seorang koresponden The Associated Press in San Diego yang menulis tentang militer merasakan peran penting isi blog dan web personal milik warga untuk kepentingan liputannya.

Di Indonesia, jurnalisme warga juga bisa dibilang sudah mulai berkembang dan kegunaannya dirasakan saat adanya peristiwa-peristiwa besar seperti serangan teroris dan bencana alam. Namun jurnalisme warga juga dibentuk dengan tujuan kelompok atau masyarakat tertentu yang mempunyai tujuan yang sangat eksklusif.

Ditengah munculnya optimisme terhadap perkembangan dan kegunaan jurnalisme warga, muncul juga skeptisme yang mempertanyakan eksistensi jurnalisme baru ini yang datang dari mainstream media. *Shayne Bowman* and

*Chris Willis* dalam artikelnya berjudul “The Future Is Here, But Do News Media Companies See It?” mengatakan bahwa saat ini memang era CJ, namun apakah media tradisional mau menerimanya? Ia mengatakan bahwa media tradisional sepertinya belum mau menerima apalagi mengadopsi prinsip-prinsip jurnalisme warga.

Menurut hasil penelitian yang merupakan thesis yang dibuat oleh mahasiswa Master Art in Journalism Ateneo de Manila University, Moch. Nunung Kurniawan tahun 2006, menyatakan bahwa beberapa praktisi media di Indonesia masih menjaga jarak dengan online media. Beberapa dari mereka berpendapat wartawan profesional yang melakukan tugas jurnalistik karena sudah dibekali dengan kemampuan peliputan yang mumpuni dan dibimbing dengan kode etik jurnalistik. Hal lain yang menunjukkan bahwa masih banyak yang masih meragukan karena akan turunnya kredibilitas portalnya, kemungkinan masalah hukum dan kurangnya pemahaman atas kode etik jurnalistik dari reporter warga. Mereka juga tidak menampilkan berita dari warga hanya menindaklanjuti laporan dari warga.

Sikap seperti itu yang dikatakan Bill Kovach, seorang editor di the New York Time, sebagai sikap jurnalis yang tertutup terhadap perkembangan media baru. Ia mengatakan bahwa terlalu banyak jurnalis profesional terutama jurnalis yang ada di generasi Bill yang masih bingung terhadap tantangan media baru bagi jurnalis dan cenderung pasif terhadap kesempatan media tradisional atas keberadaan media baru ini.

Yang pasti sejak tahun 2002-nan, citizen media telah berkembang pesat yang mencoba mencari eksistensi di tengah atmosfer media tradisional. Dengan

adanya internet, citizen media mampu menyebarkan informasi dalam bentuk teks, audio, video, foto, komentar dan analisis. Bahkan mampu menjalankan fungsi pers seperti watchdog, filter informasi, pengecekan fakta bahkan pengeditan.

Allan menegaskan *Citizen Media* telah menjadi *trend* baru yang seharusnya mendapat perhatian dari media tradisional, termasuk di Indonesia. Ia mengamati, dengan kekhawatiran dan ketakutannya, media tradisional mulai belajar bagaimana mengubah konsep jurnalisme mereka dari pendekatan *authoritarian* menjadi *top-down* untuk bisa bersaing di era baru ini, termasuk salah satu strategi agar tetap dekat dengan *audience* mereka.

Untuk menjelaskan fenomena adanya kolaborasi antara *citizen journalism* dengan tradisional media ini, John Hiler (Nieman Report, 2005, p. 9) dalam artikelnya "*Blogosphere: The Emerging Media Ecosystem*" memperkenalkan munculnya konsep yang disebut *Media Ecosystem*. Konsep ini menjelaskan adanya hubungan baik antara *citizen media* dengan *mainstream media*. Proses ini terjadi saat *blogger* mendiskusikan dan mengembangkan berita yang diproduksi oleh *mainstream media*, dimana didalamnya terdapat aktifitas *citizen journalism*, *grass-roots reporting*, laporan saksi mata, komentar, analisis, aktifitas *watchdog*, pengecekan fakta, termasuk menjalankan peran sebagai sumber berita dan pemberi ide berita.

Lalu bagaimana masa depan *citizen media*? Tak bisa dipungkiri *citizen journalism* akan menjadi konsep yang membuat frustrasi *mainstream media* karena fungsi dan perkembangannya yang terus menarik perhatian warga sendiri. Stuart Allan (Nieman Report, 2005, p. 11) menawarkan beberapa point penting keberadaan media baru yang perlu diperhatikan *mainstream media* sebagai bahan

pertimbangan agar *old media* bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan globalisasi informasi, yaitu:

- a. Situs berita online akan membantu mainstream media untuk mengintegrasikan isi informasi mereka dengan informasi yang dibuat warga. Wartawan yang meliput suatu kejadian bisa menggabungkan fakta yang didapatnya dengan informasi di blog milik warga. Di Indonesia praktek ini sudah banyak terjadi dalam proses newsgathering misalnya dalam peristiwa Tsunami Aceh, Bom Bali dan Jakarta, dan peristiwa besar lainnya. Richard Sambrook (2005, p.15) menulis pengalaman yang sama yang dialami oleh BBC saat peliputan bom teroris di kereta bawah tanah di London dimana dalam waktu 6 jam redaksi BBC menerima 1000 foto, 20 amateur video dan 20.000 email yang dikirim oleh warga. Disinilah BBC menyadari bahwa warga sudah menjadi partner BBC dalam mencari informasi yang dibutuhkan warga.
- b. Munculnya internet mobile akan membawa perubahan dramatik tentang bagaimana berita dibuat dan disebar. Inilah fenomena yang terjadi di Indonesia dimana mobile internet berkembang begitu pesat, yang mulai dijadi oleh media tradisional di Indonesia, misalnya dengan memproduksi e-paper yang bisa didistribusikan lewat mobile internet.
- c. Citizen media akan mendorong transparansi yang semakin terbuka dalam pelaporan berita. Hal ini menyebabkan para jurnalis profesional mulai membuat blog untuk mencari *feedback* informatif dari *audience*. Di Indonesia bisa dilihat dalam blog para jurnalis yang cukup aktif seperti blog wartawan

kompas di [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com) dan blog jurnalis SCTV di [www.blog.liputan6.com](http://www.blog.liputan6.com).

- d. Citizen media akan menggeser otoritas penguasa informasi dari ranah institusi media ke otoritas individu atau komunitas. Saat ini pergeseran ini nampak jelas dalam peristiwa-peristiwa besar dimana jurnalis profesional mau tidak mau harus menayangkan foto, video maupun data yang didapat oleh warga. Terakhir di Bom JW Marriot dan Ritz Carlton, video amateur menjadi satu-satunya gambar yang ditayangkan oleh televisi saat menggambarkan keadaan beberapa saat setelah bom meledak.
- e. Perkembangan online media telah merubah pendidikan jurnalisisme, termasuk yang dilakukan oleh institusi media. Misalnya BBC yang melakukan pendidikan *broadcast* dan *training media online* gratis untuk mendekati diri pada *audience* dengan cara menjadikan *audience* mereka sebagai kontributor.

Dalam contoh kasus kecil, BBC melibatkan 10 jurnalis lokal yang telah ditraining, yang selanjutnya akan menjadi bagian tim peliputan BBC. Sebuah lompatan perubahan yang belum terjadi di media televisi di Indonesia. Namun di Indonesia sudah ada program televisi yang menayangkan hasil liputan jurnalis warga dalam sebuah program di metrotv yaitu *I witness*. Sementara perkembangan pendidikan jurnalistik di luar institusi *mainstream media* juga berkembang secara dramatis, seperti pendidikan jurnalisisme warga yang diadakan secara profesional oleh *blog citizen journalism*, *Ohmynews.com* di Korea Selatan. Konsep pendidikan ini di Indonesia ditanamkan oleh beberapa situs jurnalisisme warga yang ada di Indonesia.



Berbagai perubahan konsep media profesional akibat adanya *the new media* dalam hal ini *citizen media* perlu dicermati jurnalis di Indonesia. Apa yang belum terjadi di Indonesia bisa saja terjadi karena globalisasi informasi pada dasarnya akan berkembang sama, meski waktu perubahan berbeda.

### **BAB III**

#### **TEMUAN PENELITIAN**

##### **A. Melihat Potensi CJ di Indonesia dari 100 Website terpopuler di Indonesia**

Perkembangan media online di Indonesia bisa dilihat dengan mengamati popularitas website-website yang menjadi favorite masyarakat. Sementara untuk mendapatkan gambaran tentang respon masyarakat Indonesia pada CJ, maka peneliti tidak hanya mengamati aktifitas website CJ namun juga melihat kecenderungan akses masyarakat terhadap jenis website termasuk kontennya. Berdasarkan data yang tercantum di [www.alexacom](http://www.alexacom)<sup>9</sup>, peneliti mendapatkan daftar 100 website terpopuler di Indonesia. Dari situ, peneliti mengerucutkan data menjadi 10 website terpopuler dan juga mendata *news media online* apa saja yang masuk dalam 100 besar website terpopuler di Indonesia tersebut. Dengan demikian peneliti bisa memberikan deskripsi tentang bagaimana kecenderungan karakteristik masyarakat Indonesia dalam menggunakan media online.

Tabel 1 memperlihatkan bahwa saat ini situs jejaring sosial facebook.com menempati posisi pertama penggunaan website di Indonesia. Berdasarkan Alexa, facebook yang mulai online 29 Maret 1997 ini, selain di Indonesia, situs ini juga menjadi nomor 1 di Filipina, Malaysia, Bangladesh dan Singapura.

Di Asia, Indonesia adalah user tertinggi, namun tertinggi di dunia masih diduduki oleh Amerika Serikat sebanyak 29,7% dari total pengguna Facebook

---

<sup>9</sup> Website yang kini menjadi acuan untuk melihat database informasi tentang situs yang meliputi data statistik kunjungan user internet di sebuah website. Alexa juga menyediakan informasi tentang website terpopuler di dunia dan di suatu negara.

dan Inggris yang memiliki 5,4% user. Sementara dari total pengguna Facebook, Indonesia meraup 3,6 % dari total user facebook dan memiliki peringkat nomer 6 didunia, jauh diatas Malaysia dan Filipina misalnya yang hanya memiliki sekitar 1 % user dengan peringkat diatas 15 di dunia. Sebagai informasi tambahan, facebook memiliki 550.000.000 *page view*<sup>10</sup> tiap harinya.

**Tabel 1**

**10 Website Terbaik di Indonesia Per 25 Oktober 2009**

Peringkat	Nama Website	Keterangan
1	facebook.com	Situs jejaring sosial
2	google.co.id	Provider, Search Engine, News, MO
3	yahoo.com	Provider, Search Engine, News, MO
4	google.com	Provider, Search Engine, News, MO
5	Blogger.com	Layanan blog gratis
6	youtube.com	Video media sharing
7	wordpress.com	Layanan blog gratis
8	kaskus.us	Potral Forum
9	detik.com	Portal berita dan informasi
10	wikipedia.org	Kamus online

*Sumber: www.alexa.com*

Sementara itu dalam 10 besar website terpopuler di Indonesia ini, posisi ke 2,3 dan 4 diduduki oleh provider yang menyediakan fasilitas seperti search engine, berita, markering online, hiburan dan informasi ini. Posisi provider tertinggi di Indonesia diduduki oleh [www.google.co.id](http://www.google.co.id). Alexa memperlihatkan kebanyakan para pengunjung menggunakan provider pada fasilitas *search engine* baik untuk pencarian data maupun *images*.

Sementara posisi 5,6 dan 7 ditempati oleh penyedia layanan gratis untuk blog yaitu blogger dan wordpress dan youtube yang merupakan website untuk

---

<sup>10</sup> Jumlah kunjungan user ke halaman sebuah website per hari

sharing video secara gratis. Youtube, blog dan wordpress sendiri memiliki hubungan dekat karena mereka bisa saling tersambung, misalnya banyak blog yang mengambil *link* di *youtube* untuk menampilkan gambar di blog mereka.

Jika dihubungkan dengan pembahasan tentang perkembangan blog di Indonesia, bisa dibilang data ini mendukung perkembangan CJ, karena blog sendiri merupakan akar berdirinya CJ. Sementara Youtube yang di Amerika memiliki ranking nomer 4 ini menjadi gebrakan di dunia maya dimana siapapun bisa mengupload gambar apapun.

Implikasi Youtube terhadap dunia CJ sendiri sangat besar, dimana Youtube memungkinkan warga menshare video yang pada awalnya hanya didominasi oleh media televisi. Bahkan saat ini Youtube menjadi referensi user untuk melihat kejadian-kejadian luar biasa yang berhasil direkam oleh warga, misalnya gempa padang, bom bali, tsunamy di Aceh, dll.

Pada tataran garis merah antara CJ dengan mainstream media, bisa dibilang Youtube berhasil menjadi penghubung antara jurnalis warga dengan *mainstream* media, dimana banyak *mainstream* media yang mendownload gambar-gambar yang diupload warga untuk kepentingan pemberitaan.

Tiga peringkat terakhir dalam 10 website terpopuler di Indonesia adalah kaskus.us, detik.com dan wikipedia.org. Jika mengacu pada definisi CJ berdasarkan Stive Outing (2005)<sup>11</sup> tentang *11 layers of Citizen Journalism*, kaskus.com masuk dalam kategori website CJ yaitu *Newsroom citizen 'transparency' blogs* dimana kaskus.us menyediakan forum bagi warga untuk

---

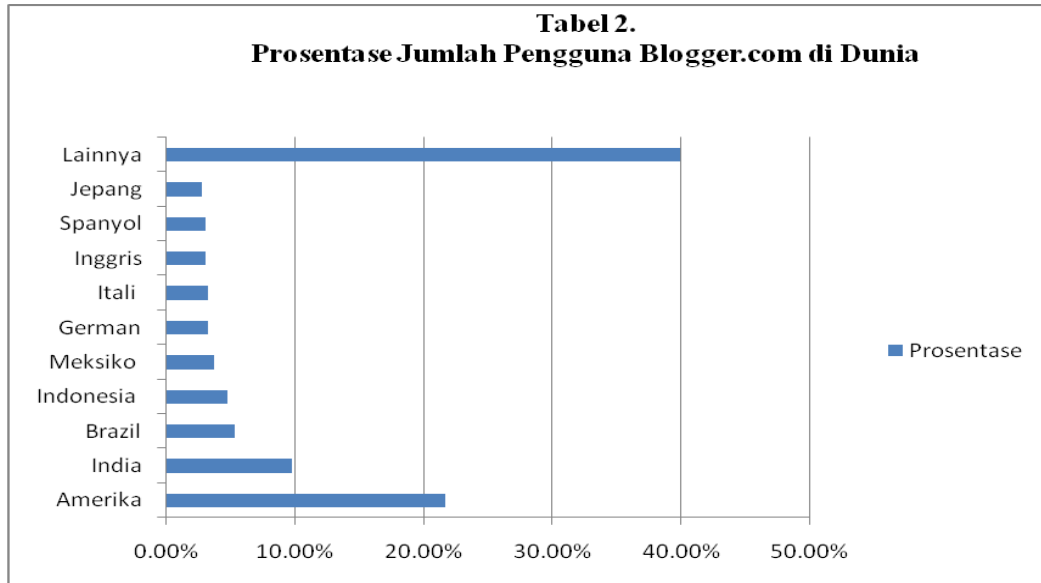
<sup>11</sup> Outing, Stive. (2005). *The 11 Layers of Citizen Journalism*. From Poynter Online. Diupload pada tanggal 27 Juni 2009. Websites: [http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=83126](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126)

menyampaikan kritikan, informasi, keluhan, berita yang bisa didiskusikan oleh sesama user. User juga bisa menyampaikan berita yang sumbernya dari *newsites* lain untuk kemudian dikomentari bersama-sama. Sementara itu *wikipedia.org* juga masuk dalam lapisan CJ menurut Outing yaitu *wiki model*, dimana pembaca adalah juga editor dan setiap orang bisa memberi tambahan atau komentar terhadap artikel yang terbit.

Detik.com sebagai portal pertama di Indonesia yang berdiri pada tahun 1997 sebenarnya dikelola oleh jurnalis profesional, namun masuk dalam kategori CJ meski pada lapisan luar karena website ini memberikan kesempatan kepada warga untuk mengomentari setiap berita yang dibuat oleh jurnalis profesional *detik.com*.

Jika top ten dikelompokkan ke dalam jenis-jenis website maka dapat dilihat data tentang bagaimana potensi perkembangan CJ di Indonesia. Dari ke 10 web terbaik di Indonesia tersebut ada *blogger.com* dan *wordpress.com* yang merupakan penyedia layanan pembangunan blog gratis.

Berdasarkan alexa, per 25 Oktober 2009, Indonesia memiliki ranking ke 4 didunia pengguna wordpress di seluruh dunia yaitu sebanyak 4,8% dibawah Brazil, India dan AS. Sementara pengguna wordpress di Indonesia per 25 Oktober 2009 menduduki peringkat 3 yaitu 7,0 % dari seluruh user didunia, sementara posisi pertama diduduki Amerika dan kedua India. Sementara sebagai ilustrasi, lihat tabel 2 yang memperlihatkan posisi 1 hingga 10 pengguna *blogger.com* di dunia.



*Data diolah dari [www.alexacom](http://www.alexacom) per 25 Oktober 2009*

Ini artinya perkembangan blog di Indonesia lebih tinggi dari negara-negara maju seperti Inggris, Australia, Itali, Jepang, dll. Meski bukan berarti bahwa pemakai blog CJ di Indonesia membuat blog untuk CJ, namun ini mengindikasikan bahwa warga Indonesia memiliki keinginan untuk berkomunikasi di dunia maya. Padahal jumlah pemakai internet di Indonesia masih jauh dibawah negara-negara maju tersebut. Sementara *Youtube* juga menjadi sarana penyebaran *audio video* yang saat ini menjadi salah satu piranti pendukung penting bagi aktifitas para *blogger*.

Sementara *Facebook* yang memiliki posisi pertama di Indonesia, sebenarnya juga memiliki potensi untuk perkembangan CJ, misalnya menjadi penyebar informasi yang cepat. Lihat saja saat gempa di Padang terjadi bulan Oktober 2009, status milik para user di *facebook* sangat cepat dalam menginformasikan kejadian ini.

Kaskus.us menjadi satu-satunya jenis CJ yang paling mendekati ideal dalam top ten website terpopuler diatas. Berdasarkan *websiteoutlook.com*, tiap

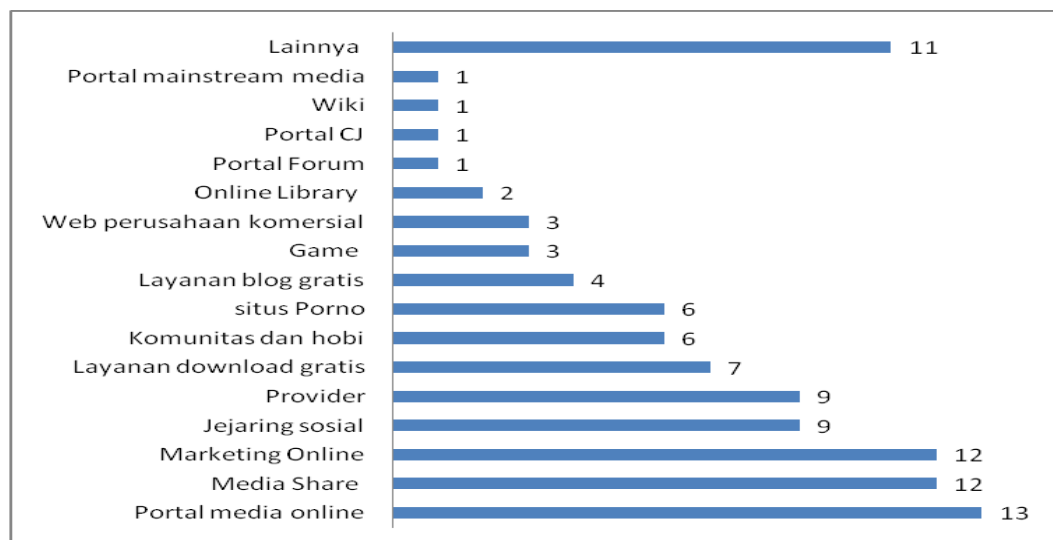
hari halaman kaskus mendapatkan 2.857.142 kunjungan (*page view*) dan memiliki *page rank*<sup>12</sup> 5 sama posisinya dengan okezone.com dan detiknews.com.

Posisi top ten dari website yang memberikan fasilitas bagi perkembangan CJ diatas peneliti melihat ada potensi besar perkembangan CJ di Indonesia seiring dengan perkembangan teknologi internet di Indonesia.

Sementara itu pada lampiran 1 tentang website terpopuler di Indonesia juga memberikan banyak informasi tentang peta website di Indonesia dan usernya. Data ini akan berguna untuk melihat dari jarak yang lebih jauh, bagaimana karakter user internet di Indonesia. Lihat tabel 3 dibawan ini!

**Tabel 3**

**Kategori web yang masuk dalam 100 web terpopuler di Indonesia**



Data diolah dari [www.alexa.com](http://www.alexa.com) per 25 Oktober 2009

<sup>12</sup> Sebuah algoritma sebagai salah satu fitur utama mesin pencari google yang telah dipatenkan yang berfungsi menentukan situs web mana yang lebih penting/populer. Sebuah situs akan semakin populer jika semakin banyak situs lain yang meletakkan *link* yang mengarah ke situsnya, dengan asumsi isi/content situs tersebut lebih berguna dari isi/content situs lain. PageRank dihitung dengan skala 1-10, dimana semakin tinggi nilai maka nilai semakin baik.

Kategori website yang masuk dalam kategori lainnya adalah lowongan pekerjaan, kasino, arsip milis, blog direktori, web milik sebuah band dan hosting.

Pada tabel memperlihatkan kategori terbanyak adalah portal media online berupa portal penyedia informasi, berita dan hiburan. Peneliti mengkategorikannya dalam media online yang berdiri sendiri dan bukan portal atau newsite milik mainstream media. Website yang masuk dalam kategori ini adalah detik.com, okezone.com, vivenews.com, dll.

Peneliti mencoba membandingkannya dengan media online milik mainstream media yang ternyata hanya 1 web yang masuk di 100 web terpopuler di Indonesia yaitu kompas.com. Sebagai bandingan web liputan6.com milik pemberitaan SCTV ada di posisi 199, suaramerdeka.com milih harian Suara Medeka di posisi 336, metrotvnews milik Mertotv ada di posisi 245, dll<sup>13</sup>. Pembahasan ini akan dilengkapi di bagian lain bab ini.

Kategori yang cukup banyak adalah web media share semacam youtube, marketing online, situs jejaring sosial semacam facebook, flickr, dll serta provider yang menyediakan fasilitas email, SE, berita, informasi. Sementara itu website yang masuk kategori *Citizen online Journalism* murni yang berdiri sendiri tidak ada, namun peneliti menemukan website CJ yang masuk dalam portal berita (Portal CJ) dan informasi seperti di inilah.com yang menyediakan halaman khusus untuk CJ. Portal CJ yang kedua adalah kaskus.us yang merupakan forum bersama warga. Web yang mengklaim sebagai web yang memberikan hak-hak dasar termasuk kebebasan berbicara ini, memungkinkan

---

<sup>13</sup> Informasi lengkap ada di lampiran 2



siapapun memasukkan informasi dan setiap member memiliki kesempatan untuk saling memberikan komentar.

Jika dihubungkan dengan perkembangan media online di Indonesia, peneliti melihat beberapa hal menarik diantaranya, *pertama*, media online hal ini portal media *online* atau *newsites* yang lepas dari *mainstream* media bisa mengalahkan versi *online mainstream* media. Nama besar *mainstream* media sepertinya belum cukup untuk membuat versi webnya lebih populer dimata pengguna internet. *Kedua*, jika dihubungkan dengan CJ di Indonesia, sebenarnya banyak potensi yang dimiliki untuk perkembangan CJ, misalnya hampir semua *portal media online* menyediakan ruang bagi pembaca untuk memberikan komentar, termasuk *web* milik *mainstream* media. Bentuk tersebut masuk dalam kategori 11 layer CJ dari outing yang digunakan sebagai dasar pengkategorisasian CJ di penelitian ini.

## **B. Pemetaan Citizen Journalism di Indonesia**

Pada pembahasan ini peneliti mengolah data informasi web yang berasal dari tiga sumber yaitu alexa.com yang memberi informasi tentang ranking website, websiteoutlook.com yang memberi informasi tentang page viwe dan page rank, serta whoisbuket.com yang memberi informasi tanggal/ tahun online-nya sebuah web.

Dari ketiga website itu, peneliti berhasil membuat database<sup>14</sup> informasi website terpopuler di Indonesia versi alexa.com dan informasi lengkap tentang

---

<sup>14</sup> Lampiran 2

website tersebut. Dari database itu juga peneliti akhirnya bisa memetakan perkembangan citizen journalism di Indonesia.

Pembahasan ini juga menemukan kategori-kategori CJ setelah peneliti melakukan pengamatan mendetail pada masing-masing websites CJ yang ditemukan. Peneliti sendiri menggunakan landasan konsep Stephen Outing (2005) tentang *11 layer of CJ*. Sehingga blog dan web CJ yang masuk adalah semua web yang memenuhi kriteria Outing tersebut.

**Lampiran 2** memperlihatkan database Citizen Journalism di Indonesia yang berhasil dilacak dengan menggunakan google.co.id, sementara data pendukung diambil dari alexa.com, websitesoutlook.com dan whoisbucket.com<sup>15</sup>. Setelah melihat isi masing-masing website CJ peneliti berhasil membuat kategori-kategori CJ yang dibuat berdasarkan aktifitas user dan administrator seperti bentuk kontribusi user, arus informasi, visi dan misi website, bentuk fasilitas yang disediakan administrator. Kategori-kategori tersebut diantaranya:

- a. ***CJ murni***: web yang secara tegas memang menjalankan konsep CJ, biasanya terlihat dari *tagline* nya seperti milik kabarindonesia.com: “dari kita untuk kita”, ditemukannya folder “jurnalis warga”, berita yang dikirim murni dari warga, atau misinya untuk CJ.
- b. ***Portal CJ***: web yang memiliki unsur CJ meskipun pada dasarnya web blog portal media online yang dijalankan jurnalisme profesional. Biasanya terlihat dari menu “citizen journalism”. Misalnya: inilah.com

---

<sup>15</sup> Web yang menyediakan informasi tentang aktifitas web diantaranya waktu dibuat, updating terbaru, dll.

- c. *Mainstreams's CJ*: sama dengan Portal CJ hanya web yang menaunginya adalah portal milik mainstream media, misalnya: kompasiana.com dan citizenews.suaramerdeka.com
- d. *Portal Comment*: adalah portal yang dikelola wartawan online profesional (bukan dari unsur mainstream media) yang memberikan kesempatan kepada user untuk memberikan komentar atas berita yang diposting. Hampir semua newsites masuk dalam kategori ini. Misal detik.com, okezone.com, vivanews.com
- e. *Portal Forum*: Web yang merupakan forum saling berbagi informasi. Kadang para user tidak perlu membuat berita, namun hanya memberikan informasi sepenggal-sepenggal atau mengambil cuplika berita dari newsites kemudian dikomentari bersama, misalnya: kaskus.us, lintasberita.com. Beda forum dan comment adalah jika forum pemposting berita adalah user, sementara comment pemposting berita adalah administrator web.
- f. *Mainstream's Portal Comment*, yaitu web milik mainstream media yang memberikan kesempatan kepada user untuk berkomentar pada berita-berita yang dimuat.

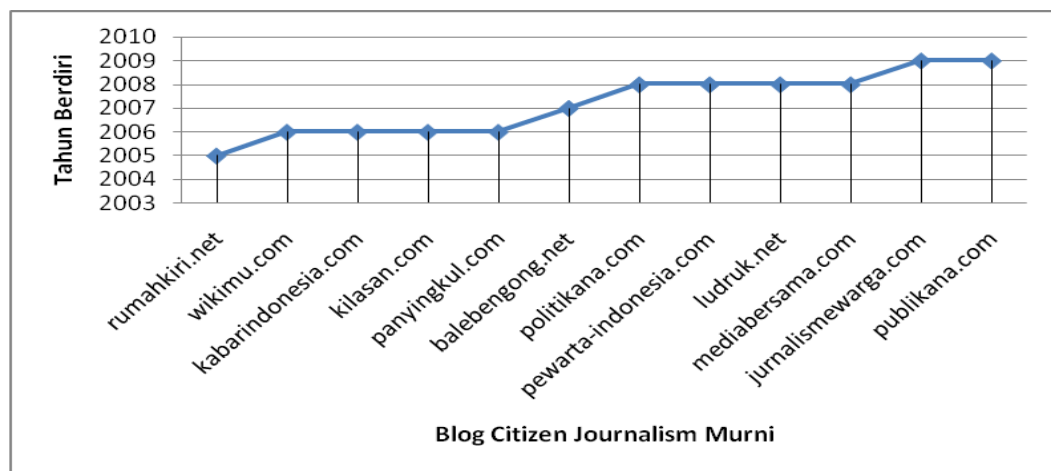
### **B.1 Kapan CJ masuk dan berkembang ke Indonesia?**

Untuk mengamati kapan perkiraan CJ masuk dan berkembang di Indonesia maka bisa melihat database **Lampiran 2** yang memuat data tahun berdiri masing-masing website CJ.

Peneliti memulai dengan mengambil data khusus CJ Murni yang menjadi konsep paling mewakili konsep CJ. Alasan menggunakan data CJ murni untuk melihat sejarah masuknya CJ juga didasari pada asumsi bahwa ada kemungkinan kategori CJ lain bisa jadi muncul setelah kategori CJ murni hadir dan mulai diterima masyarakat Indonesia<sup>16</sup>. Lihat tabel berikut!

**Tabel 4**

**Sejarah Kemunculan CJ di Indonesia**



*Diolah dari database lampiran 2, sumber: www.alex.com*

Dari berbagai sumber baik dari wawancara dengan narasumber maupun dari artikel di internet, peneliti mendapatkan data bahwa CJ versi online mulai muncul pada tahun 2006 yaitu dengan munculnya panyingkul.com di Makasar. Namun dari hasil pelacakan peneliti di Internet, sebenarnya sebuah situs CJ sudah ada di Indonesia sejak tahun 2005 dengan nama rumahkiri.net.

Mungkin web ini kurang populer sehingga luput dari pendataan sebagai CJ pertama yang muncul di Indonesia. Memang, berdasarkan database lampiran 1 rumahkiri tidak begitu populer yaitu menempati ranking 49.444 di Indonesia.

<sup>16</sup> Misalnya saja Kompasiana.com yang baru muncul tahun 2008 atau 9 tahun setelah Kompas.com resmi online

Sebagai bandingan, panyingkul.com masuk ranking 27.708, sementara wikimu di posisi 812.

Blog rumahkiri.net sendiri memiliki tagline *Media Alternatif Kaum Progresif* ini isinya tidak selalu mengikuti pemberitaan mainstream media, namun kebanyakan berupa tulisan kritis dengan tujuan utama berjuang untuk melakukan perubahan di Indonesia. Web yang hidup dari donasi anggota ini, juga memiliki tujuan untuk mengembangkan CJ dan mengimbangi dominasi informasi dari mainstream media<sup>17</sup>.

Berdasarkan pengamatan peneliti, media ini sepertinya cukup pedas menulis kritik terhadap pemerintah hingga sempat mendapat julukan "*Situs Kaum Kiri Indonesia*". Seperti tulisan di banner depan yang masih ada hingga saat ditulis (30/10/09) yaitu: "*Republik Indonesia Sekarang Negaranya Para Maling*<sup>18</sup>".

Website ini juga sempat menimbulkan kontroversi, saat dianggap menyebarkan ajaran komunisme<sup>19</sup> hingga mendapat protes dari Forum Umat Islam Jabar Bersatu (FUI-JB) yang mengeluarkan "Imbauan Ramadan 1428 H" tentang perlunya memperluas wacana perihal fenomena bangkitnya kembali pengikut ajaran komunis di Jabar. Pernyataan FUI-JB itu di harian Pikiran Rakyat tanggal 30 September 2007.

---

<sup>17</sup>Pengelola Website Rumahkiri.net. (2008). *Donasi*. Diunduh tanggal 30 Oktober 2009. Website: [http://www.mediabersama.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1722&format=pdf](http://www.mediabersama.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1722&format=pdf)

<sup>18</sup> Said Umar A. (2006). *Republik Indonesia Sekarang, Negaranya Para Maling*. Diunduh tanggal 30 Oktober 2009, dari Situs Rumahkiri, website: [http://rumahkiri.net/index.php?option=com\\_content&view=article&id=181:republik-indonesia-sekarang-negaranya-para-maling&catid=38:diskursus&Itemid=97](http://rumahkiri.net/index.php?option=com_content&view=article&id=181:republik-indonesia-sekarang-negaranya-para-maling&catid=38:diskursus&Itemid=97)

<sup>19</sup> indo-marxist@yahoogroups.com. 2007. *Benarkah Situs Rumah Kiri (www.rumahkiri.net) Menyebarkan Komunisme?* diunduh tanggal 30 Oktober 2009, dari [www.mail-archive.com](http://www.mail-archive.com). Website: <http://www.mail-archive.com/indo-marxist@yahoogroups.com/msg02526.html>

Protes yang dilayangkan oleh FUI-JB ini memperlihatkan bahwa blog rumahkiri.net sudah mendapat perhatian, dimana masyarakat sudah mulai *melek* internet, termasuk *melek* CJ, meski mungkin istilah CJ saat itu belum familiar. Sementara berdasarkan pelacakan peneliti, popularitas rumahkiri memang masih jauh dibanding dengan mainstream media. Berdasar pelacakan pada tanggal 25 Oktober 2009, dengan alexa dan websiteoutlook, rumahkiri berada pada ranking 49.444 di Indonesia, *pageview* 564 dan *pagerank* 4 (lihat lampiran 2).

Dengan ditemukannya blog rumahkiri.net, maka peneliti berkesimpulan bahwa CJ pertama kali masuk di Indonesia pada tahun 2005. Namun, pada data di Lampiran 2, sebenarnya ada web yang masuk kategori CJ yang muncul di Indonesia jauh sebelum rumahkiri.net yaitu kompas.com tahun 1995, kemudian suaramerdeka.com tahun 1996, kemudian Detik.com tahun 1998, dst.

Meski demikian peneliti tidak menyebut ketiganya sebagai tonggak kemunculan CJ di Indonesia, karena mereka dikelola oleh mainstream media. Kompas.com dan Suaramerdeka.com berdiri di bawah surat kabar harian masing-masing, sementara detik.com bisa dibilang pelopor perkembangan media online yang dikelola oleh jurnalis profesional.

Namun kenapa kedua website ini masuk dalam kategori CJ? Peneliti melihatnya dari konsep komunikasi dua arah dimana *user* diberi tempat untuk memberikan komentar atas berita yang dimuat. Seperti kata outing (2005), dimana konsep ini masuk dalam 11 layer CJ yang disebut *Opening up to public comment*, dalam penelitian ini masuk kategori *Mainstream's Portal Comment*.

Tabel selanjutnya akan memperlihatkan jumlah masing-masing kategori sehingga akan memperlihatkan kategori CJ jenis apa yang mendominasi dari keseluruhan jumlah CJ yang ditemukan.

Tabel 5

Jumlah CJ berdasarkan Kategori

<b>Kategori</b>	<b>Jumlah blog</b>	<b>Terpopuler/ Ranguking IND</b>
Portal Comment	15	detik.com/ 9
CJ murni	12	wikimu.com/ 812
Portal CJ	9	inilah.com/ 42
Portal Forum	7	kaskus.us/ 8
Mainstream's Portal Comment	5	liputan6.com/ 119
Mainstream's CJ	2	kompasiana.com/ 287

*Diolah dari database lampiran 2*

Tabel 5 memperlihatkan bahwa jumlah kategori CJ terbanyak yang terlacak peneliti adalah portal comment yaitu sebanyak 15 buah, dengan popularitas tertinggi detik.com yang masuk rangking 10 besar di Indonesia. CJ online murni sendiri berjumlah 12 dengan blog terpopuler wikimu.com. Portal CJ ada 9 buah dengan inilah.com sebagai portal CJ terpopuler. Portal forum juga cukup banyak yaitu 7 buah dengan kaskus.us yang menempati posisi nomer 1, bahkan kaskus memiliki posisi nomer 8 web terpopuler di Indonesia. Sementara Portal comment yang dikelola oleh mainstream yang masuk dalam pelacakan hanya ada 5 dan mainstream's CJ hanya ada 2 milik kompas.com dan suara merdeka.com.

Dari tabel tersebut terlihat bahwa CJ murni memiliki jumlah yang cukup tinggi dan terlihat mulai memperlihatkan eksistensinya di Indonesia. Namun demikian, peneliti melihat popularitasnya masih jauh dibawah portal yang dikelola secara profesional oleh mainstream media dan jurnalis profesional. Lihat

saja posisi terpopuler untuk CJ murni wikimu.com ada di rangking 812 di Indonesia, sementara kompasiana.com yang baru berumur 1 tahun sudah masuk posisi 287. Sementara detik.com yang merupakan portal dikelola jurnalis profesional masuk di posisi 9 di Indonesia, demikian juga dengan kategori lain yang posisinya jauh diatas wikimu.com

Peneliti melihat keunikan portal forum yang memiliki jumlah terbanyak dengan kaskus.us yang menempati posisi 8 web terpopuler di Indonesia mengalahkan detik.com. Ada perbedaan besar dari kaskus.us dengan detik.com dimana kaskus.us kendali berada di tangan user – dalam hal ini warga, sementara detik.com kendali berada di tangan administrator – dalam hal ini jurnalis profesional.

Ini artinya kaskus bisa dibilang web milik warga, sementara detik.com milik jurnalis profesional. Dari sini peneliti menilai bahwa pada dasarnya sudah ada CJ di Indonesia (kaskus.us) yang popularitasnya mengalahkan mainstream media (detik.com). Disini peneliti melihat ada beberapa hal yang menyebabkan portal forum lebih dipilih user. *Pertama*, member portal forum tidak perlu membuat berita seperti halnya CJ murni, namun hanya berkomentar dan bahkan meng-copy informasi apapun dari portal lain untuk kemudian dikomentari bersama. Hal ini bisa jadi tidak bisa dilakukan dikategori CJ lain, misalnya saja CJ murni bahkan menuntut jurnalis menulis tulisan dengan baik seperti halnya jurnalis profesional. Jika mereka membuat berita, maka formatnya tidak harus formal dan sesuai kaidah jurnalistik. *Kedua*, di portal forum, user bisa berekspresi dan berkomentar bebas bahkan hingga memaki, sementara di kategori CJ lain biasanya user tidak sebebas itu. Misalnya saja di portal comment kadang



bahkan ada komentar yang tidak ditayangkan redaksi jika tidak sesuai dengan kebijakan redaksi.

Tabel 5 juga memperlihatkan mulai adanya *mainstream* media di Indonesia yang mencoba berkolaborasi dengan CJ dengan memberikan halaman khusus untuk CJ. Fasilitas ini sebenarnya memperlihatkan bahwa *mainstream* media di Indonesia mulai melihat kekuatan jurnalisme warga yang sebenarnya memberikan keuntungan bagi mereka. Meski demikian ternyata hanya ada 2 website mainstream yang memasukkan CJ di websitenya, yaitu [kompasiana.com](http://kompasiana.com) dan [citizenews.suaramerdeka.com](http://citizenews.suaramerdeka.com). Pembahasan tentang kolaborasi mainsteram dengan CJ akan dibahas dibagian lain penelitian ini.

## **B.2 Persatuan Pewarta Warga Indonesia Didirikan tahun 2007**

Persatuan Pewarta Warga Indonesia berdiri 11 November 2007 dengan website [www.pewarta-indonesia.com](http://www.pewarta-indonesia.com) yang mulai online tahun 2008. Penulis perlu menyoroti blog yang berkantor di Gedung Dewan Pers L1 Jakarta ini karena memiliki kelebihan dibanding blog CJ murni lain misalnya memberikan kartu pers untuk jurnalis warga yang menjadi member, memiliki kode etik, memiliki program pelatihan untuk jurnalis warga. Hal ini selangkah lebih maju dibanding dengan CJ murni lain yang hadir lebih awal.

Berikut ini adalah gambar kartu pers untuk para jurnalis warga yang menjadi member di blog ber-*tagline* “community news by citizen journalist” ini. Kartu ini dibagikan bagi warga yang menjadi member dengan mendaftar di situs [pewarta-indonesia.com](http://pewarta-indonesia.com). Dengan kartu ini (lihat gambar 1) diharapkan para jurnalis warga bisa bergerak selayaknya reporter profesional.

Menurut pengurus PPWI ide dari dibuatnya kartu ini adalah dari keluhan jurnalis warga yang menulis di ohmynews.com karena kesulitan akses saat meliput berita hanya karena tidak memiliki tanda pengenal.

Gambar 1

Contoh Kartu Pers Jurnalis Warga PPWI



Sementara itu kode etik PPWI sendiri dimaksudkan agar anggota PPWI memperhatikan rambu-panduan bagi setiap aktifitas saat meliput dan menulis berita<sup>20</sup>.

PPWI sendiri memiliki Biro Hukum akan memberikan advokasi atas segala kegiatan pewarta warga, termasuk perlindungan hukum dan sosial. Kepengurusan PPWI juga tidak hanya di Jakarta, namun juga sudah ada di berbagai daerah di Indonesia seperti Yogyakarta dan Palembang dan rencananya akan membuka cabang lain di Padang, Semarang dan Siak. Cabang juga akan dibuka di luar negeri seperti New Zeland, India, USA dan Belanda.

Meski sudah memiliki berbagai macam kelengkapan yang melebihi blog CJ murni yang sudah terlebih dahulu muncul seperti rumahkiri.net, wikimu.com,

---

<sup>20</sup> Kode Etik PPWI, website: <http://www.pewarta-indonesia.com/PPW/Kode-Etik/kode-etik-pewarta-warga-indonesia.html>

kabarindonesia.com dan panyingkul.com, namun pewarta-indonesia.com popularitasnya masih rendah meski sudah terdeteksi oleh alexa.com.

Pada tanggal 25 Oktober 2009, berdasarkan hasil pelacakan kami<sup>21</sup>, pewarta-indonesia.com menduduki posisi ke 26.072 di Indonesia, dengan page view 1040 per hari, page rank 1 dan dengan 9 situs yang terkoneksi.

Pada pengamatan sekilas di blog pewarta-indonesia.com ini, toolbar dan berbagai fasilitas didalamnya sudah cukup lengkap. Tingkat partisipasi dari user juga masih rendah dilihat dari tingkat updating berita yang lambat, dan bahkan kebanyakan artikel masih dari administrator.

Namun peneliti menganggap ini wajar, mengingat blog ini baru berumur 1 tahun-an dan mungkin masih banyak perbaikan yang bisa dilakukan. Keberadaan PPWI ini juga memperlihatkan bahwa CJ sudah mulai diakui keberadaannya di Indonesia.

### **B.3 Sikap Mainstream Media terhadap CJ**

Sikap mainstream media terhadap CJ menjadi pembahasan penting dalam penelitian ini mengingat trend jurnalistik warga di Indonesia mulai mengarah pada kolaborasi antaran CJ dengan mainstream media seperti yang juga sudah dilakukan media besar seperti CNN Amerika dan BBC Inggris. Di bagian ini peneliti akan mencoba melihat bagaimana sikap media terhadap CJ di Indonesia. Peneliti memperkirakan, media mainstream akan berkolaborasi dengan CJ saat CJ memperlihatkan kekuatannya. Sepertinya perkiraan penulis didukung oleh seorang reporter senior The News Stright, Malaysia bernama Karmegan

---

<sup>21</sup> Lihat lampiran 1

Marapan yang mengatakan “if we can’t beat them join them”. Yitu jika kita (dalam hal ini mainstream media” tidak bisa mengalahkannya, maka bergabunglah dengan mereka.

Di bagian ini peneliti mengungkapkan beberapa pernyataan para praktisi media massa tradisional tentang bagaimana media mensikapi kemunculan CJ dengan 3 pertanyaan dasar ini:

1. *Langkah apa yang dilakukan media anda dalam menghadapi kemunculan media online?*
2. *Apakah dalam membuat berita media anda berkolaborasi dengan CJ? Jika ya bagaimana prosesnya, jika tidak kenapa?*
3. *Apakah apa yang disampaikan oleh CJ melalui proses filter oleh redaksi?*

Pertanyaan singkat ini sengaja kami lakukan untuk memfokuskan pada topik penelitian ini dimana peneliti hanya ingin melihat bagaimana kecenderungan sikap mainstream media terhadap kemunculan CJ.

Sasaran wawancara kami adalah praktisi mainstream media yaitu jurnalis televisi, radio dan surat kabar dari media di Indonesia dan beberapa media besar dari beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Filipina, Singapura dan India<sup>22</sup>. Berikut daftarnya.

---

<sup>22</sup> Lihat Lampiran 4

Tabel 6

## Daftar Narasumber dari mainstream media

No	Nama	Nama Media	Jabatan
1	Moch. Kurniawan	Harian The Jakarta Post	Koordinator Versi Online dan Wartawan
2	Aulia	Harian Suara Merdeka	Pimred Suara Merdeka Cyber News
3	Redaksi I witness	Metro TV news	Redaksi I witnesses
4	Iwan Haryono	Radio Elshinta	COO & Chief Editor Elshinta
5	Redaksi Kompas	Kompas	Redaksi
6	Eko Purnomo	Liputan 6 SCTV	Wapimred news division
7	Karmegan Marappan	New Straits Times, Malaysia	Reporter
8	Arlene Burgos	ABS-CBN Broadcasting Corp, Filipina	New Media Manager, ABS-CBN News and Current Affairs

Dari hasil wawancara kami sudah mendapat gambaran bagaimana sikap *mainstream* media terhadap media online dan CJ. **Pertama**, semua *mainstream* media yang kami wawancarai sudah memiliki strategi dalam menghadapi perkembangan *online media* yaitu membuat versi online, **kedua**, semua melakukan kolaborasi dengan CJ, baik dilakukan dengan tidak sadar maupun dengan sengaja membuat jaringan dan bahkan ada yang menjalankan proyek besar dengan CJ, dan **ketiga**, semua *mainstream* media melakukan filter atas informasi yang disampaikan oleh CJ.

Di Indonesia, hanya ada dua Citizen Journalism dibawah portal online milik *mainstream media* yang terecord oleh alexa.com yaitu citizennews.suaramerdeka.com dan kompasiana.com yang keduanya sama-sama memberikan halaman khusus Citizen Journalist.

Sebelumnya Kompas sebenarnya memiliki KOKI atau kolom kita yang berisi tulisan dari warga, namun kemudian dihapus dan memfokuskan pada kompasiana yang memang juga sudah ada. Kompasiana pun mengalami

perubahan format dimana pada awalnya berisi tulisan dari para jurnalis Kompas yang bebas dikomentari, dan kini berubah format menyerupai *facebook*<sup>23</sup>.

The Jakarta Post dalam salah satu *page*-nya memberikan keterangan bahwa The Jakarta Post membuka kesempatan bagi siapa saja yang ingin mengirimkan gambar dan foto ke redaksi. Sementara saat ini The Jakarta Post juga sudah ada di *facebook*, dan pada liburan arus mudik dan balik sempat membuka *status* dan mengajak *facebooker* untuk ikut melaporkan kejadian di sekitar lingkungan mereka selama arus mudik dan arus balik.

Konsep yang diterapkan di The Jakarta Post sendiri menurut Mochammad Kurniawan, pengelola website The Jakarta Post dan juga wartawan senior mengatakan bahwa konsep yang diterapkannya terinspirasi dari radion Elshinta yang kini sudah memiliki 150.000 jurnalis warga.

Sementara, Karmegan Marapan, reporter *New Straits Times*, salah satu harian surat kabar di Malaysia mengatakan, *newsroom*-nya tidak membuat *space* khusus untuk CJ, namun medianya mengakui bahwa banyak berita yang dibuat berdasarkan *feedback* dari warga di versi online, dengan terlebih dahulu melakukan check dan recheck terhadap informasi tersebut.

Sementara televisi di Indonesia yang menggandeng CJ dalam programnya adalah Metro TV yang membuat program I-witness<sup>24</sup>. Disini warga mengirim video tentang kejadian disekelilingnya baik dengan handycam maupun hp. Pengiriman video sendiri sudah dilakukan dengan fasilitas streaming yang ada di web I-witness.

---

<sup>23</sup> Lihat website di [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com)

<sup>24</sup> beralamat website di <http://iwitness.metrotvnews.com>

Di Filipina, kolaborasi antara televisi dengan CJ juga dilakukan oleh televisi terbesar disana yaitu ABS CBN. Konsep ini, menurut peneliti diadopsi dari CNN. Wajar karena Maria Ressa<sup>25</sup>, *Senior Vice-President for News and Current Affairs* di ABS-CBN adalah mantan kepala biro CNN untuk Asia Tenggara.

Menurut Arlene Burgos, *New Media Manager* untuk *ABS-CBN News and Current Affairs* yang berhasil kami wawancarai, ABS-CBN telah mempersiapkan medianya untuk menghadapi pesaing barunya yaitu *the new media* termasuk CJ. Mereka sedang membangun proyek besar dengan memposisikan diri sebagai *multiplatform news organization* dengan memproduksi sendiri free TV, cable news, Internet dan social networking sites.

Arlene yang juga terlibat dalam membangun infrastruktur untuk proyek CJ di ABS CBN mengatakan bahwa ABS CBN mulai berkolaborasi dengan CJ sejak tahun 2005 dengan melaunching program Citizen Patrol.

Program tersebut cukup fenomenal dan di tahun 2010 ABS CBN membuat program bernama “I patrol Mo’ yang artinya “ Lindungi dan Laporkan Pilihanmu” atau “Protect and Report your Vote”<sup>26</sup>.

Menurut Arlene, I Patrol Mo dibuat agar bisa mengajak warga untuk lebih aktif berpartisipasi dalam proses demokrasi di Filipina. Caranya adalah dengan mengaspirasikan secara langsung suara mereka lewat media sehingga suara mereka bisa aman tanpa ada yang mempengaruhi. Medianya akan terus

---

<sup>25</sup> Penulis buku “ Seed of Theror” yang didasarkan pada laporan investigasi terhadap jaringan terorisme di Asia tenggara termasuk di Indonesia.

<sup>26</sup> Reyes, Leo. 2009. *Citizen Journalism is very much Alive In the Philippines*. Diakses pada tanggal 10 November 2009, dari website <http://www.digitaljournal.com/article/275824>

mengembangkan jaringan CJ dan saat ini sudah ada sekitar 150 ribu warga yang terlibat. Mereka juga sedang digembleng dengan workshop dan pelatihan jurnalistik yang diadakan ABS-CBN.

Sementara itu, Liputan 6 SCTV juga membangun versi *online* yaitu liputan6.com. Tahun 2008 liputan 6 membuat blog.liputan6.com yang khusus berisi tulisan pengalaman dan tulisan lepas dari semua tim pemberitaan liputan 6 SCTV. Menurut narasumber, blog ini sengaja dibuat untuk lebih mendekatkan lagi liputan 6 sctv dengan *audience*-nya dengan memberikan kesempatan kepada mereka untuk memberikan komentar secara lebih santai.

Pembahasan terakhir dari bagian ini adalah radio Elshinta. Berbeda dengan media mainstream lain yang berkolaborasi dengan CJ melalui internet, Elshinta melakukannya via telepon. Penggunaan telepon dalam mengirim berita menyebabkan website versi online Elshinta– yang di mainstream media lain dianggap penting dalam menghadapi *the new media* – tidak terlalu berpengaruh bagi proyek kolaborasi mainstream media dengan CJ di Radio ini.

Elshinta mulai menerapkan konsep ini sejak tahun 2000 dan kini sudah memiliki 200 ribu pendengar yang tercatat sebagai citizen reporternya. Dengan jaringan di 60 kota, ketika terjadi tsunami di Aceh tahun 2004, *Elshinta* mendapat laporan berita dari saksi-saksi kunci. Saat terjadi kecelakaan pesawat di Surakarta, Jawa Tengah, seorang penumpang yang selamat melaporkan kejadian tersebut ke *Elshinta*.

Untuk menghindari berita palsu, identitas reporter warga *Elshinta* haruslah jelas. Berita juga harus bersifat kejadian dan bukan investigasi. Berita dari reporter warga yang baru pertama kali melaporkan juga tidak akan disiarkan



secara langsung dan harus dicek ulang keakuratannya oleh wartawan profesional *Elshinta*.

#### **B.4 Facebook pendukung konsep CJ di Indonesia**

Dalam meneliti CJ, facebook memiliki karakter media CJ diantaranya share informasi secara bebas, komunikasi dua arah, siapapun bisa mengemukakan pendapat disini, baik dengan berita yang dibuat, komentar yang dibuat atau pun kritikan.

Namun demikian, peneliti tidak memasukkannya facebook dalam kategori CJ karena blog ini dibuat bukan semata untuk tujuan CJ, namun banyak yang bisa dilakukan disini seperti berhubungan dengan teman lama, membuat kelompok-kelompok sesuai hobi, hingga tujuan pribadi seperti mencari pasangan atau bahkan sekedar bergosip hingga situs ini sudah masuk dalam kategori situs jejaring sosia.

Peneliti memasukkan pembahasan tentang *facebook* dalam penelitian sejarah perkembangan CJ di Indonesia ini, karena *facebook* di Indonesia pada beberapa kasus, telah memberikan kontribusi besar bagi proses demokrasi dan perjuangan keadilan di Indonesia yang merupakan salah satu konsep CJ.

Sebelum lebih lanjut membahas tentang hubungan CJ dengan facebook, mari kita lihat terlebih dahulu bagaimana posisi dan informasi tentang situs facebook.com.

Penurut *Alexa.com*, *facebook* menempati posisi pertama website terpopuler di Indonesia<sup>27</sup>. Pengguna *facebook* di Indonesia sebanyak 3,6% dari

---

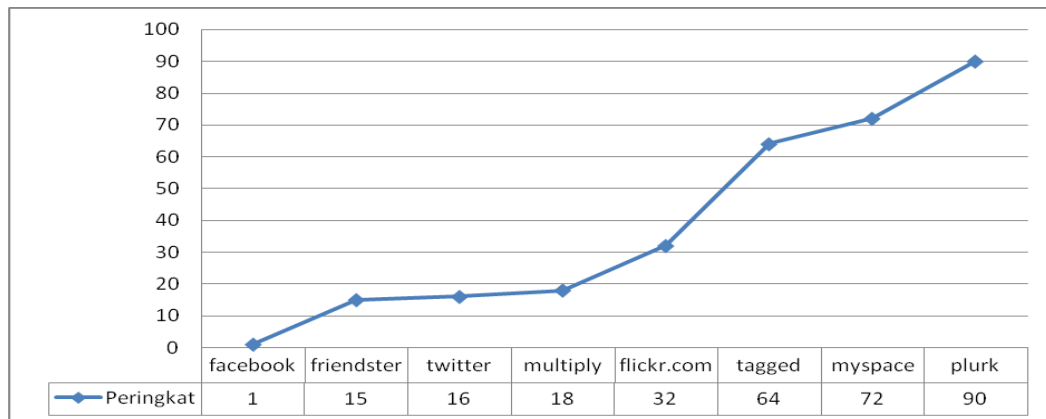
<sup>27</sup> Lihat lampiran 1

seluruh user *facebook* dan jumlah ini menduduki posisi pertama di Asia Tenggara dan nomer 6 di dunia. Posisi pertama di dunia diduduki Amerika Serikat, disusul Inggris, Prancis dan India.

Selain facebook ada situs jejaring sosial lain yang juga menjadi favorit di Indonesia, meski tidak sepopuler facebook. Lihat tabel tentang situs jejaring yang masuk dalam jajaran 100 website terpopuler di Indonesia berikut ini!

**Tabel 7**

**Situs jejaring sosial dan peringkatnya di Indonesia**



Diolah dari database lampiran 1, sumber: [www.alexacom](http://www.alexacom)

Ada 7 lagi situs jejaring sosial yang ada di Indonesia selain facebook. Facebook sendiri baru booming tahun 2008, setelah sebelumnya friendster dan multiply dikenal oleh masyarakat Indonesia. Jika di Amerika saat ini situs jejaring sosial yang paling populer adalah *twitter* sementara *facebook* berada di posisi ke 3.

Kembali pada pembahasan fenomena facebook di Indonesia yang saat ini masuk ke era baru. Komulnis bernama Jaleswari Pramodhawardani yang menulis

di rubrik opini Harian Kompas edisi Jumat (6/10/09) menyebut *facebooker*<sup>28</sup> sebagai parlemen *online*. Dia membahas tentang dukungan *facebooker* berbagai kasus hukum di Indonesia yang ternyata sudah membuka ruang publik untuk berbicara dan memperlancar proses demokrasi di Indonesia.

Kasus terbaru yang mendapat sorotan para pengguna *facebook* adalah KPK vs Polri - sebelumnya kasus Prita vs RS Omni – yang mendapat dukungan dari group yang menamakan dirinya “Group 1.000.000 Facebookers Dukung Chandra Hamzah & Bibit Samad Riyanto” dan hingga tanggal 6 November dukungan sudah mencapai hampir 1 juta orang, dimana tiap hari rata-rata ada 200 ribu *facebooker* yang bergabung.

Aspirasi dari *facebooker* ini mendapat sorotan dari *mainstream* media terutama televisi, yang kemudian memberitakannya di berita reguler. Bisa dibilang *mainstream* media telah membantu *facebooker* untuk menyampaikan aspirasinya pesannya kepada seluruh masyarakat Indonesia lewat media tradisional yang saat ini memang masih menjadi rujukan sebagian besar masyarakat Indonesia.

Dari berbagai kasus menarik diatas, peneliti melihat *facebook* di Indonesia sedang masuk ke sebuah era baru. Jika sebelumnya banyak yang berfikir negatif tentang aktivitas ber-*facebook* dari forum ngerumpi hingga memaki, kini *facebooker* mulai memperlihatkan fungsi strategisnya.

Kekuatan laten *facebook* terlihat saat jaringan raksasa yang dibuatnya yang bisa memungkinkan warga berkomunikasi satu sama lain. Hal ini tentunya mustalil dilakukan saat tidak ada situs jejaring sosial ini. Disinilah peneliti

---

<sup>28</sup> Sebutan untuk user facebook

mencoba menghubungkan antara fungsi facebook dengan fungsi citizen media dalam hal ini blog/ web CJ.

Peneliti melihat pada beberapa kasus di Indonesia, *facebook* memiliki kekuatan yang melebihi blog CJ. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa hal diantaranya: *Pertama*, jumlah pengguna *facebook* di Indonesia yang jauh diatas blog CJ. Misalnya saja *facebook* menempati posisi 1 situs terpopuler di Indonesia, sementara blog CJ terpopuler di Indonesia ditempati wikimu.com yang berada pada posisi jauh dibawah *facebook* yaitu posisi 812.

*Kedua*, penyampaian informasi melewati *facebook* tidak rumit seperti halnya di blog CJ. Di blog CJ penulis tentu harus membuat berita – tentunya dengan ketentuan etika jurnalistik – sementara di *facebook* user bisa lebih bebas dan tidak terikat.. Hal inilah yang menjadika *facebook* disukai warga Indonesia yang memang selama ini dikenal memiliki budaya menulis dan membaca yang rendah.

*Facebooker* juga tidak dituntut bisa menulis dengan mematuhi kode etik jurnalisti seperti halnya user blog CJ. Jika dihubungkan dengan temuan peneliti sebelumnya, *facebook* sebenarnya memang mirip dengan portal forum seperti kaskus.us yang ternyata memang disukai oleh masyarakat Indonesia. Kemungkinan besar hal ini disebabkan karena user bisa lebih bebas, ekspresif, tidak terbebani dengan keharusan membuat tulisan bagus dan tidak harus mematuhi etika tertentu seperti etika jurnalistik.

*Ketiga*, fitur *facebook* memungkinkan user untuk menggalang opini terhadap suatu kasus misalnya dengan fitur “*fan*” atau “*group*”. Hal ini didukung

dengan jaringan tak terbatas yang bisa menggerakkan massa yang ada di *facebook* untuk bergabung dalam *group* yang dibentuk.

Dalam *group* di *facebook*, para *user* bisa saling berkomentar tentang kasus tertentu, sehingga ada forum diskusi untuk menyampaikan uneg-uneg, saran, kritik tentang tema yang diusung *group*. Kemampuan inilah tidak dimiliki oleh blog CJ.

Lalu apa benang merah antara CJ dengan *facebook*? Keduanya sama-sama *channel* untuk membuka forum publik yang dituntut ada dalam kehidupan berdemokrasi. *Facebooker* bisa saja disebut jurnalis warga saat dia membuat produk jurnalistik baik berupa informasi singkat hingga berita yang disebarkan lewat *facebook*. *Facebook* memiliki fitur lengkap untuk aktivitas semacam itu seperti *link*, *note*, *attachment* untuk foto dan video, dan *wall* untuk menulis informasi singkat.

Sementara itu secara teknis *facebook* biasanya juga bisa digunakan oleh para blogger pembawa konsep CJ untuk menyebarluaskan informasi dan tulisan yang mereka buat di blog mereka. Langkah ini lebih efektif terutama untuk blog-blog yang tidak populer dan belum banyak pengunjung.

### **B.5 Youtube pendukung konsep CJ di Indonesia**

Peneliti menilai bahwa peran *youtube*<sup>29</sup> terhadap perkembangan CJ sangatlah besar namun. *Youtube* sendiri di Indonesia masuk 100 besar website terpopuler. Selain *youtube*, ada beberapa situs yang masuk dalam kategori media

---

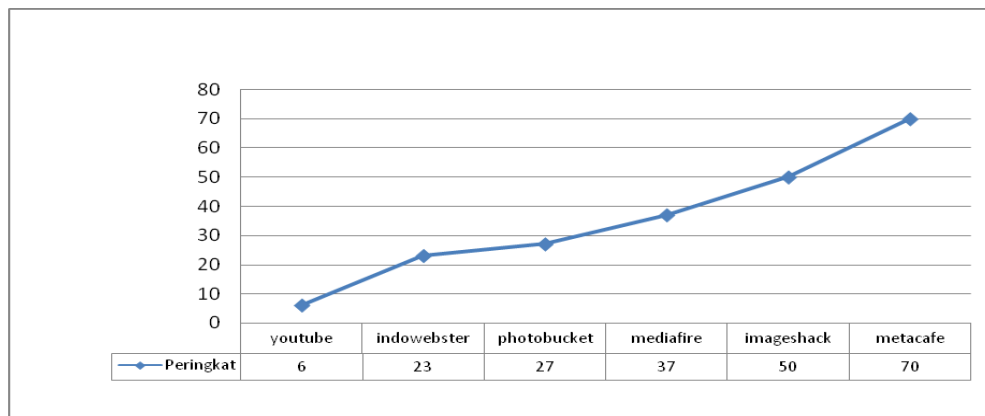
<sup>29</sup> Media sharing website, yaitu situs yang bisa digunakan untuk mengupload dan mendownload gambar, semua gambar yang di share di *youtube* bisa dilihat oleh siapapun di seluruh dunia

share sites yang masuk diperingkat 100 web populer di Indonesia versi alexa.

Lihat tabel berikut!

Tabel 8

*Media sharing website dan peringkat popularitasnya di Indonesia*



Tabel 7 memperlihatkan, *youtube* yang online sejak 15-Feb-2005 menempati posisi ke 6 website populer di Indonesia. Lima situs media share yang lain sebenarnya memiliki fitur dan fungsi yang berbeda, dan tidak ada diantaranya yang sama dengan fitur *youtube*.

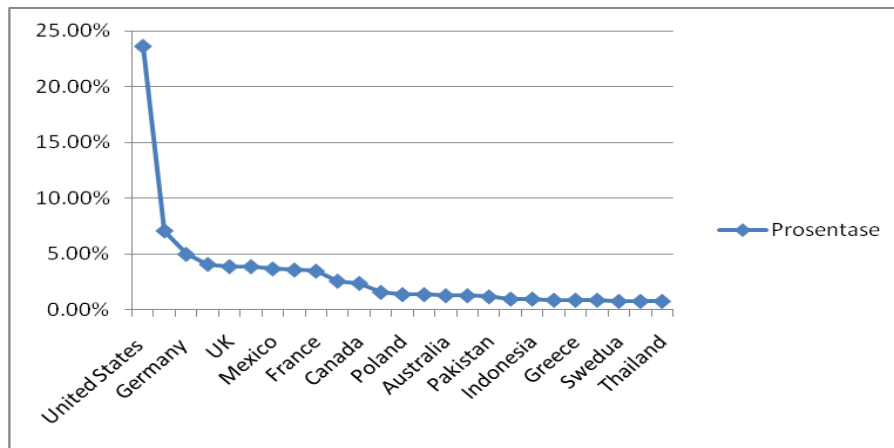
Perbedaan *youtube* dibanding situs lain yang ada di tabel 7, *youtube* memungkinkan siapa saja membuka video tanpa harus melakukan registrasi. *Youtube* hanya mengharuskan registrasi bagi yang ingin meng-*upload*. Sementara situs lain diatas kebanyakan fungsinya untuk pribadi misalnya menyimpan foto, video, dll dan mengharuskan adanya registrasi sebelum bisa melihat foto yang ada di dalam situs itu. Bahkan ada diantaranya yang membayar yaitu *imageshack.com*.

Sementara dari Tabel 8 terlihat Alexa.com mendata pengguna *youtube* di Indonesia jumlahnya 1% dari jumlah keseluruhan user *youtube* di seluruh dunia

dan jumlah itu menduduki posisi ke 19. Peringkat pertama ditempati AS dengan jumlah pengguna 23.6%.

Tabel 9

Prosentase Pengguna *Youtube* di Seluruh Dunia



Sumber: diolah dari [www.alexacom/youtube](http://www.alexacom/youtube)

Di Asia, pengguna tertinggi adalah Jepang yang menempati posisi ke-2 dunia dengan 7.1% user, disusul India yang menduduki peringkat ke-4 dunia dengan user sebanyak 4.1% dan baru disusul Indonesia.

Pada dasarnya posisi pengguna *youtube* yang menempati posisi ke 3 di Asia ini tidak serta merta mengartikan bahwa CJ di Indonesia sudah berkembang. Karena bisa dikatakan, sama dengan *facebook*, pengguna *youtube* tidak semuanya CJ dan tidak semuanya menggunakan *youtube* untuk aktivitas CJ<sup>30</sup>. Meski demikian, peneliti mengamati bahwa dengan adanya *youtube* ini maka jurnalis warga bisa menyebarkan informasi yang ia dapat dengan cepat, bahkan lebih cepat dari jurnalis profesional.

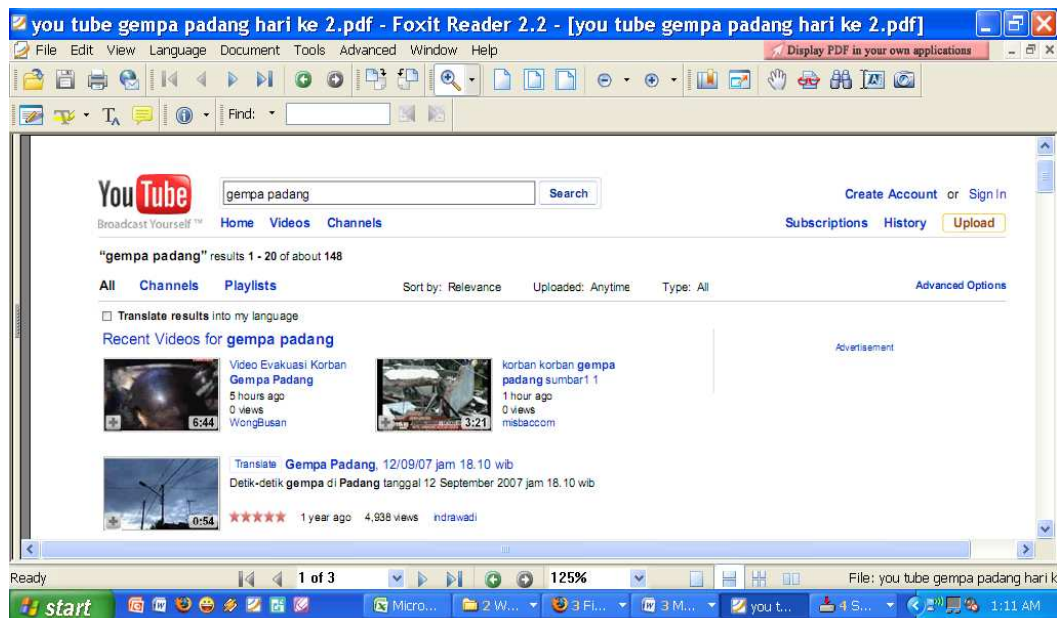
<sup>30</sup> *Youtube* bisa untuk mengupload dan mendownload semua jenis video dari video education, hiburan, hingga video porno.

Misalnya, peneliti mengamati pada saat gempa di Padang pada tanggal 30 September 2009 pukul 17.56, youtube menjadi penyumbang video amateur tentang kejadian itu yang akhirnya juga diambil oleh televisi dalam pemberitaannya.

Peneliti juga sempat mengambil halaman *youtube* satu jam setelah kejadian dengan kata kunci “gempa padang, 2009”. Hasilnya sudah ada dua video amateur yang sudah di upload oleh warga<sup>31</sup>. Sementara saat itu stasiun televisi nasional masih menggunakan gambar reporter mereka yang tentunya hanya mendapatkan gambar saat gempa sudah selesai. Tak lama kemudian beberapa stasiun televisi mulai memasukkan video amateur yang sumbernya dari youtube tadi untuk visual berita mereka. Lihat gambar 1!

Gambar 2

Webpage youtube.com, 5 jam setelah gempa Padang 2009



*Sumber youtube.com, Kata kunci: gempa padang, 2009*

<sup>31</sup> Lihat gambar 1



Sementara itu, saat ini, 25 Oktober 2009, peneliti kembali masuk ke halaman youtube<sup>i</sup> dengan memasukkan kata kunci yang sama tercatat ada 291 video<sup>32</sup> yang terdiri dari video amateur maupun video yang direkam dari pemberitaan stasiun televisi. Peneliti juga mengamati, semua stasiun televisi menggunakan video *amateur* dari warga untuk visual berita mereka.

Penyebaran informasi tentang gempa juga terjadi dengan cepat via *facebook*, meski dengan informasi singkat yang ditulis di *wall* para user.

Ada yang menarik perhatian peneliti juga, saat peneliti pada hari H gempa, ternyata blog CJ murni seperti panyingkul.com, wikimu.com dan kabarindonesia.com sama sekali tidak melakukan *updating* tentang kejadian itu. Bahkan peneliti baru bisa melihat berita terkait dengan Gempa Padang 2009 setelah selang 5 hari dari hari H gempa, itupun hanya berita feature.

Sementara itu *updating* cepat juga terjadi pada portal dan newsites yang dikelola oleh jurnalis profesional seperti kompas.com, liputan6.com, detik.com, dll.

Kenyataan diatas sebenarnya membuktikan bahwa blog CJ murni di Indonesia belum bisa bersaing dengan newsites milik mainstream media. Justru CJ individu yang tidak memiliki blog khusus bisa memberikan kontribusi banyak pada peristiwa-peristiwa besar seperti gempa, tsumamy dan pengeboman dengan menggunakan *youtube* sebagai *channel* distribusi informasinya.

---

<sup>32</sup> Youtube. 2009. "gempa padang, 2009", diakses tanggal 5 November 2009 dari websites [http://www.youtube.com/results?search\\_query=gempa+padang+2009&page=10](http://www.youtube.com/results?search_query=gempa+padang+2009&page=10)

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Peneliti menemukan beberapa kesimpulan dan point penting dalam penelitian ini

1. Database 100 website terpopuler di Indonesia memperlihatkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar terhadap perkembangan CJ, diantaranya dilihat dari *user* wordpress.com (posisi 5) dan blogger.com (posisi 7), user jejaring sosial untuk aktivitas microblogging dimana facebook menempati posisi 1 web terpopuler di Indonesia dan Youtube di posisi 4.
2. Dari *database* yang berhasil disusun peneliti memetakan CJ dalam 6 kategori CJ di Indonesia diantaranya Portal Coment, Portal Forum, Portal CJ, Mainstream's Portal Comment, Mainstream's CJ dan CJ Murni. Penyusunan ini juga didasarkan pada 11 layer of CJ oleh Steve Outing.
3. CJ murni dijadikan tonggak dimana konsep CJ dikenal di masyarakat Indonesia ini. Yang dimaksud CJ murni disini adalah CJ tersebut berupa blog pribadi/ web yang isinya sesuai konsep CJ atau blog/ web yang bermisi dan bervisi menjalankan CJ. Dari database CJ murni ini, peneliti menemukan bahwa CJ yang pertamakali muncul di Indonesia adalah rumahkiri.net yaitu pada tahun 2005, disusul tahun 2006 dengan munculnya wikimu.com, panyingkul.com dan kabarindonesia.com. Sementara CJ murni terbaru adalah pewarta-indonesia.com yang didirikan pada akhir tahun 2008. Perkembangan selanjutnya adalah kemunculan kolaborasi antara warga dengan CJ yang dipelopori oleh Kompas, Suara Merdeka, Metro TV dan Elshinta.

4. Kemunculan CJ di Indonesia dan didunia, mempengaruhi industri mainstream media. Semua media yang menjadi narasumber sudah memiliki versi online dan semua sudah melakukan kolaborasi dengan CJ dalam pelaporan berita. Meski demikian kolaborasi yang dilakukan mainstream memiliki cara yang sama. Ada yang tidak merasa melakukan kolaborasi namun beneranya sudah melakukan, yaitu dengan adanya portal comment di versi online seperti liputan6.com. Ada juga yang sudah lebih terbuka dengan memberikan halaman khusus untuk praktek CJ di versi websitenya, misalnya Kompas dan Suara Merdeka, semetara untuk televisi Metro TV yang sudah memberikan program khusus di I witnesses. Dari narasumber TV terbesar di Filipina ABS-CBN, peneliti menemukan bahwa disana sudah membuat project besar untuk kolaborasi dengan CJ, diantaranya dengan merekrut dan melatih 150.000 reporter untuk peliputan. Program itu mengadopsi BBC dan CNN yang terlebih dahulu melakukan hal yang sama.
5. CJ murni di Indonesia belum sepopuler CJ yang dilaksanakan oleh mainstream media. Misalnya wikimu.com sebagai CJ murni terpopuler di Indonesia dan didirikan 3 tahun yang lalu hanya menduduki peringkat 812, sementara kompasiana.com yang baru berumur 1 tahun sudah menduduki posisi 287. Bisa diartikan juga bahwa masyarakat masih memiliki kepercayaan besar terhadap mainstream media.
6. *Facebook* mendukung aktivitas CJ di Indonesia. Pada beberapa kasus *facebook* justru memiliki peran besar dalam proses demokratisasi dan mengalahkan aktivitas blog CJ. Misal pada kasus Prita vs RS Omni dan KPK vs Polri.

7. *Youtube* mendukung perkembangan CJ di Indonesia, terutama penyebaran video amateur oleh warga.

## **B. SARAN**

Aktifitas yang dilaksanakan oleh para jurnalis warga baik yang berupa blog pribadi maupun blog yang sudah terkoordinir bisa memanfaatkan situs jejaring sosial untuk menyebarkan informasi dan berita yang mereka buat.

Hal ini akan meningkatkan popularitas mereka dengan asumsi artikel yang mereka tulis dibaca oleh sebanyak mungkin user hingga blog menjadi tempat diskusi efektif untuk mencapai tujuan CJ sebagai channel pendukung demokrasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allan, Stuart. 2006. *Online News*. Two Penn Plaza. New York
- Baxter, Leslie and Earl Babbie. 2004. *The Basics of Communication Research*. The University of Ottawa.
- Berkman, I Robert and Christopher A. Shumway. 2003. *Digital Dilema: Ethical Issues for Online Media Professionals*. Iowa State Press.
- Bowman, S. and Willis, C. "We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information." 2003, *The Media Center at the American Press Institute*.
- Citizen Journalism. 2005. *Nieman Report*. Vol 59. No. 4, Halaman 4-5
- Foust, C. James. 2005. *Online Journalism: Principles and Practices of News for the Web*. Holcomb Hathaway publishers. Arizona
- Houston, Brant. 2004. *Computer Assisted Reporting: A Practical Guide*. Boston. New York.
- Jim Hall. 2001. *Online Journalism: A Critical Primer*. Pluto Press. London
- Gilmor, Dan. 2005, Winter. *Where Citizens and Journalists Intersect*. *Nieman Report*, Vol 59. No 4, Halaman 11-13
- Griffin, EM. 2006. *A First Look At Communication Theory*. Sixth edition. Singapore
- Hauben, Ronda. 2009. *Netizen Journalism as Watchdog Journalism: Netizens and Candlelight 2008, creating new models for Democracy*. Dikutip ulang 4 Mei 2009 dari ([http://english.ohmynews.com/articleview/article\\_view.asp?no=385169&rel\\_no=1](http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?no=385169&rel_no=1))
- Kurniawan, Moch. 2007. *Jurnalisme Warga di Indonesia dan Tantangannya*. Jakarta.
- K. Yin, Robert. 1989. *Case Study Research: Design and Methods*. SAGE Publications. Ins. California, London.
- Lasica, J. D. "What is Participatory Journalism?" 2003-08-07, *Online Journalism Review*, August 7, 2003.
- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory*. SAGE publication ltd. California

Outing, Steve. 2005, 15 Juni. *The 11 layers of Citizen Journalism*. Dikutip ulang  
9 Mei 2009 dari  
[http://www.poynter.org/content/content\\_view.asp?id=8](http://www.poynter.org/content/content_view.asp?id=8)

Sambrook, Richard. 2005. Citizen Journalism and the BBC, *Nieman Report*, Vol  
59. No 4, Halaman 13 – 15

Skoler, Michael. 2005. Fear, Loathing and the Promise of Public Insight  
Journalism, *Nieman Report*, Vol 59. No 4, Halaman 20 - 21

Wood, F Andrew and Matthew J Smitt. 2005. *Online Communication*. London.  
Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

---