



Penerapan Jurnalisme Warga Di Media Sosial *Instagram* Kabar Tebet

Suradi ¹⁾; Sisca T. Gurning ²⁾; Melitina Tecocalu ³⁾; Teguh Setiawan ⁴⁾

¹⁾Study Program of Mass Communication, Akademi Televisi Indonesia (ATVI)

Email: ¹⁾ suradi@atvi.ac.id ; ²⁾ sisca.gurning@atvi.ac.id ; ³⁾ melitina@atviac.id ; ⁴⁾ teguh.setiawan@atvi.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received 10 Mei 2023]

Revised [28 Mei 2023]

Accepted [21 Juni 2023]

KEYWORDS

Citizen Journalist, Local News, Media Social

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Perkembangan teknologi telekomunikasi yang semakin membuka peluang besar setiap orang memiliki media sendiri. Sehingga membuka peluang setiap orang bisa menjadi seorang jurnalis warga. Penelitian ini muncul dari hasil adanya fenomena jurnalis warga semakin marak, menggunakan media sosial *instagram* untuk menyampaikan berita lokal, seperti tingkat kecamatan atau wilayah perumahan. Tujuan penelitian ini ingin mengamati bagaimana jurnalis warga ini menerapkan jurnalistik dalam meyakinkan berita dan informasi ke warga melalui *Instagram*. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, literatur, wawancara, dan menganalisa konten yang dibuat jurnalis warga selama satu tahun. Hasil penelitian ternyata jenis berita lokal tingkat kecamatan dengan nilai berita *proximity* atau kedekatan sangat dibutuhkan atau diminati warga wilayah di mana jurnalis itu bertempat tinggal.

ABSTRACT

The development of telecommunications technology is increasingly opening up great opportunities for everyone to have their own media. So that opens up opportunities for everyone to become a citizen journalist. This research arises from the results of the increasingly widespread phenomenon of citizen journalists using social media such as *Instagram* to convey local news, such as at the sub-district or residential area level. The purpose of this research is to observe how citizen journalists apply journalism to convey news and information to citizens via *Instagram*. The research method uses a qualitative approach, literature, interviews, and analyzes content created by citizen journalists for one year. The results of the research show that the types of local news at the sub-district level with news values of proximity are really needed or in demand by residents of the area where the journalist lives.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat dan didorong oleh perangkat internet yang semakin cepat, dan juga media sosial telah mengubah sendi-sendi kehidupan dan kebiasaan masyarakat. Dalam konteks perkembangan media massa, internet telah mengubah bukan saja kinerja dan pola pemberitaan, tapi telah membentuk apa yang kemudian disebut konvergensi media.

Bersamaan dengan semakin intensnya penggunaan internet, media sosial juga menjadi bagian kehidupan warga masyarakat. Bisa dikatakan, sebagian besar masyarakat Indonesia dan juga masyarakat dunia, setiap hari menggunakan media sosial baik *Instagram*, *Facebook*, *Line*, dan juga jenis media sosial lainnya. Penggunaan media sosial ini semakin massif karena semakin mudahnya akses internet.

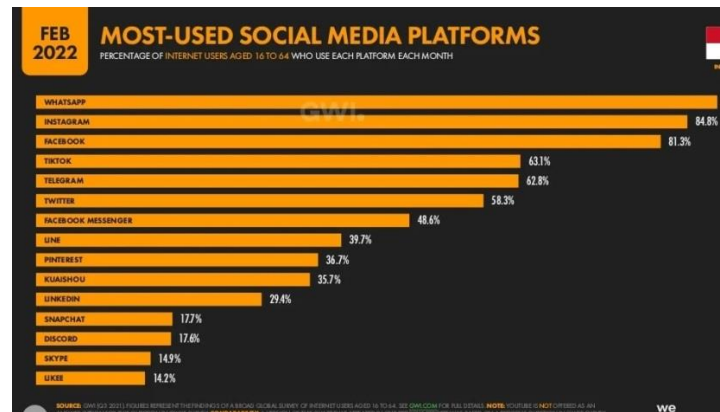
Berdasarkan data dari *data reportal*, Jumlah populasi penduduk di Indonesia sudah mencapai 277,7 juta jiwa, 370,1 juta perangkat alat komunikasi, handphone dimiliki penduduk Indonesia. Dan penggunaan internet naik 1 persen dari tahun 2021, tahun 2022 dari 202,6 juta menjadi 204,7 juta. Dan yang tampak terlihat kenaikannya yang sinstagramnifikan adalah penggunaan Media Sosial Aktif, naik 12,6 persen dari 170 juta pengguna meningkat menjadi 191,4 juta. Pandemi Covid bisa jadi pemicu kenaikan penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia

Gambar 1: Data Penggunaan Internet di Indonesia (2018-2022*)



Sumber: <https://datareportal.com/reports/dinstagramital-2022-indonesia>

Gambar 2: Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia (2018-2022*)

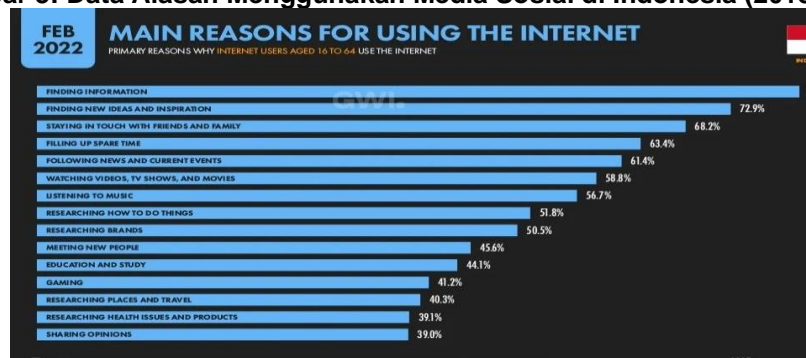


Sumber: <https://datareportal.com/reports/dinstagramital-2022-indonesia>

Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* di Indonesia tetap menjadi media yang paling banyak dinstagramunakan masyarakat tahun 2022 mencapai 88,7 persen. Peringkat berikutnya adalah penggunaan *Instagram* sebanyak 84,8 persen, disusul *Facebook* sebanyak 81,3 persen dan media sosial *Tiktok* yang baik pesat, sebelumnya hanya 38,7 persen, meningkat menjadi 63,1 persen.

Menariknya, alasan utama, 80,1 orang di Indonesia tahun 2022 menggunakan Internet atau media sosial untuk menemukan informasi. Selanjutnya untuk menemukan ide, inspirasi, berhubungan dengan teman dan keluarga, mengisi waktu dan mengikuti berita atau kejadian terkini.

Gambar 3: Data Alasan Menggunakan Media Sosial di Indonesia (2018-2022*)



Sumber: <https://datareportal.com/reports/dinstagramital-2022-indonesia>

Menurut penelitian Shanaz dan Irwansyah (2021), jurnalisme warga berkembang pesat, malahan semakin populer karena warga biasa semakin mampu melaporkan peristiwa atau kejadian berita secara *real time* menggunakan fitur-fitur yang ada di media sosial terutama penggunaan *Instagram*. Begitu mudahnya warga memiliki kanal atau medium sendiri untuk menyampaikan informasi atau berita karena seperti data hasil penelitian dari *data reportal*, banyaknya masyarakat mencari informasi dan berita di media sosial, kebutuhan itu melahirkan media berita pribadi dan komunitas wilayah tertentu yang khusus menyampaikan peristiwa atau kejadian yang terjadi di wilayah mereka. Semakin banyaknya lahir media berita sesuai wilayah jurnalis warganya. Contoh media sosial berita seputar Jakarta hingga sampai kanal berita di Instagram berdasarkan wilayah perkecamatan.

Seperti penelitian sebelumnya, Sukartik (2016) pun menyatakan, semakin maraknya bermunculan jurnalis warga, penyebabnya adalah karena kurangnya jumlah jurnalis yang bekerja di daerah, sehingga sulit untuk meliput semua peristiwa yang terjadi di daerah tersebut. Selain itu, banyak warga yang bukan jurnalis namun memiliki keterampilan menulis atau melaporkan informasi yang memiliki nilai berita dan bermanfaat bagi masyarakat luas. Sebagai contoh, banyak informasi yang dikirimkan oleh warga non-jurnalis ke media *mainstream* yang dapat memberikan pertolongan dalam jurnalisme.

Dalam penelitian ini penulis memilih pemberitaan jurnalisme warga yang khusus menginformasikan kejadian penting di wilayah tingkat kecamatan melalui *Instagram* yaitu Kecamatan Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota (DKI). Adapun nama media Instagram khusus berita tersebut adalah "Kabar Tebet". Kabar Tebet mulai mencoba menyampaikan berita sejak tanggal 12 Februari 2021. Hanya dengan hitungan satu tahun, Instagram Kabar Tebet telah memposting seribu lebih informasi



beragam, baik kegiatan yang akan dilakukan pihak kecamatan, maupun berita prihal soal kejadian atau peristiwa yang terjadi di wilayah Kecamatan Tebet. Hingga 3 Mei 2023, Kabar Tebet telah memiliki 7.306 follower dan 7.051 following.

Gambar 4. Instagram Kabar Tebet



Sumber: *Instagram*

Penulis meneliti konten Kabar Tebet selama satu tahun yaitu (Feb 2022-Feb 2023) untuk mengetahui apa dan bagaimana saja berita yang ditayangkan melalui Kabar Tebet. Untuk kepentingan ini selain membaca dan melihat konten *Instagram* Kabar Tebet, penulis melakukan wawancara khusus jurnlis warga Kabar Tebet yakni M. Doni pada 3 Oktober 2023.

Meski relatif masih muda, yakni baru setahun beroperasi, *Instagram* Kabar Tebet itu cepat berkembang dan menjadi perhatian, dan juga andalan warga Tebet untuk mengetahui perkembangan informasi dan peristiwa setiap hari melalui media *Instagram* Kabar Tebet. Menarik semakin banyaknya partisipasi warga sebagai jurnalis warga berdasarkan wilayah mereka tinggal. Dari perkembangan itulah tujuan penelitian ini dilakukan.

Media *mainstream* atau arus utama yang ada di Indonesia, merupakan hasil produk dari perusahaan media yang masih menjadi rujukan sebagai informasi yang valid. Namun untuk mempertahankan eksistensi media arus utama terutama Media Jurnalistik memiliki makna resiprokral karena media pemberitaan mendapat tuntutan dua hal sekaligus. Media arus utama di tengah-tengah perkembangan dengan perkembangan teknologi internet, harus menyesuaikan diri perubahan perilaku masyarakat memperoleh berita. Karena mereka dengan mudahnya bisa mendapat berita atau informasi secara digital. Di sisi yang lain media jurnalistik *mainstream*, harus mempertahankan standar jurnalisisme yang baku. (Mudjiyanto dan Dunan, 2020)

Era digital yang membuka peluang besar buat siapa saja memiliki media, yaitu melalui media sosial, membuka ruang pula pemberitaan bagi siapa saja untuk mengabarkan berita. Kehadiran media baru ini mempengaruhi dan mengubah peta konsep jurnalisisme yang telah memasuki dunia online sejak tahun 2000-an dan akhirnya dengan kepemilikan media oleh siapa saja melahirkan konsep Jurnalis Warga (*citizen journalist*). Kelahiran jurnalis warga juga didukung semakin canggihnya peralatan untuk meliput berita (Gurning, 2022). Seperti hanya menggunakan *smartphone*, sudah bisa menyampaikan berita secara *real time* melalui media sosial seperti: *Instagram, Tiktok dan Facebook*. Yang pastinya jurnalis warga harus melakukan seorang diri, semua proses produksi berita yang bisa juga disebut sebagai solo jurnalis.

Bila di media arus utama semua berita yang akan dimuat atau ditayangkan dikerjakan secara kolektif mulai dari reporter hingga redaktur pelaksana atau produser di media elektronik. Sedangkan pada jurnalisisme warga, harus mengerjakan sendiri, mulai liputan berita hingga penanganannya. Koreksi dan keputusan akhir untuk menayangkan sebuah berita ada ditangan pribadi seorang jurnalis warga. Dan

menariknya Jurnalisme Warga ketika berita ditayangkan biasanya ada interaksi langsung secara dua arah jurnalis dan pembaca atau penontonnya.

Jurnalisme warga menurut Nurudin (2006) adalah suatu bentuk kegiatan jurnalistik yang melibatkan partisipasi warga biasa dalam mengisi media. Masyarakat memiliki kebebasan untuk melaporkan dan memberitakan peristiwa atau kejadian yang terjadi di sekitar tempat tinggalnya. Dengan kata lain, siapa pun, termasuk ibu rumah tangga, Pegawai Negeri Sipil, pelajar, militer, dan usahawan dapat menggunakan teknologi informasi yang terhubung ke internet untuk meliput, mendistribusikan, atau mengirimkan berita kepada media massa.

Dari sisi isi atau konten, jelas sangat berbeda. Media *mainstream*, layaknya sebuah institusi media, mengabarkan semua peristiwa yang terjadi di tingkat nasional maupun dunia. Dapat dikatakan peristiwa penting yang terjadi di seluruh pelosok Tanah Air maupun di ujung dunia, baik sosial, politik ekonomi, olahraga, maupun peristiwa bencana, akan termuat atau ditayangkan media *mainstream*.

Sedangkan pada jurnalisme warga, sifatnya lebih terbatas dalam membuat berita, meskipun ada pengelola jurnalisme warga yang ingin menyamakan dengan media *mainstream* yakni memuat apa saja berita yang terjadi di Tanah Air dan manca negara. Biasanya mereka hanya mengambil *courtesy* dari media yang ada di kanal media sosial dan mengolahnya ulang. Tapi umumnya, jurnalisme warga yang menggunakan media sosial seperti *Instagram* atau *YouTube* lebih membatasi diri pada peristiwa di tingkat wilayah, mulai tingkat kelurahan, kecamatan, kabupaten, maupun provinsi.

Penulis memilih melakukan penelitian karena ada kesenjangan atau gap antara media arus utama dengan media pemberitaan yang dikelola warga atau jurnalis warga. Yaitu informasi atau berita yang tidak bisa disajikan oleh media arus utama karena luasnya pemberitaan mereka tidak bisa memenuhi kebutuhan berita atau informasi ditingkat wilayah yang lebih kecil seperti tingkat kabupaten, kecamatan maupun kelurahan. Hadirnya kanal pemberitaan di media sosial seperti *Instagram* yang mengkhususkan pemberitaan seputar kecamatan mereka atau wilayah sekitar mereka semakin marak, dan salah satunya kanal berita Kabar Tebet yang mengkhususkan pemberitaan dan sumber informasi warga Kecamatan Tebet, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Warga membutuhkan informasi yang sifatnya langsung berhubungannya dengan kehidupan dan lingkungan terdekat mereka, ada unsur kedekatan atau *proximity* pemberitaan.

LANDASAN TEORI

Jurnalisme Warga

Sejalan dengan konvergensi media, berkembang pula media yang dikerjakan dan dikelola individu atau warga yang kita kenal dengan sebutan jurnalisme warga atau *citizen journalism*.

Banyak definisi yang diberikan ahli mengenai media sosial dan juga jurnalisme warga. Misalnya definisi yang dikemukakan Afriani mengenai Media Sosial menurutnya adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Arifiani (2011:24)

Pengertian hampir serupa dikemukakan Romli (2018:25-26) *Citizen journalism* dapat didefinisikan sebagai praktik jurnalistik yang dilakukan oleh orang biasa, bukan wartawan profesional yang bekerja di sebuah media. Kehadiran blog dan media sosial menjadikan setiap orang dapat menjadi wartawan dalam pengertian juru warta atau menyebarkan informasi sendiri kepada publik.

Menurut Nugraha (2012:18), yang dikenal sebagai pendiri Kompasiana mengidentifikasi *citizen journalism* adalah masyarakat biasa yang tidak terlatih sebagai seorang wartawan profesional yang mempunyai peralatan teknologi informasi sederhana asalkan terhubung dengan internet, dapat meliput, mengumpulkan, menulis, dan menyebarkan di media online mengenai peristiwa yang terjadi di sekitarnya, memiliki semangat berbagi, tidak berharap imbalan, dan seterusnya.

Dengan demikian, saat ini banyak sekali warga, baik yang berlatar belakang jurnalis maupun warga biasa yang kemudian mengerjakan sesuatu yang disebut Jurnalis warga. Artinya mereka memberitakan beragam informasi melalui blog, dan media sosial seperti Instagram. Dari konten yang diberitakan, ada yang menyerupai online berita nasional, artinya semua berita ditayangkan. Tapi banyak juga yang lebih *segmented*, baik khusus soal kesehatan, olahraga, kuliner, fashion, wilayah dan sebagainya.

Sementara menurut Sudibyo (2013 : 99-100), era digital sekarang tidak mudah mendefinisikan siapa wartawan atau jurnalis, karena kita semua saat ini berada pada fase hampir semua orang menjalankan praktik jurnalistik. Seperti mencari, merekam, mengolah, dan menyebarkan informasi dalam berbagai bentuk. Fase ini menjadu perkembangan yang luar biasa terhadap jurnalisme warga yang bisa



juga disebut sebagai jurnalisme partisipatori atau jurnalisme sosial. Jurnalisme ini telah membuka lebar lebar peluang setia orang bukan hanya sekedar sebagai informan tapi juga berpartisipasi aktif dalam proses pertukaran informasi dan diskusi di kanal berita mainstream atau media sosial seperti *YouTube*, *Instagram*, *Facebook*, *Blog* dan *Twitter*. Bahkan menurut Sudibyo Jurnalisme warga lebih berpengaruh dibandingkan dengan jurnalisme konvensional.

Mengutip (Nurdin, 2009), Sukartik menyatakan ada kelebihan dengan lahirnya Jurnalisme Warga, salah satunya adalah guna mempromosikan terbentuknya ruang public (*public sphere*) yang lebih matang di masyarakat. Dalam sebuah blog, masyarakat dapat berdiskusi secara bebas tanpa batasan atau larangan yang diterapkan pada media utama. Pengguna blog memiliki kebebasan untuk menulis apa saja yang diinginkan di blog mereka, sedangkan pembaca blog juga dapat memberikan komentar sesuai dengan keinginan mereka, karena ruang untuk komentar pembaca disediakan dan tidak disensor oleh blogger. Jurnalisme warga juga berfungsi sebagai *watchdog* (pengawas) media yang mengawasi dan mengontrol kekuasaan yang tidak bisa terkontrol secara efektif. Ketimpangan dalam masyarakat dapat diatasi melalui kontrol sosial yang dilakukan melalui blog, yang tidak terikat oleh berbagai aturan yang mengelilingi sistem media dan politik pada media utama.

Media Sosial Instagram

Media Sosial merupakan *platform* media yang muncul di media siber karena perkembangan teknologi internet. Media sosial telah mawadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*) (Nasrullah 2015:11). Sehingga karakteristik media sosial tidak berbeda jauh dengan karakteristik media siber. Namun media sosial berangkat dari pemahaman penggunaan media sosial sebagai sarana sosial di dunia virtual. Sehingga media sosial bisa dimanfaatkan untuk bidang jurnalisme, pemasaran, hubungan masyarakat bahkan politik.

Media sosial sendiri adalah salah satu platform yang muncul di media siber atau internet. Karena itulah karakteristik media sosial tidak berbeda jauh dengan karakteristik yang dimiliki media siber. Namun tetap ada perbedaannya, yaitu media sosial berangkat dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di media virtual. Karakteristik media sosial itu bisa dipergunakan untuk bidang jurnalisme, hubungan masyarakat, pemasaran dan politik. Jika melihat jenis jenis media sosial, menurut Nasrullah (2015) ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yaitu media jejaring sosial (*social networking*), jurnal online (*blog*), jurnal online sederhana atau mikroblog (*microblog*), media berbagi (*media sharing*), penanda sosial (*social networking*) dan media konten bernama arau *Wiki*. Dalam hal ini media sosial Instagram masuk jenis situs media jejaring sosial (*social networking*). Media yang memfasilitasi pengguna atau pemilik akun media untuk berjejaringan dan saling berbagi informasi,

Media *Instagram* adalah media sosial yang berbagi antar penggunanya, *user generated content*, dan mereka bisa memproduksi konten bisa dilakukan secara mandiri atau seorang diri dan dibagikan ke *follower* atau antar media sosial. Media ini semakin populer dan diminati karena fitur-fitur yang tidak hanya bisa berbagi foto, tapi bisa membuat *story* selama 10 detik, dan juga bisa membuat video yang durasinya cukup panjang selama satu setengah menit atau 90 detik.

Ketersediannya fitur dalam bentuk audio visual di *Instagram* membuat media ini diminati jurnalis warga untuk membuat kanal khusus berbagi informasi dan berita. Secara *real time* bisa melaporkan secara *live reporting* dan fitur ini menjawab kebutuhan masyarakat untuk mendapat berita teraktual di wilayah mereka.

Kepemilikan akun media sosial Instagram yang begitu mudahnya dimiliki sehingga banyak masyarakat menggunakan kanal ini tidak hanya untuk berjualan, berbagi cerita, membuat konten namun mereka juga memiliki kebutuhan untuk mendapatkan informasi atau berita yang aktual antar pengguna media sosial Instagram. Kebutuhan informasi juga dibutuhkan warga di wilayah di mana mereka bertempat tinggal. Peristiwa atau ada informasi penting apa yang bisa mereka ketahui melalui kanal Instagram yang khusus menyebarkan berita dan informasi ke warga. Sehingga semakin marak bermunculan warga menjadi jurnalis dikarenakan kebutuhan wilayah mereka untuk mendapat berita karena faktor kedekatan (*proximity*) yang pastinya berhubungan dengan kepentingan mereka sebagai warga di wilayah tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan teknik literatur. Pengumpulan data akan diperoleh dari hasil studi sebelumnya. Dan melakukan wawancara pemilik media dan menganalisa konten tayangan informasi di Kabar Tebet selama satu tahun, untuk mengetahui bentuk atau jenis

informasi apa yang disampaikan Jurnalis Warga tingkat Kecamatan Tebet ke warga. Guna mengetahui seberapa banyak berita penting yang disampaikan ke warga Kecamatan Tebet dan bagaimana response mereka dilihat dari berapa yang melihat berita tersebut. Penulis juga mengumpulkan studi studi jurnalisisme warga guna menganalisa jurnali warga Kabar Tebet mengelola medianya untuk warga Kecamatan Tebet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Guna menganalisa konten informasi atau berita yang ada di konten Kabar Tebet, menurut Ishwara (2011), dalam sebuah pemberitaan ada dua jenis berita. Pertama, berita yang terpusat pada peristiwa (*event centered news*), menyajikan peristiwa hangat, yang baru saja terjadi. Disampaikan apa adanya tanpa diinterpretasikan dengan konteks yang minimal. Kedua, adalah berita berdasarkan pada proses (*process-centered news*) yang disajikan dengan ditambah interpretasi tentang kondisi atau situasi dalam masyarakat. Sedangkan menurut Barus (2010), untuk mengenal informasi, dibutuhkan upaya menuntut ke mana dan bagaimana memperoleh fakta. Informasi yang diperlukan ditentukan oleh jenis berita sebab hanya mengetahui jenis berita, kita dapat mengetahui sumbernya. Jenis berita dapat dibagi berdasarkan tiga hal, yaitu: pertama, berdasarkan sifat kejadiannya, kedua berdasarkan jarak geografis, dan ketiga berdasarkan persoalan.

Berdasarkan kejadian, mengutip Dja'far H. Assegaf (Barus : 2010), menurut sifat kejadiannya berita terbagi: pertama berita yang dapat diduga. Artinya peristiwa atau kejadian sudah bisa diperkirakan sebelumnya. Misalnya adanya demonstrasi, peluncuran buku, konferensi pers, dan lain lain. Kedua, berita yang tidak dapat diduga. Peristiwa atau kejadian yang memang sulit dan tidak dapat diperkirakan kapan terjadinya (*happening*), seperti bencana alam kecelakaan, pembunuhan dan lain sebagainya. Jika dibagi berdasarkan jarak geografis meliputi jenis berita lokal, regional, nasional dan internasional. Namun jenis berita berdasarkan jarak geografis, adanya kedekatan (*proximity*) tidak semata mata hanya dari segi geografis atau tempat tetapi ada segi emosional, batin, dan minat perhatian. Sedangkan jenis berita berdasarkan persoalan didasarkan pada topik masalah yang mencakup berbagai bidang yang sangat kompleks. Biasanya dikelompokkan menjadi berita politik, ekonomi, sosial-budaya, hukum, olahraga, militer, kriminal atau kejahatan, dan sebagainya.

Dari penelitian terhadap konten Kabar Tebet berdasarkan pemahaman penulisan dari penjelasan sebelumnya, penulis memutuskan untuk meneliti konten Kabar Tebet dari sejak pertama ditayangkan 1 Februari 2022 hingga kini. Berbagai peristiwa, beragam bidang, dan bermacam iklan atau *endorse* ditayangkan Kabar Tebet. Dari semua itu, penulis mengelompokkan menjadi 13 bidang yakni bidang sosial-budaya, politik, pendidikan, keagamaan, kesehatan, lingkungan, kuliner-UMKM, olahraga, ibukota-nasional, kriminalitas, peristiwa, informasi umum, dan iklan. Untuk memudahkan, dapat dilihat dari bagan konten yang penulis buat dengan contoh di bidang-bidang tersebut.

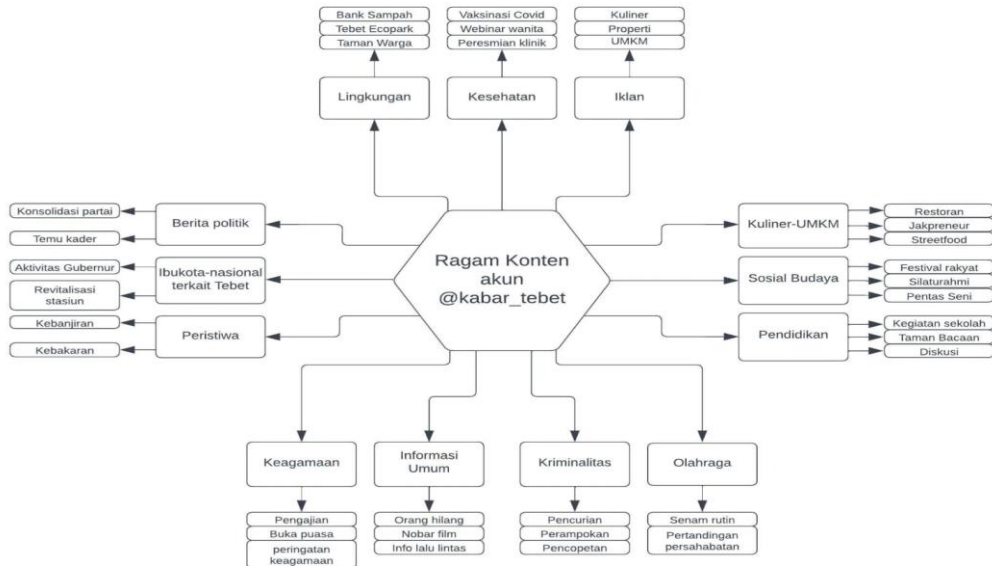
Penelitian ini menyangkut konten Kabar Tebet selama satu tahun yaitu informasi atau berita mulai ditayangkan pertama pada 1 Februari 2022 hingga 1 Februari 2023. Adapun konten pertama yang ditayangkan berisi 3 informasi atau foto yaitu berita foto Masjid Al-Atiq, masjid tertua di Jakarta yang dibangun tahun 1623 yang terletak di Jalan Kampung Melayu. Kemudian berita progress pembangunan Tebet Eco Park dalam bentuk rangkaian foto, dan terakhir berita foto tentang kuliner susu ketan yang *Legend* di wilayah Tebet Timur. Karena masih suasana Covid, Kabar Tebet dihari kedua, menayangkan video tentang Nakes agar terhindar dari virus Covid-19 jenis Omicron, juga tentang mural tentang perpanjangan PPKM, Kajian atas konten dipertajam dengan wawancara khusus dengan pendiri sekaligus admin Kabar Tebet yaitu M. Doni pada 3 Oktober 2023. M. Doni sendiri tak pernah dan tak mau muncul di Kabar Tebet, Karena menurut pengakuannya, yang ditayangkan di Kabar Tebet berita atau informasi, foto, dan video tentang berbagai peristiwa yang terjadi di Tebet atau menyangkut kepentingan warga Tebet. M. Doni hanya menyampaikan berita atau informasi yang dibutuhkan warga Tebet memutuskan untuk tidak tampil dalam konten pemberitaannya. Menurut M. Doni, sebageian besar berita, informasi, foto, dan video yang ditayangkan di Kabar Tebet adalah hasil liputannya sendiri sebagai jurnalis warga. Hanya sebageian kecil konten yang diambil dari sumber lain atau warga yang memang berhubungan dengan warga Tebet yang luput dari jangkauannya. Konten dari sumber lain itu, sebagaimana asas dan etika jurnalistik, disebarkan sumbernya dengan memberikan *water mark* disetiap foto atau video yang bukan M. Doni dapatkan. Ini juga untuk menghindari bila ada pertanyaan atau protes dari pembaca.

Sejak awal tayang hingga kini, konsep konten Kabar Tebet menurut M. Doni adalah informasi, peristiwa, dan beragam kegiatan yang berhubungan dengan warga Kecamatan Tebet, Jakarta Selatan. Artinya, *positioning* Kabar Tebet sangat *segmented* menyangkut hal-hal peristiwa-kegiatan di Kecamatan Tebet ataupun peristiwa di daerah lain tapi berkaitan dengan warga Tebet. Begitu juga menyangkut sifat peristiwanya, bisa saja peristiwa tingkat Ibukota maupun nasional, tetapi berkaitan erat



dengan warga dan wilayah Tebet, maka hal itu akan dimuat atau ditayangkan. Dari hasil penelitian konten yang ada di *Instagram* Kabar Tebet selama satu tahun, dari tanggal mulai publikasinya, 1 Februari 2021 s.d. 1 Februari 2022, penulis menemukan keragaman konten yang masuk dalam akun ini yang penulis buat dalam bentuk bagan di bawah ini:

Gambar 5. Bagan Konten Kabar Tebet



Dari bagan di atas, dapat digambarkan bahwa Kabar Tebet berusaha untuk menyajikan semua informasi dan peristiwa dalam beragam bidang yang terjadi di wilayah Kecamatan Tebet, dengan harapan untuk mendekatkan kepada pembaca atau netizen dengan harapan ada respon dari para pembaca dan memang banyak sekali pembaca atau netizen memberikan tanggapan atau pendapat atas setiap konten yang ditayangkan Kabar Tebet. Semua jenis berita ini dilakukan seorang diri M. Doni, walau ada juga warga Tebet yang dengan sukarela memberikan gambar atau video peristiwa ke M. Doni agar di tayangkan di *Instagram*-nya.

Tampak terlihat semua jenis berita disampaikan di *platform* Instagram M. Doni, seperti isu lingkungan hidup, ada berita soal *Ecopark* Tebet, taman warga dan bank sampah. Isu Kesehatan mengindokan soal Vaksinasi Covid, adanya webinar soal kewanitaan dan peresmian klinik di kawasan dekat mereka tinggal di Tebet. Ada berita ekonomi misanya soal kuliner atau UMKM, baik menginfokan adanya rekomendasi restoran, Jakpreneur dan *streetfood*. M. Doni juga memberitakan jenis berita sosial budaya, mencakup adanya festival rakyat, silaturahmi, dan pentas seni. Ada soal informasi yang bersifat umum, seperti orang hilang, nobar film, dan info lalu lintas di keputaran Tebet.

Pendiri Kabar Tebet, M. Doni sadar betul bahwa sebagai mantan wartawan dia mengetahui bahwa nilai berita atau informasi dengan pembaca atau yang memiliki *proximity*, akan mengikat warga Tebet untuk terus mengikuti perkembangan pemberitaan dari Kabar Tebet. Sebaliknya, M. Doni tidak ingin dan tidak pernah menayangkan berita atau informasi jauh dari jangkauan wilayah Tebet. Sebab, untuk mencari informasi yang bersifat kedaerahan wilayah ibukota atau bahkan nasional, warga Tebet data memperolehnya di situs-situs berita resmi yang berskala nasional.

Meski demikian, seperti dikemukakan di atas dan penulis cantumkan di dalam bagan, ada beberapa peristiwa atau berita yang sifatnya nasional, ditampilkan karena berita itu terjadi di wilayah Kecamatan Tebet, seperti saat Presiden Joko Widodo (Jokowi) meresmikan revitalisasi pengembangan Stasiun Manggarai tahap I, Senin (26/12/22). Pada acara ini, Jokowi didampingi Menko Marves Luhut Binsar Pandjaitan, Menhub Budi Karya Sumadi, Menteri PPN/Kepala Bappenas Suharso, Menteri PUPR Basuki Hadimuljono, dan Pj Gubernur DKI Heru Budi Hartono.

Ada juga pejabat setingkat menteri yaitu Menteri Agraria dan Tata Ruang, Hadi Tjahyanto yang melakukan kunjungan ke RW02 dan RW 03, Kelurahan Manggarai, dan menyerahkan 36 Sertipikat PTSL di Kelurahan Manggarai pada Senin 18 Juli 2022. Kabar Tebet memberitakan dengan memposting video menggambarkan sang menteri meninjau pemukiman warga dan kemudian menyerahkan Program Sertifikat Tanah Gratis Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap atau PTSL.

Peristiwa yang terjadi di Balai Kota DKI, juga dimuat Kabar Tebet, acara penyerahan Penghargaan Kegiatan Penataan Kawasan Tingkat Kelurahan Th.2023 kepada 17 Lurah se DKI Jakarta, pada Rabu

(25/1/2023) oleh PJ Gubernur DKI Jakarta Heru Budi itu, salah satu lurah yang menerima adalah Lurah Menteng Dalam Dina Roslina karena wilayah Kelurahan Menteng Dalam dinilai memenuhi 10 indikator wilayah diantaranya Bersih, Hijau dan Tertib. Jadi asas kedekatan itu digunakan untuk menayangkan peristiwa ini.

Asas kedekatan atau *proximity* cukup jeli dimanfaatkan M. Doni untuk menayangkan ulang berita seperti peristiwa pada tanggal 15 September 2022 berjudul "Viral Buket Bunga Dukacita dari Tebet Jakesel untuk Kanjeng Ratu Elizabeth II Buket Bunga Dukacita untuk Ratu Elisabeth II, menjadi viral dan ditayangkan di media *mainstream* Liputan6.Com. Hingga tulisan ini dipublikasikan, setidaknya sudah ada lebih dari 33 ribu likes dan 480 komentar yang diberikan untuk unggahan berita ini. Ternyata, pengirim buket bunga tersebut ikut memberikan respons dalam kolom komentar Kabar Tebet. "Waaaah MasyaAllah itu kami berempat dari RT 20 Tebet di Anns Square Manchester meletakkan bunga adalah drg dian, saya berada di Manschester saat ini, drg dian mengunjungi saya di Manchester dan drg dian dan saya tinggal di RT 20 Tebet Barat," jawab akun @yatiesalim31. "Halo mbak hehe, saya kemaren pas dateng bunga-nya paling depan, jadi sempat kebaca, trus saya foto deh," jawab pengunggah foto. Salah satu diantara kalian pasti ada yang kenal @yatiesalim31

Kemampuan dan *networking* yang dimiliki M. Doni dalam memperoleh berita atau informasi seputar kawasan Tebet ini tergambar dalam konten Kabar Tebet. Dapat dikatakan setiap peristiwa penting atau informasi yang sangat dibutuhkan warga Tebet. M. Doni memperolehnya dan kemudian meliputnya dan menayangkan di Kabar Tebet, baik dalam bentuk foto, flyer informasi, maupun video. Diakui M. Doni, dirinya rajin menjalin komunikasi dan silaturahmi dengan simpul-simpul masyarakat, perangkat RT/RW, Kelurahan, dan Kecamatan. Latar belakangnya sebagai mantan wartawan, juga tergambar dalam narasi berita atau video yang ditayangkan Kabar Tebet. Prinsip 5 W+1 H diterapkan. 5W+1H sendiri diambil dari kata-kata tanya dalam bahas Inggris seperti, *What, Who, When, Why, Where*, dan *How*. Dalam bahasa Indonesia kata-kata tanya tersebut adalah apa, siapa, kapan, mengapa, di mana, dan bagaimana. Sehingga mereka yang membaca narasi berita atau video Kabar Tebet memperoleh kejelasan.

Pemahaman warga dalam membaca informasi Kabar Tebet tergambar dalam komentar dan tanggapan warga yang tidak memperlakukan informasi. Respon warga justru ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana perkembangannya, seperti dalam berita atau informasi soal evakuasi warga yang tenggelam di Sungai Ciliwung, peristiwa kebakaran rumah di Jalan M, Kebon Baru dan juga kebakaran pangkalan bambu yang merempet ke pemukiman warga di Manggarai Utara.

Validitas informasi dalam bentuk foto, narasi informasi maupun berita dalam bentuk video yang ditayangkan Kabar Tebet cukup tinggi, sehingga tidak menimbulkan komplain, sebaliknya warga mendapat informasi terbaru tentang peristiwa penting di kawasan Tebet, cukup membuka *Instagram* Kabar Tebet.

Kepercayaan itulah yang berbuah ada beberapa warga yang milih memasang iklan atau promosi (*endorse*) di Kabar Tebet, meski jumlahnya tidak terlalu besar menurut M. Doni. Warga yang merasa Kabar Tebet sebagai saluran informasi akurat tentang berbagai hal di Tebet, kemudian memasang atau memesan iklan. Konten iklan di Kabar Tebet juga beragam, ada klinik kecantikan, info rumah dijual, bazaar, tempat akad nikah, nikah bareng, dan yang terbanyak iklan kuliner baik resto maupun produk UMKM. Advertorial ini selain promosi juga menguntungkan warga Tebet mengenai berbagai kuliner dan informasi lain yang mungkin mereka butuhkan.

Tentang iklan ini, M. Doni memang tidak menargetkan harus memperoleh dalam jumlah besar, sebab itu bukan awal mendirikan Kabar Tebet. Iklan paling besar dari klinik kecantikan yakni Rp 1.500.000 untuk beberapa hari tayang, sedangkan termurah kuliner *street food* sebesar antara 10-20 ribu rupiah. Pemasukan dari iklan digunakan sebagai pengganti operasional M. Doni menjalankan media *Instagram* Kabar Tebetnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari pembahasan konten Kabar Tebet tergambar, keragaman variasi informasi yang ditampilkan di akun ini. Juga banyaknya response dan yang mengikuti akun ini walau akun *Instagram* ini baru berusia terbilang muda. Menariknya ternyata respon warga, tidak hanya mereka yang berdomisili di Kecamatan Tebet, tapi juga diikuti atau mendapat respon oleh mereka yang tinggal di luar Kecamatan Tebet. Biasanya mereka yang saat ini sudah tidak bertempat tinggal di Tebet mengikuti perkembangan informasi di Tebet dari Akun *Instagram* Kabar Tebet karena memiliki hubungan emosional dengan wilayah ini



Pemilihan berita atau informasi yang spesifik mengenai peristiwa di wilayah Kecamatan Tebet dan peristiwa lain di luar Tebet yang masih hubungannya dengan warga Tebet, berpengaruh besar pada konsistensi pembaca. Sehingga dapat dikatakan *Instagram* Kabar Tebet sebagai media jurnalisme warga, cukup dipercaya, dari indikasi followernya cukup banyak mencapai tujuh ribuan lebih follower hanya dalam hitungan satu tahun lebih.

Warga Tebet, Jakarta Selatan telah menjadikan Kabar Tebet sebagai salah satu media informasi warga yang cukup dipercaya dan diandalkan. Komentar dan interaksi warga terjalin ketika *instagram* Kabar Tebet menginformasikan peristiwa atau kejadian di wilayah sekitar Tebet. Apalagi berita yang hangat (*hard news*), seperti kebakaran, pohon roboh, bajir dan sebagainya, berita yang terkait erat dengan kedekatan warga di wilayah tersebut.

Dengan demikian kedekatan (*proximity*) dan juga keterikatan warga kawasan Tebet dengan *Instagram* Kabar Tebet ini cukup tinggi. Segmentasi pemberitaan wilayah administrasi Tebet dan warga Tebet yang kini pindah tempat tinggal di wilayah lain atau kota lain pun mendapat informasi yang akurat tentang Tebet.

Media mainstream yang tidak bisa menjangkau berita bersifat lokal karena keterbatasan kru liputan, bisa terbantu dengan hadirnya jurnalis warga, di mana menurut M. Doni beberapa beritanya disiarkan oleh media *mainstream*. Namun, M. Doni selalu mencantumkan *watermark* disetiap berita atau video yang dia tayangkan.

Saran

Perkembangan teknologi media baru atau media sosial di mana mengabarkan berita tidak selalu harus dilakukan oleh wartawan, warga pun bisa melakukan tugas menyampaikan berita ke masyarakat. Namun ternyata semakin marak bermunculan media yang lebih *segmented* berdasarkan wilayah geografisnya karena adanya tingkat kedekatan (*proximity*) terhadap warga wilayah di mana media tersebut ada. Warga bisa sangat terbantu dengan cepat mendapatkan informasi, baik itu berita atau informasi seputar di lingkungan mereka.

Walau demikian, sebaiknya jurnalistik warga di media sosial dilakukan oleh yang sudah memahami kerja sebagai wartawan, karena akan mengetahui bagaimana menyampaikan berita, informasi, foto atau video yang benar ke warga. Karena kepercayaan warga juga ditentukan oleh konsistensi dan keprofesionalan pengelola media sosial. Dan *Instagram* Kabar Tebet, kebetulan sekali dikerjakan oleh warga yang profesional, di mana M. Doni pernah menjadi seorang wartawan foto di salah satu media. Ketika akan menayangkan kabar tentang peristiwa di Tebet, pastinya seorang yang pernah bekerja sebagai wartawan, akan langsung meliput atau mewawancarai nara sumber, sehingga tingkat validitas informasi berita yang disampaikan ke masyarakat, khususnya warga Tebet, sangat terukur tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, R. (2014). Hubungan Status Sosial Ekonomi Dan Perilaku Konsumtif, Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah
- Barus, Sedia Willing. (2010). Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita. Penerbit Erlangga.
- Bowman, Shane & Willis, Chris. 2003. *We Media: How Audience are Shaping the Future of News and Information. The Media Center at the American Press Institute.*
- Gurning, Sisca T. (2022). Konstruksi Pemberitaan *Backpack Journalist* di media Sosial, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 12, No. 1, April 2022, Print ISSN 2088-981X, Online ISSN: 2723-2557
- Ishwara, Luwi. (2011). Jurnalisme Dasar. Penerbit Buku Kompas
- Mudjiyanto, Bambang. Dunan Amri. (2020). Media Mainstream Jadi Rujukan Media Sosial. Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa. Vol. 1 No. 1 Juni 2020 Hal : 21-34. ISSN: 2721-6306 21:
- Nurudin. (2009). Jurnalisme Masa Kini. Rajawali Pers. Jakarta
- Nasrullah, Rulli. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, Pepih. (2012). Citizen Journalism: Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman, Jakarta: PT Kompas Media Nusantara
- Romli, Asep Syamsul (2018). Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online Publisher Nuansa Cendekia

Shanaz, Nadya Valerie. Irwansyah. (2021) Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Aktivitas Jurnalisme Warga dan Implikasinya Terhadap Media Konvensional. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*. Vol. 3 No. 2, 10 Juli 2021.

Sudibyo, Agus. (2013). 50 Tanya Jawab tentang Pers. Penerbit Kepustakaan Popular Gramedia

Sukartik, Dewi. (2016). Peran Jurnalisme Warga dalam Mengakomodir Aspirasi Masyarakat. *Jurnal Risalah*, Vol. 27. No. 1, 10-16

Wawancara:

Pendiri dan juga Admin *Instagram* Kabar Tebet, M. Doni di Jakarta, 3 Oktober 2022