

PARTISIPASI CITIZEN JOURNALISM DALAM MEDIA SOCIAL INSTAGRAM “@REPOSTWONOGIRI” SEBAGAI SARANA INFORMASI

Arsyad Ibnuussina; Yudha Wirawanda

**Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas
Muhammadiyah Surakarta**

Abstrak

Media sosial saat ini terutama instagram sangat banyak diminati orang dengan berbagai ragam sifat yang luas baik tanpa batasan waktu maupun ruang, menjadikannya sebagai media era baru. Menggunakan postingan dari jurnalisme warga, informasi dipilah menurut kriteria administrasi yang tidak sesuai dengan standar jurnalisme profesional dan dikirim ke akun @repostwonogiri. Pada penelitian ini memiliki tujuan guna melihat peranan kontribusi citizen journalism yang dikirimkan seperti menentukan kriteria kelayakan foto dan teks foto yang menarik. Teknik Purposive Sampling digunakan dalam penelitian ini untuk pengambilan sampel. Serta dalam penulisannya menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun dalam pengumpulan data menggunakan teknik obeservasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini juga terdapat tiga komponen digunakan yaitu memilih hal-hal yang pokok, hal-hal yang dirasa penting, serta merangkum yang sesuai pola dan temanya dari data yang diperoleh di lapangan. Kemudian data yang didapat dikategorikan, dideskripsikan dan diambil sebuah kesimpulan budaya partisipatif sangat potensial dengan adanya para follower yang ikut andil dalam terciptanya sebuah informasi. Untuk itu diperlukan proses memilih dan memilah mana informasi yang layak untuk di repost ulang. Melalui saluran elektronik ini, media baru menjadi lebih nyaman untuk saling berinteraksi satu dengan yang lain. Demikian dapat dikatakan bahwa masyarakat memiliki peranan besar dalam terciptanya citizen journalism. Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas didapati Pertama, jika dalam memposting konten admin @repostwonogiri tidak memiliki kriteria khusus dalam memberikan caption. Kedua, dalam melakukan posting ulang foto admin @repostwonogiri juga melakukan pengeditan foto sebelum di repost ulang. Ketiga, konten – konten yang terdapat di akun @repostwonogiri tidak memiliki target khusus, terjangkau ke semua kalangan dan menggunakan Bahasa awam. Keempat, gerakan citizen journalism membentuk interaksi antara admin dan follower, sehingga terciptanya pertukaran informasi dan peristiwa.

Kata Kunci : *Citizen journalism, Instagram, @repostwonogiri, partisipatory culture*

Abstract

Today's social media, especially intagram, is very much in demand by people with a wide of properties both without time and space restrictions, making it a new era media. Using posts from citizen journalism, information is sorted according to administrative classifications that do not comply with professional journalism standards and sent to the @repostwonogiri account. This study aims to see the role of citizen journalism contributions submitted, such as determining the eligibility criteria for photos and attractive photo texts. Purposive Sampling

technique was used in this study for sampling. As well as in its writing using qualitative descriptive methods. As for data collection using conservation techniques, interviews and documentation. This research also has three components used, namely choosing the main things, thing that are considered important, and summarizing the appropriate patterns and themes from the data obtained in the field. Then the data obtained is taken, described and a conclusion is drawn that participatory culture is very potential with followers participating in the creation of information. For this reason, a process of selecting and sorting out which information is appropriate for reposting is needed. Through these electronic channels, new media become more convenient to interact with each other. Thus it can be said that society has a big role in the creation of citizen journalism. Based on the results and discussion above, first, when posting content, the @repostwonogiri admin does not have specific criteria for providing captions. Second, in reposting photos the @repostwonogiri admin also edits photos before reposting. Third, the content contained in the @repostwonogiri account does not have a specific target, is accessible to all people and uses cloud language. Fourth, the citizen journalism movement forms interactions between admins and followers, resulting in an exchange of information and events.

Keywords: Citizen journalism, Instagram, @repostwonogiri, participatory culture

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi pada awalnya diciptakan oleh manusia untuk memfasilitasi dalam berkomunikasi. Teknologi yang diciptakan dapat menghemat waktu bahkan mempercepat perjalanan jauh, namun kehadiran teknologi sangat memudahkan masyarakat untuk tetap up to date. Pada akhirnya, teknologi manusia bergantung pada ciptaannya sendiri, dan penemuan ini juga berimplikasi pada perkembangan komunikasi yang tak terelakkan. *E-commerce*, *e-education* dan *e-government* adalah bentuk-bentuk hasil dari perkembangan teknologi informasi (Gumilar, G dan Zulfan, I, 2014: 86).

Munculnya media online di era globalisasi membuat penggunaan media cetak semakin mudah seperti surat kabar dan majalah. Saat ini, perlu untuk mendapatkan informasi dari berbagai jejaring sosial melalui Internet. Karena kecanggihan teknologi, banyak aplikasi untuk jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, *blog*, *instagram*. Tayangan-tayangan audio visual yang ditawarkan oleh Instagram yang pada awalnya hanya sebagai alternatif untuk penggunaanya, kini instagram dapat bersaing dengan berbagai tayangan yang disuguhkan oleh stasiun televisi. Hadirnya media sosial dan internet, pada akhirnya banyak yang menggunakannya karena dinilai dapat terakses dari sumber, waktu, dan tempat yang tidak terbatas. Berbagai informasi

secara mudah dapat diakses dengan cepat untuk dinikmati kapan saja dan dimana saja (Muhtadi, 2016).

Memberitakan seseorang atau sesuatu dengan keahlian dalam merencana, mencari, menggali, mengolah, kemudian memberitahu informasi kepada publik dengan menggunakan tuturan, tulisan, foto, video, maupun gambar kepada orang lain dengan menyampingkan latar belakang pendidikan termasuk bentuk keterlibatan masyarakat sebagai *Citizen journalism*. Dalam pengertian juru warta atau sebagai penyebar informasi kepada public menjadikan setiap orang berkontribusi dengan adanya kehadiran media sosial dan blog Romli dalam (Kamil Dwimuzakkii & Yadi Supriadi, 2022). Namun tak bisa dipungkiri jurnalisme menginformasikan sebuah kejadian kepada masyarakat, agar masyarakat masyarakat memperoleh berita secara up to date, maka citizen journalism dikategorikan dalam jurnalisme. Dalam artikel berjudul “Netizen Journalism: The Emergence of New Forms of News that Can Better the Policy Making Process” Ronda Hauben dalam (Aziz, 2018), berita baru yang mana terdapat kebijakan dapat diperbaiki merupakan definisi dari Jurnalisme netizen. Yang mana dalam hal tersebut adalah kejadian proses pembuatan kebijakan. Dengan arti lain, jurnal tersebut memberikan penjelasan mengenai bagaimana kegiatan jurnalisme terbukti menjadi sarana alternatif dalam memberikan berbagai informasi tentang peristiwa atau isu bagi para penggunanya (Aziz, 2018).

Partisipasi masyarakat dalam menyampaikan informasi terkait dengan peristiwa yang terjadi di sekitar membentuk dari *citizen journalism*. Tanpa memandang segi usia, rata-rata pengguna smartphone banyak meminati *journalism* khususnya dalam mencari sebuah informasi. Meskipun bagi jurnalis, gelombang perubahan juga akan membawa tentang tekanan pada kebutuhan multi-keterampilan, kemampuan untuk menghasilkan dengan cepat, memiliki kapasitas lebih sedikit mencerminkan, memiliki lebih sedikit waktu untuk menulis dengan indah dan mungkin periode yang lebih singkat untuk memverifikasi fakta Alejandro dalam (Susanto, 2017).

Pada dasarnya, budaya partisipatif merupakan bidang penelitian yang menarik bagi banyak ilmuwan sosial, budaya inklusif merupakan bidang penelitian yang berkelanjutan seiring dengan perkembangan informasi dan teknologi (Lister, 2009). Budaya partisipatif di era New Media diterapkan dalam media sosial untuk menarik partisipasi masyarakat. Boyd & Ellison (2017) memberi penjelasan tentang jejaring sosial yang paling menarik salah satunya adalah memungkinkan anda membuat profil publik, semi-publik atau pribadi dalam sistem terbatas, melihat atau berbagi informasi dan mengembangkan hubungan virtual dan interaksi dengan orang lain secara online pragmatis.

Perubahan, pada awalnya publik dianggap sebagai konsumen media, namun kini publik dapat berperan sebagai jurnalis. Inilah yang mendorong diskusi dan perdebatan yang lebih luas tentang jurnalisme warga di seluruh dunia. Acara tersebut memungkinkan publik untuk melakukan apa yang biasa dilakukan jurnalis; mendokumentasikan dan melaporkan acara tersebut, tetapi dengan gaya yang unik. Menurut (Rodesiler et al., 2014), partisipasi pengguna media sosial merupakan wujud masyarakat dalam perilaku partisipasi yang konkrit. Melahirkan ide-ide dan partisipasi online dalam membantu mengembangkan potensi daerah masing-masing yang melibatkan masyarakat merupakan bentuk dari partisipasi online oleh masyarakat.

Keberadaan media online membuat informasi lebih mudah diakses oleh pemirsa, jurnalis, bahkan jurnalisme warga. Teknologi internet, dengan demikian berperan sebagai komponen kunci media baru, secara tidak langsung membuat jurnalisme warga lebih dikenal dan populer daripada media yang beredar melalui media Internet Sukmawati dalam (Kamil Dwimuzakkii & Yadi Supriadi, 2022).

Instagram saat ini merupakan media sosial yang sangat populer. Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto dengan mengambil gambar, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke pengguna lainnya. Video atau foto yang dibagikan di Instagram dapat menyampaikan dan merepresentasikan situasi dan tempat yang dialami atau dikunjungi di dunia nyata.

Fotografi memegang peranan penting dalam menyediakan karya fotografi berupa berita dan laporan tentang isu-isu yang terjadi di lingkungan. Kolom foto adalah karya bergaya foto pers singkat yang menyertakan keterangan dari penduduk setempat. Ciri dari photojournalism adalah berita spot yang tiba-tiba dikirim dari spot, sedangkan informasi photopost mengandung banyak elemen. Menurut Audy Mirza dalam (Qudratullah et al., 2020), teks foto adalah deskripsi verbal dari isi foto, dilengkapi dengan berbagai deskripsi. Jika Anda tidak memiliki teks foto, itu hanya foto yang tidak tahu informasinya. Kondisi teks foto adalah: 1) Teks foto harus terdiri dari minimal dua kalimat. 2) Mendeskripsikan gambar, seperti pada kalimat pertama. 3) Membuat teks foto memiliki unsur aturan 5W 1H. 4) Pastikan teks foto tetap aktif, sederhana, dan mudah dipahami. 5) Deskripsi tentang tujuan pengiriman foto diperlukan sebelum teks foto, Kemudian judul dan nama pengarang/penerbit.

Salah satu akun yang memberikan informasi kejadian berupa foto yang direpost, bahkan akun ini paling banyak diikuti adalah akun @repostwonogiri yang memiliki 37.800 pengikut dan telah memposting 1505 foto (per 28 November 2017). Akun tersebut menawarkan hingga 2200 teks atau font karakter per posting, sehingga memudahkan pengikut untuk mendapatkan

informasi terperinci. Dengan akun @repostwonogiri ini memberikan sebuah informasi mengenai keadaan sekitar di area Wonogiri terutama kejadian – kejadian yang memerlukan update yang sangat cepat. Tindakan warga memiliki peranan aktif dalam mengumpulkan suatu informasi, yang kemudian membagikannya kepada admin, untuk dianalisa dan menyebarkan informasi dan berita Bowman & Wills dalam (Arsydani & Wijaya, 2015).

1.2 Rumusan Masalah

Berangkat dari permasalahan yang dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam “Bagaimana admin @repostwonogiri dalam menentukan kriteria informasi yang nantinya akan diunggah ulang dalam bentuk post foto?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui penyajian pada akun @repostwonogiri.
- b. Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi citizen journalism dalam akun @repostwonogiri.
- c. Untuk mengetahui kriteria yang direpost dari kiriman citizen journalism seperti foto dan teks foto/ caption yang menarik.

1.4 Teori Terkait

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Teori Partisipatory Culture*. Teori ini dikembangkan Henry Jenkin, yaitu peran dan partisipasi aktif terlibat dalam produksi, penyebaran dan interpretasi budaya Perorangan atau anggota masyarakat (Wardani, 2018). Kegiatan journalism warga dengan keterlibatan pengguna memposisikan sebagai aktivitas sekunder untuk publikasi konten, ruang media sosial ini berpusat di sekitar interaksi pengguna, menyediakan ruang pihak ketiga di mana setiap hari serta pengguna institusional.

Dalam kerangka budaya partisipatif dikembangkan oleh Henry Jenkins. Penelitian sebelumnya membahas isu-isu sosial kontemporer seperti pekerjaan, industrialisasi, globalisasi, literasi dan politik. Acuan dari masa depan yang mana orang dapat berpartisipasi dalam media publik sebagai konsumen termasuk bagian dari konvergensi media. Individu maupun media memiliki kesempatan yang sama dalam berkontribusi aktif dalam hal produksi, penyebaran hingga interpretasi budaya (Jenkins, 2006).

Partisipasi dibentuk tidak hanya interaksi di kolom komentar (Jenkins et al., 2009). Dalam fitur hashtag membuat fungsi dari Instagram menjadi interaktif. Fungsi hastag (#) adalah fitur yang mampu menghubungkan konten serupa di sekelompok halaman tertentu (Liu, 2018).

Keberadaan citizen journalism merupakan partisipasi warga untuk berbagi informasi melalui Instagram. Semakin canggih perkembangan teknologi informasi berupa tulisan, foto, audio dan video membuat informasi secara cepat disampaikan menjadi sebuah pilar dalam berkembangnya *citizen journalism*. Konvergensi media online menyebabkan perubahan dalam kebiasaan masyarakat, seperti strategi pasar, pola perilaku dan gaya hidup (Trivedi & Thaker, 2001). Namun, berjalannya teknologi dikarenakan adanya pengguna yang mengoperasikannya (Jenkins et al., 2009). Teknologi baru yang muncul dapat mengubah aktivitas masyarakat sebelumnya. Penyebaran atau keberlangsungan dari budaya yang dihasilkan oleh teknologi baru ini akan bertahan jika ada budaya yang mendukungnya (Jenkins et al., 2009).

Teori budaya partisipatif, dijelaskan oleh Henry Jenkins dan Yochai Benkler, menyarankan bahwa kelahiran media baru memungkinkan akses tanpa batas ke sistem pertukaran budaya, itu mendukung produksi dan distribusi yang lebih demoral di industri media. Audiens aktif memanifestasikan manfaat lain dari partisipasi audiens yang lebih besar, dan merupakan penghargaan tinggi untuk hasil kreatif mereka, serta publik tidak lagi dikendalikan oleh budaya konsumerisme (Bangun, 2019). Alih-alih, audiensi membuat bersama, mengisi celah yang ditinggalkan secara sengaja dan tidak sengaja oleh pengikut. Budaya partisipatif menggeser fokus penciptaan dari individu ke keterlibatan masyarakat, menjadi kolaborasi dan jejaring yang berarti tidak hanya fasilitas dengan teknologi tetapi juga keterampilan sosial untuk memanfaatkan pengetahuan orang lain, pengetahuan tidak berada dalam satu orang, teks, atau teknologi saja, tetapi didistribusikan di seluruh orang (Duncum, 2011).

Budaya Partisipatif Jenkins (2009) dikelompokkan berdasarkan bentuk komunikasi antar budaya yang partisipatif yang memungkinkan terjadinya interaksi, dapat berupa: a) *Affiliations*, Budaya partisipatif menurut Jenkins (2009) merupakan sistem formal, atau keanggotaan, informal dalam komunitas online, seperti teman, myspace, forum, facebook, dll. Maka Budaya partisipatif itu terjadi Bergabunglah dan jadilah anggota komunitas online. Keanggotaan ini bersifat resmi dan tidak resmi. b) *Expressions*, Di dalam konteks budaya partisipatif yang dimaksud dengan ekspresi menghasilkan bentuk kreativitas baru, seperti pengambilan sampel digital, fiksi penggemar, video penggemar dll. (Jenkins, 2009). c) *Collaborative Problem Solving*, Bentuk partisipasi ketiga adalah pemecahan masalah kolaboratif yaitu kerja sama tim, baik informal atau formal, guna menyelesaikan tugas (Jenkins, 2009). d) *Circulations*, Bentuk terakhir dari partisipasi adalah sirkulasi aktivitas

membentuk aliran media, Membentuk aliran media berupa sebuah kegiatan membuat aliran media yang saling berhubungan (Jenkins, 2009).

Dengan ruang blog berita dan situs jurnalisme warga, tetapi situs *web* berita online konvensional yang dikendalikan oleh admin. *Citizen journalism* membuka cara dalam menyampaikan informasi melalui media baru. Yang awalnya *citizen journalism* hanya ada dalam media cetak maupun media elektronik, sekarang *citizen journalism* terdapat pada media sosial yang digunakan memberikan informasi secara aktual dan langsung. Jenkins (2006) menjelaskan bahwa budaya partisipatif itu seperti budaya di pengikut dan admin secara aktif terlibat dalam menciptakan dan siklus konten baru. Ada banyak cara untuk berpartisipasi atau keterlibatan audiens di era digital saat ini, mengetahui di mana harus mengonsumsi seseorang menonton, membaca, atau menonton tanpa berpartisipasi dan pembuatan.

2 METODE

Metode kualitatif yang bersifat deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan dalam mempelajari keadaan objek alami (bukan eksperimen), yang mana peneliti adalah teknik pengumpulan data dan sarana kunci yang dilakukan. Serta analisis data yang bersifat induktif/ kualitatif. Sehingga hasil dari metode ini adalah untuk memahami fenomena yang dialami yang berdasarkan pada filosofi post-positivisme dengan menggunakan teori budaya partisipatif yang dikembangkan oleh Jenkins (2009), Menekankan pentingnya generalisasi atau penelitian.

Penelitian ini akan memilih individu berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan yang mengacu pada tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2017), purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel data berdasarkan beberapa aspek. Peneliti yang menentukan objek dan subjek penelitian. Dalam buku “The Ethnographic Interview” karya James P. Spradley (2016) menjelaskan bahwa untuk mengidentifikasi seorang informan hanya dibutuhkan dua orang informan, peneliti harus memilih informan yang dapat memberikan informasi, pengalaman di lapangan yang akan diteliti dan melakukan wawancara mendalam untuk mendapatkan hasil wawasan tentang sudut pandang mereka. Peneliti juga harus mengumpulkan data dengan menggunakan pendekatan dua informan, seperti catatan lapangan terperinci, perbandingan dan analisis data yang diperoleh dari dua informan, dan menggunakan pemeriksaan silang data untuk memperkuat temuan penelitian. Adapun pengambilan data menggunakan informan yang dipilih merupakan dari para admin di @repostwonogiri sehingga di dapatkan 2 informan sebagai pengelola akun.

Wawancara secara mendalam (*in-depth interview*) digunakan sebagai teknik pengumpulan data dengan subyek penelitian dan observasi akun instagram @repostwonogiri. Wawancara dapat dilakukan beberapa kali sesuai kebutuhan peneliti yang terlibat dalam penelitian untuk mendapatkan hasil yang jelas dan kelengkapan masalah yang dicari (Sutopo, 2002: 59). Sedangkan untuk observasi akun @repostwonogiri memahami status aktivitas media sosial, kami memantau akun media sosial @repostwonogiri dengan melihat postingan. Dalam pengumpulan data dan analisis data, alat ini sangat digunakan dalam penelitian ini karena dapat memastikan keakuratan data.

Metode analisis data penelitian ini menggunakan metode interaktif berdasarkan teori Miles dan Huberman (2018) dan terdiri dari tiga tahapan.

a. Tahap reduksi data.

Reduksi data adalah tahapan teknik dalam melakukan klarifikasi, penyederhanaan dan penghilangan data yang sekiranya tidak diperlukan. Sehingga dapat memudahkan dalam menarik kesimpulan yang menjadikan informasi menjadi lebih bermakna. Tahap reduksi ini juga diperlukan dalam menganalisa data dengan jumlah banyak, sehingga nantinya data diseleksi agar dapat menghasilkan data yang relevan sesuai tujuan akhir penelitian.

b. Tahap penyajian data/analisis data setelah pengumpulan data.

Penyajian data yang digunakan penelitian ini berupa teks deskriptif (catatan lapangan), grafik, matriks, diagram atau jaringan yang merupakan hasil dari kumpulan data yang diperoleh secara sistematis dengan tujuan agar mudah dipahami.

c. Tahap penarikan kesimpulan dan validasi.

Tahap ini merupakan tahap akhir dari teknik analisa data kualitatif yang dilakukan dengan memilih dan memilah data yang masih relevan dengan tujuan yang dicapai dalam penelitian ini. Sehingga hasil yang didapat berupa informasi yang lebih bermakna sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.

Kesimpulan yang masih dapat berubah dinamakan kesimpulan awal. Yang mana pada kesimpulan awal tidak terdapat bukti-bukti yang valid. Sedangkan apabila terdapat bukti-bukti yang valid dan masuk akal, maka kesimpulan itu dinamakan kesimpulan akhir. kesimpulan akhir yang dilakukan sebagai tercapainya garis besar dari pengumpulan data (Sutopo, 2002: 91-93).

Penelitian ini menggunakan validitas data yang lebih menekankan pada triangulasi sumber data, yaitu pengumpulan hasil penelitian berdasarkan masing-masing informan. Data dari berbagai sumber dideskripsikan, dikategorikan dan ditinjau untuk menarik kesimpulan. Triangulasi memiliki ide dasar berupa fenomena yang diteliti menggunakan multi metode

harus dipahami dengan baik dalam mengumpulkan dan menganalisa data. Sehingga data yang dihasilkan memiliki keakuratan yang tinggi apabila dilihat dari berbagai macam sudut pandang dengan cara mereduksinya semaksimal mungkin (Rahardjo, 2010).

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Berdasarkan Hasil penelitian Budaya partisipasi Citizen Journalism @repostwonogiri diperoleh hasil berikut:

Dengan maraknya di era media baru, banyak media sosial seperti Instagram yang mengandalkan informasi dari citizen journalism. Instagram menjadi wadah dalam partisipasi masyarakat dalam memberikan informasi. Dalam akun tersebut sering mengangkat berbagai potensi informasi seperti informasi, peristiwa dan serta menjadi potensi menjadi sebagai media alternatif. Berkomunikasi melalui foto di jejaring sosial adalah cara baru yang diberikan oleh Instagram yang membuat para pengguna smartphone menjadi lebih suka memotret. Media online memiliki tugas untuk menciptakan tradisi baru dalam jurnalisme Indonesia. Tanggung jawab ini bertambah seiring bertambahnya jumlah dan menyebar ke seluruh Indonesia Setiawan dalam (Kamil Dwimuzakkii & Yadi Supriadi, 2022).

Awal mula berdirinya hanya digunakan melakukan postingan ulang dari hastag yang dicantumkan. Kemudian Gerakan ini menjelma semakin besar menjadi gerakan citizen journalism. Antusias follower yang sangat ingin dalam mendapatkan informasi, sehingga banyak masyarakat yang terbantu dalam memperoleh informasi. Hasil dari gerakan membuatnya paham adalah masyarakat awam pun dipersilahkan untuk dapat berkontribusi dalam memperluas informasi penting Romli dalam (Mardani et al., 2022). Sejak dibentuk 28 November 2017 kemudian menjadi media alternatif sekaligus menjadi media penyeimbang yang keberadaannya di tengah media mainstream.

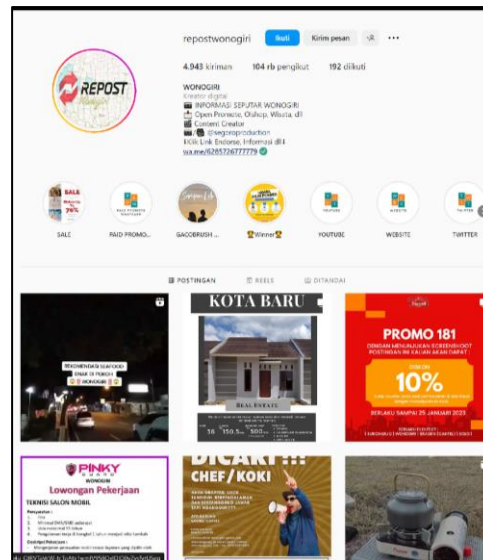
Berdasarkan hasil wawancara bersama Sutanto Admin @repostwonogiri menyatakan bahwa:

“Kalo awal mula membuat akun itu memposting berita mengenai banjir di Tirtomoyo, Wonogiri, setelah banyak yang menyukai dan komentar. Kemudian kami tertarik untuk mengelola akun melalui # hastag, Tag foto dan Direct message. Selanjutnya dikelola dipilih informasi yang menarik dan sangat informatif kemudian diupload ke Instagram” (Wawancara admin Sutanto, Oktober 2022)

Budaya Partisipatif Citizen Journalism pengikut @repostwonogiri sebagai berikut:

3.1.1 Affiliations

Salah satu bentuk paling awal dari Budaya Partisipatif adalah afiliasi. Afiliasi atau yang bisa diartikan sebagai hubungan dalam cabang komunikasi atau anggota. Keanggotaan informal atau formal seperti *myspace*, *forum*, *facebook*, *friendster* dan lain-lain yang terdapat pada afiliasi adalah bentuk dari pengertian budaya partisipatif (Jenkins, 2009)



Gambar 1. Akun @repostwonogiri
Sumber: observasi akun @repostwonogiri

Hasilnya sampai dengan Januari 2023 @repostwonogiri memiliki 154 ribu pengikut/follower dan 4.966 postingan. Mereka bukan hanya tinggal di daerah Wonogiri, tetapi ada yang dari luar daerah seperti masyarakat yang merantau di luar kota yang ingin mencari informasi mengenai perkembangan di daerah asalnya. Siapapun bisa bertanya, berdiskusi dan menjelaskan penipuan di media online. Pengelola juga merupakan anggota masyarakat dan berperan sebagai mediator informasi (Fardiah et al., 2021).

Berdasarkan hasil wawancara bersama Sutanto Admin @repostwonogiri menyatakan bahwa:

“Dari pengikut 154 ribu @repostwonogiri yang benar aktif mengirimkan informasi ke admin hanya kisaran sedikit, selainnya hanya berperan sebagai pembaca saja. Pengirim yang aktif tersebar di berbagai tempat di wilayah Wonogiri. Mereka mengirimkan informasi dan peristiwa yang terjadi di daerah masing-masing. Sehingga dalam kondisi ini kita membagikan ulang agar pembaca mengetahui kejadian yang sedang terjadi khususnya di area Wonogiri” (Wawancara admin Sutanto, Oktober 2022)



Gambar 2. Akun @repostwonogiri
Sumber: observasi akun @repostwonogiri

Dalam sesi wawancara admin @repostwonogiri mengatakan bahwa akun ini mengandalkan dari citizen journalism, maka yang bertindak sebagai pewarta atau wartawan yaitu si pembaca sekaligus berperan aktif sebagai pewarta yang aktif memberikan informasi. Namun dari jumlah pengikut Instagram tidak semua pengikut hanya sebagai pembaca saja tidak berpartisipasi langsung membagikan informasi. Admin mengatakan bahwa pembaca tidak memandang status sosial, yang mana berbagai kalang turut berkontribusi baik itu pelajar, PNS, ojek online, buruh, petani dan lain – lain.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Sutanto Admin @repostwonogiri menyatakan bahwa:

“Pada akun @repostwonogiri dibuat berdasarkan info yang terjadi pada hari itu juga, tidak memiliki target sasaran tertentu, informasi yang di dapat mencangkup semua kalangan entah kalangan pekerja, pelajar, ataupun masyarakat luas yang mengikuti.”
(Wawancara admin Sutanto, Oktober 2022)

Jurnal “Doing It Together: Citizen Participation In The Professional News Making Process”, Paulussen dkk dalam (Fithryani, 2015) menjelaskan media interaktif pada di internet telah merubah perilaku konsumen penggunaanya, seperti tren yang terjadi di media massa semakin mempengaruhi warga dalam bentuk media berbasis kerjasama. Hal demikian terjadi di jejaring sosial dengan dorongan partisipasi aktif. Dalam proses partisipasi masyarakat pada media tradisional dalam membuat konten, pada dasarnya memiliki harapan agar berita yang dipublikasi lebih mudah dan efisien diterima oleh masyarakat. Pengikut yang mengirimkan peristiwa terkait dengan Wonogiri diberitakan secara beragam menggunakan bahasa yang awam pada umumnya. Mulai dari sebatas banjir di wilayahnya, kecelakaan lalu lintas, bencana alam seperti tanah longsor, aktivitas sosial dan sebagainya.

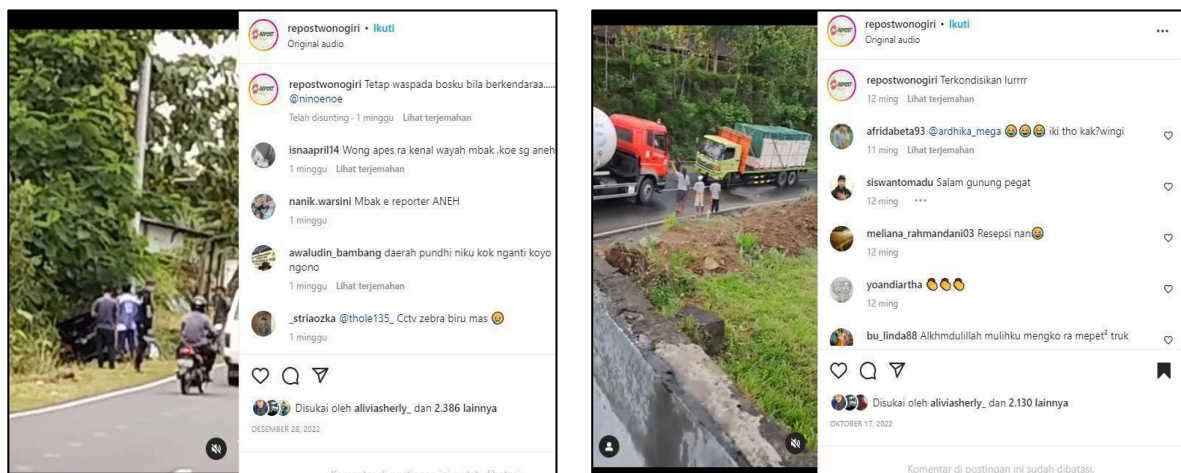
3.1.2 Expressions

Bentuk lain dari budaya partisipatif adalah ekspresi, ekspresi atau proses ekspresi (menunjukkan atau mengungkapkan maksud, gagasan, perasaan, dll). Tentang hubungan budaya yang terlibat menghasilkan apa yang dimaksud dengan ekspresi bentuk kreatif baru seperti pengambilan sampel digital, fiksi penggemar, video penggemar, dan lainnya dan seterusnya (Jenkins, 2009). Agar hasil tulisan dalam peliputan isu lingkungan citizen journalism lebih optimal dari segi ekspresi atau aspek ekspresi yang inklusif untuk menghasilkan konten yang kreatif dan inovatif.

Peranan akun @repostwonogiri dalam melemparkan informasi, hampir di seluruh konten yang diunggahnya tidak memperhatikan unsur 5W+1H dalam penulisan *caption*. Namun tidak jarang juga ditemukan admin yang memberikan minim caption, sehingga followers menjadi mengembangkan wacana sendiri. Melihat hal tersebut banyak membuat follower menjadi kebingungan dan memberikan komentar dalam postingan tersebut. Foto dan video yang ditampilkan di Instagram dapat dikomentari maupun di sukai oleh penggunaanya Nur & Arnando dalam (Purwaningsih & Sabardila, 2020).

Berdasarkan hasil wawancara bersama Jarwadi Admin @repostwonogiri menyatakan bahwa:

“Bahwa admin @repostwonogiri berkesan seadanya saja dalam pembuatan caption Instagramnya. Akun @repostwonogiri juga minim hastag walaupun di view banyak akun, peran mention akun @repostwonogiri lebih cenderung pada mention untuk promosi”. (Wawancara admin Jarwadi, Oktober 2022)



Gambar 3. @repostwonogiri
Sumber: observasi akun @repostwonogiri

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa caption yang dicantumkan oleh admin hanya memberikan peringatan. Banyak unggah yang diposting ulang tidak memiliki unsur 5W+1H membuat follower kebingungan mengenai lokasi, kapan terjadi peristiwa, berapa korban jiwa menjadi korban dan lain – lain. Menurut tafsir Pepih Nugraha, agar berita memiliki nilai dan makna yang tinggi, seorang reporter atau citizen reporter dalam penulisan beritanya harus terlebih dahulu mengetahui prinsip kaidah dasar 5W+1H Nugraha dalam (Adliashany & Purnama, 2018). Seperti beberapa follower yang mengalami kebingungan @awaludin_bambang memberikan komentar “daerah pundhi niku kok nganti koyo ngono”, data 2 @tarrent memberikan komentar “Kenopo kui min”, data 3 @wiwin,3456 memberikan komentar “Kapan Itu kejadiannya?”.

Jadi dari hasil wawancara dengan admin @repostwonogiri menunjukkan bahwa konten-konten pada akun @repostwonogiri tidak memiliki kriteria caption khusus dan cenderung disesuaikan dengan foto yang direpost. Foto-foto yang direpost juga termasuk foto-foto yang sederhana yang pada umumnya merupakan foto dari telepon genggam saja namun informasi dapat tersampaikan dengan baik.

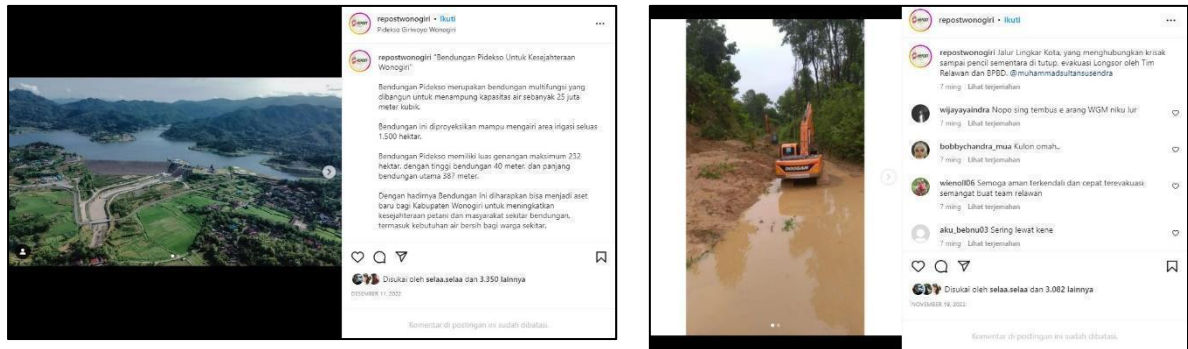
3.1.3 *Collaborative Problem Solving*

Bentuk partisipasi ketiga adalah pemecahan masalah kolaboratif yaitu kerja sama dalam bentuk informal ataupun formal, guna penyelesaian tugas maupun perkembangan pengetahuan seperti game realitas alternatif atau spoiler hingga wikipedia (Jenkins, 2009). *Collaborative Problem Solving* merupakan bentuk Kerjasama antara pengikut dan admin dalam memanfaatkan Instagram seperti pengembangan fitur tersebut. Pembuatan video atau foto agar lebih bermakna juga disediakan oleh intagram yang terdapat dalam fiturnya, seperti; 1) *Caption*, ini adalah fitur yang berfungsi sebagai caption pada foto atau video yang dipublikasikan untuk memperkuat pesan yang disampaikan oleh pengguna. 2) *Hastag* (#), yang sangat memudahkan dengan tagar tertentu di Instagram bagi penggunanya. 3) Lokasi, fitur yang menunjukkan lokasi pengambilan foto/video pengguna. Pengguna fitur ini merasa cukup secara teknis untuk melakukan dokumentasi langsung dan prosedur pelaporan di lapangan atas kejadian tertentu Mabweazara dalam (Aisyah Abbas & Rofi, 2018).

Repost gambar menurut informan sengaja dibuat untuk memperoleh perhatian pengguna lain. Repost gambar melakukannya sehingga pengguna lain didorong untuk partisipasi, jadi Anda ingin berbagi foto bersama masyarakat. Mengenai peran pengguna dengan pengikut, banyak pembaca yang berfokus pada bagaimana kemunculan media social di Instagram yang dapat memainkan peran memposting ulang informasi dari kiriman pengikut atas pengguna lain Femenia at.al dalam (Tugores-Ques & Bonilla-Quijada, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara bersama Sutanto Admin @repostwonogiri menyatakan bahwa:

Lebih jauh followers juga menjelaskan gambar yang akan direpost gambarnya, biasanya dipilih pertama dan hanya setelah mengirim lagi ke admin, banyak pengguna lain yang berpartisipasi akan melakukan membagikan di akun. (Wawancara admin Sutanto, Oktober 2022)



Gambar 4. Observasi akun @repostwonogiri
Sumber: observasi akun @repostwonogiri

Sama halnya dengan yang ditampilkan dalam postingan yang berupa foto. Maka ilmu mengenai fotografi seseorang hanya sebatas dasar. Hal ini menjadikan standar khusus fotografi tidak seperti fotografer pada umumnya. Dalam postingan tersebut bentuk tampilan tidak seperti majalah atau tabloid. Sesuai dengan penjelasan mengenai *repost*, maka untuk menarik pengguna lain agar melakukan tag atau *hashtag* yang kemudian foto pengguna lain di repost postingan @repostwonogiri. Melalui *Finder gram* memungkinkan pencarian hashtag, memberikan juga opsi untuk menampilkan gambar sedang diposting Martinez dalam (Purnomo, 2018).

Berdasarkan hasil wawancara bersama Jarwadi Admin @repostwonogiri menyatakan bahwa:

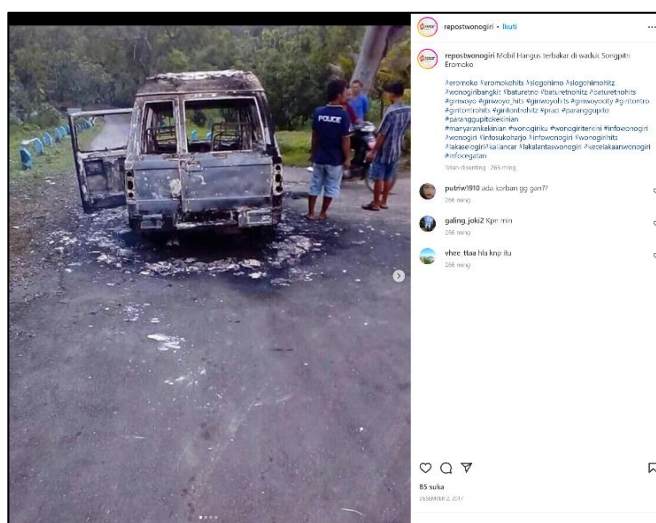
“Jadi fitur finder gram memudahkan saya untuk mencari hashtag, selanjutnya dipilah untuk di repost ke akun @repostwonogiri” (Wawancara admin Jarwadi, Oktober 2022)

3.1.4 Circulation

Bentuk terakhir dari partisipasi adalah sirkulasi aktivitas membentuk aliran media, Membentuk aliran media berupa sebuah kegiatan membuat aliran media yang saling berhubungan (Jenkins, 2009).

Dari wawancara diatas bahwa informasi yang dikirim dari pengikut, harus melalui pemilihan postingan dahulu yang menarik bagi pembaca. Seleksi foto yang bagus harus melalui proses pengeditan terlebih dahulu lalu di repost agar mengikuti berita – berita yang terupdate. Penggunaan foto dalam Pesan media ini menjadi komunikasi yang menarik secara luas. Atau arti lain, itu cocok untuk wawancara ahli Bakhsi, Hiram et al dalam (Riswari & Widiarto, 2020). Seleksi pemilihan foto ini dilakukan oleh pengurus, namun di sisi lain anggota lain juga bisa menyarankan foto mana yang bisa disarankan kepada pengurus untuk diunggah.

Adapun dari hasil wawancara maupun observasi tentang penggunaan Instagram yang memegang peranan penting sumber informasi terpercaya orang-orang jaringan internet tersebar luas wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang bepergian, bersosialisasi, berbagi pengalaman dan mungkin juga berbagi tujuan atau produk terkait dengan pariwisata Sciences dalam (Purnomo, 2018). Agar lebih menarik biasanya pesan yang disampaikan melalui foto untuk menarik pengikut.



Gambar 6. Circulation

Sumber: observasi akun @repostwonogiri

Berdasarkan hasil wawancara bersama Jarwadi Admin @repostwonogiri menyatakan bahwa:

“Berita-berita yang direpost oleh akun @repostwonogiri digunakan sebagai media informasi dan telah dilakukan verifikasi terlebih dahulu, foto-foto yang direpost pun telah melalui proses edit terlebih dahulu. Kontribusi followers untuk akun @repostwonogiri ini sangat penting untuk mengikuti berita-berita terupdate yang terjadi di Wonogiri”. (Wawancara admin Jarwadi, Oktober 2022)

Sebagian besar foto yang diunggah akan disertakan caption kejadian pada foto tersebut. Setiap orang dapat mengekspresikan dirinya melalui media sosial. Metode yang digunakan berbeda-beda, bisa menggunakan tulisan atau untuk mengomunikasikan Caption, emotikon, dan video memicu beberapa tanggapan atau tanggapan dari pengguna lain. Agar lawan bicara dan pembicara bisa menghormati satu sama lain, hal tersebut adalah bagian dari komunikasi. Memperhatikan lawan bicara merupakan salah satu bentuk kesantunan positif Kusmanto dalam (Purwaningsih & Sabardila, 2020). Bisa melalui media sosial yang diunggah video ataupun foto. Seperti halnya instagram, aplikasi ini memudahkan untuk mengunggah gambar atau video deskripsi unduhan disertakan Sholika & Sunarti dalam (Purwaningsih & Sabardila, 2020).

Dari wawancara diatas bahwa informasi yang dikirim dari pengikut, harus melalui pemilihan postingan dahulu yang menarik bagi pembaca. Seleksi foto yang bagus harus melalui proses pengeditan terlebih dahulu lalu di repost agar mengikuti berita – berita yang terupdate. Penggunaan foto dalam Pesan media ini menjadi komunikasi yang menarik secara luas. Atau arti lain, itu cocok untuk wawancara ahli Bakhsi, Hiram et al dalam (Riswari & Widiarto, 2020). Seleksi pemilihan foto ini dilakukan oleh pengurus, namun di sisi lain anggota lain juga bisa menyarankan foto mana yang bisa disarankan kepada pengurus untuk diunggah.

Salahsatu bentuk Partisipasi culture dalam sebuah akun Instagram, yang kemudian ditautkan dengan facebook agar lebih cepat dikenal masyarakat dan melibatkan pembaca dalam menginformasikan segala bentuk informasi dan peristiwa terjadi ditengah – tengah masyarakat.

Berdasarkan Hasil wawancara Bersama Sutanto selaku admin menyatakan :

“Kami selaku admin @repostwonogiri juga membuat akun facebook untuk wadah bercerita, tidak hanya Instagram saja sumber informasi tapi dari berbagai sumber termasuk grup facebook Kabar Wonogiri” (Wawancara admin Sutanto, Oktober 2022)



Gambar 7. observasi akun Fb Kabar Wonogiri

3.2 Pembahasan

Partisipasi adalah mendorong keterlibatan pemikiran atau mental seseorang dan emosi ataupun perasaan seseorang untuk terwujudnya partisipasi grup supaya mencapai tujuan, dan tujuan tersebut bertanggung jawab atas informasi ini. Pada hakekatnya, jurnalis warga juga melakukan proses jurnalistik seperti pengumpulan, penulisan, penyuntingan dan terakhir penerbitan. Menurut Jenkins (2006), budaya partisipasi adalah budaya yang memiliki hambatan relatif kecil untuk aktivitas masyarakat sipil dalam mengekspresikan bentuk artistik. Berbagi pengalaman yang nyata dan pendampingan secara informal adalah dorongan yang kuat untuk berbagi maupun membuat kreasi. Budaya partisipatif suatu adanya budaya yang saling menguntungkan antara pengguna dalam kelancaran membagikan informasi.

Dalam penggunaan media baru, partisipasi sangatlah potensial dalam masyarakat salah satunya pembagian informasi yang awalnya hanya mengandalkan media mainstream. Sehingga pengikut juga dapat berperan aktif sebagai pembaca sekaligus pewarta. Kemampuan ini dapat dapat dikembangkan untuk menjadi produser, konsumen dan distributor informasi. Adanya repetisi dalam melakukan aktivitas memperkuat budaya yang sebelumnya sudah mengalami pembentukan yang lebih baik (Hanna & De Nooy, 2009). Berpartisipasi dalam budaya menjadi sangat mudah dengan popularitas media terutama melalui konten (Annisa & Frenky, 2019).

Dengan adanya internet dan perangkat komunikasi, sangat mudah untuk menggunakan media sosial untuk meningkatkan kemampuan orang untuk berkolaborasi, yaitu menyebarkan dan mengembangkan ide, karya kreatif dan berita serta memiliki hubungan dengan orang lain yang memiliki tujuan dan minat yang sama. Kegiatan partisipasi yang terjadi dalam komunikasi virtual sebenarnya dapat terjadi berkali-kali. Akibatnya membentuk partisipasi menjadi budaya (Jenkins et al., 2009).

Tujuan awal @repostwonogiri untuk membagikan informasi melalui platform Instagram. Tapi tentu saja berbeda dari pengecekan data dan penggunaan sumber dari media alternatif yang mana sebenarnya orang awam pun bisa memiliki keahlian dalam menulis (Khotimah, 2021). Sehingga dengan mengandalkan kiriman pengikut @repostwonogiri, ketepatan informasi berbeda dengan jurnalis profesional pada umumnya. (Khotimah, 2021 Dengan mengandalkan partisipasi *citizen journalism*, maka informasi lebih cepat di dapat tanpa waktu lama.

Budaya Partisipasi citizen journalism Instagram @repostwonogiri dianggap potensial karena: 1) Kendala yang dihadapi merupakan *caption*/ keterangan yang kurang jelas;2) Adanya dukungan penuh terhadap partisipasi masyarakat yang ingin berpartisipasi dalam memberikan informasi;3) Kerjasama di antara pengikut dan admin sangat berpengaruh terhadap ketepatan informasi ;4) Mempunyai tingkatan bahasa yang mudah dipahami, menjangkau semua kalangan.

Kegiatan partisipatif dapat dilakukan melalui komunikasi *virtual* menyediakan wadah membagikan informasi untuk di repost ulang di jejaring sosial. Konten yang memiliki respon terbanyak atau viral adalah konten mengenai kecelakaan dari pengguna internet berupa *like*, komentar, untuk memposting ulang (Kreutzer, 2018). Menjadikan konten sebagai objek yang dapat diubah merupakan bentuk dari bagian reproduksi konten. Yang mana konten yang terbitan kedaluwarsa dengan sengaja dikirim ulang oleh pemilik akun Instagram atau bisa oleh pemiliknya sesuai dengan karakteristik wilayah (Dewi, 2017).

Selain untuk media informasi, akun @repost_wonogiri juga dengan terbuka membebaskan para *follower* untuk berpartisipasi, seperti menambahkan informasi yang kurang lengkap, membenarkan informasi yang ada, hingga memberi saran dan kritik, Hal tersebut sejalan dengan beberapa bentuk partisipasi atau partisipasi publik pada saat itu digital, khususnya Gousong (2009) untuk mengetahui bagaimana cara mengkonsumsi ketika menonton, membaca atau membaca tanpa berpartisipasi dan memproduksi. Kemudian partisipasi berkaitan dengan interaksi pengguna dengan pengguna dan interaksi antara pengguna dan konten (misalnya, popularitas nilai konten, tambahkan *playlist*, bagikan pos dan komentar dan lainnya) tidak berafiliasi dengan konten yang diproduksi sendiri. Yang ketiga adalah produksi, termasuk pembuatan dan penerbitan konten informasi pribadi seperti teks, gambar, audio dan video.

Konsep budaya partisipasi membutuhkan keterlibatan partisipasi warga secara aktif dimana khalayak dalam prosesnya warga menjadi produser sekaligus menjadi konsumen (pengguna), digabungkan menjadi prosumer. Partisipasi seperti ini dapat digunakan dengan media komunikasi online baik itu instagram, facebook, twitter dan lainnya. Blog muncul sebagai media dalam memfasilitasi penggunaanya layaknya jurnalistik. Sehingga kini aktivitas jurnalistik dapat dilakukan oleh siapapun. mendefinisikan partisipasi sebagai umpan maju informasi dan umpan balik. Menurut definisi berkesinambungannya komunikasi dua arah adalah wujud dari partisipasi masyarakat. Artinya, partisipatif dalam suatu komunitas adalah

komunikasi antara pengguna dan admin sebagai penjamin informasi selain dari pihak yang secara langsung mengalami dampak (Canter, dalam Sirajuddin dkk; 13:2006)

Budaya komunikasi partisipatif oleh Jenkins (2006) sebagai berikut: 1) *Affiliations*, nantinya bagi para follower baik lokal, luar daerah, hingga perantau dapat mengakses informasi yang disediakan admin grup atau komunitas online seperti Facebook; 2) *Expressions*, produksi bentuk-bentuk yang mainstream menjadi sebuah media online yang mengandalkan partisipasi warga, kurangnya optimalisasi dalam penulisan, sehingga menimbulkan kebingungan terhadap pembaca. ; 3) *Collaborative Problem Solving* – memanfaatkan fitur yang tersedia di Instagram seperti *Hashtag*, *Findergram*, *Repost* dan *Caption*; 4) *Circulations*, dalam sebuah postingan harus melalui proses editing dan verifikasi dari admin agar inovatif dan membuat aliran dengan membuat tautan dengan facebook Kabar Wonogiri agar Informasi yang didapat semakin luas.

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa *citizen journalism @repostwonogiri* yaitu *Affiliations* yang meliputi follower akun Instagram dengan nama *@repostwonogiri* sebagai keanggotaan Instagram. *Expressions* berupa digital sampling yang mengandalkan *citizen journalism* yang kemudian direpost sebagai jejak digital. *Collaborative Problem Solving* memanfaatkan fitur yang tersedia di Instagram. *Circulations* berupa Facebook kabar wonogiri sebagai wadah mencari informasi yang lebih luas dalam merepost ulang berita.

Hasil ini sesuai dengan pendapat Duncum (2011) yang menegaskan bahwa ruang bersama dalam akun *@repost_wonogiri*, budaya partisipatif sangat potensial dengan adanya para follower yang ikut andil dalam terciptanya sebuah informasi. Untuk itu diperlukan proses memilih dan memilah mana informasi yang layak untuk di repost ulang. Saluran elektronik menjadi nyaman untuk digunakan dalam berinteraksi yang telah ditawarkan oleh media baru. Demikian dapat dikatakan bahwa masyarakat memiliki peranan besar dalam terciptanya *citizen journalism*. Yang mana masyarakat menciptakan konten informasi dan menyebarkannya ke publik agar dapat dikonsumsi oleh khalayak luas.

Dalam proses jurnalistik, tidak lepas dari platform media sosial yang telah menjadi bagian dari kehidupan banyak wartawan. Untuk menemukan ide cerita, terhubung dengan pembaca dan pemirsanya kebanyakan portal online menggunakan sosial media. Membuat jurnanisme yang akuntabel menjadi latar belakang sebagian jurnalis menggunakan sosial media sebagai media yang positif dalam membantu pekerjaannya, terutama untuk mengumpulkan sumber dan mengklarifikasi informasi. Terlepas dari sisi positif media sosial, jurnanisme yang

lahir dari sosial media menciptakan sisi negatif yang mengorbankan tingkat akurasi demi sebuah kecepatan dalam memperoleh data. Sebagian besar jurnalis hanya melihat sosial media dari sisi manfaatnya saja, sehingga hanya sedikit jurnalis yang percaya akan sisi keuntungan dari sosial media terhadap profesinya (Weaver & Willnat, 2016).

Tidak lagi keberadaan pembaca hanya menjadi subjek berita atau artikel dan informasi yang ingin disampaikan oleh media. Pengambilan keputusan publik kemudian dihiraukan keterlibatannya dalam pengendalian komunikasi massa. Kontribusi khalayak yang tinggi terkait dengan jumlah pembaca media dapat mempengaruhi pendapatan iklan (Arifin, 2013). Bentuk tanggung jawab pemasok ketika meliput dari media sosial, seseorang mengecek dan memverifikasi kegiatan, dan ketika melakukan tugas jurnalistik, seseorang harus mengartikan “Menguji informasi berarti memeriksa dan memverifikasi kebenaran informasi” (Nuraeni, 2017).

Respon dari konten yang di repost akun @repost_wonogiri pun bermacam-macam tergantung masing-masing individu menyikapinya. Yang kemudian ekspresi tersebut mereka lampiaskan pada sebuah kolom komentar yang tersedia. Sederhananya, ekspresi dapat didefinisikan sebagai ekspresi dari pikiran dan perasaan melalui bentuk seni (misalnya: Melukis, menulis, menari, dll.) (Merriam Webster Dictionary) (Jenkins, 2009). Menurut Bangun (2009), ekspresi diri adalah ekspresi identitas seseorang, terutama terhadap kepribadiannya. Sehingga dapat dibuat kesimpulan, ekspresi diri adalah suatu bentuk ekspresi diri dari identitas diri seseorang terhadap diri sendiri. Pikiran dan perasaan memanifestasikan dirinya dalam bentuk tertentu.

Cahyarani (2021) dalam pemecahan masalah penerapan pemberitaan lingkungan melalui citizen journalism karena Tabaos.id adalah portal, pengelolaan jurnalisme warga berada di tangan pengelola. Sehingga berita tentang jurnalisme warga tidak langsung terpublikasi, tetapi ada proses verifikasi. Dalam hal ini, peran editor Tabaos.id yang bertanggung jawab untuk melakukan proses pengeditan yang diperlukan untuk pesan yang diposting. Karena jurnalisme warga tidak memiliki akses ke server Tabaos.id, ia harus melalui proses editorial untuk memastikan dan mengontrol jurnalisme warga dan kontennya.

Hasil penelitian Cahyarani (2021) menjelaskan siklus Tabaos.id Aktif menggunakan media Facebook untuk memposting atau melaporkan berita Facebook Messenger berada di posisi kedua dan Whatsapp di posisi ketiga, Ekspresi menjelaskan bahwa pelaporan isu lingkungan belum optimal dibuat oleh jurnalisme warga di Tabaos.id dalam format partisipatif

expression atau ekspresi untuk menghasilkan konten yang kreatif dan inovatif. Collaborative problem solving melakukan Kerjasama dengan LSM sebagai partner. Circulations, Tata kelola jurnalisme warga terkait pemerintah. berita kemudian yang dikeluarkan oleh jurnalisme warga tidak langsung diterbitkan, tetapi ada proses kontrol. Selain portal berita, media ini menggunakan Facebook dan Whatsapp sebagai saluran informasi alternatif.

4 PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Hasil dari pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pertama, affiliations @repostwonogiri dalam menghasilkan sebuah pemberitaan, maka mengandalkan pengelolaan anggota masyarakat dengan pembaca, sistem keanggotaan tersebut secara langsung merupakan followers akun tersebut dari pemberitaan yang diteliti merupakan hasil dari kiriman warga yang di post ulang. Kedua, expression atau ekspresi dalam penelitian diatas bahwa tulisan yang ada di caption masih kurangnya optimalisasi dalam penulisan terutama kaidah jurnalisme 5W+1H, sehingga menimbulkan kebingungan terhadap pembaca. Ketiga, Collaborative problem solving dalam penggunaan berita yang mengandalkan Kerjasama antara pengikut dan admin menghasilkan sebuah pemberitaan dan informasi, sebagai media online @repostwonogiri memprioritaskan berita – berita seputar Kabupaten Wonogiri. Keempat, Ciculations, karena @repostwonogiri merupakan media online, maka pengelolaan citizen journalism saling bekerjasama dengan admin, sehingga informasi tidak hanya bersumber pada Direct Message (DM), namun juga dari facebook yang melalui proses verifikasi.

4.2 Saran

Proses jurnalistik terjadi ketika jurnalis menggunakannya untuk mengumpulkan, menyaring, dan menyebarluaskan berita. Portal berita online menggunakan media sosial untuk menemukan ide cerita, berinteraksi dengan pembaca dan pemirsanya, serta mencari informasi tambahan. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan oleh peneliti lainnya khususnya yang membahas mengenai *citizen journalism* dan admin @repostwonogiri dalam menetapkan strategi atau pembuatan konten mereka, agar bisa lebih informatif dan edukatif sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi followers @repostwonogiri.

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, AM. (2008). *Foto Jurnalistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Allan, S. (2015). Introduction, Digital Journalism. *Jurnal Online* 3(4). 467 – 476.

- Alejandro, J. (2010). JOURNALISM IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA. Reuters Institute University Oxford : Studi Journalism.
- Adliashany, R., & Purnama, H. P. (2018). Konsep Citizen Journalism Pada Konten Vlog “Belajar Pra Sejarah Di Museum Sri Baduga Bandung.” *Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 4(1), 79–87.
- Aisyah Abbas, F. Z., & Rofi. (2018). Persepsi Netizen Terhadap Pola Pemberitaan Lambe Turah Sebagai Strategi Komunikasi Dalam Perspektif Filsafat Sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 2(2), 60. <https://doi.org/10.25077/rk.2.2.60-70.2018>
- Arsydani, N., & Wijaya, S. H. B. (2015). Journalism di Facebook (Studi Kualitatif Mengenai Penerapan Citizen Journalism di Grup Facebook “Berita Kebumen”). *Jurnal Komunikasi Massa*, 1, 1–18.
- Aziz, M. A. (2018). Netizen Jurnalisme Dan Tantangan Dakwah Di Media Baru. *Islamic Communication Journal*, 3(2), 121. <https://doi.org/10.21580/icj.2018.3.2.3096>
- Bruns, A. (2015). Mengerjakan cerita: kurasi berita di media sosial sebagai gelombang kedua jurnalisme warga. Di Atton, C (Ed.) *Pendamping Routledge ke media alternatif dan komunitas*. 379 – 288.
- Cahyarani, V. D. (2021). Penerapan Citizen Journalism dalam Pemberitaan Lingkungan Hidup di Media Online. *Journal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 1 (2), 71-78.
- Fardiah, D., Darmawan, F., & Rinawati, R. (2021). *Literasi Digital Hoax di Instagram*. 6(2), 171–186.
- Fithryani, N. (2015). Peran Citizen Journalism Dalam Program Berita Stasiun Televisi (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Situs Liputan6.Com Pada Program Berita Liputan6 Sctv). *Jurnal Interaksi*, 4(1), 22–31. www.citizen6.liputan6.com
- Huda, K. (2021). Budaya Partisipasi Fans Barcelona Di Solo. *Jurnal Ilmu Komunikasi UMS*.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press.
- Kamil Dwimuzakkii, & Yadi Supriadi. (2022). Peranan Citizen Journalism di Media Online. *Bandung Conference Series: Journalism*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcsj.v2i2.3930>
- Kreutzer, R. T. (2018). *Social-Media- Marketing kompakt*. SpringerGabler.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada media Group.
- Liu, Y. (2018). *Social Media Marketing in China mit WeChat*. SpringerGabler.
- Malik, A. (2018). Fenomena Citizen Journalism di Banten. *Airline Business*, 14(7), 54–55. <https://doi.org/10.4018/jsita.2011040101>
- Mardani, P. B., Christanti, M. F., & Handayani, L. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Jurnalisme Warga, Desa Baros. *Ikra-Ith Abdimas*, 5(2), 1–7. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/download/1622/1330>

- Mutiah, T., & Rafiq, A. (2021). Instagram Media Baru Penyebaran Berita (Studi pada akun@ feydown_official). *Jurnal Media Penyiaran*, 01, 58–62. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jmp/article/view/852>
- Muhtadi, AS. (2016). *Pengantar ilmu Jurnalistik*. Bandung : Simbiosis Rekatamamedia.
- Purnomo, A. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pariwisata di Kabupaten Karanganyar (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Explorekankaranganyar)*. 2(2), 35–43.
- Purwaningsih, D. A., & Sabardila, A. (2020). *Respons Netizen terhadap Caption Publik Figur di Instagram*.
- Quadratullah, Q., Adawiyah, R., & Rasmi, R. (2020). Analisis Nilai Foto Jurnalistik dalam Konten Citizen Journalism pada Tribun Bone. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 7(1). <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v7i1.7153>
- Riswari, C. R. A., & Widiarto, D. S. (2020). Pemanfaatan Instagram Oleh Akun @ Jelajahblitar Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.1(No.1), hal. 1-9.
- Romli, ASP. (2018). *Jurnalistik Online*. Bandung : Nuansa Cendekia.
- Rodesiler, L., Rami, M., Anderson, G., Minnich, C., Kelley, B., & Andersen, S. (2014). Transforming Professional Lives through Online Participation. *English Journal*, 6, 52–58.
- Sirajuddin, dkk, 2006. Hak Rakyat Mengontrol Negara (Membangun Model Partisipasi Masyarakat Dalam Penyelenggaraan Otonomi Daerah), Malang Corruption Watch (MCW), YAPPIKA, Jakarta
- Spradley, James P (2016). *The Ethnographic Interview*. United States of America
- Susanto, E. H. (2017). Media Sosial Sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 379. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>
- Tugores-Ques, J., & Bonilla-Quijada, M. (2022). A touristic tale of four cities on instagram. *Journal of Vacation Marketing*. <https://doi.org/10.1177/13567667221078246>