

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

#### 2.1. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa literatur yang dijadikan sebagai referensi dalam proses penulisan penelitian. Refesensi tersebut merupakan literatur yang pada penelitiannya meneliti kegiatan yang sama ataupun setidaknya memiliki kaitannya terhadap penelitian yang dilakukan. Maka peneliti menyertakan 3 referensi yang dapat membantu menyelesaikan penelitian.

##### 2.1.1. Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Jika dilihat dari berbagai perspektif, maka terdapat beberapa perspektif dari berbagai literatur penelitian terdahulu.

1. **Riska Yenhy Fandira. 2020. “*Citizen Journalism Dalam Fanpage Po942 Radio Gema Surya Fm Ponorogo (Telaah Berdasarkan Teori Komunikasi Politik Komunikasi)*”. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.**

Riset terdahulu ini dilatarbelakangi oleh adanya kenyataan tentang fenomena *citizen journalism* pada Radio Gema Surya FM Ponorogo lewat suatu fanpage bernama *citizen journalism PO942*. Dimana saat ini warga bukan saja hanya jadi objek, tetapi saat ini bisa pula jadi subjek dalam pemberitaan.

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti terdahulu yaitu menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis

yang merupakan prosedur penelitian dengan menghasilkan data-data berupa kata-kata tertulis dari objek yang diamati. Adapun teori yang digunakan yaitu, teori ekonomi politik komunikasi karena telaah yang dilakukan akan berdasarkan pada teori yang digunakan. Di mana pada penelitian ini akan difokuskan pada hubungan antara struktur ekonomi dengan industri media serta kaitannya dengan konten ideologis media.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa:

1. Hampir disetiap unggahan *fanpage citizen journalism* PO942 terdapat komofidikasi.
  2. Spesialisasi *fanpage* telah dilakukan dengan baik
  3. Strukturasi *fanpage* nampak dari perlakuan media terhadap khalayak yang sudah dikira selaku sesuatu bagian media dengan tidak membeda- bedakan kelas serta ras.
  4. Spesialisasi *fanpage* telah dilakukan dengan baik
2. **Seungahn Nah & Debora S. Chung, 2016. “*Communicative Action And Citizen Journalism : A Case Study Of Ohmynews In South Korea*”. *University of Kentucky*.**

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya fenomena *OhmyNews*, dimana sejak media ini didirikan telah sensasional. Selain menyediakan situs penelitian unik yaitu di mana jurnalis profesional bekerja dengan jurnalisme warga untuk memproduksi sebuah berita. *Ohmy News* juga memiliki motto “Setiap warga negara adalah seorang reporter”.

Penelitian terdahulu ini menggunakan metode studi kasus dalam penelitiannya dan menggunakan teori tindakan komunikatif yaitu teori yang mengarahkan seseorang atau kelompok pada tindakan kesepahaman, persetujuan, dan saling mengerti.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil bahwa jurnalis profesional dan jurnalis warga dapat beroperasi di ruang publik yang sama, meskipun adanya perbedaan dan persamaan, jurnalis warga mampu bersaing, berkolaborasi, bekerja sama, dan berkompromi dengan jurnalis profesional.

**3. Nur Fithryani. 2015. "Peran *Citizen Journalism* Dalam Program Berita Stasiun Televisi ( Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Situs Liputan6.C0m Pada Program Berita Liputan6 Sctv)". FISIP Diponegoro.**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keingintahuan peneliti tentang bagaimana peran *citizen journalism* dalam program berita stasiun televisi, khususnya pada program Liputan6 SCTV. Meskipun kredibilitas *citizen journalism* masih sering dipertanyakan, namun program ini berani mengangkat berita *citizen journalism* sebagai bagian berita yang disampaikan kepada publik.

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti terdahulu yaitu menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode wawancara mendalam. Bertujuan untuk dapat menguraikan karakteristik fenomena yang telah dipilih. Ada pula teori yang digunakan

ialah teori difusi inovasi sebab periset berpendapat fenomena yang diteliti ini mempunyai kaitan yang erat dengan inovasi baru yang dicoba oleh Liputan6. com.

Pada riset terdahulu menampilkan hasil kalau kedudukan *citizen journalism* ini dalam program berita stasiun TV sangatlah berarti dan sangat diperlukan oleh stasiun TV itu sendiri, dengan catatan bukan sekedar untuk menaikkan rating ataupun tingkatkan popularitas semata.

**Tabel 2.1 Matrik Penelitian Terdahulu 1**

No	Item	Penelitian 1
1	Nama, Judul, Tahun, Nama Kota	Riska Yenhy Fandira. 2020. “ <i>Citizen Journalism Dalam Fanpage Po942 Radio Gema Surya Fm Ponorogo (Telaah Berdasarkan Teori Ekonomi Politik Komunikasi)</i> ”. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo
2	Metode penelitian	Deskriptif kualitatif
3	Tujuan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui komodifikasi pada <i>fanpage citizen journalism PO942</i>.</li> <li>2. Spesialisasi pada <i>fanpage citizen journalism PO942</i>.</li> <li>3. Strukturasi pada <i>fanpage citizen journalism PO942</i> di Radio Gema Surya FM Ponorogo.</li> </ol>
4	Teori	Menggunakan teori ekonomi politik komunikasi
5	Hasil Penelitian	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hampir disetiap unggahan <i>fanpage citizen journalism PO942</i> terdapat komofidikasi.</li> <li>2. Spesialisasi fanpage telah dilakukan dengan</li> </ol>

		<p>baik</p> <p>3. Strukturasi fanpage terlihat dari perlakuan media terhadap khalayak yang telah dianggap sebagai suatu bagian media dengan tidak membeda-bedakan kelas dan ras.</p>
6	Persamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang pemanfaatan <i>citizen journalism</i> pada suatu media.
7	Perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan	Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, sehingga fokus penelitian pun berbeda. Media yang diteliti juga berbeda, jika penelitian terdahulu pada radio, penelitian yang sedang dilakukan yaitu pada media cetak.
8	Kritik	-

**Tabel 2.2 Matrik Penelitian Terdahulu 2**

No	Item	Penelitian 2
1	Nama, Judul, Tahun, Nama Kota	Seungahn Nah & Debora S. Chung. 2016. <i>“Communicative Action And Citizen Journalism : A Case Study Of Ohmynews In South Korea”</i> . University of Kentucky.
2	Metode penelitian	Studi Kasus
3	Tujuan Penelitian	Untuk meneliti bagaimana jurnalisme warga beroperasi dalam konteks organisasi dan sosial yang luas.
4	Teori	Menggunakan teori tindakan komunikatif

5	Hasil Penelitian	Penelitian terdahulu menunjukkan hasil bahwa jurnalisme profesional dan jurnalisme warga dapat beroperasi di ruang publik yang sama, meskipun adanya perbedaan dan persamaan, jurnalis warga mampu bersaing, berkolaborasi, bekerja sama, dan berkompromi dengan jurnalis profesional.
6	Persamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang pemanfaatan <i>citizen journalism</i> pada suatu media.
7	Perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan	Perbedaannya terletak pada teori yang digunakan, sehingga fokus penelitian pun berbeda. Media yang diteliti juga berbeda, jika penelitian terdahulu pada media online, penelitian yang sedang dilakukan yaitu pada media cetak.
8	Kritik	-

**Tabel 2.3 Matrik Penelitian Terdahulu 3**

No	Item	Penelitian 3
1	Nama, Judul, Tahun, Nama Kota	Nur Fithryani. 2015. "Peran <i>Citizen Journalism</i> Dalam Program Berita Stasiun Televisi ( Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Situs Liputan6.COM Pada Program Berita Liputan6 Setv)". FISIP Diponegoro.
2	Metode penelitian	Deskriptif Kualitatif
3	Tujuan Penelitian	Bertujuan untuk dapat menguraikan karakteristik fenomena yang telah dipilih.
4	Teori	Menggunakan teori difusi inovatif
5	Hasil Penelitian	Pada penelitian terdahulu menunjukkan hasil bahwa

		peran <i>citizen journalism</i> ini dalam program berita stasiun televisi sangatlah penting serta sangat dibutuhkan oleh stasiun televisi itu sendiri, dengan catatan bukan hanya untuk menaikkan rating atau meningkatkan popularitas semata.
6	Persamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan	Persamaannya terletak pada pembahasan <i>citizen journalism</i> dan teori yang digunakan.
7	Perbedaan dengan penelitian yang sedang dilakukan	Perbedaannya terletak pada media yang diteliti. Jika penelitian terdahulu pada media televisi, penelitian yang sedang dilakukan pada media cetak.
8	Kritik	-

## 2.2. Kerangka Pemikiran

### 2.2.1. Kerangka Teoritis

#### 2.2.1.1. Ilmu Komunikasi

##### 1. Pengertian Ilmu Komunikasi

“*communication*” atau “*communicate*” yang berarti membuat sama merupakan asal kata dari komunikasi. *Communication* sendiri sebagai kata benda memiliki arti sebagai (1) pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama serta informasi (2) proses pertukaran antara individu dengan individu lain melalui simbol yang sama (3) seni yang digunakan untuk mengekspresikan berbagai ide atau gagasan (4) ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi. Tidak berbeda jauh dengan *communication*, *communicate* yang berfungsi selaku kata kerja mempunyai makna ( 1)

bertukar bermacam pikiran, perasaan serta informasi( 2) membuat tahu( 3) membuat sama, dan( 4) memiliki ikatan yang simpatik. Menurut John. R. Wenburg dan William W, komunikasi yaitu suatu cara untuk mendapatkan sebuah makna. Sedangkan Stevart L. Tubbs dan Sylvia Moss, berpendapat bahwa komunikasi ini merupakan suatu proses pembentukan makna yang terjadi antara dua orang ataupun lebih.

Ilmu komunikasi diartikan sebagai ilmu pengetahuan sosial yang memiliki sifat multidisipliner yang menyebabkan defisini dari komunikasi ini menjadi lebih banyak dan juga beragam. Masing-masing definisi menekankan makna, konteks, dan ruang lingkup yang berbeda, tetapi pada dasarnya, definisi komunikasi yang berbeda yang ada sebenarnya dapat melengkapi dan menyempurnakan dengan perkembangan ilmu pengetahuan tradisional (Bahfiarti, 2012).

## 2. Unsur-unsur Komunikasi

Dalam buku yang berjudul “Dinamika Komunikasi”, Onong Uchjana Effendy mengemukakan bahwa pada proses komunikasi ada 9 unsur dari komunikasi (Hariyanto, 2021). Tiap- tiap unsur tersebut sangat berkaitan satu sama yang lain, unsur- unsur tersebut antara lain:

1. *Sender*, yaitu komunikator yang mengantarkan ataupun mengirimkan pesan kepada komunikan (seorang ataupun beberapa orang).
2. *Encoding*, penyandian ialah proses pengalihan pikiran, serta ide dan gagasan seseorang menjadi sebuah lambang yang maknanya akan lebih dimengerti orang lain.

3. *Message* (pesan), yaitu serangkaian lambang- lambang yang disusun serta diseleksi secara terencana oleh komunikator ataupun sumber serta memiliki arti untuk pelaku komunikasi.
  4. Media merupakan saluran komunikasi ataupun tempat berlalunya pesan dari sumber ataupun komunikator kepada komunikan ataupun penerima.
  5. *Decoding*: Pengawasandian, ialah proses dimana komunikan menetapkan arti ataupun menginterpretasikan lambang- lambang yang diseleksi dalam wujud pesan yang di informasikan oleh komunikator kepada dirinya (komunikan).
  6. *Receiver*: Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
  7. Dampak: Seperangkat respon dari komunikan ketika komunikan itu menerima pesan komunikasi dari komunikator.
  8. *Feedback*: Umpan balik ataupun asumsi komunikan ketika komunikan itu memperoleh pesan komunikasi dari komunikator yang dikirim kembali kepada komunikator.
  9. *Noise*: Kendala dari proses komunikasi yang tidak direncanakan yang mengusik pesan sehingga membuat perbandingan arti pesan dari komunikator.
3. Tujuan Komunikasi

Onong Uchajana Effendy mengungkapkan beberapa tujuan komunikasi dalam bukunya yang berjudul “Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi”. Tujuan tersebut adalah :

- a. *To change the attitude*, yaitu komunikasi bertujuan untuk mengubah sikap.
- b. *To change the opinion*, dapat diartikan bahwa komunikasi memiliki tujuan untuk mengubah opini.
- c. *To change the behaviour*, komunikasi juga mempunyai tujuan untuk mengubah perilaku.
- d. *To change the society*, dengan tujuan yang lebih besar yaitu untuk mengubah masyarakat.

Semua komunikasi yang terjadi akan melibatkan seorang sumber yang merupakan penghasil atau pengirim informasi antar individu, sumber tersebut dapat berupa satu orang atau dapat juga berupa kelompok-kelompok seperti partai, organisasi atau lembaga. Kemudian makna pesan dalam proses komunikasi adalah apa yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan dapat dikirim langsung secara langsung atau juga dapat dilakukan melalui media. Isi pesan dapat berupa pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat atau dapat juga berupa propaganda. Komunikasi merupakan elemen penting dalam proses komunikasi, karena komunikasi adalah tujuan dari komunikasi. Terakhir, efeknya adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

#### 4. Fungsi Komunikasi

Komunikasi antar manusia adalah suatu proses yang dianggap mudah dan sederhana. Dilengkapi berbagai unsur seperti sinyal, tanda,

makna, tanpa memedulikan bagaimana sederhananya sebuah pesan atau kegiatan tersebut.. Komunikasi antar manusia juga merupakan serangkaian proses yang beragam. Komunikasi memiliki tiga fungsi utama, yaitu:

1. Komunikasi membentuk dunia yang luas bagi individu.
2. Komunikasi dapat menetapkan kedudukan dari seorang individu dalam suatu hubungan dengan orang lain.
3. Komunikasi dapat membantu seseorang dalam penyesuaian diri dengan lingkungan sekelilingnya.

Sedangkan fungsi komunikasi menurut beberapa pakar diantaranya:

**Menurut Lasswell :**

- a. Komunikasi memiliki fungsi sebagai pengawasan atau pengontrol Lingkungan.
- b. Komunikasi memiliki fungsi untuk memudahkan proses adaptasi dengan lingkungan.
- c. Adapun fungsi transformasi warisan sosialisasi budaya, yaitu:
  - Sebagai penyedia informasi.
  - Bertindak sebagai komentator atau penafsir untuk membantu proses memahami informasi.
  - Merupakan ekspresi nilai budaya dan simbolik untuk melestarikan identitas dalam suatu masyarakat.

**Menurut Rudolph F Verdeber:**

- a. Komunikasi sebagai fungsi sosial, yaitu komunikasi berfungsi untuk tujuan bersenang-senang, menunjukkan hubungan dengan orang lain, dan membangun serta memelihara hubungan tersebut.
- b. Fungsi komunikasi sebagai pengambilan keputusan, yaitu tentang memutuskan apakah akan melakukan sesuatu pada waktu tertentu atau tidak. Seperti apa yang akan kita makan di pagi hari, pergi ke perguruan tinggi atau tidak adalah bagi kita untuk memutuskan sendiri dan mempertimbangkan dengan cermat untuk membuat keputusan akhir.

**Menurut Judy C Pearson dan Paul Nelson**

1. Komunikasi memiliki fungsi yang dapat digunakan untuk kelangsungan hidup diri sendiri, antara lain berupa keamanan fisik, kesadaran pribadi, ekspresi diri, dan latihan menunjukkan ambisi.
2. Komunikasi juga berfungsi melayani keberadaan masyarakat, lebih tepatnya, meningkatkan hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan masyarakat. (Hariyanto, 2021).

### **2.2.1.2. Jurnalistik**

Jurnalistik secara etimologis berasal dari kata *journ*, dalam bahasa Prancis diartikan sebagai sebuah tulisan yang dapat berupa catatan ataupun laporan harian. Dalam istilah bahasa Belanda disebut dengan *journalistiek* yang dapat diartikan juga sebagai kegiatan mengelola sebuah berita, mulai dari peliputan peristiwa yang melalui proses penyusunan kisah berita, sampai pada penyebaran berita yang telah tuntas dan siap dibaca kepada khalayak. Maka secara sederhana, jurnalistik ini memiliki arti sebagai kegiatan mengelola sebuah berita melalui berbagai proses, mulai dari mendapatkan bahan sampai penyebarluasannya berita kepada masyarakat luas.

Jurnalistik adalah sebuah bidang profesi yang memiliki tanggung jawab serta bertujuan membuat orang jadi mengetahui suatu peristiwa, informasi ataupun berita. Menjadikan siapapun tahu atas apa yang diinginkan seorang individu ataupun sekelompok individu. Setiap orang secara naluriah memiliki keinginan untuk mengetahui tentang segala sesuatu yang terjadi baik itu menyangkut dirinya ataupun lingkungannya. Maka dari itu media jurnalistik menjadi hal yang penting dan dibutuhkan oleh khalayak. Bagi para peminatnya, memasuki dunia jurnalistik dianggap sebagai usaha dalam membela kebenaran, seperti halnya seorang wartawan melalui profesi jurnalistik yang digelutinya berharap dapat melakukan perubahan-perubahan positif di tengah masyarakat (Muhtadi, 2016).

### 2.2.1.3. Teori Difusi Inovasi

Difusi inovasi ialah salah satu bagian dari inovasi kebijakan. Difusi ini mengacu pada penyebaran informasi yang dianggap baru, inovasi, atau proses yang baru ke seluruh masyarakat. Inovasi dapat bermacam-macam, misalnya saja suatu penemuan untuk pengajaran yang lebih baik, komputer sebagai benda elektronik, penemuan baru atau solusi tentang pendidikan terhadap masalah, dan lain-lain.

Dalam difusi inovasi ada yang disebut dengan inovator. Inovator ini merupakan orang-orang yang paling pertama mengadopsi inovasi tersebut, meskipun belum tentu juga merekalah yang menjadi pencetus dari gagasan baru itu, mereka berperan sebagai media yang mengenalkan inovasi tersebut menjadi lebih luas (Nurudin, 2014).

Kami mendefinisikan difusi sebagai proses inovasi yang dikomunikasikan oleh anggota sistem sosial melalui saluran dari waktu ke waktu. Ada empat faktor yang menyebabkan terjadinya difusi inovasi, yaitu inovasi, saluran komunikasi, periode dan sistem sosial. Dalam bukunya yang berjudul “*Diffusion of innovation*”, berikut ialah uraian dari ke empat elemen utama difusi inovasi (Everet M Roger):

#### a. Inovasi

Inovasi ialah sebuah ide atau gagasan, praktik, atau dapat juga disebut objek yang di anggap baru oleh individu, atau kelompok adopsi lainnya. Jika gagasan terlihat baru oleh seseorang, maka hal tersebut dapat dikatakan sebuah inovasi.

Dalam melakukan pembaharuan dalam sebuah inovasi, bukan hanya pengetahuan tentang hal baru yang perlu dilibatkan karena mungkin seseorang yang tahu tentang inovasi dalam suatu waktu bisa saja tidak berkembang jauh atau tindakannya diluar ekspektasi, ataupun inovasi hanya sampai pada tahap adopsi dan pembaharuan dalam inovasi diabaikan.

Rogers dalam (Fajar, 2019) memaparkan tentang lima karekteristik dari inovasi yang meliputi :

- 1) *Relative Advantage* atau keuntungan relative, dimana sebuah inovasi itu harus memiliki keunggulan dan nilai tersendiri dibandingkan dengan sebelum-sebelumnya. Dengan kata lain diperlukan adanya hal baru pada nilai lama yang telah melekat pada inovasi sebelumnya, sehingga hal tersebut dijadikan sebagai ciri khas yang dapat membedakannya dengan yang lain.
- 2) *Compability* atau kesesuaian, maksudnya adalah inovasi juga perlu memilki sifat kesesuaian dengan inovasi yang digantinya, agar inovasi terdahulu tidak terbuang begitu saja. Karena melalui hal itu maka proses adaptasi dan proses pembelajaran dalam inovasi itu akan mudah dilakukan secara lebih detail dan lebih cepat .
- 3) *Complexity* atau kerumitan , karena terdapat sifat baru yang dimiliki maka kemungkinan besar hadirnya kesulitan atau kerumitan, bahkan bisa jadi tingkatannya lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang pernah ada sebelumnya. Tetapi kerumitan ini tidak dianggap penting

karena akan adanya metode baru yang lebih baik ketika kerumitan telah dilalui.

- 4) *Triability* atau kemungkinan dicoba, dalam hal ini inovasi merupakan sesuatu yang akan diterima apabila telah terbukti dan teruji memiliki keuntungan serta nilai yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan inovasi yang telah ada sebelumnya.
- 5) *Observability* atau kemudahan diamati, maksudnya adalah pada sebuah inovasi ini juga harus dapat terlihat hasilnya, dari bagaimana inovasi tersebut bekerja hingga menghasilkan yang lebih baik dari inovasi terdahulu.

b. Saluran Komunikasi

Komunikasi adalah proses membagi informasi untuk saling memahami satu sama lain. Difusi merupakan tipe komunikasi yang dalam pesannya mengandung ide atau gagasan baru. Hal ini berkaitan dengan pertukaran informasi yang menjadi esensi dari sebuah proses difusi.

Saluran komunikasi artinya ialah mendapatkan pesan dari satu individu untuk individu atau sekelompok lainnya. Saluran komunikasi ini sangat beragam, seperti halnya sumber, media, serta objek komunikasi dimana setiap individu menggunakan cara, sumber serta media yang berbeda untuk menyampaikan objek yang mungkin berbeda juga, baik itu komunikasi antar individu-individu, individu-kelompok, ataupun individu-organisasi.

c. Jangka Waktu

Elemen ketiga dalam proses difusi inovasi ini adalah jangka waktu. dimensi yang terlibat dalam jangka waktu ini diantaranya adalah (1) proses pengambilan keputusan melalui adopsi inovasi ataupun penolakan, (2) cepat atau lambatnya inovasi diadopsi (3) banyak atau tidaknya anggota sistem sosial yang dapat mengadopsi inovasi dalam waktu yang telah ditentukan atau telah dilalui.

d. Sistem Sosial

Suatu hal yang saling terkait pada sebuah unit dan di dalamnya dapat memecahkan masalah untuk mencapai tujuan bersama dapat disebut dengan sistem sosial. Anggota dari sistem sosial ini dapat merupakan perorangan, kelompok yang informal, sebuah organisasi, ataupun subsistem.

Struktur sistem sosial dapat memengaruhi difusi, dimana efeknya terjadi pada norma difusi, peran pemimpin opini dan agen perubahan.

Dalam penelitian yang dilakukan Rogers dan Kincaid, dikatakan bahwa di dalam sebuah adopsi terdapat adanya karakteristik individu yang dapat memengaruhi inovasi dan juga sistem sosial itu sendiri, diantaranya adalah:

1. *system norms* atau norma sistem, merupakan pola perilaku yang dapat diterima oleh semua anggota sistem sosial tersebut yang berfungsi sebagai pedoman bagi semua anggotanya.
2. *opinion leaders* atau peran pemimpin yang juga memiliki pengaruh karena seseorang yang memiliki peran sebagai pemimpin memiliki

suatu kemampuan yang dapat memengaruhi tindakan sebuah anggota sistem sosial. Peran pemimpin ini memiliki dampak yang cukup kuat dan besar karena dapat menjadi hal yang berpengaruh baik sebagai pendukung maupun sebagai pihak yang menolak dalam sebuah inovasi.

3. *change agent* atau agen perubahan ialah salah satu elemen penting dari sistem sosial, karena agen perubahan ini termasuk mereka yang mampu mempengaruhi sekelompok orang untuk menerima inovasi baru dan yang ahli di bidangnya karena mereka telah menerima pelatihan dan pendidikan formal. Walaupun dapat dikatakan bahwa agen perubahan hampir sama dengan peran pemimpin, namun ada perbedaan antara keduanya, yaitu bahwa agen perubahan lebih formal, dan datang langsung dari pelanggan yang terlibat, kepada orang-orang di masyarakat sistem. Salah satu fungsi agen perubahan adalah menghubungkan dua atau lebih sistem sosial (Fajar, 2019).

## **2.2.2. Kerangka Konseptual**

### **2.2.2.1. Komunikasi Massa**

Jika dijelaskan dari dua cara pandang maka komunikasi massa dapat diartikan tentang bagaimana orang memperoleh sebuah pesan hingga menyebarkanluaskannya di satu sisi melalui media dan tentang bagaimana orang menemukan dan menggunakan pesan yang diterima oleh yang lain. Jadi secara sederhana, komunikasi massa dapat dipahami sebagai proses komunikasi melalui

media massa. Proses komunikasi massa pada umumnya mencakup komponen-komponen yang sama dengan unsur-unsur dasar komunikasi interpersonal, yaitu kehadiran komunikator, komunikaor, pesan, saluran, dan efek. Namun, dalam proses ini, berdasarkan sistem komunikasi massa, melibatkan lebih banyak orang, baik dari komunikator maupun dari komunikaor (*audiens*) yang jauh lebih banyak.

Bittner (dalam Halik, 2013), menjelaskan bahwa komunikasi massa adalah suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan suatu pesan melalui media massa kepada banyak orang. Komunikasi massa merupakan sarana utama kegiatan komunikasi massa untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat. Media massa tersebut dapat berbentuk media cetak, seperti surat kabar, majalah, dan buku. Kemudian ada media elektronik yang dapat digunakan seperti televisi dan radio serta media digital atau internet. Ciri utama yang digambarkan dari media massa lain adalah khalayak yang lebih besar atau lebih luas.

Membahas karakteristik komunikasi massa, jika mengidentifikasi ciri komunikasi menurut Elizabeth N. Neumann, maka diuraikan sebagai berikut :

- a. Komunikasi yang terjadi bersifat tidak langsung karena pesan-pesan komunikasi massa sampai ke khalayak biasanya akan melalui media.
- b. Bersifat satu arah merupakan proses terjadinya komunikasi massa karena tidak adanya interaksi antara khalayak dan media.

- c. Pesan-pesan yang disampaikan pada komunikasi massa bersifat terbuka karena diperuntukkan bagi publik yang tidak terbatas dan juga bersifat anonim.
- d. Publik dan khalayak menyebar diberbagai wilayah.

Beberapa ahli memaparkan fungsi komunikasi massa menurut versinya masing-masing, diantaranya fungsi komunikasi massa Katz, Gurevich, dan Haas, yaitu sebagai berikut:

1. Berfungsi untuk memenuhi kebutuhan kognitif, yaitu untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan juga pengalaman.
2. Berfungsi memenuhi kebutuhan afektif yang menyangkut emosional, pengalaman yang menyenangkan, serta estetis.
3. Berfungsi untuk memenuhi kebutuhan integratif personal, yaitu untuk memperkuat kredibilitas, stabilitas, rasa percaya diri, dan status.
4. Berfungsi memenuhi kebutuhan integratif sosial, yaitu dengan memperoleh hubungan dengan keluarga serta teman, dan lain-lain.
5. Berfungsi untuk memenuhi kebutuhan pelepasan ketegangan, yaitu untuk pelarian dan pengalihan.

#### **2.2.2.2. Media Massa**

Media massa merupakan alat, media, atau perantara yang digunakan ketika menyampaikan berbagai pesan dari sumber kepada khalayak atau penerima dengan menggunakan berbagai alat komunikasi mekanis misalnya adalah surat kabar, film, radio, dan Televisi. Media massa merupakan faktor lingkungan yang mampu mengubah perilaku dari sekelompok orang atau khalayak melalui proses pelaziman yang bersifat klasik, operan atau proses imitasi. Media massa memiliki dua fungsi yaitu media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi.

Kemudian jika mengambil pengertian komunikasi massa menurut Nurudin (2015: 9), maka media massa memiliki arti sebagai alat-alat dalam komunikasi yang dapat menyebarkan pesan secara serempak serta cepat kepada *audience* yang luas serta bersifat heterogen. Media massa ini mampu menyebarkan pesan secara seketika dengan waktu yang tidak terbatas.

Media massa ini merupakan sebuah media yang diperuntukkan untuk massa. Menurut ilmu jurnalistik, media massa yang sifatnya menyiarkan berita atau informasi dapat disebut dengan istilah pers. Sedangkan menurut undang-undang (UU) Pokok Pers pasal 1 ayat (1) pers ialah lembaga sosial dan media massa yang menyelenggarakan kegiatan jurnalistik, antara lain mencari, mengumpulkan, memiliki, menyimpan, mengelola, dan mengirimkan informasi dalam bentuk teks, audio, gambar, audio image, serta data dan grafik, serta bentuk lain dengan menggunakan media cetak, media elektronik dan semua tersedia.

Selain itu media massa dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia modern, baik yang berkaitan dengan kinerja layanan informasi maupun hiburan. Masyarakat juga dapat menggunakan media massa untuk meningkatkan kualitas hidup dengan menjadikannya sebagai sumber pengetahuan yang penting dan penting.

### **2.2.2.3. Media Cetak**

Kemampuan berkomunikasi dengan manusia melalui bahasa merupakan salah satu aspek terpenting dalam kebudayaan manusia. Jika kita menengok jauh ke belakang dalam sejarah komunikasi manusia, sebelum manusia mengenal kata-kata tertulis, kita mengetahui bahwa manusia berkomunikasi dengan cara yang sangat sederhana, salah satunya melalui penggunaan isyarat tertentu seperti asap atau dengan menirukan vokalisasi dari hewan tertentu. Kemudian, setelah peradaban manusia mengenal mesin cetak, terjadi perubahan yang luar biasa dalam struktur sosial dan pendidikan formal. Dengan munculnya mesin cetak, menjadi lebih mudah untuk menyebarkan informasi dan pengetahuan yang diperlukan di antara orang-orang.

Fitur media cetak antara lain media cetak yang lebih fleksibel, karena mudah dibawa kemana-mana dan dapat disimpan, ditambah tidak ada batasan waktu, sehingga dapat dibaca dimana saja dan kapan saja. Dalam penyajian iklan, meskipun dalam banyak hal media cetak dapat dianggap kurang menarik dan menarik dibandingkan dengan media elektronik, namun jika dilihat dari sisi lain, informasi atau berita dapat disampaikan secara lebih informatif, lengkap dan

spesifik untuk memenuhi kebutuhan mereka yang bertindak sebagai konsumen. Kemudian, dari segi kritik sosial, jika disampaikan melalui pers tertulis akan lebih berbobot dan efektif, karena akan dipertimbangkan lebih dalam dan dapat memuat berapa banyak pendapat penting, serta aspirasi masyarakat umum. .

Jenis-jenis media cetak yaitu diantaranya surat kabar, majalah, dan bulletin. Adapun fokus pada penelitian ini merupakan surat kabar. Maka berikut penjelasan tentang media cetak surat kabar.

- Surat kabar

Secara umum, percetakan merupakan industri besar yang salah satunya memberikan informasi dan hiburan yang dibutuhkan masyarakat. Namun, saat ini jurnalistik tidak hanya menghadapi persaingan media tradisional seperti surat kabar elektronik, tetapi persaingan baru juga terjadi dengan hadirnya media internet.

Surat kabar berasal dari kata koran, yang berasal dari dari bahasa Belanda khususnya dari kata “krant”, dan kata Perancis “courant”. Ini dimaksudkan untuk merujuk pada publikasi yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak di atas kertas murahan yang disebut kertas koran, berisi berita terbaru tentang berbagai topik baik itu politik, olahraga, kriminal, cuaca, acara editorial, dll. Majalah ini juga sering memuat kartun, yang mungkin juga berisi teka-teki silang atau hiburan lainnya. Ada juga surat kabar yang khusus dikembangkan untuk sektor tertentu, misalnya berita untuk penggemar olahraga tertentu, untuk orang yang menyukai

seni atau terlibat dalam kegiatan. , preferensi tertentu, dll. Surat kabar umum biasanya akan diterbitkan setiap hari, tidak termasuk hari libur (Halik, 2013).

Secara kontemporer, jika merujuk pada pendapat menurut Agee surat kabar ini memiliki satu fungsi sekunder dan tiga fungsi utama. Fungsi utama media itu adalah untuk menginformasikan, memberi komentar, dan menyediakan. Sedangkan fungsi sekundernya adalah :

1. Mengkampanyekan proyek-proyek yang sifatnya kemasyarakatan, yaitu yang sangat diperlukan untuk membantu kondisi-kondisi tertentu yang tgerjadi di masyarakat..
2. Untuk memberikan hiburan kepada para pembaca dengan sajian cerita berupa komik, cerita-cerita khusus, dan kartun.
3. Untuk melayani pembaca sebagai konselor yang sifatnya ramah, menjadi agen informasi yang juga siap untuk memperjuangkan hak.

Dalam surat kabar ini, fungsi yang paling penting adalah fungsi informasi, karena sesuai dengan tujuan utama pembaca surat kabar, yaitu rasa ingin tahu mereka terhadap setiap peristiwa yang terjadi di sekitar mereka dapat dipahami, memuaskan.

Surat kabar memiliki ciri-ciri tertentu, yaitu: (1) Iklan, menyebarluaskan kepada publik atau khalayak, (2) Periodisitas, keteraturan publikasi, baik harian, mingguan, atau dua mingguan, (3) Universalitas, isi surat kabar yang beraneka ragam dan dari seluruh dunia, (4) Peristiwa terkini, situasi "saat ini" dan "nyata", dan (5) Dokumentasi, dari berbagai peristiwa yang disajikan oleh surat kabar

sebagai berita atau artikel, beberapa dari jumlah itu dianggap penting oleh pihak-pihak tertentu , selain itu dapat diarsipkan dan dipotong (Halik, 2013).

#### **2.2.2.4. Rubrik**

Rubrik merupakan sebuah ruang khusus di dalam surat kabar atau majalah yang berisi berita. Menurut Onong Uchjana Effendy rubrik berasal dari bahasa Belanda yaitu *rubiek* yang memiliki arti ruangan pada halaman surat kabar, majalah, atau media cetak lainnya mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan masyarakat.

Rubrik memiliki syarat-syarat atau kriteria tertentu, diantaranya yaitu:

1. Harus memiliki pangsa pasar yang jelas, sebab isi, dan tampilan rubrik akan ditujukan kepada pembaca yang menjadi sasarannya.
2. Memiliki isi atau konten yang beragam.
3. Memiliki kerangka halaman yang dapat menjadi panduan divisi pracetak dalam menyimpan berbagai konten atau isi menjadi sebuah halaman yang menarik.
4. Memiliki nama dan kop, (Bella, 2022).

#### **2.2.2.5. Citizen Journalism**

*Citizen journalism* atau jurnalisme warga adalah produksi dan penyebaran informasi dari warga biasa yang disampaikan dengan cara tertentu. Kehadirannya dibuat dengan semangat memberikan alternatif informasi yang tidak atau kurang diliput oleh pers profesional (Eddyono, 2019).

Jurnalis warga didefinisikan sebagai warga negara biasa yang tidak memiliki pelatihan sebagai jurnalis profesional, tetapi dengan peralatan komputer yang mereka miliki, mereka dapat menjadi saksi atas peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. media online. Berita tidak hanya diproduksi oleh orang yang memiliki “sesuatu” untuk “disampaikan” dan “ditunjukkan” serta bukan lagi dibuat oleh para petugas organisasi berita. Tetapi, berbagai kejadian penting di masyarakat, di negara, di dunia dapat dilaporkan oleh khalayak.

#### 1. Bentuk-bentuk *Citizen Journalism*

Melalui tulisannya D. Lasica (dalam Fandira, 2020), pernah membagi media untuk *citizen journalism* ke dalam beberapa bentuk, diantaranya adalah:

- a. Partisipasi pemirsa (misalnya, komentar pengguna yang dilampirkan pada berita, blog pribadi, foto dan gambar video yang diambil dengan kamera ponsel, atau komentar pada berita lokal yang ditulis oleh warga komunitas).
- b. Berita dan informasi independen di situs.
- c. Partisipasi dalam berita situs. Berisi komentar pembaca atas laporan berita dari media tertentu.
- d. Tulisan tangan seperti milis atau email. Situs pemancar pribadi (video situs pemancar).
- e. *Website* pemancar pribadi atau video website pemancar

Kemudian Steve Outing juga pernah mengklasifikasikan *citizen journalism* ke dalam beberapa bentuk, diantaranya sebagai berikut:

- a. *Citizen journalism* membuka ruang bagi publik untuk berkomentar. Dimana dalam ruang itu, pembaca atau khalayak dapat memberikan reaksi, memuji, mengkritik, ataupun menambahkan bahan pada tulisan dari seorang jurnalis profesional.
- b. Menambahkan pendapat masyarakat menjadi bagian artikel yang ditulis.
- c. Kolaborasi antara jurnalis profesional bersama masyarakat biasa non jurnalis yang mempunyai kemampuan dalam memahami materi yang dibahas.
- d. *Blog house* yang berasal dari warga. Bentuk blog-blog gratisan yang dikenal tersebut contohnya adalah wordpress, blogger, atau multiply.
- e. *Newsroom citizen transparency blogs*. Dalam bentuk ini, blog yang disediakan organisasi media merupakan sebuah upaya dalam hal transparansi.
- f. *Stand-alone citizen journalism site*, yang melalui proses editing. Bentuk ini merupakan sumbangan laporan menurut atau yang berasal dari warga, umumnya mengenai hal-hal yang sifatnya sangat lokal, yang dialami langsung secara eksklusif oleh warga itu sendiri .
- g. *Stand-alone citizen journalism*, bentuk ini merupakan bentuk yang tidak melalui proses *editing*.
- h. Adapun bentuk yang merupakan gabungan dari *stand-alone citizen journalism website* dan edisi cetak.

- i. *Hybrid*: gabungan antara profesional dan *citizen journalism*. Suatu kerja organisasi media yang pada kegiatannya menggabungkan pekerjaan yang dihasilkan oleh jurnalis profesional bersamaan dengan jurnalis warga. Penggabungan ini terjadi dalam satu atap.
- j. Model wiki. Dalam bentuk wiki ini pembaca juga berperan pula sebagai seorang editor. Maka dari itu setiap orang dapat menulis artikel dan juga dapat memberikan tambahan ataupun komentar terhadap tulisan yang terbit.

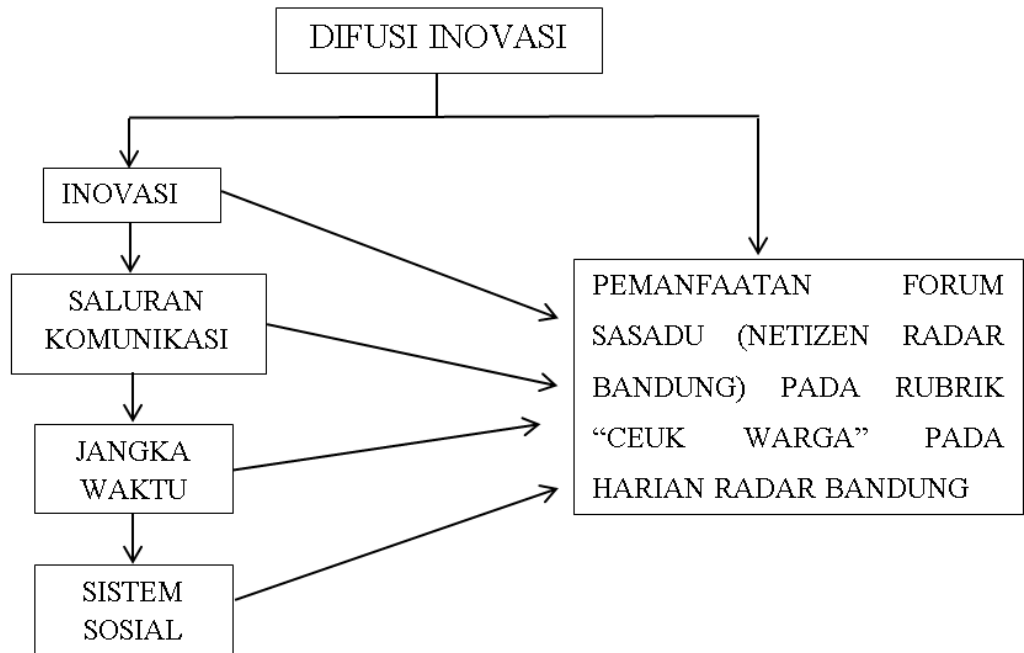
## 2. Etika *Citizen Journalism*

Pada *Citizen journalism* juga terdapat kendala yang sulit untuk dihindari, otomatis hal tersebut dapat menjadi suatu tantangan bagi keberadaan *citizen journalism* itu sendiri kedepannya. Tidak adanya batasan yang jelas dan tegas menjadi salah satu penyebabnya, dan juga terkadang berita yang dimuat dianggap tidak sesuai dengan aturan penulisan dan etika jurnalistik yang telah ada. Regulasi dalam *citizen journalism* ini bukan saja diperlukan untuk etika saja, tapi lebih untuk menghindari terjadinya perkara hukum yang dapat menyeret *citizen journalism* pada proses pidana. Karena masyarakat cenderung lengah dalam melaporkan informasi. Hal itu bisa terjadi karena tidak adanya kroscek, atau tidak skeptis terhadap suatu informasi yang diterima, bahkan tanpa melewati tahap seleksi. Karena itu tidak sedikit informasi yang disampaikan adalah fitnah atau berita *hoax*. Maka dari itu, ndang-undang

Infomasi Transaksi Elektronik bisa menjadi acuan bagi para pelaku jurnalisme warga (Fandira, 2020).

### **2.2.3. Bagan Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan penjelasan dalam konteks penelitian, penelitian merujuk pada teori difusi inovasi yang berasal dari buku berjudul *Difussion of Innovation* (1995) (dalam Fajar, 2019) yaitu hasil pemikiran dari Everett M. Rogers. Dijelaskan bahwa teori difusi inovasi ini memiliki empat elemen pokok yang disebut sebagai inovasi, jangka waktu, saluran komunikasi, dan juga sistem sosial. Maka dari itu peneliti menjadikan empat elemen pokok tersebut sebagai indikator pada penelitian ini sehingga terbentuk kerangka pemikiran sebagai berikut :



Sumber pemikiran : Everett M. Rogers

**Bagan 2.1**

**Kerangka pemikiran**