

# Motif Pengikut Akun *Instagram* *@infodenpasar* Untuk Mengunggah Berita Dalam Kegiatan *Citizen Journalism*

Putu Resta Wira Prananta<sup>1)</sup>, Ni Luh Ramaswati Purnawan<sup>2)</sup>, Ade Devia Pradipta<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: [restaprananta99@gmail.com](mailto:restaprananta99@gmail.com)<sup>1</sup>, [ramaswati.purnawan@unud.ac.id](mailto:ramaswati.purnawan@unud.ac.id)<sup>2</sup>, [deviapradipta88@gmail.com](mailto:deviapradipta88@gmail.com)<sup>3</sup>

## ABSTRACT

*The @infodenpasar Instagram account is an account that is part of INFO DENPASAR which aims to provide honest and accurate information in accordance with the journalistic code of ethics, the basic press law and the Electronic Information and Transaction (ITE) law. The purpose of this study is to find out what the motives of @infodenpasar Instagram account's followers are to upload news in citizen journalism activities. This research uses descriptive quantitative method. The sampling technique used is side purposive technique. The results showed that of the 5 motive indicators, there were only 2 motive indicators that were included in the important category, namely to gain personal and the motive to be involved in the process of disseminating information. These results show that the 2 most important motives that encourage followers of the @infodenpasar Instagram account to upload news are for personal gain and to be involved in information dissemination process.*

**Keywords :** *Citizen Journalism, Motives, Citizen Journalist, Instagram*

## 1. PENDAHULUAN

Kemunculan media daring (*online*) berbasis internet saat ini telah memberi kesempatan bagi para penggunanya untuk berperanan langsung dalam proses produksi dan diseminasi informasi-informasi yang dapat diakses oleh khalayak luas. Media sosial merupakan salah satu jenis media *online* yang termasuk sebagai media baru/*new media*. Media sosial memiliki kemampuan untuk memfasilitasi penggunanya agar selalu terhubung dengan pengguna lain tanpa mengenal Batasan jarak dan waktu. Dengan kata lain, pengguna media sosial dapat terhubung dengan sesama pengguna kapan

pun serta dimanapun mereka berada. Dengan sifatnya yang massif serta penggunaannya yang dapat dikategorikan sederhana (*user-friendly*), media *online* dapat menjelma sebagai sebuah motor penggerak untuk menggerakkan massa yang memiliki sebuah tujuan yang sama. Karena kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh media berbasis internet, penggunanya pun bukan lagi hanya sekedar konsumen dari informasi yang beredar akan tetapi dapat dengan mudah berperan sebagai jurnalis yang memanfaatkan kemudahan media daring (*online*) untuk distribusi informasi yang mereka miliki (Prihascitta, 2017). Kegiatan jurnalisisme yang dilakukan oleh pengguna

media *online* yang tidak memiliki latar belakang jurnalistik disebut sebagai jurnalisme warga (*citizen journalism*). Praktek jurnalisme warga ini marak dilakukan karena untuk dapat terlibat dalam kegiatan jurnalisme warga seseorang tidak harus memiliki latar Pendidikan serta keahlian untuk mengumpulkan informasi terkait berita yang akan ditulis dan kemampuan untuk menyajikan informasi tersebut ke khalayak luas (Yudhapramesti, 2007;35). Ketika media-media konvensional tidak dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat, kegiatan jurnalisme warga (*citizen journalism*) pun menjadi pilihan untuk pemberitaan yang sangat cepat dan sangat beragam. Konten-konten hasil produksi kegiatan jurnalisme warga pun sangat beragam karena tidak adanya control dari perusahaan media (*gatekeeping*) seperti yang terdapat pada media konvensional, yang dimana terdapat kriteria produksi konten tertentu (Miller, 2008). Melalui media-media sosial seperti *Instagram*, *facebook*, dan *twitter*, terdapat pihak yang menyediakan halaman untuk para pengguna yang ingin mengirimkan liputan hasil kegiatan jurnalisme warga mereka. Penyedia laman ini pun berperan sebagai curator yang selanjutnya akan membagikan ulang konten kiriman dari jurnalis warga (*citizen journalist*) yang relevan serta dapat dipertanggung jawabkan. Beberapa akun *Instagram* yang mewadahi liputan hasil jurnalisme warga di Bali dengan jumlah pengikut terbanyak adalah *@infodenpasar*, *@punapibali*, dan *@denpasarnow*. Pengguna yang telah membagikan informasi yang mereka himpun baik berupa teks, foto, maupun video akan dengan sukarela membagikannya kepada

akun-akun yang berperan sebagai curator informasi dan kemudian akan di unggah ulang oleh akun tersebut. Blumler dan Katz dalam Jack (2009;115) juga menyatakan bahwa audiens dapat mengungkapkan dengan kata-kata mengapa mereka memilih untuk menggunakan media tertentu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diastikan terdapat motif pengikut akun *Instagram @infodenpasar* untuk mengunggah berita dalam kegiatan *citizen journalism*. Berdasarkan penjabaran yang telah dijelaskan diatas serta berdasarkan penjelasan Blumler dan Katz (1974) bahwa khalayak bersifat aktif dalam memilih media guna mendapatkan kepuasan tertentu, maka peneliti bermaksud untuk menguraikan apa saja kah motif-motif pengikut akun *Instagram @infodenpasar* untuk mengunggah berita dalam kegiatan *citizen journalism*.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Jurnalisme Warga (*Citizen Journalism*)

Kegiatan jurnalisme warga (*citizen journalism*) diwadahi oleh sebuah konsep yang sering disebut sebagai jurnalisme daring (*online journalism*). Beberapa karakteristik dari jurnalisme daring ini dalah adanya kemungkinan untuk menggunakan banyak media (*multimedia*), terdapat peluang antara penulis dan audiens untuk berinteraksi, serta adanya kesempatan untuk menggabungkan berita yang diproduksi dengan berita-berita dari sumber daring (*online*) lainnya. Menurut Shayne

Bowman dan Chris Willis dalam Jack (2009), jurnalisme warga sangat menitikberatkan pada warga yang mengambil peran aktif dalam proses pengumpulan fakta terkait suatu permasalahan, pengolahan data yang didapatkan tersebut, serta proses penyebarluasan berita hasil produksi mereka sendiri. Adapun tujuan dari peran aktif masyarakat ini adalah untuk menyediakan laporan dari sudut pandang yang berbeda namun tetap reliabel serta akurat yang memiliki manfaat dalam dunia berdemokrasi. Dikarenakan salah satu ciri media daring tempat jurnalisme warga ini bernaung adalah adanya kecepatan pertukaran informasi, maka Romli (2012) menyebutkan bahwa dalam jurnalisme warga melalui media *online* tidak mengenal tenggat waktu (*deadline*) seperti yang ada pada media konvensional pada umumnya. Tenggat waktu yang dimiliki oleh jurnalis warga untuk menyebarluaskan informasi yang mereka miliki adalah beberapa menit bahkan detik setelah kejadian berlangsung. Menurut Mike Ward dalam Romli (2012), terdapat beberapa keunggulan yang dimiliki jurnalisme warga melalui media daring (*online*) dibandingkan dengan media konvensional. Keunggulan tersebut diantaranya:

1. *Immediacy*, dimana publikasi berita dapat dilakukan dengan segera, bahkan dalam hitungan detik tanpa adanya interupsi dalam proses distribusinya.
2. *Multiple Pagination*, yang berarti setiap informasi yang disebarluaskan dapat

terdiri dari puluhan hingga ratusan bagian atau halaman serta dapat dihubungkan maupun dipisahkan satu dengan yang lainnya.

3. *Multimedia*, dimana informasi yang akan disebarluaskan dapat mengandung gambar, foto, video, maupun audio.
4. *Flexibility Delivery Platform*, media tempat jurnalisme warga melalui media *online* bernaung memiliki fleksibilitas yang tinggi sehingga dapat diakses dimana saja dan kapan saja.
5. *Archiving*, dimana informasi yang diunggah akan secara langsung tersimpan serta dipisahkan berdasarkan kata kunci dari artikel tersebut. Akses ke arsip-arsip ini juga dapat dilakukan dimana pun dan kapan pun.
6. *Relationship with readers*, yang berarti penulis sebuah informasi yang sudah disebarluaskan melalui media daring (*online*) memiliki kesempatan untuk mengembangkan hubungan dengan pengguna-pengguna lain yang membaca tulisan yang mereka buat.

Menurut Wood dan Smith (2005), salah satu keunikan jurnalisme warga adalah dimana pelakunya dapat berasal dari kalangan profesional hingga non-profesional sekalipun. Para pelaku jurnalisme warga ini pun memiliki kesamaan konsep dimana siapa pun dapat terlibat dalam proses mengumpulkan fakta, menganalisa data, hingga tahap pendistribusian serta penyebaran informasi.

## **Teori *Uses and Gratification***

Teori motif dan kepuasan (*Uses and Gratification*) dikemukakan pertama kali oleh Jay G. Blumler, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch. Pendekatan teori ini berlawanan dengan pendekatan teori jarum hipodermik yang dimana pada teori jarum hipodermik audiens dianggap sebagai entitas yang tidak aktif dalam memilih media apa yang akan mereka gunakan serta dapat secara mudah dipengaruhi oleh media-media tersebut. Sedangkan pendekatan *Uses and Gratification* menganggap bahwa audiens atau khalayak merupakan audiens yang aktif dalam menentukan media apa yang akan mereka gunakan guna tercapainya kepuasan-kepuasan yang mereka miliki, dalam kata lain, manusia disebut memiliki wewenang untuk menentukan bagaimana sebuah media tersebut mempengaruhi mereka. Menurut Kriyantono (2006), disebutkan bahwa pendekatan *Uses and Gratification* adalah proses komunikasi yang tidak sederhana. Terdapat banyak faktor yang dapat berasal dari dalam maupun luar yang dapat mempengaruhi persepsi audiens tentang suatu media serta bagaimana cara mereka memperlakukan media tersebut. Pendekatan ini tidak berfokus pada sejauh mana media tersebut dapat merubah dan memberi pengaruh pada audiens, namun bagaimana media tersebut dapat menjadi sarana pemenuhan kebutuhan serta kepuasan yang dimiliki oleh audiens. Menurut Lin, Salwen, dan Abdulla (2004), motivasi audiens untuk memilih menggunakan

suatu media tertentu untuk mencapai kepuasan yang dicari dipengaruhi oleh latar belakang, pengalaman, dan kepentingan masing-masing individu. Blumler dan Katz (1974) selanjutnya mengungkapkan bahwa terdapat 5 motif kepuasan yang berusaha untuk dipenuhi oleh audiens dalam menggunakan media (*media effects*). Kelima motif tersebut yaitu:

1. Menggunakan media untuk mendapatkan hiburan.
2. Menggunakan media sebagai sarana untuk menginisiasi interaksi sosial
3. Penggunaan media untuk mendukung usaha membentuk identitas.
4. Menggunakan media untuk menjaga agar tetap terbarukan akan informasi terbaru.
5. Penggunaan media untuk menyediakan sarana pelarian mental.

## **Tipologi *Uses and Gratification* Martha Jack (2009)**

Berdasarkan sebuah studi yang berjudul *The Social Evolution of Citizen Journalism* (2009), Martha Jack selaku penulis mengusulkan serta menguji sebuah tipologi baru menggunakan perspektif teori *Uses and gratification* yang dimana Jack berusaha untuk menemukan motivasi serta kepuasan yang mendorong para jurnalis warga untuk memproduksi konten. Tujuan dari studi tersebut adalah untuk menjelaskan motif *Uses and Gratification* (penggunaan dan kepuasan) yang dirasakan jurnalis warga dalam memproduksi konten-konten

mereka (Jack, 2009). Tipologi yang diusulkan oleh Martha Jack adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan keuntungan pribadi (*personal gain*).
2. Untuk pertumbuhan diri sendiri (*individual growth*).
3. Kebutuhan akan interaksi sosial (*societal interaction*).
4. Kebutuhan untuk terlibat dalam proses penyebaran informasi (*information dissemination*).
5. Kebutuhan untuk terlibat dalam perubahan kolektif (*collective change*).

### **Media Sosial**

Media daring (*online*) merupakan salah satu jenis media massa. Komunikasi secara masal ini berarti terdapat satu atau lebih jenis media yang digunakan untuk menyebarkan pesan yang akan disampaikan. Beberapa contoh media massa konvensional yaitu media elektronik yang diantaranya televisi dan radio, serta media cetak yaitu surat kabar dan baliho. Media-media tersebut pun memiliki karakteristik masing-masing. Satu ciri yang terdapat di semua media tersebut adalah komunikasi yang bersifat satu arah, dimana audiens tidak dapat secara langsung berinteraksi dengan sumber berita. Menurut Romli (2012), media daring diartikan sebagai media yang mawadahi produk-

produk jurnalistik baik berupa gambar, foto, video, audio, maupun tulisan.

### **Instagram**

*Instagram* merupakan sebuah situs jejaring sosial yang pertama kali didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang berasal dari Amerika Serikat dan Brazil. Jejaring sosial ini memiliki focus utama dalam bidang fotografi serta videografi karena berbagi kemudahan yang ditawarkan untuk penggunaanya dalam hal berbagi hasil-hasil jepretan mereka. Kecepatan yang ditawarkan oleh *Instagram* pun menarik perhatian pengiklan yang memanfaatkan lalu lintas di *Instagram*. Selain dapat menjadi sarana untuk memperlihatkan ketertarikan yang dimiliki, pengguna *Instagram* juga memiliki kesempatan untuk mendatangkan pendapatan.

### **Warganet**

Istilah warganet sering diartikan sebagai warga dari dunia internet, yang secara lebih lanjut diartikan sebagai masyarakat yang secara aktif berkecimpung dalam komunitas-komunitas daring (*online*), komunitas digital, maupun internet secara umum. Karena luasnya dunia internet, seringkali terjadi beberapa permasalahan diantara warga penggunaanya. Perlu diingat bahwa warga dunia internet ini juga

merupakan warga dari sebuah negara yang terdapat di dunia. Hal tersebut dapat berarti adanya perbedaan latar belakang, nilai budaya, serta hukum yang berlaku.

### Operasionalisasi Konsep

Indikator yang digunakan pada penelitian ini diadopsi dari tipologi baru yang diusulkan oleh Martha Jack dalam penelitiannya yang berjudul *The Social Evolution of Citizen Journalism*.

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Motif pengguna Instagram untuk berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga	Mendapatkan keuntungan pribadi	Skala likert
	Pertumbuhan diri sendiri	Skala likert
	Kebutuhan akan interaksi sosial	Skala likert
	Kebutuhan untuk terlibat dalam penyebaran informasi	Skala likert
	Keinginan untuk terlibat dalam perubahan kolektif	Skala likert

1. Mendapatkan keuntungan pribadi (*personal gain*), partisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga guna mendatangkan timbal balik positif bagi diri sendiri.
2. Pertumbuhan diri sendiri (*individual growth*), meningkatkan kemampuan yang diperlukan guna membangun kredibilitas diri melalui jurnalisme warga di media daring.
3. Interaksi sosial (*societal interaction*), memenuhi kebutuhan manusia untuk terlibat dalam hubungan sosial yang dinamis antara perseorangan dan kelompok.
4. Kebutuhan untuk terlibat dalam penyebaran informasi (*information dispersal*), untuk terlibat dalam sirkulasi penyebaran informasi dengan sesama pengguna media daring (*online*) sekaligus menjadi sumber dari informasi yang hendak disebarakan dalam kegiatan jurnalisme warga melalui media daring.
5. Keinginan untuk terlibat dalam perubahan kolektif (*collective change*), kebutuhan untuk terlibat dalam kegiatan gabungan sebagai wujud kehidupan bersosial melalui partisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga melalui media *online*.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Sumber data

primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban responden yang merupakan pengikut akun *Instagram* @infodenpasar yang pernah mengirimkan berita ke akun @infodenpasar atau pernah menandai akun @infodenpasar dalam berita yang mereka unggah. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah buku serta penelitian-penelitian terdahulu. Responden berjumlah 50 orang yang kemudian menjawab kuisisioner sebagai metode pengumpulan data yang berisikan 25 pernyataan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan Teknik statistik deskriptif yang kemudian disajikan dalam bentuk table disertai narasi.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Gambaran Umum Penelitian

Para pengguna jejaring sosial media melihat bahwa dengan adanya fungsi *intagram* yang dapat menjadi media untuk berbagi foto dan video membuat *Instagram* semakin lekat dengan kehidupan para penggunanya. Hal ini menyebabkan munculnya ketertarikan pengguna *Instagram* untuk membagikan bagian-bagian dari kehidupan mereka diantaranya pemikiran mereka, pengalaman yang dialami, kepemilikan mereka bahkan kegiatan sehari-hari mereka. Hal ini merupakan salah satu penyebab berkembangnya jurnalisme melalui media daring ini. Terdapatnya ruang public yang dapat menginisiasi perbincangan-perbincangan yang

tanpa mengenal batas. Perkembangan jurnalisme warga di Bali sendiri diprakarsai oleh halaman *balebengong* sebagai penyedia ruang public untuk berkontribusi melaporkan kejadian-kejadian yang mereka alami. Saat ini terdapat beberapa akun informasi yang berbasis di Bali yang menyediakan ruang untuk pengguna *Instagram* untuk berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga, salah satunya adalah akun *Instagram* @infodenpasar. Situs INFODENPASAR berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Bali tentang informasi-informasi terkini dari seluruh belahan dunia. Informasi yang disediakan pun sangat beragam mulai dari politik hingga seni dan kebudayaan. Per tanggal 10 juli 2021 pengikut akun *Instagram* @infodenpasar berjumlah kurang lebih 930.000 pengikut. Dengan unggahan berisikan tagar #CitizenJournalism, Info Denpasar membagikan kembali informasi yang dibagikan oleh para jurnalis warga yang seringkali berisikan informasi aktual dan terkini terkait peristiwa-peristiwa yang baru terjadi.

##### Demografi Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Keseluruhan responden sudah memenuhi kriteria responden yaitu memiliki akun *Instagram* dan mengikuti akun *Instagram* @infodenpasar serta sudah pernah mengirimkan berita ke akun *Instagram* @infodenpasar maupun pernah menandai akun *Instagram* @infodenpasar dalam unggahan berita mereka. Responden berjenis kelamin

laki-laki berjumlah 38 orang dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 12 orang. Responden paling banyak berusia 25-34

tahun dengan jumlah 26 orang, lalu diikuti oleh responden berusia 17-24 tahun dengan jumlah 14 orang, dan responden yang berusia 35-44 tahun dengan jumlah 10 orang. Kebanyakan responden dalam penelitian ini bekerja sebagai pegawai swasta dengan jumlah 24 orang lalu diikuti oleh responden yang bekerja sebagai pedagang, pelajar/mahasiswa, Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan jumlah 11 responden, 10 responden, dan 6 responden.

### Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian dalam penelitian ini dideskripsikan dengan cara menggolongkan tanggapan-tanggapan responden mengenai variable yang diteliti kedalam kelas-kelas dalam skala pengukuran. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengukuran interval yang dimana terdapat nilai interval di setiap kelasnya.

Penggolongan jawaban-jawaban

No	Interval	Keterangan
1	1,00 – 1,79	Sangat Tidak Penting
2	1,80 – 2,59	Tidak Penting
3	2,60 – 3,39	Netral
4	3,40 – 4,19	Penting
5	4,20 – 5,00	Sangat Penting

responden akan di kategorikan ke dalam skala pengukuran sebagai berikut:

### Indikator Keuntungan Pribadi (*personal gain*)

Menurut pendekatan *Uses and Gratification* yang dikemukakan oleh Blumler dan Katz (1974), audiens dianggap memiliki peran aktif untuk memilih media apa yang akan mereka gunakan yang dapat memenuhi kebutuhan afektif maupun kognitif mereka. Pemenuhan kebutuhan dengan cara menggunakan berbagai macam media mendatangkan keuntungan yang bersifat individual terhadap penggunaanya. Keuntungan yang diperoleh adalah terpenuhinya kebutuhan individu tersebut serta mendatangkan kepuasan setelah menggunakan media tersebut. Indikator ini terdiri dari 6 butir pernyataan. Sebuah pernyataan dengan skor rata-rata tertinggi adalah "Saya menikmati menulis dan memproduksi konten" dengan skor rata-rata yaitu 3,90 yang masuk kedalam kategori motif yang penting.

### Indikator Pertumbuhan Diri (*Individual Growth*)

Menurut John C. Maxwell dalam bukunya yang berjudul *The 15 Invaluable Laws of Growth* (2012), setiap individu dikatakan memiliki potensi yang berbeda untuk mengembangkan diri mereka. Maxwell juga menyatakan bahwa setiap pertumbuhan diri dalam individu haruslah bersifat disengaja agar sesuai dengan kegemaran serta tujuan hidup.

Dalam bukunya Maxwell menjelaskan tentang 15 hukum untuk pengembangan diri yang dimana pada hukum ke-15 atau hukum terakhir adalah hukum untuk memberikan kontribusi pada lingkungan sekitar untuk meningkatkan pengembangan diri dan berguna untuk sesama. Indikator ini terdiri dari 6 butir pernyataan. Sebuah pernyataan dengan skor rata-rata tertinggi adalah "Saya berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga melalui *Instagram* untuk mendapatkan status dan membangun reputasi secara daring (*online*)" dengan skor rata-rata 3,42 yang masuk ke dalam kategori motif yang penting.

#### **Indikator Interaksi sosial (*societal interaction*)**

Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang berproses yang melibatkan hubungan antar individu dan antar kelompok. Hubungan sosial ini tidak dapat dilakukan oleh satu individu saja namun harus melibatkan pihak lainnya. Indikator ini terdiri dari 4 butir pernyataan. Salah satu pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi adalah "Saya berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga melalui *Instagram* untuk mengembangkan hubungan dengan orang lain". Skor rata-rata yang dihasilkan adalah 3,48 yang masuk ke dalam motif dengan keterangan penting.

#### **Indikator Penyebaran Informasi (*Information Dissemination*)**

Fungsi media sosial untuk berinteraksi semakin besar, terutama karena kemudahan fasilitasnya dalam menyebarkan informasi. Kegiatan penyebaran informasi di media sosial dapat dilakukan oleh siapa saja yang menggunakan media sosial tersebut. Didasari oleh hal tersebut, informasi yang dimuat di jejaring sosial tidak dapat dikatakan sepenuhnya mengandung fakta karena terdapat perbedaan pandangan serta pendapat penulisnya (Rohmiyati, 2018). Indikator ini terdiri dari 4 butir pernyataan. Sebuah pernyataan dengan skor rata-rata tertinggi yaitu "Saya berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga melalui *Instagram* untuk menginformasikan orang lain tentang peristiwa yang baru terjadi. Skor rata-rata yang dihasilkan adalah 3,82 yang termasuk dalam kategori motif yang penting.

#### **Indikator Perubahan Kolektif (*Collective Change*)**

Menurut Yuzron Razak (2008), perubahan kolektif merupakan pergerakan yang didasari oleh opini yang menjelaskan kembali perilaku sosial. Perilaku kolektif dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan interaksi sosial yang terjadi secara tiba-tiba yang dimana keterkaitan antar individu tidak erat namun memiliki kemungkinan untuk dapat mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Indikator ini terdiri dari 5 butir pernyataan. Sebuah pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu "Saya berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga melalui

*Instagram* untuk mendukung/memprotes isu-isu tertentu”. Skor rata-rata yang dihasilkan oleh pernyataan ini adalah 3,22 yang masuk ke dalam kategori netral.

### Analisis Hasil Penelitian

Pada penelitian ini data didapatkan dari penyebaran kuisioner ke akun-akun pengikut akun *Instagram @infodenpasar* yang pernah mengirimkan atau menandai akun *Instagram @infodenpasar* dalam berita hasil liputan jurnalisme warga mereka. Responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang. Masing-masing responden menjawab setia butir pernyataan dalam kuisioner yang dimana pernyataan dibagi menjadi 5 indikator yaitu keuntungan pribadi (*personal gain*), pertumbuhan diri (*individual growth*), interaksi sosial (*societal interaction*), penyebaran informasi (*information dissemination*), perubahan kolektif (*collective change*). Kuisioner menggunakan skala likert dan selanjutnya dikuantifikasi menggunakan skala pengukuran dengan jarak interval 0,8 yang dimana motif pengikut akun *Instagram @infodenpasar* untuk mengunggah berita dalam kegiatan jurnalisme warga dikategorikan menjadi motif yang sangat tidak penting, tidak penting, netral, penting, dan sangat penting. Pada penelitian ini, motif pengikut akun *Instagram @infodenpasar* untuk berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga melalui media sosial Instagram dilihat dari seberapa penting motif tersebut bagi para pengikut akun

*Instagram @infodenpasar* yang sudah pernah berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga melalui media *online*.

**Tabel Skor Rata-Rata Motif Pengikut Akun Instagram @infodenpasar untuk Mengunggah Berita dalam Kegiatan jurnalisme Warga**

No	Indikator	Nilai	Keterangan
1.	Keuntungan Pribadi	3,46	Penting
2.	Pertumbuhan diri	3,31	Netral
3.	Interaksi sosial	3,25	Netral
4.	Penyebaran informasi	3,75	Penting
5.	Perubahan kolektif	3,06	Netral

Berdasarkan tabel hasil penelitian diatas, dapat dilihat bahwa terdapat dua indikator yang memiliki keterangan penting yaitu indikator keuntungan pribadi (*personal gain*) dengan skor rata-rata 3,46 dan indikator penyebaran informasi (*information dissemination*) dengan nilai rata-rata yaitu 3,75. Skor rata-rata pada indikator pertama yaitu keuntungan pribadi (*personal gain*) adalah 3,46 sehingga masuk kedalam kelas interval 3,40-4,19 dengan keterangan penting sehingga dapat disimpulkan bahwa keinginan untuk mendapatkan keuntungan pribadi (*personal gain*) merupakan sebuah motif penting yang mendorong pengikut akun *Instagram*

@infodenpasar untuk berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga melalui media sosial khususnya melalui Instagram.

Pada indikator keempat yaitu penyebaran informasi (*information dissemination*) skor rata-rata yang dihasilkan adalah 3,75 yang masuk ke dalam kelas interval 3,40-4,19 dengan keterangan penting. Sehingga berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa keinginan pengikut akun Instagram @infodenpasar untuk mengambil peran dalam sebuah kegiatan penyebaran informasi dengan menjadi sumber informasi tersebut merupakan motif penting yang mendorong mereka untuk terlibat dalam kegiatan jurnalisme warga melalui media sosial khususnya Instagram. Perilaku jurnalis warga melalui media online yang berusaha untuk mendapatkan kepuasan dengan cara memenuhi kebutuhan pribadi mereka tidak terlepas dari tipologi yang diungkapkan oleh Blumler dan Katz (1974), yang dimana menurut mereka terdapat 5 kebutuhan yang berusaha dipenuhi oleh pengguna media saat menggunakan media diantaranya sebagai hiburan, untuk menginisiasi interaksi sosial, sebagai alat pembantu guna membentuk identitas, untuk tetap ter-edukasi dan ter-informasi, dan untuk menyediakan sarana pelarian mental. Kelima kebutuhan ini tercermin dengan baik dalam pernyataan-pernyataan uturnan dari indikator keuntungan pribadi (*personal gain*).

Pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi dalam indikator keuntungan pribadi

(*personal gain*) ini adalah “saya menikmati menulis dan memproduksi konten”. Hal ini mencerminkan bahwa Sebagian besar pelek jurnalisme warga melalui media *online* memiliki kegemaran untuk menulis serta memproduksi konten sehingga dengan berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga mereka dapat menyalurkan kegemaran merka tersebut. Hal ini juga merupakan cerminan dari kebebasan untuk mengemukakan pendapat yang dimana dalam melakukan hal tersebut mereka juga dapat memenuhi kebutuhan kognitif serta afektif mereka.

Kebutuhan untuk terlibat dalam kegiatan penyebaran informasi melalui media *online* tidak terlepas dari perkembangan media-media sosial khususnya Instagram. Sebuah pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi adalah “Saya berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga melalui Instagram untuk menginformasikan orang lain tentang peristiwa yang baru terjadi”, sehingga dapat diartikan bahwa pengguna media sosial Instagram yang terlibat dalam kegiatan jurnalisme warga berusaha untuk memenuhi kepuasan yang dapat mereka peroleh Ketika mereka menjadi sumber dari suatu informasi yang tersebar luas di Instagram.

### **Tabulasi Silang Antar Variabel**

Berdasarkan data yang diperoleh dari 50 responden dilakukan tabulasi silang terhadap 3 variabel yaitu usia responden-pekerjaan responden-motif keuntungan pribadi

dab usia responden-pekerjaan respnden-motif penyebaran informasi agar diperoleh penjelasan yang lebih mendalam tentang jurnalisme warga (*citizen journalism*) melalui media daring (*online*).

#### **Tabulasi Silang Usia Responden-Pekerjaan Responden-Motif Mendapatkan Keuntungan Pribadi**

Pada tabulasi silang pertama, skor rata-rata tertinggi dihasilkan oleh responden yang bekerja sebagai pedagang/wiraswasta dengan rentang usia 25-34 tahun. Responden dalam kategori ini di dominasi oleh generasi milenial yang merupakan generasi yang terlahir pada masa dimana sudah terdapat kemajuan-kemajuan teknologi sehingga mereka dapat memilih dan menggunakan media massa agar mendapatkan keuntungan bagi diri mereka. Salah satu contoh yang dapat dilihat adalah bagaimana perkembangan *e-commerce* yang dimana media sosial Instagram tidak lagi hanya sekedar tempat pertukaran informasi namun juga sudah berubah menjadi tempat perdagangan berbasis internet yang jika dilihat dari efisiensinya sudah melebihi perdagangan konvensional karena dapat menjangkau pasar yang berada dimana saja serta dalam waktu kapan saja.

#### **Tabulasi Silang Usia Responden-Pekerjaan Responden-Motif Penyebaran Informasi**

Pada tabulasi silang kedua, skor rata-rata tertinggi dihasilkan oleh responden yang bekerja sebagai pegawai swasta dengan rentang usia 17-24 tahun. Rentang usia ini termasuk dalam generasi Z yang merupakan generasi yang tidak pernah mengenal dunia tanpa teknologi seperti generasi-generasi sebelumnya. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang mahir tentang dunia digital yang sangat mendukung mereka dalam perkembangan teknologi serta tren-tren yang sedang berlangsung di masyarakat saat ini. Dengan terlibat secara langsung dalam proses penyebaran informasi melalui media sosial *Instagram*, responden yang berada dalam kaetgori ini pun dapat selalu mengikuti tren bahkan menciptakan tren baru yang didasari oleh kemampuan dan kemahiran mereka dalam dunia digital.

### **5. KESIMPULAN**

Dalam penelitian ini responden berjumlah 50 orang dengan rentang usia 17-44 tahun. Seluruh responden dalam penelitian ini sudah pernah mengunggah beriat dalam kegiatan jurnalisme warga (*citizen journalism*) baik berupa foto ataupun video melalui akun *Instagram @infodenpasar*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif terpenting yang mendorong pengikut akun *Instagram @infodenpasar* untuk berpartisipasi dalam kegiatan jurnalisme warga (*citizen journalism*) adalah untuk mendapatkan keuntungan pribadi (*personal gain*) serta untuk dapat mengambil peran dalam proses penyebaran informasi (*information dissemination*) dalam hal ini

khususnya sebagai sumber tangan pertama informasi/berita tentang suatu kejadian.

Media Online. Bandung: Nuansa Cendekia

## 6. DAFTAR PUSTAKA

Jack, Martha. The Social Evolution of Citizen Journalism. Canadian Journal of Media Studies. Vol. 6 Issue. 1. (2010).  
<https://cjms.fims.uwo.ca/issues/06-01/jack.pdf>

Wood, Andrew F. & Smith, Matthew J. 2005. Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Kriyantono, Rachmat. 2006. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: KENCANA PREDANAMEDIA GROUP.

Lin, Carolyn., Salwen, Michael B., Abdulla, Rasha A. 2004. Uses and Gratifications of Online and Offline News: New Wine in an Old Bottle?. New York: ROUTLEDGE

Maxwell, John C. 2012. The 15 Invaluable Laws of Growth: Live Them and Reach Your Potential. New York: Center Street

Prahasacitta, Vidya. 2017. CITIZEN JOURNALISM IN CYBER MEDIA: PROTECTION AND LEGAL RESPONSIBILITY UNDER INDONESIAN PRESS LAW. HUMANIORA VOL. 8 No. 1 (2017).  
<https://media.neliti.com/media/publications/166885-EN-citizen-journalism-in-cyber-media-protoc.pdf>

Rohmiyati, Yuli. 2018. Model Perilaku Pencarian Informasi Generasi Milenial. ANUVA: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi. Vol 2, No 4 (2018).  
<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/3686>

Romli, Asep Syamsul M. 2012. Jurnalistik Online: Panduan Mengelola