

CITIZEN JOURNALISM DALAM FANPAGE PO942 RADIO GEMA

SURYA FM PONOROGO

(Telaah Berdasarkan Teori Ekonomi Politik Komunikasi)

SKRIPSI



Oleh:

Riska Yenhy Fandira

NIM. 211016051

Pembimbing:

Ahmad Faruk, M. Fil. I

NIP. 197511142003121001

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO

2020

ABSTRAK

Fandira, Riska Yenhy. 2020. "*Citizen Journalism dalam Fanpage PO942 Radio Gema Surya FM Ponorogo (Telaah Berdasarkan Teori Komunikasi Politik Komunikasi)*". **Skripsi.** Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. **Pembimbing,** Ahmad Faruk, M. Fil. I.

Kata Kunci: *Citizen Journalism*, Ekonomi Politik Komunikasi, Radio

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fakta tentang fenomena *citizen journalism* pada Radio Gema Surya FM Ponorogo melalui fanpage *citizen journalism* PO942; suatu aktivitas jurnalistik antara khalayak pendengar dengan tim redaksi fanpage *citizen journalism* PO942. Masyarakat bukan lagi menjadi sekedar objek pemberitaan, tapi juga menjadi subjek pemberitaan. Fakta tersebut kiranya menarik jika disorot dan dianalisa dengan teori ekonomi politik komunikasi Vincent Mosco, yaitu kajian tentang hubungan sosial, terutama kekuatan dari hubungan tersebut yang secara timbal balik meliputi proses produksi, distribusi, dan konsumsi yang telah dihasilkan. Karena itu, Penulis merumuskan masalah penelitian ini dan bertujuan hendak mengetahui: (1) komodifikasi pada fanpage *citizen journalism* PO942, (2) spesialisasi pada fanpage *citizen journalism* PO942, dan (3) strukturasi pada fanpage *citizen journalism* PO942 di Radio Gema Surya FM Ponorogo.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif; datanya dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi yang setelah diolah kemudian dianalisa berdasarkan kisi-kisi teori ekonomi politik komunikasi ala Vincent Mosco.

Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) komodifikasi pada fanpage *citizen journalism* PO942 terlihat di hampir semua unggahannya, sebagaimana aspek-aspek berikut: [a] komodifikasi isi dengan memfokuskan konten pada informasi yang disukai dan dibutuhkan masyarakat; [b] komodifikasi khalayak dengan mendayagunakan dan melibatkan pembaca dalam memproduksi pesan dalam bentuk kiriman berita maupun komentar yang kemudian dijual kepada pemasang iklan; dan [c] komodifikasi pekerja dengan melibatkan karyawan perusahaan, baik itu yang berada di *newsroom* maupun di lapangan (jurnalis profesional) dalam pemberitaan fanpage *citizen journalism* PO942. (2) Spesialisasi fanpage *citizen journalism* PO942 telah dilakukan dengan cukup baik, dengan melakukan *update* informasi setiap harinya dan melakukan penggabungan media dalam hal pemberitaan, sehingga khalayak tidak mengalami hambatan untuk mendapatkan informasi. (3) Strukturasi pada fanpage *citizen journalism* PO942 terlihat dari perlakuan terhadap khalayak yang dianggap sebagai bagian dari media dengan tidak membedakan kelas dan ras. Radio Gema Surya FM Ponorogo juga membangun relasi dengan pihak swasta maupun pemerintah, karena hal itu akan berpengaruh terhadap keberlangsungan media ke depannya. Dengan keterlibatan *citizen*, maka fanpage *citizen journalism* PO942 bisa dijadikan sebagai kekuatan ekonomi politik komunikasi oleh Radio Gema Surya FM Ponorogo.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Riska Yenhy Fandira
NIM : 211016051
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : *Citizen Journalism* dalam Fanpage PO942 Radio Gema
Surya FM Ponorogo (Telaah Berdasarkan Teori Ekonomi
Politik Komunikasi)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 5 Agustus 2020

Mengetahui,
Ketua Jurusan KPI

Menyetujui,
Pembimbing

Dr. Iswahyudi, M. Ag.
NIP. 197903072003121003

Ahmad Faruk, M. Fil. I
NIP. 197511142003121001

IAIN
P O N O R O G O



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH**

PENGESAHAN

Nama : Riska Yenhy Fandira
NIM : 211016051
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : *Citizen Journalism* dalam Fanpage PO942 Radio Gema Surya FM Ponorogo (Telaah Berdasarkan Teori Ekonomi Politik Komunikasi)

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 3 September 2020

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 8 September 2020

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang : Dr. M. Irfan Riyadi, M. Ag ()
2. Penguji I : Dr. Ahmad Choirul Rofiq, M. Fil. I ()
3. Penguji II : Ahmad Faruk, M. Fil. I ()

Ponorogo, 8 September 2020

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab,
dan Dakwah Ponorogo


Dr. Ahmad Munjr, M. Ag
NIP. 196806161998031002

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

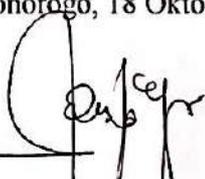
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Yenhy Fandira
NIM : 211016051
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : *Citizen Journalism* dalam Fanpage PO942 Radio Gema Surya
FM Ponorogo (Telaah Berdasarkan Teori Ekonomi Politik
Komunikasi)

Menyatakan bahwa naskah skripsi/thesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 18 Oktober 2020



Riska Yenhy Fandira

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Yenhy Fandira
NIM : 211016051
Judul : *Citizen Journalism* dalam Fanpage PO942 Radio Gema
Surya FM Ponorogo (Telaah Berdasarkan Teori Ekonomi
Politik Komunikasi)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa penulis skripsi ini berdasar hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika ada karya orang lain, maka akan saya cantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam penelitian ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang sesuai dengan peraturan yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

Ponorogo, 5 Agustus 2020

IAIN
PONOROGO



Riska Yenhy Fandira
NIM. 211016051

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, penyebaran informasi tidak bisa dilepaskan dari kemajuan teknologi. Produksi dan penyebaran informasi pun tidak lagi dikuasai oleh media massa. Warga yang selama ini dipersepsikan sebagai kelompok konsumen media, sekarang bisa bertindak sebagai penyebar informasi. Salah satu fenomena aktual, yang muncul karena keniscayaan pada lahirnya internet, yang berkaitan dengan proses penyebaran informasi adalah aktivitas blog yang kerap disebut *citizen journalism* atau jurnalisme warga. Warga biasa non jurnalis yang membagikan informasi atau berita layaknya jurnalis profesional.

Citizen journalism sering kali disebut dengan *participatory journalism*, *netizen*, *open source journalism*, dan *grassroot journalism*.¹ Dalam dunia jurnalistik, *citizen journalism* menempatkan masyarakat sebagai objek sekaligus subjek. *Citizen journalism* dapat diartikan sebagai keterlibatan warga dalam memberitakan sesuatu baik melalui media baru (internet) maupun media konvensional. *Citizen journalism* tidak memandang latar belakang proses peliputan berita yang akan diberikan kepada orang lain. Jadi, setiap orang bisa menjadi *citizen journalism*.

Citizen journalism yang bersporadis dengan begitu cepat disebabkan oleh sejumlah hal, yakni berbagai informasi yang dibutuhkan khalayak tidak selalu terpenuhi oleh media massa, khalayak bukan hanya butuh informasi,

¹ Nurudin, *Jurnalisme Masa Kini* (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), 215.

tetapi juga butuh menginformasikan fakta dan opini, dan khalayak memiliki foto atau rekaman gambar yang jauh lebih bagus ketimbang yang dimiliki media massa umum.² Rekaman video, foto, dan informasi dari *citizen journalism* merupakan bentuk spontanitas warga pada sebuah kejadian yang dianggap menarik. Biasanya beberapa media massa menggunakan karya *citizen journalism* sebagai tambahan informasi. Hal ini karena keberadaan *citizen journalism* tidak dapat menggantikan jurnalisisme pada media konvensional.

Sebagai sebuah *genre* baru dalam dunia komunikasi massa, *citizen journalism* tentu menimbulkan pro dan kontra. Munculnya istilah *citizen journalism* menimbulkan revolusi dalam penyebaran informasi. Dari pihak kontra memandang bahwa *citizen journalism* belum bisa masuk dalam ranah jurnalisisme, sebab jurnalistik mensyaratkan banyak hal seperti yang terjadi pada dunia kewartawanan selama ini. Sedangkan, pihak pro sepakat bahwa jurnalisisme adalah menginformasikan kejadian kepada masyarakat, maka *citizen journalism* masuk ranah jurnalisisme, ada atau tanpa ada sistem yang melingkup wartawan dalam *mainstream media*.

Kendati demikian, *citizen journalism* terus berkembang seiring dengan perkembangan media massa. Benih-benih *citizen journalism* kemudian dimanfaatkan oleh media konvensional sebagai kekuatan untuk menghadapi persaingan industri media yang semakin ketat. Beberapa radio di Kabupaten Ponorogo telah berlomba-lomba mempersembahkan program *news* untuk para

² Apriadi Tambunaka, *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013), 73.

khalayaknya. Dengan kata lain, media telah menciptakan wadah untuk melakukan aktivitas jurnalistik dengan khalayaknya, dalam hal ini *citizen journalism*. Dengan konsep berbagi informasi antar khalayak membuat radio lambat laun tidak lagi menjadi media massa satu arah (*one way traffic communication*). Tapi seiring berjalannya waktu, radio saat ini juga menjadi media massa dua arah (*two way traffic communication*). Bahkan seiring dengan lahirnya konvergensi media, radio tidak hanya mengandalkan pemancar atau gelombang elektromagnetik tetapi juga memanfaatkan internet yang lebih cepat dan lebih mudah diakses. Tidak hanya bersifat *on air*, tapi kecanggihan teknologi, seperti facebook, web, dan *streaming*, telah dijadikan para pelaku industri media untuk berkomunikasi dengan para khalayaknya. Salah satu radio berita yang terkenal di Kabupaten Ponorogo adalah Radio Gema Surya FM Ponorogo.

Radio Gema Surya FM Ponorogo adalah stasiun radio resmi pertama di Kabupaten Ponorogo yang telah berdiri sejak 18 Februari 1968. Dalam perjalannya, Radio Gema Surya mengalami banyak perubahan bersejarah, mulai dari frekuensi yang semula AM menjadi FM hingga format siaran berita yang variatif. Dalam sejarahnya, berita tidak pernah lepas dari Radio Gema Surya FM Ponorogo, hingga pada tahun 2018 Radio Gema Surya FM Ponorogo telah mengubah penuh formatnya menjadi radio berita.³

Dengan slogan inspiratif akurat, Radio Gema Surya FM Ponorogo saat ini dipercaya sebagai salah satu radio berbasis informasi teraktual di wilayah

³<https://gemasuryafm.com> diakses pada 15 Desember 2019 pukul 10.30 WIB

Ponorogo dan sekitarnya. Radio Gema Surya FM Ponorogo mendedikasikan program-program yang memiliki nilai informasi dan berita yang berguna bagi kepentingan publik. Untuk itu Radio Gema Surya FM Ponorogo saat ini juga telah menghadirkan program baru bertajuk “Jelajah”. Jelajah adalah program *real time news* yang mengajak pendengar untuk aktif berinteraksi.

Selain melalui 94.20 Mhz FM, siaran Radio Gema Surya FM Ponorogo dapat diakses via *streaming* di laman gemasuryafm.com/live. Sedangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap informasi dan konten digital, Radio Gema Surya FM Ponorogo juga hadir dalam berbagai platform seperti facebook, youtube, dan situs berita *online*. Tidak hanya memenuhi konten-konten digital saja, Radio Gema Surya FM Ponorogo juga memberi kesempatan kepada masyarakat untuk membagikan informasi yang dimiliki ke fanpage facebook *citizen journalism PO942* dan Instagram [@gemasuryafm](https://www.instagram.com/gemasuryafm).

Dalam fanpage *citizen journalism PO942*, ada berbagai informasi dari masyarakat ataupun juga instansi non jurnalistik. Seperti salah satu informasi yang dikirimkan oleh *netizen* pada Rabu, 4 November 2019, bernama Sri, warga Gandukepuh, Sukorejo, Ponorogo, yang menyampaikan mengenai seleksi pengisian perangkat desa di wilayah Gandukepuh. Selain informasi, *netizen* juga mengirimkan gambar ataupun video peristiwa yang sedang terjadi.⁴

Dari keterlibatan tersebut, diketahui bahwa media konvensional atau media baru, katakanlah media massa, memiliki fungsi yang begitu strategis

⁴ Pengamatan dari fanpage *citizen journalism PO942* Radio Gema Surya FM Ponorogo diakses pada 17 Desember 2019 pukul 19.00 WIB.

dalam membuat prospek bisnis industri media. Perkembangan teknologi berperan penting dalam memudahkan industri media untuk melakukan hubungan sosial dengan khalayaknya. Hal tersebut bisa terjadi karena kekuatan perubahan kehidupan masyarakat yang mendorong munculnya ekonomi politik media. Sebab, saat ini keberadaan media massa bukan hanya sekedar sebagai medium dalam berkomunikasi, namun lebih jauh lagi. Media juga telah berkembang menjadi untuk membangun realitas sosial dengan menitikberatkan pada kapital, tentang bagaimana modal usaha dari suatu industri bisa kembali, tidak hanya sekedar memberi.

Dalam pengertian yang sempit, ekonomi politik media adalah sebuah kajian relasi sosial yang secara seimbang berkontribusi dalam produksi, distribusi, dan konsumsi sumber daya, termasuk sumber daya komunikasi. Sedangkan dalam pengertian yang luas ekonomi politik dimaknai sebagai kajian untuk mengontrol kehidupan sosial.

Secara umum, Vincent Mosco mendeskripsikan teori ekonomi politik sebagai sebuah studi yang mengkaji tentang hubungan sosial, terutama kekuatan dari hubungan tersebut yang secara timbal balik meliputi proses produksi, distribusi, dan konsumsi yang telah dihasilkan.⁵ Awal kemunculan teori ini didasari pada besarnya pengaruh media massa terhadap perubahan kehidupan masyarakat. Sementara itu, kajian teori ekonomi politik kritis, menurut Murdock dan Golding, adalah salah satu jenis analisis media modern yang banyak memperoleh inspirasi dari gagasan Marxian, dimana pertanyaan

⁵ Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication* (London: Sage Publication, 2009), 24.

tentang kekuasaan adalah inti dari penafsiran Karl Marx mengenai media massa. Media diperlakukan sebagai bagian penting dari instrumen kelas penguasa untuk mengontrol.⁶

Jadi, ekonomi politik menekankan pada kajian tentang kelompok yang memiliki kontrol atas institusi ekonomi seperti bank dan pangsa pasar dan kemudian mencoba untuk menunjukkan dampak dari kontrol tersebut terhadap institusi lainnya, termasuk media massa. Dalam pendekatan kritis aspek ekonomi politik selalu dilihat dan dimaknai sebagai kontrol. Jika dicermati, inti dari menekuni dunia bisnis industri media adalah selain mengejar keuntungan ekonomi, secara ideal juga sebagai upaya menanamkan pengaruh kepada khalayak umum.

Di era modern saat ini tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan media massa sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat. Masyarakat menjadi sangat bergantung pada informasi. Informasi yang dibutuhkan adalah informasi yang cepat, aktual, dan terpercaya. Dengan majunya teknologi informasi memungkinkan masyarakat untuk ikut menjadi penyedia informasi. Dilatarbelakangi kenyataan bahwa di era media internet dan teknologi modern memungkinkan setiap orang secara praktis dapat menjalankan fungsi jurnalistik. Dunia jurnalistik pun saat ini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari industri media massa. Keberadaan berita dalam industri media massa seakan-akan menjadi sebuah kewajiban sehingga tidak ada satupun media massa yang tidak memiliki program khusus berita. Dengan kekuatan

⁶ Idi Subandy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dalam Dinamika Globalisasi* (Jakarta: Pustaka Obor Indonesia, 2014), 14.

penyebaran yang begitu luas, media massa kemudian disebut tidak hanya mampu menentukan dinamika sosial, politik dan budaya, baik dalam tingkat lokal maupun global, akan tetapi media massa juga memiliki peran yang sangat signifikan dalam peningkatan surplus secara ekonomi.

Melihat adanya *citizen journalism* pada Radio Gema Surya FM Ponorogo, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai *citizen journalism* pada radio tersebut. *Pertama*, Radio Gema Surya FM Ponorogo merupakan radio tertua di Ponorogo dan telah memiliki ribuan pendengar setia. Dalam hal ini, Radio Gema Surya FM Ponorogo memiliki peran yang sangat signifikan dalam peningkatan surplus secara ekonomi dan mempengaruhi pendengar. *Kedua*, Radio Gema Surya FM Ponorogo mengikuti perkembangan zaman dengan membuat wadah bagi pendengar untuk bisa berkontribusi membagikan informasi dan menjadi titik dari informasi-informasi yang telah dibagikan oleh media sosial lain di Ponorogo. Untuk itu, penulis mengangkat permasalahan ini menjadi sebuah karya tulis ilmiah dengan judul: ***Citizen Journalism dalam Fanpage PO942 Radio Gema Surya FM Ponorogo (Telaah Berdasarkan Teori Komunikasi Politik Komunikasi)***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, tulisan ini difokuskan pada Ekonomi Politik Komunikasi *Citizen Journalism* dalam Fanpage PO942 Radio Gema Surya FM Ponorogo. Jika diajukan dalam bentuk pertanyaan sub masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana komodifikasi fanpage *citizen journalism* PO942 pada Radio Gema Surya FM Ponorogo?
2. Bagaimana spesialisasi fanpage *citizen journalism* PO942 pada Radio Gema Surya FM Ponorogo?
3. Bagaimana strukturasi fanpage *citizen journalism* PO942 pada Radio Gema Surya FM Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin diraih dari rumusan masalah diatas sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui komodifikasi fanpage *citizen journalism* PO942 pada Radio Gema Surya FM Ponorogo.
2. Untuk mengetahui spesialisasi fanpage *citizen journalism* PO942 pada Radio Gema Surya FM Ponorogo.
3. Untuk mengetahui strukturasi fanpage *citizen journalism* PO942 pada Radio Gema Surya FM Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, kajian penelitian ini diharapkan menjadi literatur kepustakaan untuk jenis penelitian kualitatif yang berkaitan dengan jurnalistik dan media. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi

masukannya yang bermanfaat bagi studi komunikasi dan informasi yang akhirnya ini makin banyak memperoleh kajian dari berbagai disiplin ilmu baik melalui kajian teoritis maupun melalui kajian riset di bidang terapan.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi khususnya untuk mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) ataupun mahasiswa yang melakukan penelitian mengenai *citizen journalism* pada media, serta menambah wawasan bagi penulis. Kajian penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan kepada masyarakat agar bisa membagikan dan memfilter semua informasi yang dikonstruksikan melalui berbagai media. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terhadap media untuk berinovasi dengan kemajuan teknologi yang berkembang pesat dalam menjawab kebutuhan masyarakat akan informasi.

E. Telaah Pustaka

Untuk melengkapi serta menambah kesempurnaan sebuah karya ilmiah, perlu kiranya penulis menyebutkan hasil dari beberapa penelitian terdahulu yang memiliki korelasi dengan penelitian yang ditulis oleh penulis, adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian dengan judul: Partisipasi *Citizen Journalism* Terhadap Media Online Tribun Timur oleh Sukmawati, mahasiswa Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar. Saudari Sukmawati membahas tentang

bagaimana partisipasi *citizen journalism* terhadap media online Tribun Timur dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.⁷

Pada penelitian ini, penulis mengangkat masalah ekonomi politik media pada *citizen journalism* di Radio Gema Surya FM Ponorogo. Untuk mengolah data, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Kedua, penelitian dengan judul: Komodifikasi Media Cetak Analisis Ekonomi Politik Pada Media Indonesia oleh Tika Yulianti, mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Saudari Tika Yulianti membahas tentang bagaimana komodifikasi media cetak di Indonesia dengan menggunakan metode kualitatif.⁸

Pada penelitian ini, penulis mengangkat masalah ekonomi politik media pada *citizen journalism* di Radio Gema Surya FM Ponorogo. Untuk mengolah data, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Ketiga, penelitian dengan judul: Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gema Surya FM Ponorogo dalam Meningkatkan Kepercayaan Pengiklan oleh saudara Amin Sugiharto, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Saudara Amin Sugiharto menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menuturkan dan menafsirkan data sekunder maupun primer yang berkenaan

⁷ Sukmawati, *Partisipasi Citizen Journalism terhadap Media Online Tribun Timur* (UIN Alauddin Makassar: Dakwah dan Komunikasi, 2017).

⁸ Tika Yulianti, *Komodifikasi Media Cetak Analisis Ekonomi Politik pada Media Indonesia* (UIN Syarif Hidayatulla Jakarta: Dakwah dan Komunikasi, 2015).

dengan situasi yang terjadi untuk mengangkat fakta, keadaan, variabel, dan fenomena-fenomena pada Radio Gema Surya FM Ponorogo.⁹

Pada penelitian ini, penulis mengangkat masalah ekonomi politik media pada *citizen journalism* di Radio Gema Surya FM Ponorogo. Untuk mengolah data, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian berasal dari dua kata yaitu “*metode*” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan “*logos*” dalam bahasa Yunani yang berarti ilmu atau pengetahuan.¹⁰ Metode penelitian berdasarkan kesederhanaan, dengan tahapan: observasi, pencatatan, organisasi dan memperlakukan data yang diamati, generalisasi untuk formulasi dari sebuah teori dan uji formula baru dengan observasi lebih jauh.¹¹

Sedangkan, penelitian merupakan sebuah proses untuk mengumpulkan, menganalisis dan menginterpretasikan data dan informasi untuk menjawab atau memecahkan suatu persoalan.¹²

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kualitatif. Metode kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-

⁹Amin Sugiharto, *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gema Surya FM Ponorogo dalam Meningkatkan Kepercayaan Pengiklan* (Universitas Muhammadiyah Ponorogo: Ilmu Komunikasi, 2014).

¹⁰ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 1.

¹¹ Jody Moenandir, *Filosofi, Metodologi Penelitian, dan Komunikasi Ilmiah* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 31.

¹² Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 41.

penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantitatif lainnya.¹³

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Menurut Bogdan dan Taylor, pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang diamati.¹⁴

2. Sumber dan Jenis data

a. Sumber Data

Data menurut sumbernya dibedakan menjadi dua, yaitu data internal dan eksternal. Data internal adalah data yang didapatkan dalam suatu lembaga yang diteliti. Sedangkan data eksternal ialah data yang diperoleh dari luar lembaga yang bersangkutan.

b. Jenis Data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data, yaitu:

1) Data Primer

Data primer adalah data utama yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan.¹⁵ Data primer meliputi data-data yang berhubungan langsung dengan pokok permasalahan. Data primer dalam penelitian ini adalah tulisan dari *citizen journalism* dalam pemberitaan Radio Gema Surya FM Ponorogo.

¹³ Farida Nugrahani, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa* (Surakarta, 2014), 4.

¹⁴ Lexy J. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 3.

¹⁵ Rachmad Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 41.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah pencarian data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data sekunder juga bisa disebut sebagai data yang diperoleh dari sumber kedua.¹⁶ Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari hasil penelitian seseorang sebelumnya, seperti buku, jurnal, skripsi, dan lain-lain.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di kantor Radio Gema Surya FM Ponorogo yang beralamat di Jalan Merbabu No.67 Nologaten, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, untuk mengumpulkan data, penulis menggunakan metode, yaitu:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lain seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit.¹⁷ Dalam hal ini peneliti melakukan observasi langsung ke kantor Radio Gema Surya FM Ponorogo, juga membuka situs fanpage *citizen journalism PO942*.

¹⁶ Ibid, 42.

¹⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), 142.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.¹⁸

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan:

- 1) Sdr. Ari Mahendra (Program Director Radio Gema Surya FM Ponorogo)
- 2) Sdri. Reni Lusiana (Redaktur Fanpage Citizen Journalism PO942)
- 3) Sdr. H. Sumanto (Komisaris Radio Gema Surya FM Ponorogo)

c. Dokumentasi

Teknik ini adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku tentang pendapat, teori, dalil/hukum, dan lain-lain yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.¹⁹ Dokumen berupa material yang tertulis dan tersimpan. Dokumen dapat berupa memorabilia atau korespondensi. Ada juga dokumen yang berupa audiovisual.²⁰ Dokumentasi yang terkumpul dari Radio Gema Surya

¹⁸ Ibid, 133.

¹⁹ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gadjah Mada Universiti Press, 2007), 141.

²⁰ J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya* (Jakarta: Grasindo, 2010), 111.

FM Ponorogo adalah profil perusahaan dan fanpage *citizen journalism* PO942.

5. Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, setelah data terkumpul penulis selanjutnya mengolah hasil temuan atau data melalui proses meninjau kembali berkas-berkas yang telah terkumpul, yakni data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Seluruh data tersebut dideskripsikan secara kongkret dengan didukung beberapa hasil temuan studi pustaka yang kemudian dianalisis.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif merupakan analisis berdasarkan pada adanya hubungan semantis antar variabel yang sedang diteliti. Analisis data bertujuan agar peneliti mendapatkan makna hubungan variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan peneliti.

Dalam menganalisis data penelitian ini, penulis menggunakan analisis deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan realitas yang dikaji, variabel demi variabel. Maka dari keseluruhan data yang terkumpul akan dijabarkan secara natural dan akan dicari titik temu untuk kemudian disimpulkan.²¹ Artinya, proses analisis dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, lalu dilakukan penafsiran data atau

²¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Komunikasi* (Jakarta: Bina Sarana, 1985), 58.

pengolahan data untuk menarik kesimpulan dengan menggunakan kajian kritis ekonomi politik komunikasi Vincent Mosco.

7. Pengecekan Keabsahan Data

Untuk mengecek keabsahan data pada penelitian ini, penulis menggunakan metode triangulasi. Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu.²² Triangulasi data pada hakikatnya merupakan pendekatan multi-metode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Ada beberapa jenis triangulasi, dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.²³

G. Sistematika Pembahasan

Agar pembahasan skripsi ini dapat tersusun secara sistematis sehingga penjabaran yang ada dapat dipahami dengan baik, maka penulis membagi pembahasan ini dalam lima bab, dan masing-masing terbagi ke dalam beberapa sub bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, tinjauan pustaka, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 273.

²³ Ibid, 274.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis akan memaparkan teori tentang pengertian *citizen journalism*, sejarah *citizen journalism*, bentuk-bentuk *citizen journalism*, etika *citizen journalism*, kelebihan dan tantangan *citizen journalism*, pengertian teori ekonomi politik komunikasi Vincent Mosco, pengertian komodifikasi, pengertian spasialisasi, dan pengertian strukturasi.

BAB III PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang sejarah dan profil Radio Gema Surya FM Ponorogo, memaparkan tentang fanpage *citizen journalism* PO942, dan temuan-temuan data di fanpage *citizen journalism* PO942 milik Radio Gema Surya FM Ponorogo.

BAB IV ANALISIS EKONOMI POLITIK KOMUNIKASI VINCENT MOSCO PADA FANPAGE *CITIZEN JOURNALISM* PO942

Pada bab ini berisi tentang uraian hasil analisis data penelitian yang dilakukan. Uraian tersebut mencakup komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi *citizen journalism* pada fanpage PO942 Radio Gema Surya FM Ponorogo.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dari uraian pembahasan dan saran-saran yang berhubungan dengan manfaat penelitian, sehingga mampu memberikan masukan-masukan bagi pihak-pihak yang terkait.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Citizen Journalism* (Jurnalisme Warga)

Citizen journalism berasal dari dua kata, yaitu *citizen* (warga), yang dapat diartikan sebagai orang-orang yang menjadi bagian dari suatu penduduk yang menjadi unsur negara, dan *journalism* yang diambil dari bahasa Prancis *journal* atau bahasa latin *diurnal* atau *diary*. MacDougall menyebutkan bahwa *journalism* adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta, dan melaporkan peristiwa.¹

Citizen journalism hadir sebagai kritik terhadap wartawan profesional yang dianggap tidak lagi melayani publik, melainkan lebih melayani kepentingan *class*, *sex*, dan objek dari stratifikasi sosial. Publik melihat banyak eksploitasi, ketidakadilan, dan ketidakseimbangan. Publik kemudian melakukan resistensi, menolak pesan-pesan sampah dari wartawan atau *spin doctor* yang telah mengerangka dan mengintepretasi pemberitaan.² Status kewartawanan yang sejatinya harus mengedepankan independensi, menjadi tercemar dari residu demokrasi. Oleh karena itu, jurnalisme bukan hanya milik wartawan, setiap warga negara juga ingin terlibat di dalamnya. Maka, jurnalisme menyediakan tempat dan peluang bernama *citizen journalism* atau jurnalisme warga.

¹ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 15.

² Septian Santana K., *Jurnalisme Kontemporer* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 10.

Jika dilihat secara sekilas, kata *journalism* atau jurnalisme menunjuk pada paham atau aliran. Paham yang dimaksud adalah paham yang berkaitan dengan jurnalistik. Dapat diartikan bahwa jurnalisme merupakan suatu perilaku khas yang dimiliki seseorang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan mencari sampai menyiarkan informasi.

Citizen journalism diidentifikasi sebagai warga biasa yang tidak terlatih sebagai wartawan profesional, namun dengan peralatan teknologi informasi yang dimiliki bisa menjadi saksi mata sebuah peristiwa yang terjadi di sekitarnya, meliput, mencatat, mengumpulkan, menulis, dan menyiarkannya di media *online*.³ 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. Perubahan tersebut bersifat revolusi modern dimana teknologi telah memberi peralatan yang lengkap dan memberi jalan untuk menjadi wartawan.

Meskipun begitu, peran dan fungsi *citizen journalism* sama seperti peran dan fungsi jurnalistik pada umumnya, yaitu sebagai sumber informasi, hiburan, kontrol sosial, hingga agen perubahan.⁴ Bahkan *citizen journalism* sering dimanfaatkan perusahaan media massa sebagai salah satu sumber berita di samping wartawan yang bekerja di perusahaan tersebut. Prinsip

³ Pepih Nugraha, *Citizen Journalism: Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman* (Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2012), 18-19.

⁴ Masriadi Sambo dan Jafaruddin Yusuf, *Pengantar Jurnalisme Multiplatform* (Depok: Prenadamedia Group, 2017), 34.

dasar *citizen journalism* adalah pewarta (reporternya) adalah pembaca, khalayak ramai, atau siapa pun yang mempunyai informasi atas sesuatu.

Citizen journalism juga didefinisikan sebagai keterlibatan warga dalam memberitakan sesuatu. Dalam hal ini, seseorang tanpa memandang latar belakang pendidikan, keahlian dapat merencanakan, menggali, mencari, mengolah, melaporkan informasi (tulisan, gambar, foto, tuturan) video kepada orang lain.⁵ Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *citizen journalism* adalah kegiatan partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan pengumpulan, pelaporan, analisis serta penyampaian informasi dan berita.

Citizen journalism juga disebut-sebut sebagai fenomena aktual dan aktivitas yang berkaitan dengan kemunculan internet sebagai media baru. *Citizen journalism* sering juga disebut dengan *participatory journalism*, *netizen*, *open source journalism*, *public journalism*, *independent journalism*, *wiki journalism*, *street journalism* dan *grassroot journalism*. *Citizen journalism* dimungkinkan karena penyatuan dari tiga elemen jurnalistik, yakni *journalists*, *newsmaker*, dan *the former audience*.⁶

Journalists adalah orang yang menonton, mendengar, dan membaca peristiwa sehingga bisa dilaporkan kepada khalayak. Untuk itu, *citizen journalism* tidak boleh menyimpang dari etika dan kaidah jurnalistik, sehingga berita harus akurat, seimbang, dan objektif. *Newsmaker* adalah orang-orang yang kerap diberitakan atau orang yang menjadi pusat

⁵ Nurudin, *Jurnalisme Masa Kini* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2018), 215.

⁶ Santana K., *Jurnalisme Kontemporer*, 12.

perhatian. Mereka mengetahui betul bagaimana membuat pemberitaan melalui berbagai pesan. Mereka menggunakan teknologi yang sedang marak dan digemari masyarakat. Kemudian, publik dimanfaatkan dan dipancing para *newsmaker* untuk berkomentar dan memberi keuntungan bagi pihak tertentu. *The former audience* adalah pengonsumsi berita. Mereka dengan mudah dan cepat mengetahui ada perkembangan baru, sehingga mereka berkontribusi menciptakan pembicaraan yang masih bagi jalannya pemberitaan.

Menurut Bentley dalam perbedaan jurnalis profesional dan *citizen journalism* dapat dilihat dari sisi redaksional, dimana *citizen journalism* tidak memerlukan pekerjaan keredaksionalan, mereka hanya memerlukan topik atau sesuatu untuk dikatakan.⁷

1. Sejarah *Citizen Journalism*

Citizen journalism atau jurnalisme warga mulai berkembang di seluruh dunia sejak kehadiran internet di seluruh dunia. Perkembangan terbesar di bidang komunikasi selama 40 tahun terakhir adalah penemuan dan pertumbuhan internet. Teknologi yang tergolong baru ini membuat sekat antar manusia semakin tak terlihat seberapa pun jauhnya jarak yang memisahkan. Dalam dunia internet semua hal bisa diperoleh dengan hanya *one click way*.

Sejarah dan perkembangan *citizen journalism* sebenarnya telah berlangsung sejak dua dekade lalu. Sejarah *citizen journalism* bisa

⁷ Misericordias Domini, *Menelisik Fenomena Citizen Journalism (Jurnalisme Warga Negara)*, www.kompasiana.com diakses pada Rabu 1 Juli 2020 pukul 21.00 WIB

dilacak sejak konsep *public journalism*. Nicholas Lemann, seorang profesor di Columbia University Graduate School of Journalism, New York City, Amerika Serikat mencatat kelahiran jurnalisme publik dimulai melalui Gerakan pada pemilu 1998.⁸ Saat itu masyarakat mulai kehilangan kepercayaan terhadap media-media *mainstream* seputar pemilihan presiden Amerika Serikat. Sebab abad 20 tidak banyak memberi tempat, namun pembuatan berita hampir hanya dilakukan oleh para wartawan, dalam melakukan liputan dan melaporkan berita.⁹

Citizen journalism di Amerika Serikat dipelopori oleh sejumlah wartawan veteran dan sekolah jurnalistik yang ingin mengeksplorasi partisipasi masyarakat dalam ekosistem media massa. Jay Rozen, adalah salah seorang pelopor pertama *citizen journalism* atau jurnalisme publik. Sejak tahun 1993 sampai 1997, dia memimpin proyek dalam kehidupan publik dan pers. Dia juga menjalankan *Press Think Weblog*. Kendati demikian, belum ada data pasti siapa yang memulainya karena masih ditemukan klaim-klaim yang bersifat pribadi tanpa uji silang yang komprehensif. Namun, diyakini era kemunculannya memang pada rentang waktu tersebut.

Sementara itu, Dan Gillmor (2006) menyebut bahwa benih *citizen journalism* telah ada sejak 1700-an dimana warga menulis dan menyebarkan pandangannya melalui selebaran. Thomas Paine dan

⁸ Anzdoc, *Sejarah Perkembangan Citizen Journalism dan Pewadahan Citizen Journalist*, <http://adoc.tips> diakses pada Rabu 1 Juli 2020 pukul 19.00 WIB.

⁹ Ibid.

sejumlah anonim lainnya yang menulis pada *Federalist Paper*, oleh Gillmor, disebut sebagai warga pertama yang menyampaikan informasi di Amerika Serikat.¹⁰

Jika dilacak lebih jauh lagi, praktik dimana warga (sebelum profesi jurnalis muncul) menyampaikan informasi bisa dilihat pada masa 100 SM di mana *Acta Diurna*, surat kabar pada masa kekaisaran Roma berupa kayu pipih yang ditempel di dinding. Informasi yang disajikan adalah informasi dari hasil pertemuan anggota senat. Atau lebih jauh lagi, praktik warga dalam menyampaikan informasi telah ada sejak manusia menuliskan simbol ataupun gambar di dinding gua yang mencerminkan kondisi pada saat itu.¹¹

Pada awal abad ke-21, munculnya *citizen journalism* salah satunya dipicu oleh sebuah peristiwa yang terjadi di Amerika Serikat, tepatnya pada tahun 2004. Saat itu dilakukan pemilihan presiden Amerika. George W. Bush dari partai Republik dan John Kerry dari partai Demokrat yang bersaing ketat memperebutkan kursi kepresidenan. Saat itu masyarakat Amerika Serikat merasa jenuh dengan pemberitaan-pemberitaan yang ada di media *mainstream*.

Selain itu, banyak kalangan menilai peristiwa bom yang mengguncang London, Inggris, pada 7 Juli 2005 juga menjadi tonggak

¹⁰ Aryo Subarkah, Faruk HT, dan Budi Irawanto, "Menyoroti Jurnalisme Warga: Lintasan Sejarah, Konflik Kepentingan, dan Keterkaitannya dengan Jurnalisme Professional", *Kajian Jurnalisme*, Nomor 01, (2019), 4.

¹¹ Ibid.

kebangkitan *citizen journalism*.¹² Tragedi yang menewaskan lebih dari 50 orang itu menginspirasi tim porter untuk menuangkan unek-unek di situs pribadinya, yaitu *First Draft*. Jeff Jarvis dan Steve Yelvington, dua warga yang berada paling dekat dengan pusat ledakan mengirimkan hasil rekaman video kepanikan orang di dalam stasiun kereta api bawah tanah ke situs pribadi. Gambar tersebut diambil oleh Adam Stacey, seorang penumpang, dengan kamera *handphone*. Beberapa menit kemudian gambar tersebut disiarkan oleh televisi BBC. Pada akhirnya mereka melampirkan seluruh pendapat dan perasaannya ke dalam wadah weblog kemudian dipublikasikan dan dibagikan ke orang lain. Dalam hal ini *citizen journalism* berupa blog pribadi.

Di Indonesia, kemunculan *citizen journalism* bermula pada masa Orde Baru, ketika Soeharto berkuasa.¹³ Saat itu arus informasi dari media massa kepada masyarakat dijaga ketat oleh pemerintah dan aparatnya. Masa Orde Baru yang dikenal dengan sistem pers tertutupnya memaksa pers untuk lebih mengedepankan agenda kebijakan, khususnya kebijakan eksekutif. Saat itu, blogger Indonesia dianggap memberikan kontribusi besar bagi masa reformasi di Indonesia tahun 1998, dimana saat itu para blogger yang melaporkan indikasi KKN di keluarga Cendana.

Kemudian, sejumlah *mailing list* menjadi pelarian warga yang mampu mengakses internet akibat media *mainstream* saat itu tidak ada

¹² Anzdoc, *Sejarah Perkembangan Citizen Journalism dan Pewadahan Citizen Journalist*, <http://adoc.tips> diakses pada Rabu 1 Juli 2020 pukul 19.00 WIB.

¹³ Ibid.

yang berani mengkritik rezim. Kehadiran blog kemudian dianggap sebagai ancaman karena sifat interaktifnya, yang tidak mungkin dilakukan di media *mainstream*.

Selanjutnya, perkembangan *citizen journalism* dipicu pada tahun 2004 saat terjadi tragedi tsunami di Aceh yang diliput sendiri oleh korban tsunami, Cut Putri. Pasca peristiwa tsunami 2004, dianggap menjadi momentum bagi diskusi yang lebih masif lagi soal *citizen journalism*, terutama soal kualitas dan kekhawatiran menggeser peran jurnalisme profesional.¹⁴

Di Indonesia banyak blog-blog pribadi yang bermunculan, di samping portal berita *online*. Kemudian *citizen journalism* di Indonesia kian berkembang dengan dukungan portal berita *online* yang menyediakan tempat sendiri untuk *citizen journalist*, seperti kompas.com yang kemudian membuat kompasiana atau detik.com yang kemudian mempunyai blog detik.

2. Bentuk-bentuk *Citizen Journalism*

D. Lasica lewat tulisannya dalam *online journalism review* (2003) pernah membagi media untuk *citizen journalism* dalam beberapa bentuk, yaitu:

- a. Partisipasi audiens (seperti komentar-komentar pengguna yang dilampirkan untuk mengomentari kisah berita, blog pribadi, foto

¹⁴ Subarkah, dkk, "Menyoroti Jurnalisme Warga: Lintasan Sejarah, Konflik Kepentingan, dan Keterkaitannya dengan Jurnalisme Profesional", *Kajian Jurnalisme*, Nomor 01, (2019), 5.

atau video gambar yang ditangkap dari kamera *handphone*, atau berita lokal yang ditulis oleh penghuni sebuah komunitas).

- b. Berita independen dan informasi yang ditulis dalam website.
- c. Partisipasi di berita situs. Berisi komentar-komentar pembaca atas sebuah berita yang dilansir oleh media tertentu.
- d. Tulisan tangan seperti dalam mailing list dan email.
- e. Situs pemancar pribadi (video situs pemancar).

Steve Outing pernah mengklasifikasikan bentuk-bentuk *citizen journalism* sebagai berikut:

- a. *Citizen journalism* membuka ruang untuk komentar publik. Dalam ruang itu, pembaca atau khalayak bisa bereaksi, memuji, mengkritik, atau menambahkan bahan tulisan jurnalis profesional.
- b. Menambahkan pendapat masyarakat sebagai bagian dari artikel yang ditulis.
- c. Kolaborasi antara jurnalis profesional dengan non jurnalis yang memiliki kemampuan dalam materi yang dibahas titik.
- d. *Blog house* warga. Bentuknya blog-blog gratisan yang dikenal misalnya adanya wordpress, *blogger*, atau *multiply*.
- e. *Newsroom citizen transparency blogs*. Bentuk ini merupakan blog yang disediakan organisasi media sebagai upaya transparansi.

- f. *Stand-alone citizen journalism site*, yang melalui proses editing. Sumbangan laporan dari warga, biasanya tentang hal-hal yang sifatnya sangat lokal, yang dialami langsung oleh warga.
- g. *Stand-alone citizen journalism*, yang tidak melalui proses editing.
- h. Gabungan *stand-alone citizen journalism website* dan edisi cetak.
- i. *Hybrid: profesional + citizen journalism*. Suatu kerja organisasi media yang menggabungkan pekerjaan jurnalis profesional dengan jurnalis warga.
- j. Penggabungan antara jurnalisme profesional dan jurnalisme warga dalam satu atap.
- k. Model wiki. Dalam wiki pembaca adalah juga seorang editor. Setiap orang bisa menulis artikel dan setiap orang bisa memberi tambahan atau komentar terhadap komentar yang terbit.

3. Etika *Citizen Journalism*

Citizen journalism juga memiliki kendala yang sulit dihindari yang otomatis dapat menjadi tantangan bagi keberadaan *citizen journalism* ke depan.¹⁵ Sebab tidak adanya batasan yang jelas dan tegas, bisa menjadi tantangan *citizen journalism*.¹⁶ Oleh sebab itu, terkadang berita yang dimuat tidak sesuai dengan aturan penulisan atau etika jurnalisme yang ada. Regulasi dalam *citizen journalism* bukan saja diperlukan untuk etika saja, tapi lebih untuk menghindari terjadinya

¹⁵ Sambo dan Yusuf, *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*, 36.

delik 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*.

Undang-undang Informasi Transaksi Elektronik bisa menjadi acuan bagi para pelaku jurnalisme warga. Selain itu, surat edaran Mabes Polri juga bisa digunakan untuk pedoman.

4. Kelebihan *Citizen Journalism*

- a. *Citizen journalism* mendorong terciptanya iklim demokratisasi. Blog mampu mewacanakan informasi alternatif dan tidak terikat oleh sistem seperti halnya dalam media utama. Dengan adanya kebebasan ini akan memberikan beragam informasi kepada masyarakat.
- b. *Citizen journalism* memupuk budaya tulis dan baca masyarakat. Budaya baca dan tulis adalah budaya yang lebih mencerdaskan.
- c. Mematangkan terciptanya *public sphere* (ruang publik) di masyarakat. Masyarakat bisa berdiskusi bebas dalam sebuah blog tanpa ada aturan, larangan tertentu seperti halnya yang dilakukan pada media utama.
- d. *Citizen journalism* juga manifestasi fungsi *watch dog* (kontrol sosial) media.

5. Tantangan *Citizen Journalism*

- a. Masalah profesionalisme. Seorang jurnalis adalah seorang profesional. Ia bekerja karena sesuai dengan profesinya sebagai orang yang bertugas mencari, mengolah, dan menyiarkan informasi.
- b. Jurnalis adalah orang terlatih. Jurnalis membutuhkan keahlian tertentu. Artinya tidak semua orang (apalagi tidak terlatih) bisa membuat berita.
- c. Jurnalis terikat oleh sistem. Selama ini jurnalis terikat sebuah sistem yang ada di media massa itu. Sementara media massa terikat oleh sistem sebuah aturan, undang-undang tertentu. Artinya, pers tunduk pada sistem pers, sistem pers tunduk pada sistem politik.
- d. Jurnalis bukan *anonym*. Kemunculan *citizen journalism* seolah menjadi lawan kata dari *nation state*. Dalam *nation state*, warga negara adalah individu yang mempunyai bukti legal menjadi warga negara di sebuah negara itu.
- e. Kualitas isi penting. Jurnalis juga orang yang dituntut untuk memperhatikan kualitas tulisan. Dia tidak bisa sembarang menulis berdasarkan data dari lapangan. Kualitas bisa diartikan, sesuai kaidah penulisan, akurasi fakta, narasumber yang relevan, dan lain-lain.

- f. Jurnalis terikat hukum. Jurnalis bukan orang yang bebas berbuat tanpa ikatan atau di luar aturan yang ada. Seorang jurnalis akan terikat hukum bila dia melanggar.¹⁷

B. Teori Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco

Menurut seorang ilmuwan komunikasi massa, Dennis McQuail, teori ekonomi politik adalah pendekatan sosial yang memfokuskan pada hubungan antara struktur ekonomi dan dinamika industri media serta konten ideologis media.¹⁸ Dari sudut pandang ini media dianggap sebagai bagian dari sistem ekonomi dalam hubungan erat dengan sistem politik. Dalam hal ini, akan berakibat pada berkurangnya sumber media yang independen, konsentrasi pada khalayak yang lebih besar, menghindari resiko, dan mengurangi penanaman modal yang kurang menguntungkan.

Kekuatan utama pendekatan ekonomi politik terletak pada kapasitasnya untuk membuat proposisi yang dapat diuji secara empiris mengenai tujuan pasar walaupun jumlahnya sangat banyak dan rumit.¹⁹ Meskipun pendekatan ini berpusat pada konten atau produk media, tetapi ada pendekatan ekonomi politik yang mengusulkan bahwa produk utama media adalah khalayak.

Dalam bidang ekonomi, aktifitas media berhubungan dengan proses produksi dan distribusi informasi berupa teks berita. Kedua proses

¹⁷ Nurudin, *Jurnalisme Masa Kini*, 222.

¹⁸ Idi Subandi Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2014), 14.

¹⁹ Ibid, 15.

ini kemudian diikuti dengan proses konsumsi pada tingkat masyarakat (konsumen media). Ketiga proses ini berjalan secara simultan sehingga membentuk sebuah sistem ekonomi media. Di sisi lain, aktivitas ekonomi ini berjalan seiring dengan aktivitas politik. Berbagai konflik kepentingan yang mendasari proses produksi, distribusi, dan konsumsi teks adalah aktivitas politik media. Ketika kedua aspek ini bersinergi maka terbentuklah kekuatan ekonomi politik media.

Vincent Mosco mengatakan bahwa, *“political economy is the study of the social relations, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution, dan consumption of resources, including communication resources”*.²⁰ Dari pandangan tersebut, kajian ekonomi politik membahas tentang proses produksi, distribusi, dan konsumsi sebagai sumber daya, baik berupa barang maupun jasa, dalam kaitannya dengan kekuasaan. Sedangkan dalam konteks komunikasi, sumber daya yang dimaksud adalah segala jenis produk komunikasi, baik berbentuk surat kabar, majalah, buku, video, film, iklan dan sebagainya yang bisa dijadikan komoditas, termasuk khalayak. Awal kemunculan teori ini didasari besarnya pengaruh media massa pada perubahan kehidupan masyarakat. Kajian ekonomi politik juga menggiring untuk memahami pengaruh dari kekuasaan, sebuah konsep bagaimana seseorang mendapatkan apa yang mereka inginkan, bahkan ketika orang lain tidak ingin untuk mendapatkannya.

²⁰ Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication* (London: Sage Publication, 2009), 24.

Definisi yang lebih umum dari ekonomi politik komunikasi adalah studi tentang kontrol dan kelangsungan hidup dalam kehidupan sosial.²¹ Kontrol mengacu kepada bagaimana masyarakat mengatur dirinya sendiri, mengelola urusan dan menyesuaikan diri, atau gagal untuk beradaptasi, dengan perubahan yang tidak terelakkan bahwa semua masyarakat menghadapi. Sementara kelangsungan hidup berarti bagaimana orang menghasilkan apa yang mereka butuhkan untuk mereproduksi diri mereka sendiri dan untuk menjaga kemana arah atau tujuan hidup masyarakat. Menurut penafsiran ini, kontrol adalah proses politik karena membentuk hubungan di masyarakat, dan kelangsungan hidup terutama ekonomi karena menyangkut proses produksi dan reproduksi.

Mosco merumuskan empat karakteristik penting mengenai ekonomi-politik.²² *Pertama*, ekonomi-politik merupakan bagian dari studi mengenai perubahan sosial dan transformasi sejarah. Dalam hal ini, ekonomi-politik berusaha menjelaskan secara memadai bagaimana perubahan-perubahan dan dialektika yang berkaitan dengan posisi dan peranan komunikasi dalam sistem kapitalisme global.

Kedua, ekonomi-politik memiliki minat dalam menguji keseluruhan sosial atau totalitas dari hubungan sosial yang meliputi bidang ekonomi, politik, sosial, dan budaya dalam suatu masyarakat, serta menghindari dari kecenderungan mengabstraksikan realitas-realitas sosial ke dalam bidang teori ekonomi maupun teori politik.

²¹ Ibid, 3.

²² Arianto, "Ekonomi Politik Lembaga Media Penyiaran", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.1, No.2, (Oktober 2011), 194.

Ketiga, berhubungan dengan filsafat moral, artinya hal ini mengacu pada nilai-nilai sosial dan konsepsi mengenai praktek sosial. Prinsip-prinsip keadilan, kesetaraan, dan *public good* merupakan resensi utama dari pertanyaan moral mendasar ekonomi-politik.

Keempat, karakteristik *praxis* yaitu suatu ide mengacu kepada aktivitas manusia secara khusus mengacu pada aktivitas kreatif dan bebas dimana yang dapat menghasilkan dan mengubah dunia dan diri mereka.²³

Jadi bisa dikatakan bahwa titik perhatian ekonomi politik adalah terhadap alokasi sumber daya dalam masyarakat yang kapitalis, misalnya menganalisis kepemilikan dan kontrol berarti menganalisa mengenai hubungan kekuasaan, sistem kelas, dan bentuk ketidakadilan struktur.²⁴

Menurut Mosco, salah satu pengaruh dari kajian ekonomi politik dalam komunikasi adalah keterkaitan peningkatan konsumsi massa dan media sebagai bisnis besar, reaksi terhadap perilaku dan ekonomi didasarkan pada pembelajaran dan pembuatan kebijakan komunikasi.

Fokus utama Mosco adalah mengenai *entry point* atau pintu masuk untuk menjelaskan fenomena ekonomi politik komunikasi yang terdiri dari tiga bagian, yaitu komodifikasi, spasialisasi, dan strukturasi.

1. Komodifikasi

Komodifikasi berhubungan dengan bagaimana proses transformasi barang atau jasa menjadi suatu komoditas yang

²³ Mosco, *The Political Economy of Communication*, 27.

²⁴ Arianto, *Ekonomi Politik Lembaga Media Penyiaran*, 193.

mempunyai nilai tukar di pasar.²⁵ Produk media menjadi barang yang dapat dipertukarkan dan bernilai ekonomis sejauh produk media memenuhi kebutuhan individual maupun sosial. Proses transformasi dari nilai guna menjadi nilai tukar, dalam media massa selalu melibatkan para awak media, khalayak dan pasar.

Komodifikasi berkaitan dengan upaya menjadikan aktivitas komunikasi sebagai produk yang diproduksi untuk menghasilkan keuntungan. Persaingan dalam pasar media yang sangat kompetitif memaksa media untuk memproduksi produk/informasi yang bisa dijadikan komoditas yang kemudian memberikan keuntungan untuk perusahaan atau media tersebut. Hal ini sangat penting, karena tanpa keuntungan, tentu saja media tidak bisa terus berkembang bahkan beroperasi. Adanya komodifikasi kadang menghilangkan esensi dari isi berita yang seharusnya didapatkan masyarakat, karena informasi yang disajikan hanya sekedar untuk memenuhi keinginan pasar.

Komodifikasi juga dianggap sebagai titik masuk untuk memahami praktik-praktik dan institusi-institusi komunikasi yang spesifik. Secara umum, ada tiga tipe komodifikasi yang penting bagi komunikasi, yaitu komodifikasi isi, komodifikasi khalayak, dan komodifikasi tenaga kerja.²⁶

²⁵ Juni Wati Sri Rizki, *Kepemilikan Media dan Ideologi Pemberitaan* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 40.

²⁶ Ibrahim dan Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, 20.

a. Komodifikasi Isi

Komodifikasi isi adalah proses mengubah pesan dan sekumpulan data ke dalam sistem makna menjadi produk-produk yang bisa dipasarkan.²⁷ Komodifikasi isi menjadi pusat perhatian kajian ekonomi politik media dan komunikasi. Ketika pesan atau isi komunikasi diperlakukan sebagai komoditas, ekonomi politik cenderung memusatkan kajian pada konten media dan kurang pada khalayak media dan tenaga kerja yang terlibat dalam produksi media. Tekanan pada struktur dan konten media ini bisa dipahami terutama bila dilihat dari kepentingan perusahaan media global dan pertumbuhan dalam nilai konten media.

Menurut pandangan Marxisme klasik, isi media merupakan komoditas untuk dijual di pasaran, dan informasi yang disebarkan diatur oleh apa yang akan diambil oleh pasar.²⁸

b. Komodifikasi Khalayak

Ekonomi politik menaruh beberapa perhatian kepada khalayak, khususnya dalam upaya untuk memahami praktik umum dengan cara para pengiklan membayar untuk ukuran dan kualitas (kecenderungan untuk konsumsi) khalayak yang dapat diraih surat kabar, majalah, website, radio, atau program televisi.²⁹ Secara

²⁷ Gun Gun Heryanto, *Komunikasi Politik di Era Industri Citra* (Jakarta: Lasswell Visitama, 2010), 281.

²⁸ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), 433.

²⁹ Ibrahim dan Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, 20.

umum, media massa merupakan konsep sebuah proses yang sebenarnya memproduksi penonton dan mengantarnya kepada pihak pengiklan.³⁰

Menurut wacana yang dipopulerkan oleh Dallas Walker Smythe (1977) dalam *the audience commodity*, komodifikasi khalayak menjelaskan bagaimana sebenarnya khalayak tidak secara bebas hanya sebagai penikmat dan konsumen dari budaya yang didistribusikan melalui media. Khalayak pada dasarnya merupakan entitas komoditi itu sendiri yang bisa dijual.³¹

c. Komodifikasi Tenaga Kerja

Untuk mengkaji proses komodifikasi isi dan khalayak media, ekonomi politik juga mempertimbangkan komodifikasi tenaga kerja media. Tenaga pekerja komunikasi yang juga dikomodifikasi sebagai buruh upahan telah tumbuh secara signifikan dalam pasar kerja media.

Tenaga kerja merupakan sebuah kekuatan untuk membayangkan, menggambarkan, mendesain suatu pekerjaan, dan kemudian mewujudkannya dalam kenyataan.³² Para pekerja tidak hanya memproduksi konten dan mendapatkan penghargaan terhadap upaya menyenangkan khalayak melalui konten tersebut,

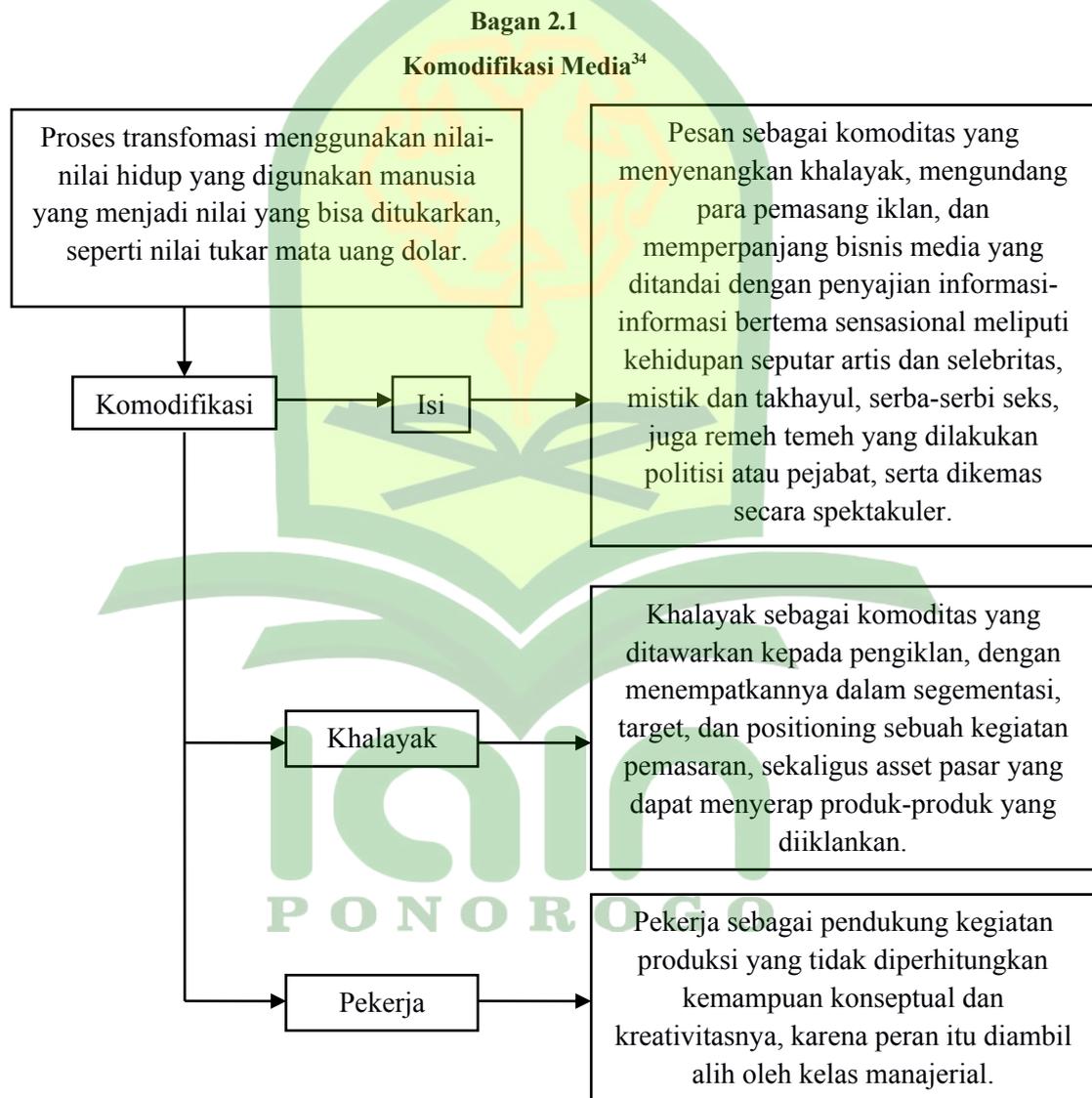
³⁰ Mosco, *The Political Economy of Communication*, 136.

³¹ Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber* (Jakarta: Kencana, 2012),

³² Mosco, *The Political Economy of Communication*, 139.

melainkan juga menciptakan khalayak sebagai pekerja yang terlibat dalam mendistribusikan konten sebagai suatu komoditas.³³

Bila digambarkan dalam sebuah bagan/tabel, maka model komodifikasinya akan seperti di bawah ini:



³³ Nasrullah, *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*, 170.

³⁴ Syaiful Halim, *Postkomodifikasi Media* (Yogyakarta: Jalasutra, 2013), 48.

2. Spasialisasi

Proses spasialisasi pada kajian ekonomi politik, tidak terlepas dari perkembangan kapitalisme, karena spasialisasi ekonomi politik komunikasi hadir setelah perkembangan kapitalisme yang mendominasi peradaban dunia global. Kapitalisme adalah sebuah sistem produksi, distribusi, dan pertukaran dimana kekayaan yang terakumulasi diinvestasikan kembali oleh pemilik pribadi untuk memperoleh keuntungan. Dengan adanya kapitalisme tumbuhlah modal yang digunakan untuk memperbaiki sarana transportasi dan komunikasi, sehingga pemanfaatan teknologi ini mampu memindahkan barang, orang dan pesan dalam waktu relatif lebih cepat (singkat).³⁵

Secara konseptual, Mosco memaknai spasialisasi sebagai proses untuk mengatasi hambatan ruang dan waktu, dalam kehidupan sosial oleh perusahaan media, dalam banyak perluasan usaha guna meningkatkan keuntungan perusahaan atau industri media.³⁶ Ruang tidak hanya bermakna geografis, namun juga demografis, sisi dimana struktur kelembagaan suatu media mempunyai peran yang signifikan dalam memenuhi jaringan dan kecepatannya untuk menyampaikan produknya ke hadapan publik.

Dalam pandangan ini, Mosco mencoba memetakan sejauh mana media mampu menyajikan produknya ke hadapan pembaca, pemirsa,

³⁵ Rahmawati Zulfiningrum, "Spasialisasi dan Praktik Konglomerasi Media Kelompok Kompas Gramedia", *Jurnal Aspikom*, Nomor 3, (Juli 2014), 141.

³⁶ Udi Rusadi, *Kajian Media, Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori dan Metode* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 18.

ataupun konsumen dengan batasan ruang waktu. Spasialisasi berhubungan dengan bentuk lembaga media. Dengan memanfaatkan teknologi komunikasi, proses distribusi dan konsumsi pesan-pesan media berlangsung lebih efektif.³⁷ Tentu ini juga didukung oleh globalisasi yang memungkinkan fleksibilitas dalam pengontrolan sebuah industri. Dalam konsep spasialisasi, struktur kelembagaan dan pekerja media sangat penting, karena itulah yang mempengaruhi kecepatan penyampaian produk media yang akan disuguhkan kepada khalayak.

Dalam ekonomi politik, spasialisasi sebagai suatu cara untuk memahami hubungan *power-geometris* bagi proses menetapkan ruang, khususnya ruang yang dilalui arus komunikasi.³⁸ Spasialisasi juga bisa diartikan sebagai proses perpanjangan institusional media melalui bentuk korporasi dan besarnya badan usaha media.³⁹ Ukuran badan usaha berkaitan dengan integrasi, baik itu secara vertikal maupun horizontal.

Integrasi vertikal adalah konsentrasi perusahaan dalam suatu jalur usaha atau garis bisnis yang memperluas kendali sebuah perusahaan atas produksi. Pada prakteknya integrasi vertikal adalah *cross-ownership* (kepemilikan silang) beberapa jenis media seperti surat

³⁷ Rizki, *Kepemilikan Media dan Ideologi Pemberitaan*, 41.

³⁸ Dedi Fahrudin, "Konglomerasi Media, Studi Ekonomi Politik Terhadap Media Group", *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia (JISI)*, Nomor 2, (September 2014), 97.

³⁹ Mosco, *The Political Economy of Communication*, 5.

kabar, stasiun radio, majalah, dan tabloid oleh suatu grup perusahaan media massa.

Integrasi horizontal adalah ketika sebuah perusahaan yang berada di jalur media yang sama membeli sebagian besar saham atau perusahaan yang sama sekali tidak bergerak di bidang media.⁴⁰ Misalnya *Media Group* yang memiliki usaha dibidang perhotelan dan *catering*.

Spasialisasi terkait dengan bentuk lembaga media, apakah berbentuk korporasi dengan skala besar atau sebaliknya, berjaringan atau tidak, bersifat monopoli atau oligopoli, atau konglomerasi. Spasialisasi dapat menciptakan peluang bagi perluasan proses produksi dan distribusi bagi perkembangan industri modern terutama regulasi-regulasi yang mengakomodir prinsip-prinsip liberal.⁴¹

3. Strukturasi

Vincent Mosco menyebut strukturasi sistem media berdasarkan pada teori strukturasi yang dikemukakan oleh Anthony Giddens. Teori strukturasi Giddens memandang bahwa sistem terbentuk atas dua subsistem, yaitu struktur dan agen. Berbeda dengan teori strukturalis yang menekankan struktur sebagai penentu utama suatu sistem atau teori tindakan yang memandang tindakan dari agen sebagai penentu suatu sistem, teori strukturasi memandang bahwa sistem dibentuk oleh

⁴⁰ Heryanto, *Komunikasi Politik di Era Industri Citra*, 282.

⁴¹ Rahmawati Zulfiningrum, "Spasialisasi dan Praktik Konglomerasi Media Kelompok Kompas Gramedia", *Jurnal Aspikom*, Nomor 3, (Juli 2014), 145.

proses dualitas antara struktur dan agen dalam sistem tersebut.⁴² Posisi struktur dan agen dalam suatu sistem adalah saling mendukung.

Mosco melemparkan kritik atas berbagai kajian ekonomi politik yang hanya menekankan pada peran struktur sistem komunikasi dan mengabaikan peran agen sistem komunikasi. Melalui teori strukturasi, Mosco mencoba menempatkan kajian ekonomi politik komunikasi pada titik keseimbangan, yang tidak hanya melihat peran struktur dari sistem komunikasi saja, tapi juga melihat peran agen, relasi sosial, peran sosial, dan praktek sosial. Secara bersamaan, Mosco juga mengkritik kajian ekonomi politik komunikasi yang hanya melihat peran agen semata tanpa mengindahkan keberadaan struktur dalam sistem komunikasi. Oleh sebab itu, Mosco melihat bahwa baik struktur maupun agen memiliki peran yang sama penting dalam menentukan komunikasi.

Mosco memaknai strukturasi sebagai proses penggabungan agensi manusia (*human agency*) dengan proses perubahan sosial ke dalam jenis struktur-struktur. Dengan kata lain, strukturasi diartikan sebagai gagasan yang menyangkut dengan struktur sosial seperti kelas sosial masyarakat, jenis kelamin, ras, dan hal-hal yang berhubungan dengan struktur dalam masyarakat, yang tentunya mempengaruhi perkembangan dan proses produksi perusahaan media. Perhatian pada struktur sosial dinilai sangat penting dalam membangun hubungan

⁴² Dece Mulyono, *Strukturasi Media Massa di Indonesia*, decemulyono.blogspot.com diakses pada Selasa 30 Juni 2020 pukul 20.00 WIB

antara kelas atau bagian demi memetakan informasi apa yang bisa disampaikan.

Dalam ekonomi politik komunikasi, sangat penting memperhatikan apa yang harus diproduksi, apa yang bisa bertahan di masyarakat dalam tujuan kemasyarakatan. Sehingga setiap produk/informasi yang disampaikan sesuai dengan struktur masyarakat yang ada. Setiap media memiliki petanya sendiri, ke kelas sosial mana informasi/produk akan disampaikan, karena hal ini juga berpengaruh terhadap keberlangsungan media ke depannya.

Hasil akhir dari strukturasi adalah serangkaian hubungan sosial dan proses kekuasaan diorganisasikan di antara kelas, gender, ras, dan gerakan sosial, yang masing-masing berhubungan satu sama lain.⁴³ Strukturasi berkaitan dengan proses produksi dan reproduksi struktur kekuasaan oleh penguasa media dengan memanfaatkan agen-agen media, dan hubungan sosial dengan struktur lain di luar media. Strukturasi dalam media menghasilkan serangkaian hubungan kekuasaan yang saling menguatkan, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi media.

⁴³ Mosco, *The Political Economy of Communication*, 127-128.

BAB III

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Radio Gema Surya FM Ponorogo

1. Sejarah Radio Gema Surya FM Ponorogo

Perkembangan Radio Gema Surya Ponorogo tidak melewati fase yang sebentar untuk bisa menjadi sebesar sekarang. Sejarah panjang mewarnai berdirinya Radio Gema Surya hingga dikenal banyak masyarakat Ponorogo dan sekitarnya. Tahun 1966 adalah awal mula era baru Indonesia, di mana semangat perbaharuan berkobar di mana-mana, tidak terkecuali di Kabupaten Ponorogo. Bersamaan dengan mulai berkembang dan menjamurnya industri musik di tanah air, tak sedikit pemuda Ponorogo yang ingin terjun ke dalam industri itu. Namun, pemberontakan PKI yang berkobar di tahun 1965, nyatanya tidak hanya meninggalkan luka traumatik yang begitu dalam, tetapi juga turut berimbas pada vakumnya kegiatan-kegiatan yang ada di kalangan pemuda. Akhirnya, sekelompok angkatan muda yang dikenal dengan sebutan Angkatan Muda Muhammadiyah terpanggil untuk memberikan rehabilitasi mental masyarakat akibat trauma setelah terjadinya pemberontakan G 30 S PKI.¹

Sejak saat itu, Angkatan Muda Muhammadiyah, yang didominasi oleh anggota grup musik, berkumpul di kantor Pemuda Muhammadiyah yang berada di Jalan Hayam Wuruk, atau sekarang menjadi Jalan Ahmad

¹ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

Dahlan. Pertemuan tersebut membahas tindak lanjut dari kegiatan-kegiatan yang sempat vakum. Di sisi lain mereka juga memikirkan peralatan musik yang terbengkalai untuk kembali dimanfaatkan, sehingga lahirlah pemikiran untuk mendirikan radio oleh tiga tokoh yang dianggap sebagai pionir Radio Gema Surya, yaitu Winarno, Mukti, dan Sumanto.²

Dengan memanfaatkan peralatan seadanya, Winarno, Mukti, dan Sumanto menginisiasi pendirian radio. Saat itu, minimnya gelombang elektromagnetik di udara sekitaran Ponorogo, menjadi keuntungan bagi radio untuk menjadi satu-satunya media lokal yang didengarkan masyarakat, sehingga walau hanya menggunakan daya 10 watt, siaran radio sudah bisa didengar dengan cakupan yang cukup luas. Namun sayangnya, siaran sempat hilang karena peralatan yang kurang memadai.³

Kegagalan yang terjadi tidak menyurutkan keinginan untuk mendirikan radio yang bisa didengar seluruh masyarakat Ponorogo dan sekitarnya. Tahun berikutnya, awal 1968 mereka kembali berkumpul untuk membahas kebutuhan radio secara menyeluruh. Lagi-lagi syarat untuk mendirikan radio seakan-akan mendekati mustahil. Akhirnya, beberapa pengurus senior Muhammadiyah, yaitu Moh Jauhari, Usman, Ilham, Sumoharjo, dan Abdul Salam, memberikan dukungan, baik itu materil maupun moril dan bimbingan kepada Angkatan Muda Muhammadiyah

² Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

³ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

untuk mendirikan radio. Berkat dukungan materil yang diberikan, radio kemudian memiliki pemancar yang lebih besar.⁴

Pada tanggal 18 Februari 1968 pemancar berhasil berdiri sekaligus menjadi *launching* peresmian berdirinya Radio Gema Surya di Jalan Hayam Wuruk dengan program siaran Siar Dakwah Muhammadiyah. Dengan gelombang *Short Wave* (SW) 92,5-104 meter, radio diberi nama Radio Angkatan Muda Muhammadiyah. Namun, ternyata nama itu dianggap kurang cocok dan mendapat protes dari bapak-bapak yang memberi bantuan. Hingga akhirnya, tiga bulan berikutnya, yaitu pada bulan April 1968, radio Angkatan Muda Muhammadiyah berganti nama menjadi Radio Surya Kencana. Kendati demikian, perjalanan Radio Surya Kencana masih panjang meskipun perkembangan radio sudah bisa dirasakan dan bisa dinikmati masyarakat Ponorogo dan sekitarnya.⁵

Bulan Agustus 1968 radio-radio baru mulai bermunculan di Ponorogo dan menjadi tantangan bagi perindustrian media radio. Dengan segala pertimbangan, pada 18 Agustus 1968, Radio Surya Kencana kembali berganti nama menjadi Radio Gema Surya hingga saat ini. Selepas perubahan nama, Radio Gema Surya kian melejit. Kartu pilihan pendengar yang disebar di sekitaran Kabupaten selalu habis terjual. Hal ini tentu saja membuktikan jika warga Ponorogo sangat antusias mendengar siaran

⁴ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

⁵ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

Radio Gema Surya Ponorogo. Dari situ, pengurus Radio Gema Surya mulai berpikir untuk bisa menghidupi para pengurusnya.⁶

Tahun berganti, persaingan di industri radio kian ketat dengan menjamurnya radio-radio swasta baru di Ponorogo. Bersamaan dengan itu, Radio Gema Surya mengubah gelombang radio SW menjadi AM (*Amplitude Modulation*) dengan frekuensi 104-200 meter. Kemudian, perkembangan industri media radio yang kian pesat berimbas pada diterbitkannya peraturan pemerintah mengenai kewajiban untuk memiliki izin siar. Untuk itu, pada tahun 1971, seuai pemerintah memberikan pengumuman, Radio Gema Surya AM menjadi satu-satunya radio yang menanggapi dan berkeinginan untuk memiliki izin tersebut.⁷

Untuk menjadi radio yang berizin, pengurus harus melewati perjalanan yang tidak mudah. Dari Ponorogo berangkat 4 orang, yaitu Musanif, Sinduro, Joko Siswaningrum, dan Sumanto ke Surabaya untuk mengurus segala keperluan perizinan. Karena minimnya dana yang dimiliki, mereka memutuskan untuk membawa peralatan-peralatan penting ke Surabaya. Sayangnya, hari pertama di Surabaya belum membuahkan hasil, sehingga memaksa mereka untuk menginap satu malam di Surabaya. Lagi-lagi karena ketiadaan biaya, akhirnya mereka memutuskan bermalam di emperan Gubernur Surabaya. Setelah melewati proses yang panjang

⁶ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

⁷ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

dan tidak mudah, akhirnya Radio Gema Surya AM menjadi satu-satunya radio di Ponorogo yang mendapatkan izin siar dari pemerintah.⁸

Setelah izin didapatkan, para pengurus Radio Gema Surya AM sepakat untuk mendirikan Yayasan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT). Dengan bantuan pinjaman dari Bank Rakyat Indonesia (BRI), PT berhasil berdiri pada 8 Mei 1974. Hal itu terbukti dengan adanya PP Nomor 50 Tahun 1970 yang mengatur tentang Penyelenggaraan Radio Siaran harus berbadan Hukum Perseroan Terbatas (PT). Radio Gema Surya AM didirikan dengan Akte Notaris Nomor 3 tanggal 8 Mei 1974 dihadapan Notaris Pengganti Sementara Sutini yang berkedudukan di Madiun. Kemudian secara sah ditandatangani oleh Hardojo, Musanif, Suharto Joyo, Sinduro, Joko Siswanto, Sumanto, Bintoro, dan Sundarto.⁹

Tahun 1974 sampai 1976 menjadi awal masa kejayaan Radio Gema Surya AM. Kotak pilihan pendengar tidak lagi hanya disebar di area kabupaten, tetapi telah menjamah ke pinggiran Kabupaten Ponorogo. Kendati demikian, saat itu pengurus tidak berpikir untuk memiliki dana khusus operasional, sehingga untuk memenuhi kebutuhan radio dan pengurus hanya mengandalkan uang hasil penjualan pilihan pendengar. Untuk memenuhi kekurangan yang ada, para pengurus membuat struktur organisasi. Hal itu diharapkan akan mempermudah dalam pembuatan aturan-aturan yang berkaitan dengan radio maupun kepengurusan.¹⁰

⁸ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

⁹ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

¹⁰ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

Di tahun 1978 Radio Gema Surya AM mendapat penghargaan dari Televisi Republik Indonesia (TVRI). Hal itu sejalan dengan Radio Gema Surya AM yang kian menjadi kesayangan pendengar Ponorogo dan sekitarnya. Bahkan jangkauan siarnya telah sampai ke wilayah karesidenan. Hal itu tentu saja juga mendorong banyaknya pemasukan yang diterima. Untuk itu, pengurus sepakat untuk mengubah orientasi radio menjadi radio komersil yang memiliki aturan-aturan yang sesuai dengan ke-PT-an.¹¹

Memasuki era 80-an sampai 90-an, perkembangan radio semakin signifikan. Radio Gema Surya AM yang awalnya hanya menyiarkan Siar Dakwah Muhammadiyah, kemudian berganti ke program siaran yang lebih umum. Melihat adanya potensi perubahan pola media radio itu mendorong pengurus untuk melakukan survei ke radio yang lebih besar. Kala itu, pengurus Radio Gema Surya AM memilih melakukan survei di Radio Suara Dirgantara Banyuwangi. Radio Suara Dirgantara Banyuwangi merupakan radio dengan iklan paling mahal di Jawa Timur dan satu-satunya radio yang memiliki peralatan dari Amerika Serikat. Sepulangnya dari kunjungan tersebut, pengurus kemudian mengatur strategi bisa melakukan hal serupa.¹²

Pada 16 Februari 1983, kantor Radio Gema Surya AM berpindah dari jalan Hayam Wuruk ke Jalan Merbabu. Untuk meningkatkan kualitas radio sekaligus sebagai tindak lanjut dari kunjungan sebelumnya, pada

¹¹ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

¹² Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

1990 pengurus membeli peralatan seharga Rp. 180.000.000,00 dari Amerika Serikat melalui pinjaman dari Bank Jatim. Dua tahun kemudian peralatan berhasil mendarat di Ponorogo dan segera dilakukan pengaturan. Benar saja, setelah berganti alat yang lebih canggih, perkembangan Radio Gema Surya AM semakin melesat. Melihat perkembangan itu, pengurus memutuskan untuk merubah harga iklan menjadi 4 kali lipat dari sebelumnya. Namun sayangnya, para pemilik modal justru mencabut iklannya dari Radio Gema Surya AM dengan dalih terlalu mahal. Sampai 3 bulan berikutnya, Radio Gema Surya AM masih bertahan dengan tarif iklan itu. Tapi setelah anggaran yang dimiliki kian menipis, akhirnya pengurus memutuskan menurunkan harga iklan menjadi Rp.40.000,00/detik. Dengan tarif itu, para pemasang iklan pun kembali ke Radio Gema Surya AM.¹³

Di rentang waktu tersebut, perjalanan Radio Gema Surya AM tidak selalu berjalan mulus. Radio Gema Surya pernah diboikot karena mengiklankan minuman bir. Radio Gema Surya AM mendapat kritikan pedas dari Muhammadiyah kerana dianggap tidak sesuai dengan orientasi awal, yaitu sebagai media siar dakwah Muhammadiyah. Padahal setelah menjadi radio komersil, pengurus radio telah mendeklarasikan Radio Gema Surya AM adalah media umum milik semua kalangan. Untuk mengatasi hal itu, akhirnya Radio Gema Surya AM meminta pertimbangan

¹³ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

dari pihak Muhammadiyah. Meski begitu, Radio Gema Surya AM tetap profesional menyelesaikan kontrak.¹⁴

Selain itu, masih ada konflik lain yang terjadi pada siaran Radio Gema Surya AM. Saat itu, agama selain Islam ingin masuk ke dalam siaran Radio Gema Surya AM. Hal ini menimbulkan dilema di antara kalangan pengurus, sebab mereka telah memproklamkan jika Radio Gema Surya AM sebagai radio milik semua kalangan. Akhirnya, para pengurus menyerahkan hal ini ke Departemen Agama Ponorogo.¹⁵

Di tahun-tahun berikutnya Radio Gema Surya AM terus berkembang. Pada tahun 1998, Radio Gema Surya merubah gelombang radio dari AM menjadi FM (*Frequency Modulation*). Frekuensi yang digunakan mulai dari 101,5 Mhz, 103,5 Mhz, 104,5 Mhz, dan 94,2 Mhz. Frekuensi 94,2 Mhz masih digunakan sampai saat ini. Di sisi lain, atas perkembangan itu, Radio Gema Surya FM bisa merekrut banyak karyawan. Namun, memasuki era 2000-an, iklan kembali menurun seiring mulai maraknya media pertelevisian di tanah air. Meski begitu, hingga saat ini Radio Gema Surya FM masih tetap eksis menjadi media radio yang didengarkan masyarakat Ponorogo dan sekitarnya.¹⁶

Secara umum, sebagai salah satu radio resmi di Ponorogo, Radio Gema Surya FM secara administratif tentulah telah tertata rapi. Untuk menyempurnakan peraturan ke-PT-an, Radio Gema Surya FM juga

¹⁴ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

¹⁵ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

¹⁶ Lihat transkrip wawancara: 03/W/11-VII/2020.

melakukan perbaikan-perbaikan badan hukum. Hal ini dapat dilihat di antaranya:

- a. Diperbaiki dengan Akte Notaris Nomor 21 tanggal 15 Maret 1977 yang dibuat di hadapan Wakil Notaris Richardus Nangkih Sinulingga, SH di Madiun.
- b. Disahkan oleh Menteri Kehakiman RI Nomor Y.A.5/140/12 tanggal 16 Mei 1977 dan diumumkan dalam Berita Negara RI Nomor 102 tanggal 23 Desember 1986.
- c. Diadakan perubahan memenuhi ketentuan UU Nomor 1 Tahun 1995 Tentang Perseroan Terbatas. Dengan Akte Notaris Nomor 6 tanggal 9 September 1999 di hadapan Notaris Widyatmoko, SH berkedudukan di Ponorogo. Disahkan oleh Menteri Hukum dan Perundang-undangan Republik Indonesia Nomor: C-19538 HT.01.04 Tahun 2000 dan diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia Nomor 20 tanggal 9 Maret 2001.

Maksud dan tujuan Perseroan Terbatas Usaha Radio Siaran Gema Surya FM adalah untuk berusaha dalam bidang jasa penyiaran radio siaran swasta. Adapun untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut, perseroan dapat melakukan usaha-usaha sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan siaran radio di bidang penerangan, pendidikan dan hiburan.
- b. Usaha lain yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

- c. Radio siaran tersebut bersifat komersial dan tidak membuka cabang/perwakilan di tempat lain.

Adapun Visi dan Misi PT. Radio Gema Surya adalah sebagai berikut:

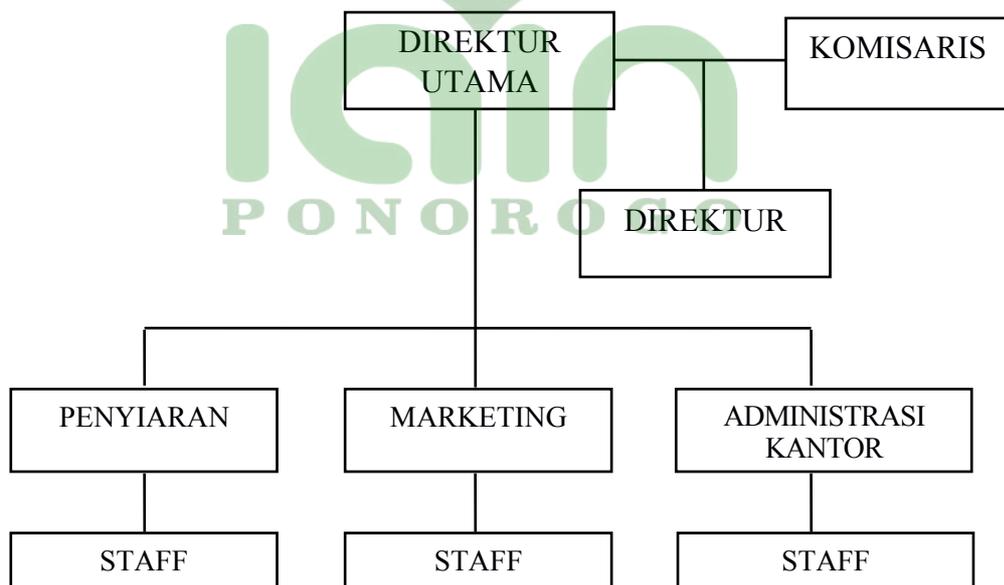
Visi:

PT Radio Gema Surya berupaya menjadikan radio siaran yang bertanggung jawab, baik kepada negara, pemerintah, maupun masyarakat dengan mengedepankan mutu siaran yang prima.

Misi:

Menyelenggarakan siaran radio tepat waktu dengan menyajikan acara siaran yang beragam, dinamis, bermanfaat, santun, dan akrab dengan pendengar serta berorientasi kepada nilai kedaerahan.

Bagan 3.1
Struktur Organisasi Radio Gema Surya



2. Profil Radio Gema Surya FM Ponorogo

Gema Surya FM adalah stasiun radio resmi pertama di Kabupaten Ponorogo yang telah berdiri sejak 18 Februari 1968. Dalam perjalanannya Gema Surya mengalami banyak perubahan bersejarah mulai dari frekuensi yang semula AM menjadi FM hingga format siaran berita yang variatif. Dalam sejarahnya, berita tidak pernah lepas dari Radio Gema Surya, hingga pada tahun 2018 Gema Surya telah mengubah penuh formatnya menjadi radio berita.¹⁷

Dengan slogan inspiratif akurat, Gema Surya FM menghadirkan program baru bertajuk “Jelajah” untuk masyarakat Kabupaten Ponorogo dan sekitarnya. Jelajah adalah program *real time news* yang mengajak pendengar untuk aktif berinteraksi. Dengan format dan program baru Gema Surya FM diharapkan masyarakat Ponorogo dapat memperoleh informasi yang tidak hanya cepat namun akurat.¹⁸

Selain melalui 94.2 Mhz FM, siaran radio Gema Surya dapat diakses via *live streaming* di laman gemasuryafm.com/live. Sedangkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi dan konten Facebook digital, Gema Surya FM juga hadir di berbagai platform seperti, Youtube, dan situs berita online.¹⁹

a. Data Umum Radio Gema Surya FM Ponorogo

Nama Badan Hukum : P.T. RADIO GEMA SURYA

Nama Stasiun Radio : Radio Gema Surya FM

¹⁷ Lihat transkrip dokumen: 01/D/6-I/2020.

¹⁸ Lihat transkrip dokumen: 01/D/6-I/2020.

¹⁹ Lihat transkrip dokumen: 01/D/6-I/2020.

Nomor IPP : 5/RF.02.03.2018

Nomor ISR : 01597327000SU/2020132014

Call Sign : PM 6 FCV

Tagline : Inspiratif, Akurat

Alamat Kantor : Jl. Merbabu No. 67 Ponorogo

Program Director : Ari Mahendra

Marketing Manager : Heru Sapto Putro

Coverage Area : Ponorogo, Madiun, Pacitan, Trenggalek,
Wonogiri

Email : marketing@gemasuryafm.com
news@gemasuryafm.com
md@gemasuryafm.com

Facebook : Gema Surya FM

Twitter : @rgsfm

Instagram : gemasuryafm

SMS/WA : 081359526888

Website : www.gemasuryafm.com

b. Data Teknik Radio Gema Surya FM Ponorogo

Frekuensi : 94.2 Mhz FM

Pemancar : RVR VJ 10.000 TR

Power : 10.000 Watt

Exciter : Harris Micro Max

Digital Audio Processor: Orban Optimod 2200

Sistem Antene : MS One 6 Bay

Mixer Console : D&R Power

Backup Generator : ADK 40 KVA

c. Format Siaran

Komposisi Acara : Umum (Musik, Entertainment dan News)

50% News & Informasi

35% Music & Entertainment

15% Komersial

Komposisi Musik : 90% lagu Indonesia

10% lagu Internasional

d. Estimasi Data Pendengar

1) Demografis

Berdasarkan Jenis Kelamin : 49% Laki-laki

51% Perempuan

Berdasarkan Profesi : 25 % ASN/TNI/POLRI

40% Swasta

20% Pelajar/Mahasiswa

15% Lainnya

Berdasarkan SES : B – C

Berdasarkan Usia : 17 -55

2) Psikografis

Secara global pendengar Radio Gema Surya FM

Ponorogo adalah penduduk usia produktif, yang berjiwa idealis

dan dinamis, yang haus akan informasi terkini. Radio Gema Surya FM Ponorogo menjangkau seluruh kelas sosial di masyarakat.

3. Fanpage *Citizen Journalism* PO942

Fanpage merupakan sebuah halaman khusus bisnis atau komunitas yang dibuat oleh pengusaha atau penggemar yang tertarik pada selebriti, fenomena, acara televisi, film, blog, dan masih banyak lainnya.²⁰ Fanpage juga digunakan untuk mempromosikan produknya. Fanpage biasanya menjadi halaman resmi bisnis di facebook, yang memungkinkan terjadinya interaksi dengan anggota.

Fanpage memberikan sejumlah keuntungan bagi penggunanya, di antaranya:

1. Bisa memiliki jumlah fans yang tidak terbatas
2. Memisahkan antara akun facebook untuk bisnis dan akun personal
3. Bisa terindeks oleh *search engine*
4. Dapat memberikan tag pada siapa saja
5. Memberikan kesan profesional

Dengan perkembangan teknologi digital yang semakin canggih, mendorong media konvensional untuk memanfaatkan teknologi tersebut berinteraksi dengan khalayaknya. Lebih dari itu, teknologi yang berupa sosial media ini juga menjadi daya tarik tersendiri dalam persaingan usaha.

²⁰ Panduan Sukses, www.panduansukses.com diakses pada 10 Juli 2020 20:49 WIB

Untuk itu, Radio Gema Surya FM Ponorogo berupaya mengikuti tren di masyarakat dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Dalam hal ini, produk dari Radio Gema Surya FM Ponorogo adalah berita, maka dipilihlah fanpage menjadi salah satu ruang untuk menjual berita tersebut.



Gambar 3.1 Fanpage *Citizen Journalism* PO942

Fanpage *citizen journalism* PO942 dibuat pada tanggal 18 Februari 2018 atas dasar keinginan Radio Gema Surya FM Ponorogo memberikan solusi atau *finishing* dari berita-berita yang telah beredar di masyarakat. Radio Gema Surya FM Ponorogo melihat fenomena di berbagai media yang hanya menjadi penyaji informasi tanpa mengindahkan kevalidan data. Untuk itu, Radio Gema Surya FM Ponorogo menghadirkan fanpage *citizen journalism* PO942 untuk memberikan berita-berita yang telah terkonfirmasi pihak-pihak yang terkait sehingga masyarakat mendapatkan kesimpulan dari berita-berita tersebut.

Sejak saat itu, fanpage *citizen journalism* PO942 tidak hanya menjadi sosial media pendukung media konvensional, dalam hal ini Radio Gema Surya FM Ponorogo. Fanpage *citizen journalism* PO942 juga bukan hanya sosial media yang melulu memberitakan peristiwa-peristiwa yang sedang terjadi di kalangan masyarakat. Tapi, seiring berjalannya waktu dan semakin banyaknya anggota yang bergabung, fanpage *citizen journalism* PO942 juga menjadi ruang untuk mempromosikan program-program siaran radio yang nampaknya sebagian besar pendengarnya telah bergeser ke media baru.

Dengan anggota yang sudah mencapai 22 ribu, maka tidak dapat dipungkiri, jika fanpage *citizen journalism* PO942 turut memberikan sumbangsuhnya untuk menggaet para pemasang iklan. Selain itu, kontribusi kongkrit fanpage *citizen journalism* PO942 dalam mendatangkan keuntungan terlihat dari berita berbayar atau *advertorial news* yang cukup banyak di pesan para pemilik modal. Hal ini seperti wawancara dengan Bapak Ari Mahendra, Program Director Radio Gema Surya FM Ponorogo:

“Kalau secara subjektif, iya pasti sangat mendukung untuk mendatangkan *income*. Karena memang semakin banyak iklan yang masuk sejak kita punya sosial media ini. Dan mungkin bentuk kongkritnya berita adv itu *advertorial news* ya dan itu sudah dipesan sebelumnya.”²¹

Sedangkan untuk mempermudah pengelolaan, semua karyawan Radio Gema Surya FM Ponorogo ditempatkan sebagai admin. Sehingga

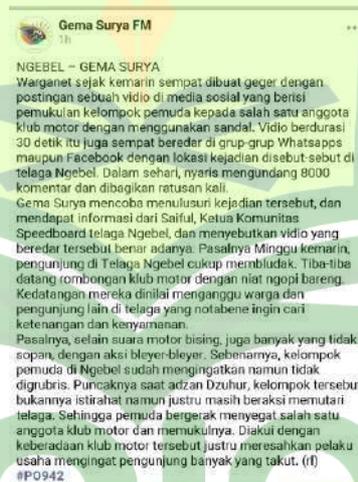
²¹ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

semua karyawan bisa mengakses dan bertanggung jawab mengenai hal-hal yang berkaitan dengan fanpage *citizen journalism* PO942.

B. Temuan Data pada Fanpage *Citizen Journalism* PO942

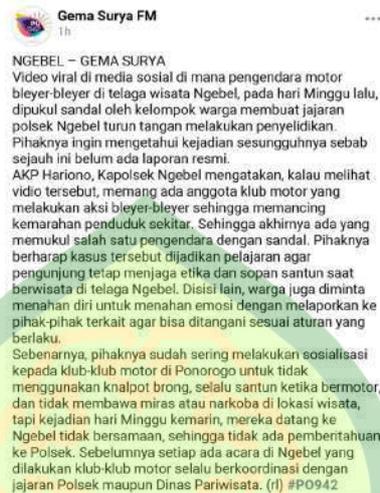
Setelah dilakukan pengamatan pada fanpage *citizen journalism* PO942 dan wawancara dengan beberapa informan, penulis menemukan beberapa data dan aktivitas fanpage *citizen journalism* PO942. Berikut ini adalah data dan aktivitas pemberitaan di fanpage *citizen journalism* PO942:

1. Gambar



Gambar 3.2 Berita pengeroyokan wisatawan Telaga Ngebel 1.

Gambar tersebut merupakan berita yang diunggah pada Senin 6 Juli 2020 tersebut membahas tentang video viral pengeroyokan terhadap salah satu wisatawan di Telaga Ngebel Ponorogo. Dalam unggahan pertama, fanpage *citizen journalism* PO942 melakukan konfirmasi kepada Ketua Komunitas Speedboard Telaga Ngebel, Saiful, sebagai saksi mata dalam kejadian tersebut. Kemudian saudara Saiful menjelaskan bagaimana kronologi pengeroyokan tersebut.



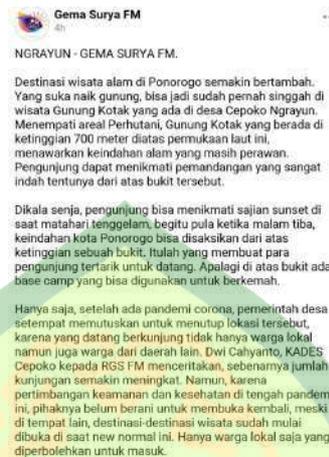
Gambar 3.3 Berita pengeroyokan wisatawan Telaga Ngebel 2.

Gambar di atas berisi berita lanjutan mengenai pengeroyokan wisatawan di Telaga Ngebel oleh sekelompok warga yang dikonfirmasi oleh Kapolsek Ngebel, AKP Hariono.



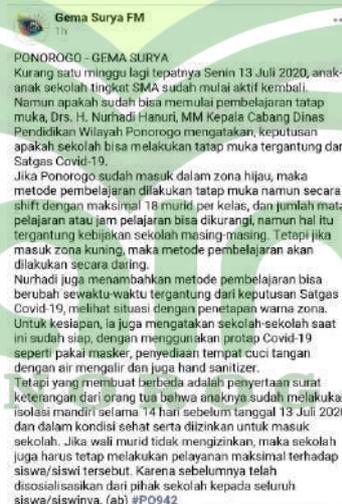
Gambar 3.4 Berita pengeroyokan wisatawan Telaga Ngebel 3.

Berita di atas berisi tentang respons Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga mengenai aksi pengeroyokan yang terjadi di Telaga Ngebel. Dalam tanggapannya, Kadin sekaligus memberikan informasi terkait regulasi yang mengatur tentang kebijakan menggunakan knalpot brong.



Gambar 3.5 Berita tentang lokasi wisata baru di Kecamatan Ngrayun.

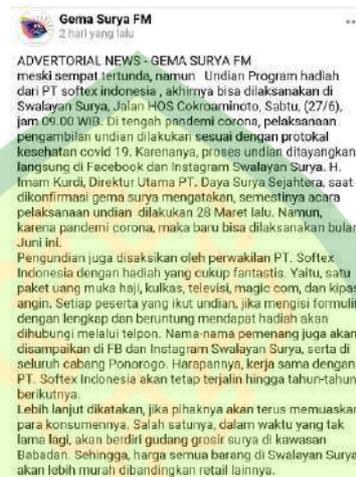
Fanpage *citizen journalism* PO942 mengunggah berita lokal yang berisi informasi wisata di Kecamatan Ngrayun yang diunggah pada Sabtu 4 Juli 2020. Dari unggahan tersebut, redaksi berita menyebutkan lokasi kejadian secara kongkrit.



Gambar 3.6 Berita tentang sekolah tatap muka di zona hijau.

Berita tersebut membahas tentang kebijakan pemerintah pusat tentang metode pembelajaran tatap muka yang boleh diterapkan di wilayah zona hijau. Dalam unggahan tersebut, Kepala Cabang Dinas Pendidikan

Wilayah Ponorogo memberikan tanggapannya dan menyebut bahwa sekolah-sekolah di Ponorogo sudah siap menerapkan kebijakan tersebut.



Gambar 3.7 Berita berbayar atau *advertorial news*.

Fanpage *citizen journalism* PO942 juga memuat informasi mengenai suatu produk dari para pemilik modal dalam bentuk *advertorial news* atau berita berbayar.



Gambar 3.8 Informasi terkait program Bincang Pagi milik Radio Gema Surya FM Ponorogo.

Informasi dari internal Radio Gema Surya FM Ponorogo yaitu program Bincang Pagi RGS FM turut di muat di laman fanpage. Fanpage *citizen journalism* PO942 tidak hanya mengunggah informasi dari

khalayak, tapi juga mempromosikan program-program siaran yang ada di Radio Gema Surya FM Ponorogo.



Gambar 3.9 Berita kiriman dari *netizen*.

Fanpage *citizen journalism* PO942 memuat berita kiriman dari *netizen* mengenai temuan tiang listrik yang miring dan membahayakan masyarakat.



Gambar 3.10 Berita tentang Dinas Pendidikan.

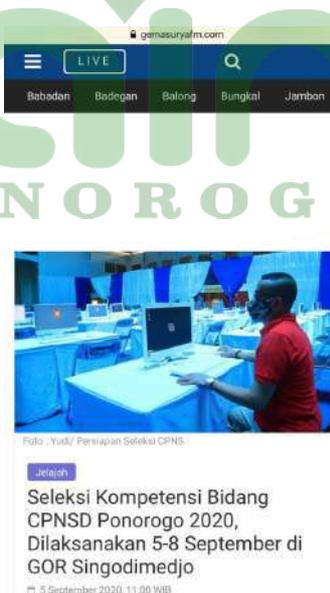
Gambar tersebut memuat berita dari jurnalis profesional milik perusahaan yang berisi tentang tanggapan Kepala Dinas Pendidikan

Ponorogo mengenai Pendaftaran Peserta Didik Baru (PPDB) yang masih diwarnai sekolah-sekolah yang kekurangan murid.



Gambar 3.11 Kolom komentar *advertorial news* ditutup.

Fanpage *citizen journalism* PO942 menutup kolom komentar pada unggahan *advertorial news* yang memperlihatkan gambar Bupati Ponorogo, Ipong Muchlissoni. Tokoh masyarakat, lebih-lebih kepala daerah biasanya memiliki sensitivitas tinggi terhadap khalayak.



Gambar 3.12 Berita di laman web resmi Radio

Gema Surya FM Ponorogo.



Gambar 3.13 Berita di media sosial instagram

Radio Gema Surya FM Ponorogo.

Selain di fanpage *citizen journalism* PO942, pemberitaan di Radio Gema Surya FM Ponorogo juga dimuat di laman web resmi gemasuryafm.com dan media sosial instagram [@gemasuryafm](https://www.instagram.com/gemasuryafm). Berita tersebut membahas mengenai seleksi bidang CPNSD Ponorogo 2020 yang dilaksanakan pada 5-8 September di Gor Singodimejo Ponorogo.

2. Wawancara

Hampir seluruh berita yang diunggah fanpage *citizen journalism* PO942 adalah berita lokal dari sekitar Ponorogo yang didapatkan dari kalangan masyarakat, seperti disampaikan Bapak Ari Mahendra, Program Director Radio Gema Surya FM Ponorogo:

“Pertama yang selalu kita sampaikan ke teman-teman adalah lokal. Jadi itu berita yang bersifat lokal. Kemarin sebenarnya sempat ada perdebatan, tapi karena kita di lokal dan biar ada perbedaan dengan media lainnya,

jadi akhirnya kita memutuskan untuk fokus ke berita yang bersifat lokal.”²²

Selain berita lokal, Bapak Ari menambahkan bahwa ada beberapa unggahan di fanpage *citizen journalism* PO942 yang berisi isu-isu nasional yang telah dilokalkan.

“Boleh dari nasional tapi jika menyangkut perkembangan lokal. Jadi informasi yang bersifat lokal atau nasional tetapi itu kepentingan lokal. Nah ini contoh yang paling hangat, kemarin teman-teman ada yang soal kurikulum agama yang mau dihapus katanya ke PKN. Ini langsung saya minta dipending jangan dilanjutkan karena pertama resisten, sara, kemudian yang kedua bukan garapan kita. Itu contoh kasus nasional yang tidak bisa dilokalkan.”²³

Selain kedua hal itu, saudari Reni Lusiana, Redaktur Fanpage *Citizen Journalism* PO942 menambahkan:

“Tentu saja yang namanya berita pasti sesuatu yang riil ya, yang bersifat fakta. Kita tidak menerima opini karena yang dibutuhkan masyarakat adalah berita yang benar-benar ada di tengah-tengah masyarakat. Dan kalau opini kan tidak bisa dimain-mainkan karena kaitannya dengan narasumber yang kredibel.”²⁴

Dengan upaya-upaya tersebut membuat fanpage *citizen journalism* PO942 menjadi media sosial yang memiliki akurasi berita yang bagus. Hal itu, tentu saja akan mendorong Radio Gema Surya FM Ponorogo menjadi media massa yang bersahabat dengan khalayaknya berkat ditopang oleh keberadaan fanpage *citizen journalism* PO942 sebagai positif sosial media. Hal ini seperti disampaikan Program Director Radio Gema Surya FM Ponorogo:

²² Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

²³ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

²⁴ Lihat transkrip wawancara: 02/W/7-VII/2020.

“Fanpage *citizen journalism* PO942 kita arahkan ke positif sosial media karena kita beda dengan sosial media lainnya yang dari konten berita kadang kurang valid dan sepertinya kriteria khalayak kita juga beda. Jadi kita membangun bangunan yang positif, jadi kita menyebutnya PO942 itu sebagai positif sosial media. Jadi itu yang saya gembar-gemborkan lewat siaran lewat mana pun kita kedepankan bahwa kita positif sosial media, artinya dari awal kita membangunnya ini untuk berfikir positif, bertindak positif.”²⁵

Dengan alasan itu, Radio Gema Surya FM Ponorogo berupaya membuat terciptanya arus komunikasi yang positif, baik antara khalayak dengan khalayak maupun khalayak dengan media. Salah satu upaya yang dilakukan Radio Gema Surya FM Ponorogo adalah menutup kolom komentar, sesuai wawancara dengan Program Director Radio Gema Surya FM Ponorogo:

“Selain itu kita juga lakukan kontrol ya. Kalau kita lebih ke menurup komentar sih karena khalayak dari sosial media lain, yang karakternya “seperti itu” sekarang mulai bergabung sama kita. Misalnya, seluruh berita yang berkaitan dengan pak Bupati itu kan resistensinya tinggi sekali. Berita tentang Pemkab pasti komentarnya banyak, jadi pasti ditutup. Kita edukasi, cara kita mendidik mereka ya salah satunya dengan menutup komentar kadang-kadang. Kita suatu saat bisa jadi tanpa komentar juga. Karena sekali lagi bangunan kita adalah positif sosial media itu jadi alasan kita.”²⁶

Bapak Ari menambahkan, atas keterlibatan khalayak dalam memproduksi berita di fanpage *citizen journalism* PO942, Radio Gema Surya FM Ponorogo menganggap khalayak sebagai bagian dari media.

“*Citizen* tentu saja bagian dari kami ya. Dan ini sesuai dengan harapan kita, netizen memberikan sesuatu atau informasi positif kepada kita. Kita coba membangun komunikasi dan kepercayaan kepada mereka. Jadi kita ingin mereka lebih aktif lagi, mereka tidak hanya menjadi penonton. Tapi kemudian mereka bisa bergabung kita dukung baik itu di sosial media maupun di siaran. *Netizen* itu bagian dari kita yang perlu kita ambil suaranya untuk kemajuan RGS kedepannya.”²⁷

²⁵ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

²⁶ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

²⁷ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

Informasi dari khalayak akan menjadi bahan siaran dari para penyiar Radio Gema Surya FM Ponorogo sebagai informasi awal. Untuk menjadi informasi yang utuh dan valid, tim redaksi fanpage *citizen journalism* PO942 harus melewati beberapa tahapan. Yaitu, *pertama*, informasi dari khalayak didapatkan melalui sms/whatsapp atau dari media sosial. *Kedua*, *newsroom* mengembangkan informasi dengan menghubungi narasumber-narasumber terkait yang kredibel sehingga menjadi informasi yang mendalam dan akurat. *Ketiga*, informasi yang telah diproduksi kemudian didistribusikan melalui unggahan di media sosial, dalam hal ini fanpage *citizen journalism* PO942, sesuai wawancara dengan Program Director Radio Gema Surya FM Ponorogo:

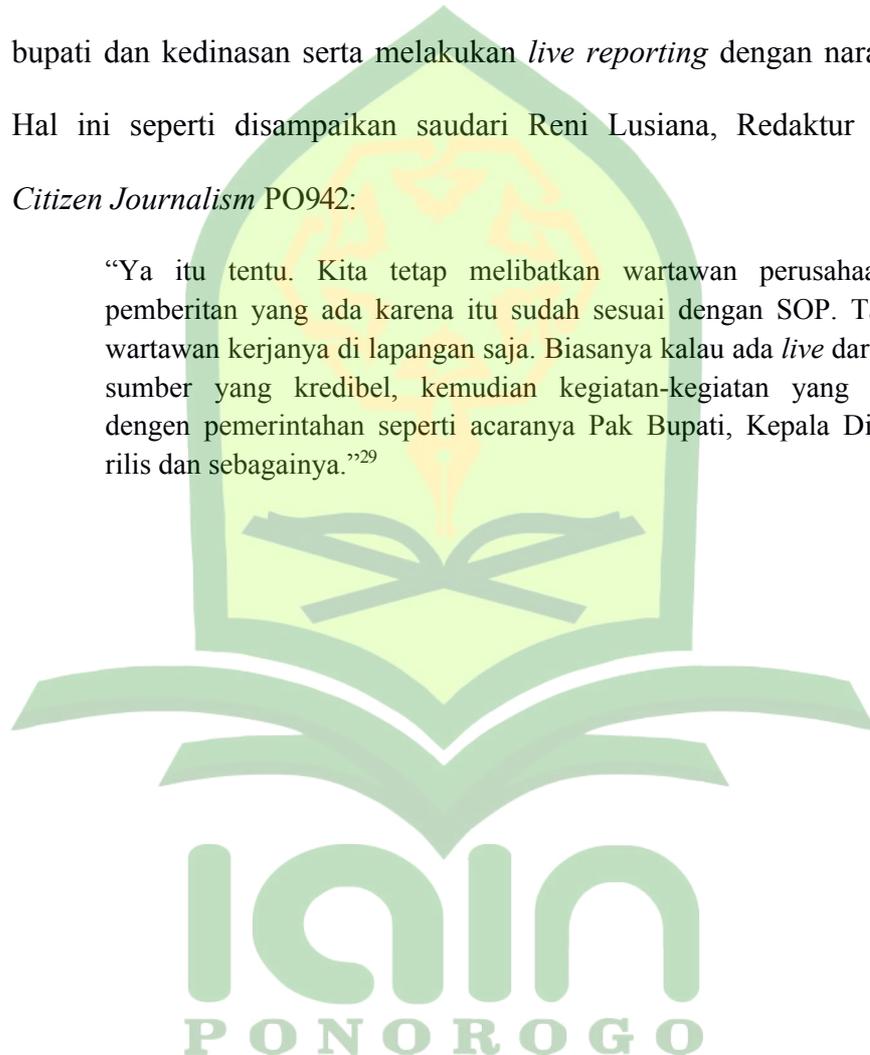
“Informasi masih berupa bahan siaran. Informasi yang didapatkan dari pendengar melalui sms/whatsapp atau dari media sosial dibacakan sebagai informasi awal. *Newsroom* mengembangkan informasi dengan menghubungi narasumber-narasumber terkait yang kredibel sehingga menjadi informasi yang mendalam dan akurat. Informasi yang telah diproduksi kemudian didistribusikan melalui unggahan di media sosial, dalam hal ini fanpage *citizen journalism* PO942.”²⁸

Fanpage *citizen journalism* PO942 tidak hanya mengambil ide dan informasi dari khalayak, namun juga melibatkan para pekerjanya untuk memproduksi berita. Pekerja yang terlibat dalam pemberitaan fanpage *citizen journalism* adalah *newsroom* atau yang lebih familiar di sebut *gatekeeper* serta jurnalis profesional milik perusahaan. *Gatekeeper* bertugas menggali informasi lebih dalam kepada narasumber-narasumber yang kredibel sekaligus sebagai penyambung antara khalayak dengan

²⁸ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

penyiar Radio Gema Surya FM Ponorogo. Selain itu, setiap harinya mereka harus mengunggah 6-7 berita. Sedangkan jurnalis profesional membantu *gatekeeper* dari lapangan untuk meliput kegiatan-kegiatan bupati dan kedinasan serta melakukan *live reporting* dengan narasumber. Hal ini seperti disampaikan saudari Reni Lusiana, Redaktur Fanpage *Citizen Journalism* PO942:

“Ya itu tentu. Kita tetap melibatkan wartawan perusahaan untuk pemberitaan yang ada karena itu sudah sesuai dengan SOP. Tapi kalau wartawan kerjanya di lapangan saja. Biasanya kalau ada *live* dari sumber-sumber yang kredibel, kemudian kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan pemerintahan seperti acaranya Pak Bupati, Kepala Dinas, pers rilis dan sebagainya.”²⁹



²⁹ Lihat transkrip wawancara: 02/W/7-VII/2020.

BAB IV

ANALISIS EKONOMI POLITIK KOMUNIKASI VINCENT MOSCO PADA FANPAGE *CITIZEN JOURNALISM* PO942

A. Komodifikasi Fanpage *Citizen Journalism* PO942

Komodifikasi berkaitan dengan proses transformasi barang dan jasa menjadi suatu komoditas yang mempunyai nilai tukar di pasar. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, komoditas adalah barang dagangan utama, benda niaga, hasil bumi dan kerajinan setempat dapat dimanfaatkan sebagai ekspor. Sementara itu, untuk melihat bagaimana media mampu merumuskan komoditi sosial, ada beberapa asumsi awal yang dapat dibangun terlebih dahulu sebagaimana dikemukakan oleh Denis McQuail (1997). Salah satunya adalah institusi media terlibat dalam proses penyelenggaraan produksi, reproduksi, dan distribusi pengetahuan, yang dipahami sebagai serangkaian simbol, yang mengandung acuan bermakna tentang pengalaman dalam kehidupan nyata.¹ Pengetahuan ini mampu membuat manusia untuk memetik pelajaran dari pengalaman, membentuk persepsi terhadap pengalaman itu dan memperkaya pengetahuan masa lalu. Berdasarkan hal itu, proses komodifikasi bisa dikatakan sebagai proses mengubah barang atau jasa sesuai dengan keinginan atau kebutuhan khalayak. Dalam hal ini, media hanya memproduksi konten yang disukai oleh khalayak atau menjadi kebutuhan khalayak.

¹ Maya Sekar Wangi, "Komoditi Sosial dalam Industri Media Massa", *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Nomor 1, (April 2007), 63.

Sebagai radio di tingkat wilayah Kabupaten Ponorogo yang memiliki format *news*, baik itu dari segi kepenyiaran dan sosial media, Radio Gema Surya FM Ponorogo melakukan proses komodifikasi dengan cara mentransformasikan berita menjadi pesan yang disukai dan dibutuhkan masyarakat. Melalui fanpage *citizen journalism* PO942, hal itu dilakukan untuk menarik simpati khalayak akan berita-berita yang ada di tengah-tengah masyarakat. Hal ini juga berkaitan dengan pemanfaatan tren untuk berinteraksi dengan khalayak akibat perkembangan teknologi yang semakin pesat. Lebih dari itu, melalui fanpage *citizen journalism* PO942, Radio Gema Surya FM Ponorogo bisa melibatkan khalayaknya untuk memproduksi berita. Sehingga, bukan tidak mungkin tujuan Radio Gema Surya FM Ponorogo dalam mencari keuntungan dapat tercapai.

Setelah penulis mengamati redaksi pemberitaan pada fanpage *citizen journalism* PO942 serta melakukan wawancara dengan beberapa responden, terdapat data dan gambaran-gambaran mengenai proses komodifikasi pada fanpage *citizen journalism* PO942. Di antaranya sebagai berikut:

1. Komodifikasi Isi Fanpage *Citizen Journalism* PO942

Proses komodifikasi pada komunikasi selalu melibatkan transformasi pesan, mulai dari mengubah data ke sistem pemikiran yang berarti, yang kemudian akan menjadi sebuah produk yang dapat dipasarkan.² Komodifikasi isi ini menjelaskan bagaimana konten atau isi media yang diproduksi merupakan komoditas yang ditawarkan.

² Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication* (London: Sage Publication, 2009), 133.

Fanpage *citizen journalism* PO942 merupakan salah satu sosial media yang dimiliki oleh Radio Gema Surya FM Ponorogo. Di samping sebagai *support* media konvensional, latar belakang lahirnya fanpage *citizen journalism* PO942 adalah untuk memberikan sebuah titik atau *finishing* terhadap segala hal yang ada masyarakat. Konten berita yang tertuang dalam fanpage *citizen journalism* PO942 semata-mata tidak hanya tentang informasi yang bersifat samar karena ketidakjelasan sumber berita, tapi telah disunting sedemikian rupa sehingga berita tersebut layak dikonsumsi masyarakat. Dalam hal ini, fanpage *citizen journalism* PO942 menerapkan prinsip jurnalistik akurasi, dengan melakukan konfirmasi berita pada sumber-sumber yang kredibel.

Hal itu terbukti dari beberapa unggahan berita di fanpage *citizen journalism* PO942, salah satunya pada gambar 3.2.³ Berita yang diunggah pada Senin 6 Juli 2020 itu berisi tentang video viral pengeroyokan terhadap salah satu wisatawan di Telaga Ngebel Ponorogo. Video berdurasi 30 detik itu memperlihatkan sekelompok pemuda memukul seorang wisatawan, yang belakang diketahui seorang anggota klub motor, menggunakan sandal. Dalam unggahan tersebut, redaksi fanpage *citizen journalism* PO942 tidak hanya sekedar menginformasikan peristiwa, tapi juga mencoba menelusurinya. Dalam unggahan pertama fanpage *citizen journalism* PO942 melakukan konfirmasi kepada Ketua Komunitas Speedboard Telaga Ngebel, Saiful, sebagai saksi mata dalam kejadian

³ Lihat gambar: 01/O/6-VII/2020.

tersebut. Kemudian saudara Saiful menjelaskan bagaimana kronologi pengeroyokan tersebut.

Pada gambar 3.3 atau pada hari yang sama, fanpage *citizen journalism* PO942 kembali mengunggah berita yang berkaitan dengan video viral tersebut dengan menginformasikan jika pihak kepolisian sektor Ngebel telah melakukan penyelidikan atas kasus tersebut.⁴ Dalam unggahan itu, redaksi fanpage *citizen journalism* PO942 melakukan konfirmasi kepada AKP Hariono, Kapolsek Ngebel. Berdasarkan unggahan itu, pihak kepolisian mengaku sudah sering melakukan sosialisasi kepada klub-klub motor di Ponorogo untuk tidak menggunakan knalpot brong serta meminta klub-klub tersebut melakukan koordinasi dengan pihak terkait jika ada acara.

Di unggahan berikutnya, pada gambar 3.4 fanpage *citizen journalism* PO942 memberitakan tentang tanggapan Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Pemkab Ponorogo yang berencana memberlakukan larangan motor dengan knalpot brong masuk ke tempat wisata khususnya Telaga Ngebel.⁵ Dalam unggahan tersebut Agus Sugiharto, Kepala Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga menindaklanjuti kasus dengan membuat regulasi bersama pihak-pihak yang terkait.

Dari unggahan yang ada terlihat bahwa berita di fanpage *citizen journalism* PO942 tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga bersifat

⁴ Lihat gambar: 02/O/6-VII/2020.

⁵ Lihat gambar: 03/O/6-VII/2020.

edukatif yang mampu mendidik para khayalak pembacanya. Dalam hal ini, fanpage *citizen journalism* PO942 tentulah di dalamnya mentrasfromasikan pesan-pesan atau nilai-nilai yang menjadi sebuah produk yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Sebab, fanpage *citizen journalism* PO942 memiliki posisi yang strategis, yaitu sebagai media sosial yang mampu menjangkau khalayak dalam jumlah yang banyak.

Sebagai media massa lokal, informasi yang ada di fanpage *citizen journalism* PO942 lebih fokus pada konten berita lokal dengan frekuensi jumlah yang lebih banyak dibanding dengan berita dari luar wilayah Ponorogo. Sehingga informasi dari masyarakat Ponorogo lebih diutamakan.⁶

Hampir seluruh berita yang dimuat oleh fanpage *citizen journalism* PO942 adalah berita lokal. Salah satunya pada gambar 3.5 yang berisi informasi wisata di Kecamatan Ngrayun. Berita tersebut diunggah pada Sabtu 4 Juli 2020.⁷ Dari unggahan itu, redaksi berita menyebutkan lokasi kejadian secara kongkrit. Ngrayun merupakan salah satu kecamatan yang terletak di selatan Kabupaten Ponorogo. Dengan informasi tersebut, maka masyarakat Ponorogo lainnya akan mengetahui potensi-potensi wisata di wilayah Ponorogo.

Informasi lokal sangat berkaitan erat dengan peristiwa-peristiwa yang terjadi di tengah-tengah masyarakat. Dalam hal ini, informasi yang

⁶ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

⁷ Lihat gambar: 04/O/4-VII/2020.

ada haruslah bersifat faktual. Faktualitas berita terlihat pada unggahan Jum'at 3 Juli 2020 tentang teror krisis air bersih di 3 dukuh di Desa Dayakan Kecamatan Badegan jika musim kemarau tiba.⁸

Radio Gema Surya FM Ponorogo sebagai media radio resmi di wilayah Ponorogo ingin merangkul seluruh kalangan masyarakat, salah satunya dengan memuat pemberitaan yang bersifat lokal dan faktual.⁹ Selain itu, berita lokal dianggap lebih menjual, karena semua orang pasti membutuhkan dan ingin mengetahui isu-isu terhangat seputar wilayahnya. Maka, fanpage *citizen journalism* PO942 akan melakukan fungsinya sebagai *public sphere* (ruang publik), sedangkan khalayak akan mendukung fungsi *watchdog* (kontrol sosial).

Untuk itu, Radio Gema Surya FM Ponorogo menyediakan wadah bagi masyarakat Ponorogo melalui fanpage *citizen journalism* PO942 dengan harapan masyarakat tidak hanya menjadi pembaca tetapi juga bisa terlibat memproduksi berita. Seperti yang telah diketahui bahwa media massa telah memberi pengaruh besar terhadap perubahan kehidupan masyarakat, sehingga semakin berkembang dan pesatnya penguasaan teknologi baru menyebabkan masyarakat tidak hanya menjadi sebatas konsumen, tapi mereka juga bisa untuk menjadi penyaji sebuah produk. Dengan memanfaatkan *platform* teknologi serta tren dimasyarakat, para pengusaha media menghadirkan wadah bagi khalayaknya, baik yang memiliki informasi maupun membutuhkan informasi, sehingga dapat

⁸ Lihat gambar: 08/O/3-VII/2020.

⁹ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

memunculkan potensi konsumsi pembaca, maka khalayak akan sangat tertarik untuk memasang iklan.

Namun, pada praktiknya, fanpage *citizen journalism* PO942 tidak hanya mengkomodifikasi informasi lokal. Di sejumlah unggahan tampak ada informasi yang memuat tentang isu-isu skala nasional. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Program Director Radio Gema Surya FM Ponorogo, diketahui bahwa isu-isu nasional boleh dimuat asalkan berkaitan dengan kepentingan lokal. Bahkan frekuensinya sangat sedikit sekali. Langkah itu dipilih karena beberapa faktor yaitu, berita skala nasional bukan garapan asli redaksi fanpage *citizen journalism* PO942, dan tidak semua berita skala nasional bisa dilokalkan.

Salah satu unggahan berita skala nasional yang dilokalkan terlihat pada gambar 3.6 yang dimuat pada Selasa 7 Juli 2020 mengenai instruksi dari pemerintah pusat terkait pendidikan di daerah zona hijau.¹⁰ Dalam unggahan tersebut, fanpage *citizen journalism* PO942 menyajikan narasumber dari Kepala Cabang Dinas Pendidikan Wilayah Ponorogo. Isu nasional yang dilokalkan ini dianggap penting karena bersinggungan dengan kepentingan dan perkembangan masyarakat daerah Ponorogo. Informasi semacam ini akan sangat menjual karena masyarakat tidak hanya mengetahui isu-isu terbaru, namun juga mendapatkan titik terang mengenai tindak lanjut pemerintah daerah atas isu tersebut. Oleh karena

¹⁰ Lihat gambar: 07/O/7-VII/2020.

itu, masyarakat akan sangat membutuhkan dan menantikan informasi tersebut.

Meski hanya menyajikan konten pemberitaan lokal dan nasional (yang dilokalkan), namun fanpage *citizen journalism* PO942 tetap mengedepankan informasi-informasi yang bersifat positif. Hal ini dilakukan karena sejak awal dihadirkan, fanpage *citizen journalism* PO942 dijadikan sebagai positif media sosial. Dengan kata lain, Radio Gema Surya FM Ponorogo telah menjalankan fungsi utama media massa, yaitu menyampaikan informasi, menghibur, mendidik, dan memberikan pengaruh kepada publik (*to inform, to entertain, to educate, and to influence*). Walaupun dalam perjalanannya, fanpage *citizen journalism* PO942 tidak sepenuhnya berhasil menjaring pembaca yang sesuai dengan yang diharapkan. Sebab, pada kenyataannya fanpage *citizen journalism* PO942 juga diwarnai pembaca dengan karakter yang tidak dianggap sesuai dengan orientasi tersebut. Oleh karena itu, jajaran direksi harus lebih mempertegas tujuan dari fanpage *citizen journalism* PO942. Salah satu upaya yang dilakukan jajaran direksi fanpage *citizen journalism* PO942 adalah menutup kolom komentar. Komentar akan ditutup jika ada indikasi aksi provokasi dari pembaca. Hal itu bertujuan untuk melindungi khalayak lainnya serta melindungi pihak-pihak yang dianggap resisten, misalnya kepada daerah.¹¹

¹¹ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

Dari alasan tersebut, penulis bisa memahami bagaimana Radio Gema Surya FM Ponorogo ingin menjalin relasi baik dan membangun kepercayaan kepada khalayaknya. Namun, di sisi lain, penulis melihat adanya penyimpangan prinsip jurnalistik terkait independensi.

Selain menyimpang dari prinsip independensi, penutupan kolom komentar juga menyimpang dari Kode Etik Jurnalistik Aliansi Jurnalis Independen poin 5 dan 6 yang masing-masing berbunyi, jurnalis memberikan tempat bagi pihak yang tidak memiliki kemampuan dan kesempatan untuk menyuarakan pendapat, dan jurnalis mempertahankan prinsip-prinsip kebebasan dan keberimbangan dalam peliputan, pemberitaan serta kritik dan komentar.¹² Dalam pemberitaan, apapun media yang digunakan, jurnalisisme harus mampu menyediakan forum yang dapat membuat publik mengingat pada masalah-masalah yang sangat penting, sehingga mereka dapat membuat penilaian dan bersikap.

Sikap tidak independen selalu condong kepada konflik kepentingan. Konflik kepentingan yang terlihat adalah keberpihakan media kepada pemerintah. Maka, fanpage *citizen journalism* PO942 diadirkan oleh Radio Gema Surya FM Ponorogo tidak hanya untuk menarik konsumen atau pembaca dengan informasi yang benar-benar dibutuhkan masyarakat, tapi pada praktiknya, juga untuk kepentingan bisnis. Kepentingan bisnis tersebut di antaranya juga untuk menambah pendengar yang secara tidak langsung berkaitan dengan jumlah iklan yang masuk ke perusahaan. Hal

¹² Aliansi Jurnalis Indonesia, <http://aji.or.id> diakses pada Senin, 29 Juni 2020 pukul 10.30 WIB.

ini dikuatkan dengan argumen Program Director Radio Gema Surya FM Ponorogo yang menyebut jika fanpage *citizen journalism* PO942 menjadi salah satu strategi *marketing* perusahaan.¹³

Pernyataan tersebut menjadi menarik bagi penulis setelah melihat atau mengobservasi kenyataan di lapangan bahwa tidak semua konten pemberitaan merupakan agenda kerakyatan atau tidak semua konten pemberitaan merupakan jembatan aspirasi publik. Hal ini bisa dilihat pada gambar 3.7 yang berisi berita tentang *event* undian hadiah dari PT. Daya Surya Sejahtera yang bekerja sama dengan PT. Softex Indonesia.¹⁴ Berita tersebut diunggah pada tanggal 26 Juni 2020. Laman tersebut menyertakan keterangan *advertorial news*. Maka ini menandakan jika PT. Daya Surya Sejahtera yang bekerja sama dengan PT. Softex Indonesia memasang iklan di Radio Gema Surya FM Ponorogo.

Tentu saja kejadian ini bukanlah temuan pertama penulis, selain PT. Daya Surya Sejahtera yang bekerja sama dengan PT. Softex Indonesia, fanpage *citizen journalism* PO942 juga cukup sering mengkomodifikasi informasi *advertorial* melalui dinding fanpage. Informasi *advertorial* berisi tentang *event* atau keunggulan dari suatu perusahaan/instansi yang diinformasikan secara edukatif, misalnya instansi pendidikan akan menginformasikan tentang prestasi yang dicapai. *Advertorial news* instansi kesehatan akan menginformasikan tentang pelayanan yang akan diberikan. Selain itu berita iklan yang berkaitan dengan produk makanan

¹³ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

¹⁴ Lihat gambar: 10/O/26-VI/2020.

akan menginformasikan tentang keistimewaan produk hingga mencantumkan cara memesannya. Dengan demikian, fanpage *citizen journalism* PO942 telah melakukan komodifikasi informasi berupa iklan.

Sebagai sosial media yang dimiliki oleh Radio Gema Surya FM Ponorogo, fanpage *citizen journalism* PO942 diciptakan untuk mendukung siaran radio. Untuk itu, konten pemberitaan fanpage *citizen journalism* PO942 diperbolehkan mengambil pemberitaan dari siaran Radio Gema Surya FM Ponorogo untuk diunggah, begitupun sebaliknya. Sebagai media pendukung siaran, fanpage *citizen journalism* PO942 juga mengunggah informasi tentang program yang dimiliki Radio Gema Surya FM Ponorogo, seperti terlihat pada gambar 3.8. Fanpage *citizen journalism* PO942 mengunggah informasi mengenai program Bincang Pagi setiap Senin pagi yang ada di Radio Gema Surya FM Ponorogo.¹⁵ Dengan mengkomodifikasi program siaran diharapkan pembaca tidak hanya menjadi konsumen sosial media saja, tapi juga mendengarkan siaran Radio Gema Surya FM Ponorogo.

Dengan demikian fanpage *citizen journalism* PO942 telah melakukan komodifikasi pesan menjadi produk yang disukai masyarakat, dalam hal ini berbentuk informasi atau media. Dengan model pemberitaan seperti yang telah penulis jabarkan di atas, bukan tidak mungkin fanpage *citizen journalism* PO942 semata-mata hanya ingin memberikan informasi

¹⁵ Lihat gambar: 14/O/6-VII/2020.

kepada khalayaknya, namun ada agenda *setting* untuk kepentingan perusahaan.

2. Komodifikasi Khalayak Fanpage *Citizen Journalism* PO942

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia khalayak diartikan sebagai kelompok tertentu di masyarakat yang menjadi sasaran komunikasi. Dalam kajian media, khalayak sering kali digunakan untuk menandakan masyarakat, baik dalam grup maupun secara individu. Pemakaiannya juga merujuk pada khalayak atau massa yang mengakses berita baik dari media konvensional atau media baru. Individu-individu dalam massa ini pada dasarnya tidak memiliki ikatan satu sama lain selain dari tujuan mereka dalam mengakses media.¹⁶

Dalam konsep McQuail, penyebutan khalayak lebih condong mendekati konsep “penerima”. Sementara Windahl dan Signitzer (1992) mendefinisikan khalayak menurut para peneliti komunikasi massa sebagai *audience in terms of people who have chosen voluntary to attend to a certain content or medium*.¹⁷ Khalayak dengan kesadarannya akan memilih media mana yang ingin diakses.

Dallas Walker Smythe menyatakan bahwa khalayak merupakan komoditas utama media massa.¹⁸ Media massa yang kita kenal dimunculkan melalui suatu proses di mana perusahaan-perusahaan media menghasilkan khalayak dan menghantarkan mereka pada pengiklan.

¹⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 85.

¹⁷ Ruli Nasrullah, “Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial”, *Jurnal Sositoteknologi*, Nomor 2, (Agustus 2018), 272.

¹⁸ Mosco, *The Political Economy of Communication*, 25.

Smythe juga melihat bahwa pemanfaatan khalayak melalui perspektif media juga bisa dilihat dari prinsip dasar media massa komersial sebagai bentuk kapitalis yang secara esensi memiliki agenda untuk menciptakan produksi kesadaran.¹⁹ Ada dua konsep, yakni:

- a. Khalayak digunakan sebagai kekuatan sekaligus sasaran untuk memasarkan secara luas barang-barang produksi atau jasa yang dijalankan melalui monopoli kapitalisme.
- b. Pasar pada dasarnya bisa merupakan legitimasi atas kekuatan negara dan sebagai strategi kebijakan serta aksi.

Dua prinsip tersebut beroperasi dengan berpusat pada kekuatan khalayak sehingga diperlukan media massa komersial untuk mendapatkan kekuatan itu. Khalayak dalam relasi ini merupakan komoditas karena khalayak pada dasarnya diproduksi, dijual, dibeli, dan dikonsumsi, serta ada harga yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan khalayak.

Cumpon, Hagen, Wasko, Ross, dan Nightingale menyatakan bahwa ekonomi politik menaruh beberapa perhatian pada khalayak, khususnya dalam upaya memahami praktik umum dengan cara pengiklan membayar untuk ukuran dan kualitas (kecenderungan untuk konsumsi) khalayak yang dapat diraih surat kabar, majalah, *website*, radio, atau program televisi.²⁰

Pada kenyatannya, khalayak menjadi suatu produk yang dipasarkan kepada para pemasang iklan dalam media massa. Para pemasang iklan

¹⁹ Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*, 99.

²⁰ Idi Subandy Ibrahim dan Bachrudin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi* (Jakarta: Yayasan Postaka Obor Indonesia, 2014), 20.

tidak hanya menginginkan sekedar kuantitas khalayak atau pembaca, mereka juga ingin mengetahui tipe khalayak apa yang akan mendengar dan membaca.

Dalam hal target pendengar, Radio Gema Surya FM Ponorogo memiliki target pendengar golongan menengah ke atas, yaitu kalangan swasta, ASN/TNI/POLRI, pelajar/mahasiswa, dan lainnya.²¹ Sedangkan untuk fanpage *citizen journalism* PO942 ditujukan untuk kalangan semua kalangan. Hal ini dimaksudkan agar fungsi fanpage *citizen journalism* PO942 sebagai media yang informatif, edukatif, dan kritik sosial dapat efektif sampai kepada pembacanya.

Komodifikasi khayalak berkaitan tentang *rating* yang diterima dari konten media, dan *rating* tersebut dijual kepada pengiklan dengan menggunakan khayalak sebagai tolak ukurnya.²² *Rating* fanpage *citizen journalism* PO942 bisa dilihat melalui pembaca yang bergabung. Saat ini fanpage *citizen journalism* PO942 telah memiliki 22.000 anggota. Dari hasil pembaca yang bergabung fanpage *citizen journalism* PO942, penulis melihat pembaca memiliki peran yang cukup besar. Peran pembaca tidak hanya murni atas kehendak mereka, akan tetapi secara tidak langsung dipaksa untuk berlangganan atau mengkonsumsi informasi yang dibuat serta terlibat memproduksi berita melalui sejumlah program yang telah ada, misalnya saja *event* khusus untuk pendengar sekaligus pembaca setianya.

²¹ Lihat transkrip dokumen: 01/D/6-I/2020.

²² Zera Edenzwo Subandi-Teguh Priyo Sadono, "Komodifikasi, Spasialisasi, dan Strukturasisasi dalam Media Baru Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon)", *Jurnal National Conference of Creative Industri: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*, (September 2018), 826.

Event biasanya memang menjadi salah satu media untuk berinteraksi dengan pendengar. Radio Gema Surya FM Ponorogo telah beberapa kali mengadakan *event* dengan iming-iming hadiah agar banyak pendengar dan pembaca fanpage *citizen journalism* PO942 mau bergabung.²³

Selain sejumlah *event*, untuk mengoptimalkan peran khalayaknya, Radio Gema Surya FM Ponorogo ke depannya berencana akan membuat *Forum Group Discussion* (FGD). Hal itu dimaksudkan agar khalayak media konvensional dan khalayak media sosial bisa menyatu dan menjadi satu kesatuan yang akan didengarkan suaranya untuk kemajuan Radio Gema Surya FM Ponorogo.²⁴

Melalui program/*event* khusus untuk pendengar dan pembaca, Radio Gema Surya FM Ponorogo telah menjadikan khalayak sebagai komoditi yang dapat dipasarkan kepada pengiklan. Pengiklan biasanya akan memilih dengan cermat media komunikasi mana yang akan mereka gunakan untuk mengiklankan produk mereka dan sesuai dengan target pasar mereka. Maka dari itu, pada tahap ini, khalayak dikomodifikasikan oleh media komunikasi kepada sang pengiklan. Produk dari iklan tersebut akan dikonsumsi kembali oleh khalayak dan memiliki kemungkinan untuk terjadinya proses pembelian atau konsumsi. Jadi berputar seperti itu terus menerus.

Khalayak juga dikenal sebagai faktor yang berkaitan dengan penjualan produk kepadanya, serta berkaitan dengan cara produk tersebut

²³ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

²⁴ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

dibentuk. Sebagai contoh, fanpage *citizen journalism* PO942 menyesuaikan konten pemberitaan atau fokus pemberitaannya dengan menyesuaikan kondisi psikologis khalayak atau pembaca, sehingga pembaca bisa dikenali lewat kebijakan-kebijakan redaksi fanpage *citizen journalism* PO942.

Melalui SMS, Whatsapp, kiriman dan komentar di media sosial, fanpage *citizen journalism* PO942 melibatkan publik untuk bisa berpartisipasi dan memproduksi informasi yang dimiliki kepada khalayak yang lain. Untuk itu, fanpage *citizen journalism* PO942 memanfaatkan konten-konten yang bisa menarik khalayak untuk berpartisipasi dengan mengirimkan komentar-komentar.

Menurut pengamatan penulis, hal ini terlihat pada berita di gambar 3.9 yang diunggah pada Selasa 7 Juli 2020 dari Ibu Mira Mintarsih asal Desa Kali Malang Kecamatan Sukorejo yang menginformasikan dan mengeluhkan adanya tiang listrik yang miring dan membahayakan masyarakat.²⁵ Dari redaksi unggahan tersebut, fanpage *citizen journalism* PO942 terlihat menyebutkan nama *netizen* yang mengirimkan informasi. Fanpage *citizen journalism* PO942 kemudian memberikan respons dengan meneruskannya kepada pihak-pihak terkait sehingga keluhan tersebut bisa segera ditindaklanjuti. Hal ini menjadi poin *plus* untuk fanpage *citizen journalism* PO942, sebab dengan model redaksi semacam ini, khalayak lainnya akan terpancing untuk membagikan informasi yang dimiliki.

²⁵ Lihat gambar: 15/O/7-VII/2020.

Sementara itu, terkait strategi persuasi khalayak termasuk mempertahankan pembaca serta pendengar melalui media sosial, Radio Gema Surya FM Ponorogo tidak hanya memiliki fanpage *citizen journalism* PO942, tapi juga memiliki twitter @rgsfm yang diikuti 344 *followers*, dan Instagram @gemasuryafm yang sudah diikuti oleh 1.794 *followers*.²⁶

Strategi pemanfaatan media sosial dan *online* dianggap paling efektif mengingat jumlah pengguna jejaring sosial saat ini sangatlah besar. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika, sejak 2013 salah satu situs jejaring sosial yang paling sering diakses adalah facebook dan twitter.²⁷ Bahkan pada Juni 2014, facebook sudah mencapai 65 juta anggota atau pengguna.

Hal inilah yang kemudian dipilih Radio Gema Surya FM Ponorogo sebagai salah satu strategi untuk memperkenalkan dan menginformasikan konten berita pada fanpage *citizen journalism* PO942. Selain sebagai media untuk promosi yang bisa dibagikan ke pembaca, fanpage *citizen journalism* PO942 juga digunakan untuk mendayagunakan pembacanya dalam memproduksi pesan dalam bentuk kiriman berita maupun komentar. Dengan mengambil informasi sebanyak-banyaknya dari khalayak, fanpage *citizen journalism* PO942 benar-benar memanfaatkan *netizen* dengan mengubah nilai guna mereka dari segi keterlibatan memproduksi informasi menjadi nilai yang ditukar atau dijual dipasaran.

²⁶ Lihat gambar: 18/O/7-VII/2020 dan 19/O/7-VII/2020.

²⁷ www.kominfo.go.id, diakses pada 25 Juni 2020 pukul 19.30 WIB.

3. Komodifikasi Pekerja Fanpage *Citizen Journalism* PO942

Proses komodifikasi erat kaitannya dengan produksi, sedangkan proses produksi erat dengan fungsi atau guna pekerjaanya. Pekerja telah menjadi komoditas dan telah dikomodifikasi oleh pemilik perusahaan, yaitu dengan melibatkan mereka dalam pembuatan berita. Radio Gema Surya FM Ponorogo memiliki 25 karyawan atau pekerja yang berasal dari latar belakang yang berbeda-beda. Saat ini, karyawan Radio Gema Surya FM Ponorogo merupakan sisa-sisa dari generasi kedua dan beberapa karyawan baru dari kalangan milenial.

Fanpage *citizen journalism* PO942 seakan memfasilitasi para pembaca untuk melaporkan informasi yang dimiliki. Sedangkan dalam redaksi fanpage *citizen journalism* PO942, karyawan di *newsroom* menyunting sedemikian rupa hasil informasi dari khalayak menjadi berita yang lebih akurat dan layak unggah. Dalam memproduksi berita, karyawanlah yang menjadi penentu akurasi informasi yang didapatkan dari khalayak. Dalam hal ini, fanpage *citizen journalism* PO942 hanya akan menghadirkan informasi yang valid. Berdasarkan wawancara dengan Program Director Radio Gema Surya FM Ponorogo diketahui tahapan-tahapan penulisan berita dari *netizen* sebagai berikut:

- a. Informasi masih berupa bahan siaran. Informasi yang didapatkan dari pendengar melalui sms/whatsapp atau dari media sosial dibacakan sebagai informasi awal.

- b. *Newsroom* mengembangkan informasi dengan menghubungi narasumber-narasumber terkait yang kredibel sehingga menjadi informasi yang mendalam dan akurat.
- c. Informasi yang telah diproduksi kemudian didistribusikan melalui unggahan di media sosial, dalam hal ini fanpage *citizen journalism* PO942.

Pernyataan tersebut menjadi sangat menarik dalam kajian ekonomi politik media, dimana praktik komodifikasi pekerja menjadi nyata adanya dengan pemanfaatan tenaga kerja untuk efektifitas dan efisiensi. Penulis juga melihat hal ini merupakan politik ekonomi media yang dilakukan oleh fanpage *citizen journalism* PO942 dengan memanfaatkan para *netizen* untuk mendapatkan konten sebanyak-banyaknya tanpa melakukan pembayaran kepada mereka. Di sisi lain, para karyawan diberikan beban kerja dengan *deadline* setiap harinya 6 sampai 7 berita. Tidak hanya mengunggah informasi dari *netizen*, fanpage *citizen journalism* PO942 juga mengunggah berita-berita dari tenaga jurnalis profesional yang dimiliki perusahaan.

Dari pengamatan penulis, keterlibatan jurnalis profesional terlihat pada berita di gambar 3.10 yang diunggah pada Kamis 2 Juli 2020.²⁸ Berita tersebut membahas tentang Dinas Pendidikan mengenai masalah sekolah-sekolah yang kekurangan murid. Dalam unggahan tersebut, tertera foto yang bersumber dari jurnalis Radio Gema Surya FM FM Ponorogo. Jika

²⁸ Lihat gambar: 20/O/2-VII/2020.

diperhatikan, di atas foto narasumber ada keterangan foto dari Yudi. Dalam redaksi pemberitaan, keterangan foto biasanya merujuk pada nama yang mengambil foto tersebut. Diketahui dari Redaktur Fanpage *Citizen Journalism* PO942 bahwa Yudi adalah tenaga jurnalis milik Radio Gema Surya FM Ponorogo.

Hal ini mengindikasikan bahwa jurnalis profesional Radio Gema Surya memang dilibatkan dalam pemberitaan di fanpage *citizen journalism* PO942 untuk ranah kedinasan atau *live* narasumber kredibel, dan kegiatan-kegiatan bupati.²⁹ Penulis melihat bahwa fanpage *citizen journalism* PO942 telah mengkomodifikasi pekerjaannya dengan melakukan pendayagunaan karyawan untuk menciptakan keterlibatan khalayak sekaligus mengubah informasi menjadi nilai yang bisa jual.

B. Spasialisasi Fanpage *Citizen Journalism* PO942

Setelah komodifikasi, fanpage *citizen journalism* PO942 haruslah melakukan spasialisasi dengan tepat. Spasialisasi membahas tentang penyebaran produk oleh media, dalam hal ini Radio Gema Surya FM Ponorogo, kepada khalayak tanpa terhalang oleh ruang dan waktu dengan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi, sehingga memberikan kemudahan bagi pembaca untuk mengakses fanpage *citizen journalism* PO942 di mana pun dan kapan pun. Fanpage *citizen journalism* PO942 selalu *update* informasi setiap harinya mulai pagi hingga malam hari. Fanpage *citizen journalism* PO942 menyajikan berita-berita dari wilayah Ponorogo yang telah

²⁹ Lihat transkrip wawancara: 02/W/7-VII/2020.

dipastikan kevalidan dan keakurasiannya, sehingga berita yang terdistribusi kepada khalayak adalah bukan berita palsu atau simpang siur serta berita yang bersifat positif. Terciptanya ruang sosial sebagai produk yang ditawarkan kepada publik sekaligus sebagai produk sosial dalam jaringan internet, menjadikan ruang tersebut sebagai alat bertukar informasi, berfikir, dan bertindak.

Ruang yang dimaksud pada masa kini bukan lagi tentang ruang atau jarak secara fisik atau geografis lokal dan global, namun lebih kepada transformasi ruang dalam bentuk jaringan internet yang dapat mencapai ruang lokal dan global tanpa dipengaruhi perbedaan lokasi geografis yang nyata. Hal ini berkaitan dengan bentuk atau jenis teknologi yang digunakan, jaringan, hingga kecepatan distribusi dengan berbagai cara. Meskipun terdapat perbedaan waktu antara wilayah yang satu dengan wilayah yang lain, namun pendistribusian dapat dilakukan secara bersamaan. Proses dari mulai produksi, distribusi, konsumsi, termasuk sumber komunikasi disebarkan secara bersamaan kepada khalayak.

Perubahan dalam struktur industri, teknologi, layanan, dan kebijakan membuat kesulitan dalam memetakan konsentrasi media. Bahkan hal ini pula yang kemudian menjadi tantangan bagi media konvensional, dalam hal ini Radio Gema Surya FM Ponorogo. Kendati demikian, Radio Gema Surya FM Ponorogo yang notabene merupakan radio tertua di Ponorogo tetap mempertahankan siarannya dengan melakukan penggabungan-penggabungan media yang ada. Radio Gema Surya FM Ponorogo memanfaatkan sosial

media untuk tetap mempertahankan eksistensinya, dan secara bersamaan menyebarluaskan informasi yang menjadi kebutuhan masyarakat. Dengan adanya sosial media diharapkan para pembaca menyadari keberadaan Radio Gema Surya FM Ponorogo, begitupun sebaliknya. Dalam konteks ekonomi politik, industri media sebenarnya sudah mempraktikkan konsep spesialisasi yang bertujuan memperluas jangkauan pasar, baik khalayak maupun iklan. Di samping juga untuk mengembangkan medium berita yang lebih efektif, relevan dan berkelanjutan.

Dengan penggabungan media, penulis melihat pemberitaan fanpage *citizen journalism* PO942 juga ada di media sosial lain, seperti di instragram, twitter, dan website. Menurut pengamatan penulis, hal ini terlihat pada berita Digambar 3.11 yang diunggah di fanpage *citizen journalism* PO942 pada Sabtu, 5 September 2020 tentang seleksi bidang CPNSD Ponorogo 2020 yang dilaksanakan pada 5-8 September di Gor Singodimejo Ponorogo.³⁰ Unggahan serupa terlihat pada gambar 3.12.³¹ Berita mengenai seleksi bidang CPNSD Ponorogo 2020 yang dilaksanakan pada 5-8 September di Gor Singodimejo Ponorogo juga dimuat di lama website resmi milik Radio Gema Surya FM Ponorogo, gemasuryafm.com di hari yang sama. Setelah ditelusuri lebih jauh, berita yang sama juga diunggah di media sosial instragram @gemasuryafm, seperti pada gambar 3.13.³² Dengan demikian, khalayak akan lebih mudah mendapatkan informasi. Sebab, informasi tidak hanya dimuat dalam satu sosial media saja, tapi juga di media sosial lainnya.

³⁰ Lihat gambar: 24/O/5-IX/2020.

³¹ Lihat gambar: 25/O/5-IX/2020.

³² Lihat gambar: 26/O/5-IX/2020.

Tidak hanya itu, spesialisasi juga membahas tentang kontrol serentak yang dilakukan oleh pihak yang berkuasa atas media komunikasi. Dari wawancara yang dilakukan dengan Program Director Radio Gema Surya FM Ponorogo diketahui bahwa ada kriteria informasi yang harus dipenuhi agar lolos administrasi, termasuk di dalamnya tentang konten yang tidak layak. Seperti misalnya konten yang memuat tentang informasi palsu atau *hoax*, dan lain sebagainya. Dalam hal ini penulis melihat kontrol atas pihak yang berkuasa yaitu Radio Gema Surya FM Ponorogo melakukan konfirmasi kepada narasumber atau sumber-sumber berita yang kredibel agar tidak terjadi disinformasi. Selain itu, Radio Gema Surya FM Ponorogo juga menutup kolom komentar jika *netizen* yang bergabung semakin *frontal* dalam mengemukakan aspirasinya, biasanya dalam berita yang berkaitan dengan pemerintahan.

Menurut pengamatan penulis, fanpage *citizen journalism* PO942 beberapa kali menutup kolom komentarnya, salah satunya seperti pada gambar 3.14 yang berisi *advertorial news* Pemkab Ponorogo. Berita tersebut diunggah pada Rabu 1 Juli 2020.³³ Dalam unggahan tersebut terlihat ada foto Bupati Ponorogo, Ipong Muchlissoni. Penutupan kolom komentar ini bertujuan agar isu yang dibahas tidak pecah kemana-mana. Selain itu, agar masyarakat tidak terprovokasi oleh komentar dari khalayak lainnya sehingga informasi bisa tersalurkan dan dapat diterima dengan baik.

³³ Lihat gambar: 22/O/1-VII/2020.

Dalam kajian ekonomi politik komunikasi, spesialisasi juga dianggap sebagai proses perpanjangan institusional media melalui bentuk korporasi dan besarnya badan usaha media.³⁴ Ukuran badan usaha berkaitan dengan integrasi, baik itu secara vertikal maupun horizontal. Horizontal artinya bahwa bentuk badan usaha media tersebut adalah bentuk-bentuk konglomerasi dan monopoli.³⁵ Intregasi horizontal disebut pula keadaan dimana sebuah perusahaan mengintegrasikan produksi dari barang atau jasa yang masih ada di dalam satu tahap produksi di dalam rantai suplai, baik melalui ekspansi internal, akuisisi, ataupun merger. Integrasi ini dapat mengarah ke monopoli, jika barang atau jasa yang mereka integrasikan, berhasil menguasai sebagian besar pangsa pasar. Sedangkan Integrasi vertikal adalah konsentrasi perusahaan dalam suatu jalur usaha atau garis bisnis yang memperluas kendali sebuah perusahaan atas produksi. Radio Gema Surya FM Ponorogo tidak melakukan ekspansi usaha, baik dalam bidang media maupun di bidang yang lain.

Dari penjabaran di atas, penulis melihat upaya-upaya media, dalam hal ini Radio Gema Surya FM Ponorogo melalui fanpage *citizen journalism* PO942 untuk mengatasi hambatan-hambatan ruang dan waktu dalam pendistribusian informasi kepada khalayak. Fanpage *citizen journalism* PO942 menawarkan kemudahan-kemudahan kepada khalayak agar tetap bisa membaca dan membagikan informasinya kepada khalayak lain.

³⁴ Mosco, *The Political Economy of Communication*, 5.

³⁵ Dedi Kurnia Syah Putra, *Political Social Responsibility Dinamika Komunikasi Politik Dialogis* (Jakarta: Prenadamedia, 2019), 179.

C. Strukturasi Fanpage *Citizen Journalism* PO942

Strukturasi membahas tentang agen sebagai pembentuk suatu struktur dan struktur membentuk agen, sehingga menimbulkan terjadinya proses produksi dan reproduksi yang saling mempengaruhi satu dengan yang lainnya. Di dalamnya terjadi proses sosial antar agen untuk saling menukarkan idenya. Proses tersebut berjalan dinamis dan saling mempengaruhi antara satu sama lain. *Citizen journalism* sebagai agen dilibatkan untuk memproduksi informasi bersama redaksi fanpage *citizen journalism* PO942. Dengan keterlibatan tersebut, media menjadi mengetahui informasi apa saja yang sedang dibutuhkan dan disukai masyarakat. Maka dengan adanya *citizen journalism*, pemberitaan yang ada di dalam fanpage *citizen journalism* PO942 bisa diterima dengan baik oleh khalayak lainnya.

Fanpage *citizen journalism*, dalam sistem media massa Indonesia khususnya media radio, sekarang ini sudah bukan lagi warna baru bagi media karena mayoritas media radio telah membangun fanpage informasi semacam ini. Namun begitu, Radio Gema Surya FM Ponorogo berhasil menciptakan warnanya sendiri dalam hal pemberitaan, yakni berkaitan dengan isi dari informasi yang disampaikan. Melalui fanpage *citizen journalism* PO942, agen media yang terlibat, baik *citizen* maupun tim redaksi memiliki kesempatan untuk memperbaiki sistem jurnalistik media yang selama ini berkembang. Meskipun tidak diakui, selama ini pemberitaan dalam media kerap kali tidak lagi melayani publik, melainkan lebih melayani kepentingan *class*, *sex*, dan

objek dari stratifikasi sosial. Pemberitaan menjadi objek dari berbagai pihak yang ingin mendapatkan keuntungan baik finansial maupun non finansial.

Penulis melihat bahwa tim *newsroom* sebagai agen mencoba untuk menyampaikan nilai-nilai yang baru bagi masyarakat Ponorogo terkait pemberitaan yang adil dan seimbang. Melalui fanpage *citizen journalism* PO942 diperkenalkan nilai bahwa masyarakat tidak hanya menjadi objek pemberitaan, tetapi juga merupakan subjek dalam menentukan pemberitaan. Masyarakat memiliki peran aktif untuk meliput sebuah topik dan memiliki kekuatan untuk melaporkannya. Nilai baru yang diperkenalkan mungkin akan mendapat penolakan atau kecaman dari pihak-pihak tertentu jika disampaikan dengan serampangan. Namun melalui strategi yang pas, fanpage *citizen journalism* PO942 mampu menyampaikan nilai baru kepada masyarakat dengan baik.

Kehadiran *citizen journalism* pada pemberitaan media massa bukan lah fenomena baru, begitu pula pada Radio Gema Surya FM Ponorogo. Fanpage *citizen journalism* PO942, meski baru berjalan dua tahun, namun telah berhasil membangun keterlibatan dan membawa dampak positif bagi masyarakat. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya iklan berbayar dan informasi yang masuk dari khalayak setiap harinya. Dengan memberitakan isu-isu lokal, fanpage *citizen journalism* PO942 menjadi rujukan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi terkini dari wilayah lokal Ponorogo.

Fanpage *citizen journalism* PO942 juga berupaya mengapresiasi keterlibatan khalayaknya dengan membangun kepercayaan-kepercayaan.

Salah satu upaya yang dilakukan adalah menyebutkan nama informan atau khalayak ketika penyiar membacakan berita *citizen journalism*. Sebab, fanpage *citizen journalism* PO942 menganggap *netizen* adalah bagian dari mereka.³⁶ Sikap itu juga terlihat dari upaya Radio Gema Surya FM Ponorogo menjalin komunikasi dengan khalayaknya melalui *event* atau kegiatan. Bahkan, dalam jangka panjang Radio Gema Surya FM Ponorogo berencana membuat *Forum Group Discussion* (FGD) untuk menjaring ide dan informasi dari khalayaknya.

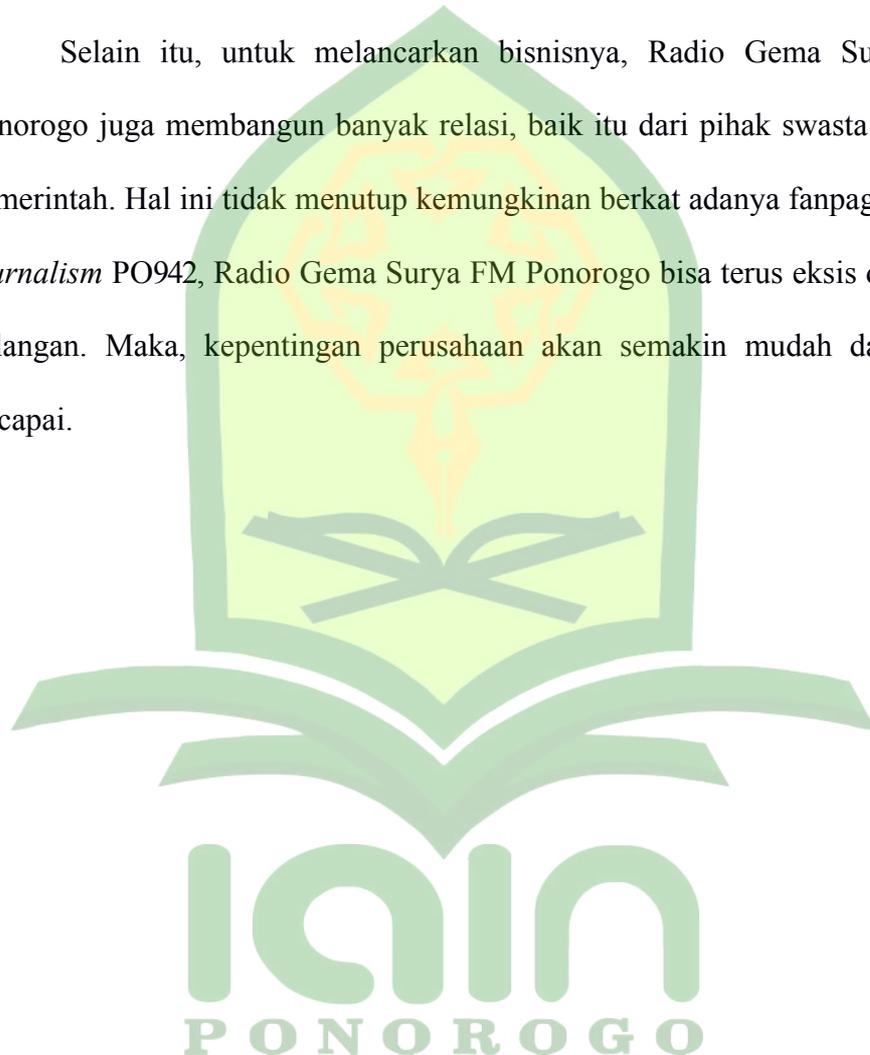
Dalam teori politik komunikasi Vincent Mosco, proses akhir strukturasi adalah serangkaian hubungan sosial dan proses kekuasaan diorganisasikan di antara kelas, gender, ras, dan gerakan sosial, yang masing-masing berhubungan satu sama lain. Dari wawancara penulis dengan Redaktur Fanpage *Citizen Journalism* PO942 diketahui bahwa fanpage *citizen journalism* PO942 memiliki relasi yang baik dengan khalayaknya. Fanpage *citizen journalism* PO942 tidak membedakan kelas dan ras para khalayaknya, baik kelas bawah sampai kelas atas merupakan bagian dari media yang akan selalu dinantikan aspirasinya.

Dengan demikian, dari penjabaran di atas fanpage *citizen journalism* PO942 melakukan upaya-upaya strukturasi dengan khalayaknya. Radio Gema Surya FM Ponorogo sangat memperhatikan apa yang harus diproduksi, apa yang bisa bertahan di masyarakat dalam tujuan kemasyarakatan. Sehingga setiap informasi yang disampaikan sesuai dengan struktur masyarakat yang

³⁶ Lihat transkrip wawancara: 01/W/24-VI/2020.

ada. Radio Gema Surya FM Ponorogo telah memiliki petanya sendiri, yaitu ke seluruh kelas sosial informasi akan disampaikan, karena hal ini juga berpengaruh terhadap keberlangsungan media ke depannya.

Selain itu, untuk melancarkan bisnisnya, Radio Gema Surya FM Ponorogo juga membangun banyak relasi, baik itu dari pihak swasta maupun pemerintah. Hal ini tidak menutup kemungkinan berkat adanya fanpage *citizen journalism* PO942, Radio Gema Surya FM Ponorogo bisa terus eksis di semua kalangan. Maka, kepentingan perusahaan akan semakin mudah dan cepat tercapai.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah menemukan dan menganalisis hasil temuan data dengan menggunakan analisis ekonomi politik komunikasi Vincent Mosco pada fanpage *citizen journalism* PO942 yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Komodifikasi pada fanpage *citizen journalism* PO942 terlihat di hampir semua unggahannya, sebagaimana aspek-aspek berikut: [a] komodifikasi isi dengan memfokuskan konten pada informasi yang disukai dan dibutuhkan masyarakat; [b] komodifikasi khalayak dengan mendayagunakan dan melibatkan pembaca dalam memproduksi pesan dalam bentuk kiriman berita maupun komentar yang kemudian dijual kepada pemasang iklan, dan [c] komodifikasi pekerja dengan melibatkan karyawan perusahaan, baik itu yang berada di *newsroom* maupun di lapangan (jurnalis profesional) dalam pemberitaan fanpage *citizen journalism* PO942.
2. Spasialisasi fanpage *citizen journalism* PO942 telah dilakukan dengan cukup baik, dengan melakukan *update* informasi setiap harinya dan melakukan penggabungan media dalam hal pemberitaan, sehingga khalayak tidak mengalami hambatan untuk mendapatkan informasi.
3. Strukturasi pada fanpage *citizen journalism* PO942 terlihat dari perlakuan terhadap khalayak yang dianggap sebagai bagian dari media dengan tidak

membeda-bedakan kelas dan ras. Radio Gema Surya FM Ponorogo juga membangun relasi dengan pihak swasta maupun pemerintah, karena hal itu akan berpengaruh terhadap keberlangsungan media ke depannya.

B. Saran

Berdasarkan penelitian di atas, berikut adalah saran yang diharapkan bermanfaat untuk Radio Gema Surya FM Ponorogo maupun penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Hal penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran atau referensi tambahan bagi para akademisi di bidang yang sama yakni ilmu komunikasi khususnya mengenai ekonomi politik komunikasi khususnya bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo. Namun, studi lebih lanjut mengenai ekonomi politik komunikasi juga perlu dilakukan guna menambah aspek-aspek yang belum tercantum dalam penelitian ini.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan atau bahan rujukan bagi Radio Gema Surya FM Ponorogo khususnya redaksi fanpage citizen journalism PO942 untuk memaksimalkan dan mengoptimalkan kinerjanya dalam kegiatan produksi dan distribusi pemberitaan. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi pembaca atau khalayak yang mengonsumsi media untuk lebih cerdas dan aktif melihat fenomena sosial dengan membagikan dan memfilter semua informasi yang dikonstruksikan melalui berbagai media.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharismi. *Prosedur Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bina Sarana, 1985.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2013.
- Hadi, Sutrisno. *Metode Research*. Yogyakarta: Andi Offset, 1994.
- Halim, Syaiful. *Postkomodifikasi Media*. Yogyakarta: Jalasutra, 2013.
- Heryanto, Gun Gun. *Komunikasi Politik di Era Industri Citra*. Jakarta: Lasswell Visitama, 2010.
- Ibrahim, Idi Subandi dan Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2014.
- Kriyantono, Rachmad. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Kusumaningrat, Hikmat dan Purnama Kusumaningrat. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.
- Moenandir, Jody. *Filosofi, Metodologi Penelitian, dan Komunikasi Ilmiah*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011.
- Moloeng, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- Mosco, Vincent. *The Political Economy of Communication*. London: Sage Publication, 2009.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.
- Nasrullah, Rulli. *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana, 2012.
- *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.

- Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007.
- Nugraha, Pepih. *Citizen Journalism Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman*. Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2012.
- Nugrahani, Farida. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta, 2014.
- Nurudin. *Jurnalisme Masa Kini*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2018.
- Putra, Dedi Kurnia Syah. *Political Social Responsibility Dinamika Komunikasi Politik Dialogis*. Jakarta: Prenadamedia, 2019.
- Raco, J. R. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo, 2010.
- Rizki, Juni Wati Sri. *Kepemilikan Media dan Ideologi Pemberitaan*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Rusadi, Udi. *Kajian Media, Isu Ideologis dalam Perspektif, Teori dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.
- Sambo, Masriadi dan Jafaruddin Yusuf. *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*. Depok: Prenadamedia Group, 2017.
- Santana K., Septian. *Jurnalisme Kontemporer Edisi Kedua*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Tambunaka, Apriadi. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2013.
- Widi, Restu Kartiko. *Asas Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Skripsi dan Jurnal

- Arianto, “Ekonomi Politik Lembaga Media Penyiaran”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.1, No.2, (Oktober 2011): 194.
- Fahrudin, Dedi. “Konglomerasi Media, Studi Ekonomi Politik Terhadap Media Group”. *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia (JISI)*, No.2, (September 2014): 97.

- Nasrullah, Ruli. "Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media dan Realitas Virtual di Media Sosial". *Jurnal Sosioteknologi*. Nomor 2. (Agustus 2018): 272.
- Subandi, Zera Edenzwo dan Teguh Priyo Sadono. "Komodifikasi, Spasialisasi, dan Strukturasasi dalam Media Baru Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon)". *dalam Jurnal National Conference of Creative Indsutri: Sustainable Tourism Industry for Economic Development*. (September 2018): 826.
- Subarkah, Aryo, Faruk HT, dan Budi Irawanto, "Menyoroti Jurnalisme Warga: Lintasan Sejarah, Konflik Kepentingan, dan Keterkaitannya dengan Jurnalisme Professional", *Kajian Jurnalisme*, Nomor 01, (2019): 4.
- Sugiharto, Amin. *Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gema Surya FM Ponorogo Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pengiklan*. Universitas Muhammadiyah Ponorogo: Ilmu Komunikasi, 2014.
- Sukmawati. *Partisipasi Citizen Journalism Terhadap Media Online Tribun Timur*. UIN Alauddin Makassar: Dakwah dan Komunikasi, 2017.
- Wangi, Maya Sekar. "Komoditi Sosial dalam Industri Media Massa". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Nomor 1. (April 2007): 63.
- Yulianti, Tika. *Komodifikasi Media Cetak Analisis Ekonomi Politik pada Media Indonesia*. UIN Syarif Hidayatulla Jakarta: Dakwah dan Komunikasi, 2015.
- Zulfiningrum, Rahmawati. "Spasialisasi dan Praktik Konglomerasi Media Kelompok Kompas Gramedia". *Jurnal Aspikom*. Nomor 3. (Juli 2014): 141.

Internet

- Aliansi Jurnalis Indonesia, <http://aji.or.id> diakses pada Senin, 29 Juni 2020 pukul 10.30 WIB.
- Anzdoc, *Sejarah Perkembangan Citizen Journalism dan Pewadahan Citizen Journalist*, <http://adoc.tips> diakses pada Rabu 1 Juli 2020 pukul 19.00 WIB.
- Dece Mulyono, *Strukturasi Media Massa di Indonesia*, decemulyono.blogspot.com diakses pada Selasa 30 Juni 2020 pukul 20.00 WIB.
- Domini, Misericordias. *Menelisik Fenomena Citizen Journalism (Jurnalisme Warga Negara)*. www.kompasiana.com diakses pada Rabu 1 Juli 2020 pukul 21.00 WIB

<https://gemasuryafm.com> diakses pada 15 Desember 2019 10.30 WIB.

www.kominfo.go.id, diakses pada 25 Juni 2020 pukul 19.30 WIB.

www.panduansukses.com diakses pada 10 Juli 2020 20:49 WIB.

