

**PERAN CITIZEN JOURNALISM DALAM
MENGEMBANGKAN WISATA ALAM
URAT NI HUTA DI INSTAGRAM
@HORASTAPANULIUTARA**

SKRIPSI

Oleh:

NURHAJIJAH PASARIBU

NPM 1603110200

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Jurnalistik



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

PERAN CITIZEN JOURNALISM DALAM
MENGEMBANGKAN WISATA ALAM
URAT NI HUTA DI INSTAGRAM
@HORASTAPANULIUTARA

SKRIPSI

Oleh:
NURHAJJAH PASARIBI
NPM 1603110200

Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Jurnalistik



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021

ACC
Pemb
13/8/2021
[Signature]

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



Telah selesai bimbingan diberikan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama : NUR HAJJAH PASARIBU
NPM : 1603110200
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PERAN CITIZEN JOURNALISM DALAM
MENGEMBANGKAN WISATA ALAM URAT NI HUTA
DI INSTAGRAM @HORASTAPANULIUTARA

Medan, Mei 2022

PEMBIMBING

Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, S.Sos, M.I.Kom

DISETUJUI OLEH
KETUA PROGRAM STUDI

AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom

DEKAN

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : NUR HAJJAH PASARIBU
NPM : 1603110200
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, Tanggal : Senin, 14 Maret 2022
Waktu : 08.00 Wib s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom

PENGUJI III : Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom

PANITIA UJIAN

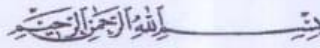
Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

Sekretaris

ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom

PERNYATAAN



Dengan ini saya, NUR HAJIJAH PASARIBU, NPM 1603110200, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau mengambil karya ilmiah orang lain, adalah tindakan kejahatan yang dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis di dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi ini saya beserta nilai-nilai ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, Mei 2022
Yang Menyatakan



NUR HAJIJAH PASARIBU
NPM. 1603110200

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb,.

Alhamdulillah rabbil'alaminn, puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Salam dan shalawat tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa ummat dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang, yang memberikan segala ilmu pengetahuan kepada ummat yang sangat berguna baik untuk kepentingan dunia maupun akhirat kelak.

Skripsi merupakan salah satu syarat wajib untuk menyelesaikan pendidikan sarjana di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berjudul **“Peran Citizen Journalism Dalam Mengembangkan Wisata Alam Urat Ni Huta Di Instagram @Horastapanuliutara”**, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena dalam proses penyelesaiannya tidak sedikit kesulitan dan hambatan dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa doa, usaha, bimbingan, dan juga arahan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang teristimewa orangtua peneliti ayahanda Muhammad Agus Syukur Pasaribu dan Ibunda Ristama Ronauli Siregar atas segala upaya yang telah membesarkan, mendidik, memberikan dukungan dan doa'nya dan kepada kakak dan adikku tersayang yang selalu membantu dan

memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi, semoga peneliti bisa menjadi anak yang membanggakan keluarga. Dan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dra. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Muhammad Said Harahap, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Ansori, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik penulis sampai sekarang ini.
9. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu surat menyurat penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Kepada para kakak dan adikku tersayang Fitrah Gusrona Pasaribu, Hanna Samira Pasaribu, Rizky Ari Romaito Pasaribu, Putri Novia Ramadani Pasaribu, Sulaiman Maulana Pangidoan Pasaribu, Tasbih Agtama Pasaribu, dan Misykah Atiyah, yang selalu ada untuk mendukungku agar dapat mewujudkan cita-cita dan menjadi manusia yang lebih baik lagi.
11. Kepada sahabat saya Theresia Megawati Nababan yang selalu membantu memberikan masukan, motivasi dan membangkitkan semangat peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
12. Kepada sahabat seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi Febriana Ginting, yang selalu membantu dalam segala hal dan selalu bersama dalam suka duka perkuliahan, semoga setelah wisuda kita berdua bisa menjadi orang yang sukses.
13. Kepada sahabat tempat mencurahkan keluh kesah Widya Ariati Haryanto, terima kasih karena sudah menjadi sahabat yang baik dan sabar dalam menghadapi semua tingkah saya.
14. Kepada sahabat lama Dina Aprilia Sianipar dan Cindy Claudya Marseni Simarmata yang selalu ada untuk membuat tertawa dikala saya stress.
15. Kepada teman-teman jurusan jurnalistik Reni Syafitri, Ratna Sari Harahap, Bagus, Ali, dan Bang Rendy. Semoga kita semua menjadi orang sukses.
16. Kepada para sanak saudara yang berada di Medan maupun Tarutung, yang selalu mendokan dan menyemangati saya agar skripsi ini bisa selesai.
17. Kepada narasumber saya abang Yogi Pasaribu, terimakasih karena sudah meluangkan waktu untuk membantu dalam memberikan informasi tentang

instagram @Horastapanuliutara kepada saya sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik dan benar.

18. Kepada para penyanyi favorit saya Post Malone, The Weeknd, Billie Eilish, dan Nessa Barret, yang sudah menemani saya selama mengerjakan skripsi ini, dengan mendengarkan lagu-lagu mereka saya yakin bisa melewati masa-masa sulit dan membuat saya semakin semangat dalam menyelesaikan skripsi.
19. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat diselesaikannya skripsi ini.
20. *Last but not least, i wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Peneliti berharap skripsi ini dapat berguna bagi masyarakat dan siapa saja yang membaca skripsi ini. Peneliti mohon maaf atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Peneliti berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, peneliti ucapkan terima kasih. Wassalamu'alaikum. Wr.Wb.

Medan, 03 April 2021

Peneliti

NURHAJIJAH PASARIBU
NPM. 1603110200

**PERAN CITIZEN JOURNALISM DALAM
MENGEMBANGKAN WISATA ALAM URAT NI HUTA
DI INSTAGRAM @HORASTAPANULIUTARA**

**Nurhajjah Pasaribu
1603110200**

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana peran *citizen journalism* dalam mengembangkan wisata alam urat ni huta yang berada di Siborong-borong dalam *instagram* @Horastapanuliutara. Penelitian ini bertujuan untuk melihat partisipasi masyarakat melihat konten yang telah diupload kedalam sebuah postingan di media sosial *instagram* dengan judul “Piknik Di Urat Ni Huta”. Selain itu penelitian ini juga dilakukan untuk melihat peran media sosial atau media *online* terhadap penyampaian masyarakat mengenai informasi. Teknik penelitian data yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan bagaimana kegiatan *citizen journalism* di akun *instagram* @Horastapanuliutara, serta teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa peran *citizen journalism* dalam mengembangkan wisata alam urat ni huta di *instagram* @Horastapanuliutara cukup berperan penting dalam perkembangan wisata itu sendiri. Dengan adanya penyampaian informasi mengenai pariwisata di *instagram* ini memudahkan masyarakat untuk mengetahui keberadaan tempat tersebut. Setelah diupload kedalam *instagram* @Horastapanuliutara wisata alam urat ni huta kini banyak dikunjungi oleh masyarakat dari dalam maupun luar Tapanuli Utara.

Kata Kunci : Citizen Journalism, Instagram, Mengembangkan Wisata Alam

DAFTAR ISI

HAL. BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	
HAL. PENGESAHAN	
HAL. PERNYATAAN	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II URAIAN TEORITIS.....	6
2.1 Komunikasi.....	6
2.2 Citizen Journalism	9
2.3 Jurnalistik Online.....	16
2.4 Foto Jurnalistik	20
2.5 Aplikasi Instagram.....	24

2.6 Media Sosial	38
2.7 Analisis Deskriptif Kualitatif.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Jenis Penelitian	48
3.2 Kerangka Konsep	48
3.3 Defenisi Konsep	49
3.4 Kategorisasi Penelitian	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.6 Teknik Analisis Data	51
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	53
3.8 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian.....	54
4.2 Pembahasan	62
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Simpulan.....	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Kerangka Konsep.....	48
Tabel 3.4 Kategorisasi Penelitian.....	50
Tabel 4.1.3 Struktur Organisasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4.1 Logo Instagram	25
Gambar 2.4.2 Tampilan Aplikasi Instagram dari Web	26
Gambar 4.1.2 Logo Instagram @Horastapanuliutara	59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Zaman dan teknologi yang semakin berkembang membawa pengaruh besar kepada kemajuan industri media. Pada era informasi dan komunikasi saat ini, masyarakat sangat membutuhkan media dalam memenuhi kebutuhan tentang informasi. Sementara itu, disaat yang sama media juga harus terus meningkatkan produksinya serta pelayanannya untuk memuaskan masyarakat.

Saat ini perkembangan media turut ambil bagian dalam penyebaran informasi. Kehadiran media *online* mempermudah orang lain untuk mendapatkan informasi yang dia inginkan, bahkan informasi yang berada sangat jauh dari diri mereka. Kecepatan dan kemudahan menjadikan media *online* sebagai primadona pada zaman ini. Sejak kemunculan, internet dapat mempermudah proses komunikasi dan bertukar informasi yang ada di seluruh dunia, dimana komputer-komputer saling berhubungan dari satu jaringan dengan jaringan lain sehingga terjadi pertukaran informasi.

Salah satu fenomena aktual yang berkaitan dengan proses penyebaran informasi adalah maraknya aktivitas *blog* yang sering disebut dengan *citizen journalism* atau jurnalisme warga negara. Kalau kita mengikuti defenisi jurnalisme dalam arti klasik selama ini, *citizen journalism* tentu saja bukan jurnalisme. Tetapi, ia hanya sebuah aktivitas seperti layaknya seseorang menulis buku harian, hanya medianya saja memakai internet.

Namun, tak bisa dipungkiri, *citizen journalism* sebuah *genre* yang sudah menggejala pada masyarakat digital saat ini. Jurnalisme dimasukkan ke dalam rumpun ilmu sosial. Ia bukan ilmu pasti. Sebagaimana konsekuensi logis dari ilmu sosial, sejatinya jurnalisme mengikuti tren perubahan sosial atau peradaban umat manusia. Jurnalisme mengikuti hukum dinamisme ilmu sosial. Sebagai praktik dan ilmu umat manusia, jurnalisme bukan barang baru dalam kehidupan kita. Ada sejarah yang sangat panjang telah dilaluinya. (Sambo&Yusuf:2017)

Dalam menyampaikan informasi ada banyak media yang bisa digunakan. Dalam kegiatan *citizen journalism* banyak masyarakat menggunakan media *online*. Media *online* adalah media massa yang tersaji secara *online* di situs *web* internet. Salah satu bentuk media *online* adalah berupa sosial media seperti *twitter*, *youtube*, *facebook*, dan *instagram*. Melalui sosial media tersebut, masyarakat dapat saling bertukar informasi satu sama lainnya dengan lebih mudah dan *efektif*.

Kemudahan untuk bertukar informasi itu pun ikut dirasakan oleh masyarakat Tapanuli Utara. Saat ini, di wilayah Tapanuli Utara banyak bermunculan akun-akun sosial media, terutama *instagram* yang memberikan berbagai jenis informasi, mulai dari informasi tempat wisata, kuliner, hingga berita. Salah satu akun *instagram* yang paling banyak diikuti oleh masyarakat adalah akun *instagram* @Horastapanuliutara dengan total pengikut sebanyak 32,900. Angka tersebut merupakan angka yang cukup besar dibandingkan dengan akun-akun sejenisnya untuk wilayah Tapanuli Utara.

Selain itu, akun *intagram* @Horastapanuliutara juga merupakan wadah untuk memberikan informasi tentang lowongan pekerjaan dan juga promosi barang atau jasa. Akun *instagram* @Horastapanuliutara juga sudah mempunyai *youtube channel* resmi yaitu Horastapanuliutara Channel. Maka dari itu, secara tidak langsung kegiatan yang dilakukan oleh akun @Horastapanuliutara bisa disebut sebagai kegiatan *citizen journalism*.

Akun *instagram* @Horastapanuliutara merupakan salah satu contoh akun yang memanfaatkan sosial media untuk berbagai informasi, khususnya informasi mengenai Kota Tarutung, Siborong-Borong dan sekitarnya. Akun ini berbagi informasi dengan cara *merepost* atau *upload* ulang postingan masyarakat yang sudah menandai di akun *instagram* @Horastapanuliutara. Pada awalnya akun tersebut dibuat untuk berbagi keindahan alam Kota Tarutung dan sekitarnya, namun akhir-akhir ini akun @Horastapanuliutara tidak hanya memberikan informasi seputar spot wisata yang ada di Tarutung saja, tetapi juga memberikan informasi seputar wisata yang ada di Siborong-Borong dan sekitarnya.

Akun *instagram* @Horastapanuliutara adalah salah satu media *online* yang menghadirkan kegiatan *citizen journalism*, salah satunya dalam konten Piknik Di Urat Ni Huta. Urat ni huta adalah tempat wisata alam yang berada di Kota Siborong-Borong. Wisata ini sedang banyak dibicarakan oleh masyarakat media sosial karena keindahan alamnya yang selama ini tersembunyi. Selain itu, masyarakat juga berpendapat bahwa wisata alam urat ni huta memiliki view keindahan yang mirip dengan New Zealand.

Sebelumnya tidak banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan tempat wisata ini, karena tidak banyak yang tau maka sampai sekarang wisata alam urat ni huta masi sangat terjaga keasriannya. Akun *instagram* @Horastapanuliutara menjadi akun pertama yang menginformasikan tentang wisata alam urat ni huta di media sosial. Setelah diupload, postingan dengan judul Piknik Di Urat Ni Huta banyak menarik komentar masyarakat. Dari peristiwa ini menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana peran akun @Horastapanuliutara sebagai *Citizen Journalism* mempengaruhi perkembangan Wisata Alam Urat Ni Huta yang berada di Siborong-Borong.

1.2 Pembatasan Masalah

Peneliti menganalisis objek penelitian hanya pada peran akun *instagram* @Horastapanuliutara sebagai *Citizen Journalism* terhadap perkembangan wisata alam urat ni huta dengan menggunakan Analisis Deskriptif Kualitatif.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana peran akun *instagram* @Horastapanuliutara sebagai *Citizen Journalism* dapat mempengaruhi perkembangan wisata alam urat ni huta?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peran akun *instagram* @Horastapanuliutara sebagai *citizen journalism* dapat mempengaruhi perkembangan wisata alam urat ni huta.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Secara Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kontribusi penelitian pada program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi jurnalistik khususnya yang berkaitan dengan *citizen journalism*, jurnalistik *online*, dan media sosial.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi siapa saja yang sedang mempelajari tentang *citizen journalism* atau jurnalisme warga negara, jurnalistik *online*, dan media sosial khususnya instagram.

c. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan peneliti mengenai bagaimana pengaruh *citizen journalism* atau jurnalisme warga negara, jurnalistik *online*, dan media sosial di masa sekarang ini.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

Pada dasarnya, komunikasi ialah suatu proses penyampaian pesan antara komunikan dan komunikator melalui media tertentu dan mengharapkan adanya umpan balik (*feedback*). Di dalam berkomunikasi diharapkan adanya pemahaman makna yang sama antara komunikan dan komunikator agar tujuan komunikasi dapat tercapai.

Menurut Theodorson dan Theodorson komunikasi adalah penyebaran informasi, ide-ide sebagai sikap atau emosi dari seseorang kepada orang lain terutama melalui simbol-simbol (Suprpto:2009). Komunikasi adalah merupakan proses interaksi antara manusia dengan manusia dan juga antara manusia dengan lingkungan. Dua atau lebih individu berinteraksi dan mempengaruhi gagasan, opini, kepercayaan dan sikap satu sama lain. Mereka bisa saling tukar menukar informasi melalui berbicara, gerakan bagian badan, tanda dan lambang, ekspresi dan lain-lain. (Purba:2020)

Komunikasi memiliki banyak fungsi. Jika dilihat dari pendapat para ahli di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa fungsi komunikasi merupakan aspek yang sangat penting di kehidupan sehari-hari. Seperti contoh, manusia berkomunikasi dengan manusia lain untuk saling melengkapi kebutuhannya. Karena manusia diciptakan dengan kemampuan yang berbeda-beda sehingga dengan adanya komunikasi maka kebutuhan antar manusia pun dapat terpenuhi.

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan menggunakan media sebagai alat bantu penyampaian informasi dengan tujuan memberikan pengaruh atau efek perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Adapun pendapat yang mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain atau khalayak.

Hampir setiap hal yang ada di kehidupan kita membutuhkan komunikasi. Termasuk dengan Tuhan, kita membutuhkan komunikasi agar dapat terhubung dengan Tuhan, seperti sholat dan berdoa. Oleh karenanya, komunikasi merupakan pembahasan yang sangat luas dan ada di berbagai bidang ilmu pengetahuan. Semua makhluk hidup pada dasarnya berkomunikasi. Komunikasi sebagai praktik sudah ada seiring dengan diciptakannya manusia dan manusia menggunakan komunikasi dalam rangka melakukan aktivitas sosialnya.

Komunikasi merupakan proses yakni aktivitas yang nonstatis, bersifat terus menerus ketika bercakap- cakap dengan seseorang misalnya, kita tentu tidak diam saja. Didalam kita membutuhkan perencanaan, menciptakan pesan baru, mengatur nada, merespon dan mengubah posisi tubuh agar terjadi kesesuaian dengan lawan bicara dan menginterpretasikan pesan. Komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau symbol. Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini, ide, peristiwa dan lainnya. Lambang bisa

merupakan bahasa lisan atau tulisan dan bisa juga berupa isyarat, signal, gambar, warna dan lainnya. Dalam proses komunikasi di bangun oleh beberapa unsur yaitu komunikator, pesan, media, penerima (komunikan) dan efek.

Manusia sebagai makhluk hidup yang memiliki kemampuan untuk berkomunikasi, dan menjadikan komunikasi sebagai keterampilan hidup yang digunakan untuk melakukan hubungan antara satu dengan yang lain. Beberapa peninggalan zaman prasejarah menunjukkan kemampuan manusia dalam menggunakan simbol sebagai sumber penunjuk keberadaan dan untuk komunikasi mereka.(Hakki&Rustan:2017)

Komunikasi merupakan kegiatan manusia untuk saling memahami atau mengerti suatu pesan antara komunikator dan komunikan. Biasanya, diakhiri dengan suatu hasil yang disebut sebagai efek komunikasi. Komunikasi yang merupakan komunikasi sosial, terkait dengan hubungan antar manusia di dalamnya. Komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna di dalam sesuatu yang dipercakapkan atau disampaikan.

Kesamaan makna dalam hal ini adalah kesamaan bahasa yang dipakai dalam penggunaan suatu kalimat atau kata yang disampaikan dalam suatu bahasa tertentu. Meski demikian, hal tersebut belum menjamin terjadinya kesamaan makna bagi orang lain yang disebabkan karena kesalahan pengertian dari makna yang terkandung dalam bahasa tersebut. Apabila kedua orang yang berbahasa dan bermakna sama di dalam suatu pengertian maka disebut sebagai komunikatif.

2.2 *Citizen Journalism*

Citizen journalism atau jurnalisme warga adalah suatu bentuk kegiatan jurnalisme yang dilakukan oleh warga biasa. Maksud dari warga biasa yaitu warga yang bukan berstatus sebagai jurnalis profesional. Jadi, seorang warga biasa tanpa harus berlatar belakang pendidikan jurnalistik atau ilmu kewartawanan dapat melakukan kegiatan jurnalisme dan menyampaikan berita dengan gayanya sendiri. Kegiatan jurnalisme dalam *citizen journalism* ini maknanya masih sama, yaitu seperti kegiatan jurnalisme yang biasanya dimaknai sebagai kegiatan seputar aktivitas mengumpulkan, dan menyebarkan informasi. (Kusumaningati:2012)

Meskipun terlihat partisipatif, jurnalisme warga adalah praktik yang timpang dan diskriminatif karena hanya bisa diakses oleh warga yang memiliki modal atau syarat-syarat yang tidak semua orang memilikinya. Ketika seseorang tak mampu secara ekonomi berlangganan internet, maka akan sulit baginya terlibat dalam praktik jurnalisme warga berbasis internet. Mungkin saja ada strategi-strategi alternatif yang dilakukan agar bisa mengakses internet dan terlibat dalam praktik jurnalisme warga. Namun, mereka yang punya modal kuat berpeluang tetap diuntungkan. Mereka yang terlibat harus paham pula bagaimana mengelola informasi dengan baik, sementara tidak semua warga mampu melakukannya.

Citizen journalism merupakan sebuah konsep berdasarkan pada kegiatan orang biasa dalam memproduksi berita dan informasi. *Citizen journalism* memberikan kesempatan besar pada siapapun untuk dapat terlibat dalam proses pengumpulan berita dan penyiaran berita. Mereka berpendapat bahwa *citizen*

journalism dapat memberikan suara kepada mereka “yang tak bersuara” untuk menyampaikan pikiran dan juga untuk mendapatkan akses untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi. Lebih lanjut lagi seseorang tidak hanya mampu melaporkan sebuah fakta tetapi juga mengekspresikan pengalaman dan emosinya.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong lahirnya *Citizen journalism* atau Jurnalisme Warga. Sebagai sebuah fenomena baru jurnalisme warga ini telah menyebar di seluruh dunia. Berdasarkan para akademisi, bentuk baru dari jurnalisme ini telah dipercaya dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap masyarakat, baik bagi masyarakat Negara berkembang ataupun Negara maju. Sebagai contoh, di Pakistan, kemunculan jurnalisme warga ini telah merangsang pertumbuhan 124 radio swasta, padahal sebelumnya di negara tersebut hanya terdapat satu radio yang dimiliki oleh Negara.(Riaz:2011)

Citizen journalism berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi, media terutama internet. Karena setiap orang kini bisa menulis dan menyampaikan tulisannya kepada khalayak dengan mudah. Saat ini di Indonesia *citizen journalism* berkembang dengan cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya *blog* yang ada di Indonesia dan dibuat oleh masyarakat Indonesia.

Keberadaan *blog* tersebut telah menandakan *citizen journalism* merupakan satu fenomena yang diminati dan akan terus berkembang dalam masyarakat. Keterbukaan dalam hal pengaksesan ataupun penyampaian informasi yang dimiliki oleh *citizen journalism* yang seiring dengan perkembangan jurnalisme *online* yang terus meningkat, menyebabkan keberadaan *citizen journalism* akan

terus eksis. Terbukanya akses terhadap informasi yang disediakan oleh *citizen journalism*, diyakini akan dapat memberikan manfaat besar bagi masyarakat. Bagaimanapun, karena orang-orang yang melakukan aktivitas *citizen journalism* bukan merupakan jurnalis terlatih, terdapat kemungkinan bahwa informasi yang disiarkan menggunakan bahasa polos dan tanpa melalui proses editing. Fitur yang ditawarkan oleh *citizen journalism* ini lah yang membedakan dengan bentuk jurnalisme tradisional yaitu akses yang luas terhadap pembuatan dan penyebaran informasi.

Pada bentuk jurnalisme *mainstream* atau jurnalisme tradisional hanya orang-orang tertentu yang mendapatkan akses untuk menyebarkan informasi. Sehingga apa yang disampaikan terkadang bukan merupakan informasi yang diinginkan atau dibutuhkan masyarakat untuk dapat meningkatkan kesejahteraannya. Telah banyak penelitian yang menyatakan bahwa pada masa sekarang ini, dalam pemberitaannya, media telah dipengaruhi berbagai macam kepentingan yang menguntungkan pihak-pihak tertentu.

Dalam menyiarkan informasinya, *citizen journalism* bisa dilakukan dengan mengirim tulisannya kepada media massa seperti koran atau media *online*, kemudian redaksi memutuskan apakah tulisan tersebut layak atau tidak untuk dipublikasikan melalui media massanya. Cara lain yang juga bisa dilakukan menggunakan *blog*, di sini *citizen journalism* bisa juga disebut sebagai *blogger*. Tapi tidak semua *blogger* merupakan *citizen journalism*.

a. Sejarah Citizen Journalism

Citizen journalism atau jurnalisme warga negara mulai berkembang di seluruh dunia sejak kehadiran internet di seluruh dunia. Perkembangan terbesar di bidang komunikasi 40 tahun terakhir adalah penemuan dan pertumbuhan internet. Lahirnya komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diversifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, komputer, dan televisi menjadi satu, dan menandai teknologi yang disebut dengan 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 hanya dalam one click way. Sejarah dan perkembangan CJ di dunia sebenarnya telah berlangsung lama, sejak dua dekade lalu. Nicholas Lemann, profesor di Columbia University Graduate School of Journalism, New York City, Amerika Serikat, mencatat, kelahiran jurnalisme publik dimulai melalui gerakan pada Pemilu 1988. Saat itu publik mengalami erosi kepercayaan terhadap media-media mainstream seputar pemilihan presiden AS.(<http://wikipedia>)

Citizen journalism sendiri mulai berkembang dan diakui di Asia pada tahun 2004. Mulai ditandai oleh kemunculan berbagai media *online*, termasuk *blog-blog*. Media *Online* merupakan wujud nyata dari lahirnya *citizen journalism*. Sebab memulai media *online* seseorang dapat secara krisis menulis dan tulisannya termasuk dapat dibaca oleh seluruh orang didunia. *Citizen journalism* berkembang di Indonesia, tercatat diawali dengan kemunculan beberapa situs *citizen journalism* yang digagas oleh warga masyarakat biasa hingga bentuk kolaborasi antara jurnalis profesional dengan jurnalis warga. Pada beberapa bentuk situs

citizen jurnalis, mereka menerapkan aturan yang ketat supaya dapat menyajikan informasi yang berkualitas seperti yang dilakukan pada situs *Panyingkul.com* dan situs *Politikana.com*. Demi menjaga akurasi berita para administrator atau tim manajemen melakukan proses editing secukupnya pada hal-hal mendasar tanpa mengurangi makna dan merubah perspektif penulis. Sementara *Panyingkul.com* selain memberikan hak warga masyarakat dalam informasi, ia juga menyediakan akses terhadap berbagai grup sosial dan ruang bagi kaum minoritas. Istilah Citizen Journalism digunakan untuk menjelaskan aktivitas pencarian, pemrosesan, sampai pada penyajian berita yang semuanya dilakukan oleh warga nonprofesional. Merujuk pada latar belakang dan pengertian Citizen Journalism ini sendiri, dapat disimpulkan bahwa Citizen Journalism merupakan sarana untuk mencapai suatu demokrasi.(Yani:2012)

b. Peran dan Fungsi Citizen Journalism

Peran dan fungsi *citizen journalism* sama seperti peran dan fungsi jurnalistik pada umumnya, yaitu sebagai sumber informasi, hiburan, hingga berita. Dengan adanya *citizen journalism* jaringan informasi dan sumber informasi akan lebih luas.

c. Prinsip Dasar Citizen Journalism

Sebagai suatu bentuk kegiatan jurnalistik, jurnalisme warga atau yang biasa diartikan sebagai *citizen journalism* juga memiliki beberapa prinsip dasar, yaitu:

- 1) Pewarta atau reporternya adalah pembaca, khalayak ramai, atau siapapun yang memiliki informasi tertentu.

- 2) Berita atau informasi yang diterbitkan dapat diberikan komentar, koreksi, serta klarifikasi oleh siapapun.
- 3) Karena tidak dibawah naungan sebuah perusahaan media, maka biasanya jurnalisme warga tidak berorientasi pada keuntungan.
- 4) Sampai saat ini masih didominasi oleh media-media online.
- 5) Terdapat komunitas-komunitas yang sering melakukan pertemuan.
- 6) Tidak membedakan pewartanya merupakan profesional atau amatir.
- 7) Tidak ada seleksi ketat terhadap beritanya yang hendak disebar.
- 8) Ada yang dikelola secara profesional namun ada juga yang sekadar amatir.
- 9) Interaksi antara pembaca dan penulis dapat berlangsung melalui kontak komentar atau email.(<http://wikipedia>)

d. Bentuk-Bentuk Citizen Journalism

Citizen journalism atau yang bisa disebut juga jurnalisme warga dibagi dalam beberapa bentuk, yaitu:

- 1) Pemberdayaan masyarakat. Yang termasuk dalam kategori ini ialah komentar yang dicantumkan dalam sebuah berita, blog pribadi, foto atau video yang direkam dari kamera telepon genggam, ataupun berita yang ditulis oleh suatu komunitas.
- 2) Berita independen atau web seperti consumer reports, drudge report.
- 3) Partisipasi pada berita situs (web partisipatoris).
- 4) Situs media kolaboratif.
- 5) Tulisan dalam milis atau e-mail.
- 6) Situs pemancar pribadi. (<http://wikipedia>)

e. Kelebihan dan Kekurangan Citizen Journalism

Jurnalisme warga atau *citizen journalism* mempunyai beberapa kelebihan dan kekurangan, adapun kelebihan yang dimiliki *citizen journalism*, yaitu:

- 1) Murah, cepat dan mudah diakses. Dengan adanya warga yang tersebar dan dekat dengan peristiwa, maka berita akan cepat didapat, selain itu berita yang didapat oleh media tak jarang juga gratis. Akses terhadap berita juga sangat mudah, karna publikasi yang dilakukan dapat melalui berbagai media seperti sosial media atau media *online* lain.
- 2) Memberi masyarakat ruang untuk berpendapat. Salah satu manfaat jurnalisme warga ialah untuk memberi ruang berpendapat bagi masyarakat, sehingga demokrasi juga menjadi salah satu nilai yang muncul dengan adanya jurnalisme warga.
- 3) Munculnya sudut pandang baru. Banyaknya masyarakat dengan sudut pandang yang berbeda dalam melihat suatu peristiwa menghadirkan berita yang beragam serta dekat dengan masyarakat.
- 4) *Self regulatory* atau berita yang dilaporkan tidak terikat pada suatu peraturan.
- 5) Menjadi pengganti media tradisional dalam melaporkan berita.

Selain memiliki kelebihan, *citizen journalism* juga memiliki kelemahan, adapun beberapa kelemahan pada *citizen journalism*, yaitu:

- 1) Munculnya berita bohong, kualitas yang rendah, dan kesulitan *verifikasi*. Adanya kebebasan dan ketiadaan aturan membuat berita yang dipublikasi terkadang memiliki kualitas rendah selain itu juga kebenaran berita yang tidak pasti menjadi sesuatu yang patut untuk diantisipasi.
- 2) Kelemahan profesionalitas. Jurnalis warga bukanlah profesional, sehingga banyak menggunakan prasangka dan kurang objektif, cara pelaporan berita juga menjadi terpengaruh.
- 3) Tidak *representatif* atau datanya bisa kurang tepat.
- 4) Masih banyak masyarakat yang tidak mau berpendapat dikarenakan ketakutan akan perbedaan pendapat sehingga berbagai *perspektif* yang ada juga belum *representatif*. (<http://wikipedia>)

2.3 Jurnalistik Online

Jurnalistik *online* adalah jurnalistik yang memanfaatkan internet sebagai medianya sehingga dapat diakses secara *global* ke seluruh dunia. Jurnalistik *online* merupakan generasi baru jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran, (*broadcast journalism* radio dan televisi).

Jurnalistik *online* (*online journalism*) disebut juga *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik *web* (*web journalism*) merupakan “generasi baru” jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar) dan jurnalistik penyiaran (*broadcast journalism*, radio dan televisi).

Pengertian jurnalistik *online* terkait banyak istilah, yakni jurnalistik, *online*, internet, dan *website*. Jurnalistik dipahami sebagai proses peliputan, penulisan, dan penyebarluasan informasi (aktual) atau berita melalui media massa. Secara ringkas dan praktis, jurnalistik bisa diartikan sebagai memberitakan sebuah peristiwa. Kemunculan dan perkembangan jurnalistik *online* di Indonesia juga dimulai dengan berita menggegerkan, yaitu berakhirnya era pemerintahan orde baru saat Soeharto mengundurkan diri. Soeharto tersebar luas melalui *milist* (*mailing list*) yang sudah mulai dikenal luas di kalangan aktivitas demokrasi dari mahasiswa. Setelah itu, seiring “*euforia reformasi*”, beragam media *online* pun hadir, seperti *detik.com*, *bidik.com*, *mandiri online.com*, dan *berpolitik.com* yang disebut-sebut sebagai “prioner jurnalistik online di Indonesia”, diikuti kehadiran tiga situs besar seperti *astaga.com*, *satunet.com*, dan *kafegaul.com*. Saat ini sejarah jurnalistik *online* didominasi oleh situs-situs berita yang merupakan “edisi *online*” surat kabar, meski belakangan kontennya menjadi tersendiri atau berbeda. (Abdullah:2015)

Jurnalistik *online* membawa perubahan penting dalam dunia jurnalistik, bukan saja dari sisi bentuk media dan sajian, tapi juga praktisnya atau wartawannya. Kini, berkat jurnalistik online, setiap orang bisa menjadi wartawan (*everyone can be journalist*) yang dikenal dengan konsep *citizen journalism* (jurnalistik warga atau jurnalisme warga). Konsep berita jurnalistik *online*, menggunakan konsep berita secara umum yaitu cepat, menarik dan penting. Jurnalistik *online* merupakan proses penyampain informasi dengan menggunakan media internet.

Adanya internet akan mempermudah pekerjaan jurnalistik, sebab kegiatan jurnalistik tersebut dapat dilakukan melalui *pc* atau komputer. Dengan menggunakan internet sebagai alat repotase atau sumber informasi bagian media-media tradisional atau koran.

a. Prinsip-Prinsip Jurnalistik Online

Prinsip jurnalistik *online* menurut Paul Bradshaw dalam “*Basic Principal of Online Journalism*” menyebutkan, ada lima prinsip dasar jurnalistik *online* diantaranya :

1) Brevity (Ringkas)

Tulisan tidak bertele-tele, namun tidak harus pendek. Tulisan yang panjang dapat diringkas dalam beberapa tulisan pendek sehingga lebih mudah dibaca dan dipahami.

2) Adaptability (mampu beradaptasi)

Perkembangan teknologi komunikasi, menuntut jurnalis harus mampu beradaptasi dengan hal tersebut. Seseorang jurnalis tidak hanya mampu menulis berita tapi juga harus mampu menggunakan video, kamera dan lainnya, tidak hanya jurnalis yang harus beradaptasi, informasi pun harus beradaptasi.

3) Scannability (mampu dipindai)

Sebagian besar pengguna situs berita online mencari sesuatu yang spesifik. Tujuh puluh Sembilan persen dari pengguna melakukan scan halaman web. Mereka mencari informasi utama, sub headings, link dan hal lain yang membantu mereka menavigasi teks pada layar. Hal ini didasarkan

asumsi bahwa pengguna tidak betah berlama-lama melihat monitor. Bradshaw menekankan pentingnya dua kata pertama sebagai judul untuk menatik perhatian pembaca.

4) Interactivity (interaktif)

Memberikan keleluasan pada pembaca situs untuk memanfaatkan apa yang ditampilkan sesuai kehendak mereka atau dengan kata lain, memberikan pemirsa (viewe atau reader).

5) Community and Conversation

Beberapa tahun lalu, email merupakan hal yang paling populer digunakan oleh pengguna internet, namun belakangan ini mulai tergantikan dengan jaringan sosial dan pesan-pesan pendek yang menunjukkan kalau pengguna tidak hanya ingin bersikap pasif dalam menggunakan konten online. (Larmasari:2013)

b. *Karakteristik Jurnalistik Online*

Mike Ward dalam *Journalism Online* menyebutkan beberapa karakteristik jurnalistik *online* diantaranya:

1) Immediacy.

Keseragaman atau kecepatan penyampaian informasi. Radio dan televisi lebih cepat menyampaikan berita namun harus menginterupsi acara berlangsung (breaking news).

2) Multiplate pagination.

Berupa ratusan halaman terkait satu sama lain, juga dapat diakses tersendiri.

3) **Multimedia.**

Menyajikan gabungan teks, gambar, audio, video sekaligus.

4) **Archiving.**

Terarsipkan, dapat dikelompokkan berdasarkan kategori (rubrik) atau kata kunci (keyword tags) juga tersimpan lama yang dapat diakses kapan pun.

5) **Relationship with reader.**

Kontak atau interaksi dengan pembaca dapat langsung saat itu juga melalui kolom komentar dan lain-lain.(Larmasari:2013)

2.4 Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik pada dasarnya adalah suatu berita/informasi yang penyajiannya dalam bentuk *visual*, sekalipun mutlak adanya suatu *caption*, agar memberikan keterangan lengkap dalam menginformasikan. Jurnalistik adalah memberikan informasi, bagaimana mungkin foto itu bisa dikatakan foto jurnalistik kalau memang tidak dipublikasikan. Foto jurnalistik adalah suatu medium sajian informasi untuk menyampaikan beragam bukti *visual* atas berbagai peristiwa kepada masyarakat seluas-luasnya secara cepat.

Foto jurnalistik adalah kombinasi antara gambar yang menghasilkan satu kesatuan komunikasi saat ada kesamaan antara latar belakang pendidikan dan sosial pembacanya. Foto jurnalistik dapat diartikan sebagai media komunikasi *non verbal* melalui foto. Foto jurnalistik yang diangkat dapat diartikan sebagai foto berita yang menggambarkan suatu peristiwa dimana foto tersebut mampu menyampaikan pesan dan dalam foto jurnalistik tersebut tidak terdapat manipulasi foto atau dalam pengertian lain foto tersebut asli seperti gambaran peristiwa

sebenarnya. Foto jurnalistik dituntut untuk memuat informasi atau pesan. Pesan dalam foto jurnalistik bisa menjadi bagian penting dari sebuah peristiwa yang berlangsung singkat, bisa juga sengaja diciptakan *fotografer* dari cerita dibalik sebuah peristiwa. Esensi pesan menjadi hal yang seolah mutlak lekat dalam praktik foto jurnalistik. Karena secara sederhana dapat dipahami bahwasanya foto jurnalistik adalah foto yang sifatnya *informative* dan menarik bagi pembaca. Seiring berjalannya waktu, ketika foto telah mengisi setiap halaman pada surat kabar, kehadiran foto jurnalistik pun mendapat perhatian dari banyak pakar ilmu komunikasi.(<http://wikipedia>)

Selain karena foto mampu membekukan suatu peristiwa, bahkan merekam peristiwa yang berdurasi hanya sekejap, sifatnya yang statis juga membuat foto dapat dilihat berulang-ulang, tidak seperti video yang sifatnya lebih dinamis atau sepintas lalu, yang pada akhirnya sebuah foto dapat menampilkan gambar lebih detail dari suatu peristiwa. Oleh karenanya foto dapat lebih mudah dicerna berbagai kalangan dan dapat menimbulkan efek psikologis secara langsung terhadap pembaca surat kabar maupun media sosial.

Foto jurnalistik adalah bagian dari dunia jurnalistik yang menggunakan bahasa *visual* untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat luas dan tetap terikat kode etik jurnalistik. Foto jurnalistik bukan sekadar jepret-jepret semata. Ada etika yang selalu dijunjung tinggi, ada pesan dan berita yang ingin disampaikan, ada batasan batasan yang tidak boleh dilanggar, dan ada momentum yang harus ditampilkan dalam sebuah *frame*. Hal terpenting dari *fotografi* jurnalistik adalah nilai-nilai kejujuran yang selalu didasarkan pada fakta obyektif

semata. Foto jurnalistik terdiri dari beragam jenis. Setiap jenisnya membawakan suasana dan tema yang berbeda. Fotografer harus memahami tujuan dan kegunaan dari foto yang akan ia hasilkan. Karena, setiap jenis foto jurnalistik memiliki fokus yang berbeda. Adapun jenis-jenis Foto jurnalistik sendiri terbagi menjadi beberapa kategori, yaitu:

- 1) Foto Hard News, yaitu suatu jenis foto terkait dengan suatu peristiwa atau kejadian yang terjadi saat itu juga, tanpa adanya suatu perencanaan terlebih dahulu. Jenis foto ini sifatnya harus segera dipublikasikan.
- 2) Foto Features, yakni foto kategori ini disebut juga sebagai foto softnews, karena tak terlalu terikat waktu dalam pemuatannya. Ini beda dengan foto hard news yang harus disampaikan secepat mungkin.
- 3) Foto Portrait, foto yang menggambarkan tentang manusia. Foto portrait adalah satu-satunya foto yg tak bisa digantikan dengan kata-kata sebab menyangkut wajah manusia dan karakter manusia.
- 4) Foto Ilustrasi, yakni merupakan foto yg sengaja dibuat untuk melengkapi sebuah tulisan. (Audy:2004)

Foto jurnalistik sebagai karya *visual* mampu merekam atau mengabadikan sebuah peristiwa atau realitas yang dibingkai (*frame*) dengan nilai, estetika dan etika *fotografi*. Proses pembingkai (*framing*) membuktikan bahwa suatu peristiwa itu benar-benar terjadi dalam suatu kerangka kultural dan struktural yang sangat mempengaruhi pembentukan maknanya. Hadirnya suatu foto bukan hanya sebagai sebuah produk, tetapi juga sebagai suatu konstruk yang di dalamnya termuat berbagai gagasan dan nilai yang dapat menjadi petunjuk

tentang keberadaan dan berlakunya sesuatu dalam suatu masyarakat. Kajian atas foto kemudian memberikan peluang yang terbuka bagi pemahaman yang seksama tentang suatu gejala sebagai *constructed reality*. (<http://wikipedia>)

Kehadiran foto jurnalistik mempunyai makna yang sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia. Hal ini disebabkan oleh karena manusia sendiri adalah ruang lingkup foto jurnalistik. Ada pun peran foto jurnalistik yaitu sebagai saksi mata, sebagai himbauan, dan sebagai komentar sosial. Foto jurnalistik jelas sangat berbeda dengan foto dokumentasi. Foto jurnalistik, semua peristiwa yang didapat diabadikan untuk secepat-cepatnya disampaikan kepada khalayak melalui media massa. Sedangkan foto dokumentasi mengabadikan peristiwa untuk kepentingan personal. Contohnya untuk keperluan suatu lembaga pemerintahan atau pun individual.

Gambar/foto jurnalistik yang menarik adalah foto yang mempunyai daya tarik *visual (eye catching)*. Isi atau arti (*meaning*) dan daya tarik emosional (*impact*) juga sangat memengaruhi penilaian orang terhadap foto/gambar tersebut. Norma-norma atau nilai-nilai yang berkembang di masyarakat sangat perlu diperhatikan dalam mengambil foto. *Fotografi* Jurnalistik selalu dikaitkan dengan pemberitaan atau penyampaian informasi, karena memang salah satu tujuan dari *fotografi* jurnalistik ini adalah menyampaikan suatu pesan melalui visualisasi dari sebuah gambar atau peristiwa. (Audy:2004)

Pengertian Jurnalistik itu sendiri menurut bahasa berasal dari kata "*Journal*" yang berasal dari bahasa Prancis, asal kata dari "*Jour*" yang berarti hari. Dengan demikian Jurnalistik merupakan pengetahuan tentang publikasi dari

sebuah peristiwa yang terjadi sehari – hari di kehidupan kita. Sedangkan menurut istilah *fotografi* jurnalistik merupakan perpaduan antara foto atau gambar dengan kata-kata atau tulisan yang bersifat informatif dengan tujuan untuk memberikan suatu persepsi atau pemahaman yang dapat mempengaruhi pemikiran seseorang. Foto yang bersifat *interesting*, lain dari biasanya, *exlusive*, peristiwanya dekat dengan pembaca, memiliki dampak yang luas, *suspense*, dan menyangkut masalah *sex*, humor, konflik dll akan menambah nilai/bobot foto tersebut. Semua hal di atas haruslah diperhatikan oleh para wartawan untuk menjadikan dirinya sebagai seorang jurnalis foto yang *profesional*. Selain itu hal-hal di atas juga dapat memperdalam pengetahuan dan memperbanyak pengalaman. Adapun kategori foto yang dapat diklasifikasikan ke dalam bidang foto jurnalistik adalah foto-foto yang mengandung makna seperti *spot*, *news*, *feature*, *general news*, tokoh, keseharian, seni budaya dan *fashion*, alam dan lingkungan, dan olahraga. (<http://wikipedia>)

Foto jurnalistik bisa dikatakan sebagai fakta *visual* untuk merekam suatu peristiwa. Foto jurnalistik memegang peranan penting dalam menyampaikan informasi dalam bentuk *visual*. Bukan hal yang mudah untuk menghasilkan sebuah foto jurnalistik. Tidak seperti foto-foto lain yang mementingkan aspek estetika, foto jurnalistik sangat mementingkan aspek informasi.

2.5 Aplikasi Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telefon pintar (*Smartphone*). Nama *Instagram* diambil dari kata „*Insta*“ yang asalnya „*Instan*“ dan „*gram*“ dari kata „*telegram*“.¹ Jadi *Instagram*

merupakan gabungan dari kata *Instan-Telegram*. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (*Share*) ke jejaring sosial yang lain. (<http://wikipedia>). *Instagram* adalah media yang memberi kemudahan cara berbagi secara *online* oleh foto-foto, video dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka.(Budiargo:2015).

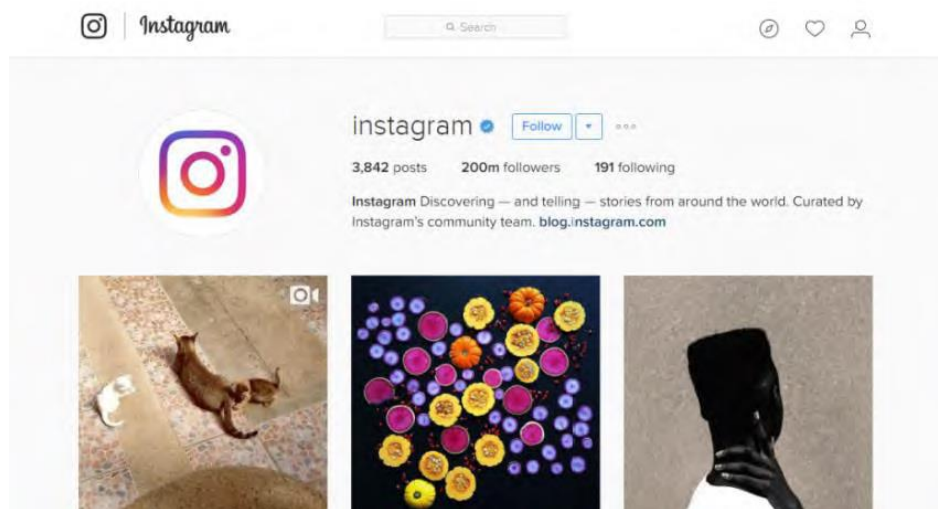
Gambar 2.4.1 Logo *Instagram*



Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis *iOS*, *Android* dan *Windows Phone* dimana pengguna dapat membidik, meng-edit dan mem-posting foto atau video ke halaman utama *Instagram* dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi pengikut anda. Sistem pertemanan di *Instagram* menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti

anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan. *Instagram* awalnya dikembangkan oleh *startup* bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Di tangan keduanya *Instagram* sukses membuat raksasa jejaring sosial *Facebook* bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012. Pada tanggal 11 Mei 2016. (Winarso:2015)

Gambar 2.4.2 Tampilan Aplikasi *Instagram* dari Web



Orang yang mempunyai latar belakang dalam dunia *fotografi* pasti sangat memanfaatkan aplikasi ini. Dengan banyaknya fungsi-fungsi aplikasi *Instagram* untuk mengolah foto, *Instagram* memiliki daya tarik tersendiri bagi penggunanya. Selain itu, *Instagram* adalah aplikasi untuk *photo-sharing* dan layanan jejaring sosial *online* yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi hasil foto melalui berbagai layanan *social media* seperti *Facebook*, *Twitter* dan situs media lainnya.

Pengguna aplikasi ini semakin berkembang pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari berbagai fitur aplikasi *Instagram*. Keunggulan itu berupa kemudahan saat pengunggahan foto. Foto yang diunggah bisa diperoleh melalui kamera ataupun di album *ponsel*. *Instagram* dapat langsung menggunakan efek-efek untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki.

Dengan latar belakang sebagai aplikasi jejaring sosial yang dikhususkan untuk berbagi foto, *Instagram* memiliki ciri menarik yakni ada batas foto ke bentuk persegi, mirip dengan gambar *Kodak Instamatic* dan *Polaroid*, yang sangat berbeda dengan rasio aspek 16:9 sekarang, yang biasanya digunakan oleh kamera *ponsel*. *Instagram* punya dua pendiri. Yang pertama Kevin Systrom, yang telah dikenal oleh publik sebagai orang yang berkecimpung di dunia *App*.(<http://wikipedia>)

Systrom tumbuh di daerah pinggiran asri Boston yang dikenal dengan nama Holliston. Dia lulus dari *Stanford University* pada tahun 2006 dengan gelar ganda di bidang teknik dan manajemen. Lalu bergabung di *Google* selama dua tahun dengan tugas mengurus *Gmail* dan kemudian bekerja di tim Pengembangan Korporat. Dengan aktivitasnya yang banyak berkecimpung di dunia media sosial membuat Kevin ingin mengerjakan sesuatu yang merupakan miliknya sendiri. Kemudian Kevin Systrom meluncurkan *startup* teknologi pertamanya, karena latar belakangnya sebagai seorang pemogram, dia mampu mengelolanya dengan baik. Dia melihat potensi *mobile* dan ledakan besar *App* yang fokus pada *check-in* berbasis lokasi. Setelah itu dia terjun ke dalam arus tersebut dengan sebuah *website* bernama *Burbn.com*. Kisah *Instagram* bukan hanya tentang Kevin

Systrom. Seperti yang sering terjadi, ada pendiri lain yakni Mike Krieger. Menurut Kevin, meskipun kurang terkenal di publik, Mike adalah ruh dari *App*-nya. Mike besar di Brasil, dan pindah ke Amerika Serikat pada tahun 2004 untuk belajar teknik di *Stanford University*. Dia jenis insinyur yang lebih konservatif, tetapi memiliki bakat desain dan kreativitas yang kuat. (Winarso:2015)

Setelah lulus dari *Stanford University*, dia bergabung dengan *Startup Superhot Meeb*, sebuah *platform chat* berbasis mesin jelajah yang populeritasnya meledak. Akan tetapi, apa yang benar-benar Mike inginkan adalah berkembang dan melakukan sesuatu yang baru dan berbeda. Dari keinginan yang sejalan tersebut, mereka bertemu. Berasal dari kampus yang sama membuat keduanya tidak banyak mengalami kesulitan. Dimana Kevin tahu bahwa dengan masuknya Mike ke dalam kapal, mereka akan merencanakan sesuatu yang benar-benar berbeda. Awalnya Kevin tidak tahu persis apa yang akan dia lakukan dengan *Burbn.com*, aplikasi yang telah dikembangkannya beberapa waktu yang lalu tersebut. Lalu dengan bantuan pemikiran kekasihnya, Nicole. *Instagram* diluncurkan pada 6 Oktober 2010. Pada hari pertamanya, ia menggaet sekitar 25.000 pengguna. Dalam beberapa bulan, tepatnya Mei 2011 angkanya menyentuh 3,75 juta. (<http://wikipedia>)

Kevin Systrom dan Mike Kreiger meneruskan eksekusi dan fokus dengan sangat bagus. Mereka berkuat penuh pada satu platform tunggal, *IPhone*, dan melakukan satu hal tunggal, yakni berbagi foto. *Twitter* dan *Facebook* mengikuti pertumbuhan *Instagram* dengan penuh minat dan kecemasan. Pertumbuhan semacam itu merupakan ancaman jika dibiarkan begitu saja. Pada April 2011,

keadaan mulai memanas bagi *Instagram*. Pada beberapa bulan sebelumnya, basis penggunaannya berlipat ganda menjadi 30 juta dan versi *Android* siap-siap diluncurkan. Perkembangan *Instagram* sangatlah pesat dan dibuktikan dengan kepopuleran *Instagram* yang sudah mencapai sebanyak 150 juta pengguna. Ini merupakan pencapaian rekor yang fantastis.⁶ *Trend Instagram* merupakan sebuah cara *marketing* yang memakai produk sebagai sarana komunikasinya. Kelebihan *Instagram* adalah memakai partisipasi publik sebagai corong iklan. Sekitar 3 juta pengguna *Instagram* memamerkan karya-karya fotonya melalui *Twitter* atau *Facebook*. Artinya, partisipasi pengguna *Instagram* yang fanatik dengan gembira dan sukarela menjadi sarana komunikasi bagi produk, tanpa terasa sebagai iklan. (<http://wikipedia>)

Namun dengan semakin meningkatnya pengguna *Instagram* serta *Instagram* yang dapat digunakan secara *mobile* di perangkat bergerak seperti telepon genggam atau komputer *tablet*. Kelebihan ini menjadikan siapapun akan mudah mengakses *Instagram* dimanapun dan kapanpun. Dengan semakin pesatnya pengguna *Instagram* sehingga saat ini banyak pembisnis melirik aplikasi ini karena kemudahan untuk mengupload banyak foto produk dan *user* juga dapat memberi komentar mudah dan cepat. Dengan semakin mudahnya informasi atau berita disebarkan ini bisa berdampak sangat baik terhadap masyarakat terutama di era sosial media sekarang ini.

a. Fitur-Fitur Pada Instagram

Instagram memiliki berbagai fitur menarik yang dapat memanjakan para penggunanya. Instagram pun terus mengembakan fitur-fitur terbaru agar para pengguna tidak merasa bosan. Adapun fitur-fitur instagram antara lain:

- 1) Kamera Instagram mempunyai sejumlah fitur-fitur unggulan yang membuatnya digemari oleh jutaan pengguna. Yang pertama adalah fitur kamera, dimana lewat Instagram pengguna tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri. Tetapi dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi caption setelah itu membagikannya.
- 2) Editor Kedua, Instagram punya tool editor yang menjadi tempat bagi para pengguna untuk memoles foto yang di jepret lewat kamera perangkatnya. Di sini akan dijumpai 10 tool editor tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan. Di update terbaru Instagram tidak lagi mengharuskan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan portrait dan juga landscape. Memberikan keleluasaan kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebih lebar.
- 3) Tag dan Hashtag sebagaimana jejaring sosial pada umumnya, Instagram juga punya fitur tag dan hashtag yang fungsinya untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

- 4) Caption berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna instagram bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan hashtag.
- 5) Stories merupakan salah fitur terbaru dari intagram dimana para pengguna bisa mengupload video berdurasi 15 detik yang nantinya video tersebut akan menghilang setelah 24 jam.
- 6) Live merupakan pengembangan dari fitur Stories, dengan fitur ini para pengguna bisa melakukan siaran langsung kepada para pengikutnya.
- 7) Album untuk memuaskan para penggunanya, kini instagram menambah fitur baru yaitu Album, dimana para pengguna bisa mengupload 10 foto atau video sekaligus.
- 8) Integrasi ke Jejaring Sosial seperti yang sudah disinggung, Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain seperti Facebook, Twitter, Tumblr dan Flickr. Bila tool ini diaktifkan maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.
- 9) Arroba seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam judul foto, melainkan juga pada bagian komentar foto. Pada dasarnya penyinggungan pengguna yang

lainnya dimaksudkan untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

- 10) Geotagging. Setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian Geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna iDevice mengaktifkan GPS mereka di dalam iDevice mereka. Dengan demikian iDevice tersebut dapat mendeteksi lokasi para pengguna Instagram tersebut berada. Geotagging sendiri adalah identifikasi metadata geografis dalam situs web ataupun foto. Dengan Geotag, para pengguna dapat terdeteksi lokasi mereka telah mengambil foto tersebut atau tempat foto tersebut telah diunggah.
- 11) Tombol Suka Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Namun jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting membuat foto menjadi terkenal. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halaman populer tersendiri.
- 12) Popular. Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut

juga dapat bertambah lebih banyak. Foto-foto yang berada di halaman populer tersebut tidak akan seterusnya berada di halaman tersebut, melainkan dengan berjalannya waktu akan ada foto-foto populer baru lain yang masuk ke dalam daftar halaman dan menggeser posisi kepopuleran foto tersebut.

- 13) Penandaan foto dengan bendera. Menandai foto dengan sebuah bendera berfungsi bila pengguna ingin melakukan pengaduan terhadap penggunaan Instagram lainnya. Hal ini dilakukan bila sebuah foto mengandung unsur pornografi, ancaman, foto curian ataupun foto yang memiliki hak cipta. Informasi mengenai pihak yang telah menandainya akan tetap dijaga kerahasiaannya. (<http://wikipedia>)

b. Kelebihan dan Kekurangan *Instagram*

Terdapat banyak kelebihan *Instagram* yang dapat dinikmati penggunanya karena *instagram* dapat support dengan dengan beberapa konten seperti gambar, muliti gambar, video pendek dan juga teks. Dengan *support* dengan beberapa media tersebut membuat pebisnis *online* menjadi lebih *fleksibel* untuk berpromosi. Aplikasi *instagram* juga memiliki beberapa kelebihan lain yang sangat berguna bagi penggunanya, adapun kelebihan aplikasi *instagram*, yaitu:

- 1) Sebagai media utama berupa Foto dan Video. Menjadi media sosial yang unggul pada hal posting melalui foto dan video, membentuk media ini menyampaikan tampilan serta kualitas foto dan video yang baik. Tentunya sebagai bentuk publikasi galeri.

- 2) Sebagai Media Berbagi Cerita. Instagram juga bisa menjadi tempat berbagi cerita maupun sekedar memposting foto dengan menambahkan sedikit kata-kata atau caption yang menggambarkan perasaan dari foto yang anda upload , memang instagram sendiri sekarang memiliki fitur live streaming dimana anda bisa langsung merekam dan akan terupload secara otomatis dan saat itu juga ada orang yang bisa langsung menonton anda dan memberikan komen dan sebagainya. InstaStory juga bertujuan untuk memperlihatkan aktifitas kalian saat itu, tentunya itu juga bisa membuat anda menjadi tahu ataupun sarana melepas jenuh.
- 3) Media Komunikasi. Sebagai media komunikasi yang sangat mengasikkan karena memang kita bisa memanfaatkan fitur chat maupun komentar untuk berinteraksi dengan orang lain. Selain berkomentar Instagram juga menyediakan Dirrect Message untuk bisa berkomunikasi lebih private tanpa diketahui orang banyak tentunya ini bisa memanfaatkan waktu senggang anda untuk sekedar berkomunikasi dengan teman, saudara, maupun pasangan anda.
- 4) Sebagai Sarana Hiburan. Hal ini banyak digunakan atau dimanfaatkan kebanyakan orang yang memang senang mencari sebuah hiburan di dunia maya contohnya saja instagram, karena kita tau bahwa di instagram juga sebenarnya menyimpan hiburan yang mampu mengocok perut anda seperti halnya menonton video dengan mencarinya melalui pencarian hastag, misalkan anda cari dengan kata kunci " #videolucu " pasti banyak sekali video unik dan lucu yang dengan sengaja di unggah seseorang untuk

membuat orang tertawa ,atau bisa juga anda mengikuti salah satu akun instagram yang memang menyimpan banyak sekali foto lucu di instagram.

- 5) Sebagai Media Bisnis Yang Menguntungkan. Keuntungan pertama yang bisa anda ambil dari sebuah instagram adalah adalah bisa menggunakan sebagai media bisnis yang menguntungkan seperti halnya berjualan online di instagram misalkan anda menjual jasa ataupun barang dan memfotonya lalu menguploadnya ke instagram dan menambahkan sedikit hastag agar postingan anda bersifat luas, dan berjualan online di instagram memungkinkan orang tertarik dengan postingan foto anda dan tertarik untuk membelinya . Dan satu hal lagi yang bisa menjadikan instagram menjadi ladang bisnis adalah ketika followers atau pengikut di instagram anda sangat banyak dan sampai ribuan bahkan sampai ratusan ribu tentunya hal tersebut bisa memungkinkan pihak lain yang ingin mengiklankan produk mereka di instagram anda dengan sistem endorse dimana anda mengiklankan produk mereka dan anda akan diberikan royalti, nah misalkan seseorang tersebut menjual baju dan berniat untuk mengiklankan di instagram anda dan anda hanya perlu mempostingnya maupun menawarkan ke followers anda .
- 6) Koneksi menggunakan sosial media lain. Penggunaan Instagram juga memiliki kelebihan yaitu dapat terkoneksi dengan media sosial lainnya seperti Facebook. Tentunya ini akan mempermudah anda dalam melakukan posting ke beberapa media sosial.

- 7) Gratis atau tidak berbayar. Kelebihan nomor satu dari instagram adalah anda dapat menggunakannya secara gratis. Cukup dengan mendownload aplikasi di smartphne kemudian anda dapat mendaftar akun. Anda dapat menggunakannya sepuasnya tanpa harus membayar sejumlah uang kepada instagram. Tentunya hal ini sangat menguntungkan bagi anda yang baru memulai bisnis online anda karena tidak harus mengeluarkan uang untuk membuat toko online.
- 8) Mudah dalam penggunaannya. Kelebihan Instagram lainnya anda tidak memerlukan pengetahuan tentang pembuatan website ataupun SEO. Anda hanya fokus pada pembuatan konten atau sarana promosi yang berkualitas. Dengan kemudahan ini tentunya setiap orang dapat menggunakan Instagram dengan mudah. Cara paling mudah dalam berpromosi di Instagram adalah dengan mengambil foto atau gambar yang menarik. Kemudian lengkapi dengan keterangan detail pada kolom caption. Untuk mempermudah calon konsumen menemukan anda maka gunakan hashtag yang relevan dan populer. Kemudahan yang ditawarkan instagram menjadikannya media yg cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Memposting foto atau video, memfollow, mengomentari, memberi like, hingga searching sesuai hashtag pun bisa dilakukan dengan sangat praktis.
- 9) Mudah Untuk Promosi. Menggunakan menggunakan instagram, anda dapat melakukan aneka macam cara kenaikan pangkat dengan sangat

praktis. Contohnya, menggunakan memakai hashtag, memakai jasa edrosement, atau pula metode paid promote/ shout for shout program.

Selain memiliki berbagai kelebihan dan manfaat *Instagram* juga memiliki beberapa kekurangan. Adapun kekurangan *instagram*, yaitu:

- 1) Rawan Bully. Yang tak kalah parahnya lagi dari instagram adalah dimana kita mendapatkan suatu bully an apalagi bila kita memposting sebuah foto dengan menggunakan hastag tentunya ini akan memudahkan orang membully foto yang anda unggah tersebut tetapi ini tinggal kita sendiri bagaimana menyikapinya dan apakah foto yang kita unggah tersebut megundang provokasi ataupun tidak.
- 2) Rawan Peretasan. Masalah pertama yang menjadikan intagram bisa merugikan anda adalah karena peretasan yang dilakukan orang yang tidak bertanggung jawab apalagi jika orang tersebut mengupload foto yang senonoh tentunya hal tersebut membuat kita menjadi emosi dan merasa dirugikan, dan hal seperti ini sering terjadi pada akun instagram yang followers atau pengikutnya banyak dan segelintir orang usil dan iri ingin mengambil alih akun kita.
- 3) Harus update secara berkala. Hampir setiap minggu Instagram selalu menghadirkan fitur baru, ini yang menyebabkan penggguna harus mengupdate Instagram untuk mendapatkan fitur tersebut.
- 4) Menghabiskan Banyak Kuota Internet. Dengan anda selalu membuka instagram apalagi menonton video streaming tentunya hal tersebut akan membuat kuota internet anda menjadi sekarat dan cepat boros pasti anda

memang sudah tau bahwa aplikasi instagram memang boros kuota walaupun Instagram menyediakan less data dan bagi anda yang memang orang yang tipe irit kuota anda harus pintar-pintar dalam menggunakan instagram. (<http://wikipedia>)

2.6 Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media *online* yang digunakan satu sama lain yang para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan isi blog, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia virtual tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. *Blog*, jejaring sosial, dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pesatnya perkembangan media sosial masa kini disebabkan oleh semua orang yang merasa seperti bisa "memiliki" media sendiri. Media sosial atau *social media* atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Jelas kiranya bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi. Media sosial, dikutip dari Wikipedia, didefinisikan sebagai sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, *forum* dan *dunia virtual*. *Blog*, jejaring sosial dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. (<http://wikipedia>)

Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial *digital*. Seorang pengguna bisa mengakses media sosial dengan fasilitas jaringan internet yang lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa

alat mahal, dan dilakukan sendiri tanpa memerlukan karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, dan memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model konten lainnya.

Ardianto dalam buku Komunikasi 2.0 mengungkapkan, bahwa media sosial *online*, disebut jejaring sosial *online* bukan media massa *online* karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan massa bisa terbentuk karena kekuatan media *online* karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat.(Ardianto:2011)

Kemunculan sosial media ini dibuat menguntungkan oleh beberapa golongan untuk memperoleh atau memudahkan mereka untuk menyampaikan pesan dan untuk bertukar informasi. Keuntungan dari sosial media yakni proses penyampaian pesan bisa dengan waktu yang singkat dan pesan yang disampaikan bisa diterima oleh banyak khalayak. Ada banyak sekali media sosial yang saat ini populer dan memiliki banyak pengguna khususnya di Indonesia ini seperti *facebook, twitter, youtube, intagram, blog* dan banyak lagi yang lainnya. *Instagram* memberikan *power* yang kuat dan memiliki *basic* pengguna sendiri. Khalayak di Indonesia antusias sekali dalam mengakses sosial media termasuk *instagram* untuk memuaskan diri. Menurut Nurudin menyebutkan bahwa teknologi komunikasi, seperti sosial media adalah alat untuk menuju tujuan yang dikehendaki.(Nurudin:2012)

Dari berbagai produk yang bermunculan lahir dari penggunaan internet sebagai alat untuk berinteraksi salah satunya adalah media sosial. Melalui media sosial, segala sesuatu yang berhubungan dengan bentuk pengungkapan pesan, pertukaran informasi dan interaksi sosial bisa diciptakan melalui karya *visual*, *audio*, dan *audiovisual*. Sosial media adalah fitur berbasis *website* yang bisa membuat sebuah jaringan dan memungkinkan setiap individu berinteraksi didalam sebuah kelompok ataupun cakupan yang lebih besar. Manusia yang hidup dalam *Information society* bukan hanya bisa bertemu dan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, melainkan segala tindakan yang diperbuat akan semakin dibingkai oleh teknologi. (<http://wikipedia>)

a. *Klasifikasi Media Sosial*

Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, *weblog*, *blog* sosial, *micro blogging*, *wiki*, *podcast*, foto atau gambar, video, peringkat dan *book mark* sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (*self-presentasi*, *self-disclosure*) Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka diterbitkan dalam tahun 2010. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial, yaitu:

1) **Proyek.**

Kolaborasi Website mengijinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun meremove konten–konten yang ada di website ini. Contohnya wikipedia.

2) Blog dan Microblog.

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya twitter.

3) Konten.

Para user dari pengguna website ini saling membagikan konten media, baik seperti video, ebook, gambar, dan lainnya. Contohnya youtube.

4) Situs Jejaring Sosial.

Aplikasi yang mengizinkan pengguna untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto. Contoh facebook dan instagram.

5) Virtual game world

Dunia virtual yang direplikasikan ke lingkungan 3D, agar pengguna bisa berubah bentuk serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya game online.

6) Virtual social world

Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Contohnya second life. (<http://wikipedia>)

b. Dampak Positif dan Dampak Negatif Media Sosial

Dalam era internet sekarang ini, media sosial merupakan salah satu wadah untuk banyak orang. Di media sosial semua orang bisa bebas melakukan banyak hal karena itu media sosial ini bisa menjadi sesuatu yang baik tapi juga bisa

menjadi sesuatu yang buruk jika salah digunakan. Karena itu media sosial juga memiliki beberapa dampak positif dan juga negatif yang perlu diketahui. Sebagai teori dengan banyak kegunaan maka Media social pasti memiliki dampak positif dan dampak negatif. Adapun dampak positif dari media sosial, yaitu:

- 1) Memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang. Dengan media sosial, kita dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja termasuk artis favorit kita yang juga menggunakan media sosial terkenal seperti Facebook dan Twitter.
- 2) Memperluas pergaulan. Media sosial membuat kita bisa memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas. Tentu saja hal ini berdampak positif bagi orang yang ingin mendapatkan teman atau pasangan hidup dari tempat yang jauh atau negara asing.
- 3) Jarak dan waktu bukan lagi masalah. Di era media sosial seperti sekarang ini, hubungan jarak jauh bukan lagi halangan besar karena kita tetap dapat berinteraksi dengan orang lain kapan saja walaupun dipisahkan oleh jarak yang cukup jauh.
- 4) Lebih mudah dalam mengekspresikan diri. Media sosial memberikan sarana baru bagi manusia dalam mengekspresikan diri. Orang biasa, orang pemalu, atau orang yang selalu gugup mengungkapkan pendapat didepan umum akhirnya mampu menyuarakan diri mereka secara bebas.
- 5) Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat. Dengan media sosial, siapapun dapat menyebarkan informasi baru kapan saja, sehingga

orang lain juga dapat memperoleh informasi yang tersebar di media sosial kapan saja. (<http://wikipedia>)

Media sosial merupakan situs dimana seseorang dapat membuat *webpage* pribadi dan terhubung dengan setiap orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media *broadcast*, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Sangat mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi seseorang dalam membuat akun di media sosial. Kalangan remaja yang mempunyai media sosial biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-temannya. Semakin aktif seorang remaja di media sosial maka mereka semakin dianggap keren dan gaul. Namun kalangan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan jaman, dan kurang bergaul. Media sosial menghapus batasan-batasan dalam bersosialisasi. Dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Seseorang yang asalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial, begitu pula sebaliknya. Bagi masyarakat Indonesia khususnya kalangan remaja, media sosial seakan sudah menjadi candu, tiada hari tanpa membuka media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari

smartphone. Media sosial terbesar yang paling sering digunakan oleh kalangan remaja contohnya *Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Kaskus, LINE, Whatsapp, Blackberry Messenger*. Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki. Media sosial memang menawarkan banyak kemudahan yang membuat para remaja betah berlama-lama berselancar di dunia maya.

2.7 Analisis Deskriptif Kualitatif

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode analisis ini cocok digunakan untuk meneliti bentuk komunikasi. Analisis deskriptif kualitatif lebih banyak dipakai untuk meneliti dokumen berupa teks, gambar, dan sebagainya untuk memahami budaya dari suatu konteks sosial tertentu. Jenis penelitian deskriptif kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang memanfaatkan data kualitatif dan dijabarkan sejara deskriptif.

Jenis penelitian deskriptif kualitatif kerap digunakan untuk menganalisis kejadian, fenomena, atau keadaan secara sosial. Jenis penelitian deskriptif kualitatif merupakan gabungan penelitian deskriptif dan kualitatif. Jenis penelitian deskriptif kualitatif menampilkan hasil data apa adanya tanpa proses manipulasi atau perlakuan lain. Bagi Anda yang sedang mencari metode penelitian, jenis penelitian deskriptif kualitatif bisa menjadi pertimbangan.

Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan teknik analisis mendalam (*indepth analysis*), yaitu

mengkaji masalah secara kasus perkasus karena metodologi kualitatif yakin bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya. Metode penelitian kualitatif lebih difokuskan pada pemahaman fenomena sosial dari perspektif partisipan dengan lebih menitikberatkan pada gambaran yang lengkap dan terinci menjadi variabel yang saling terkait. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh pemahaman akan makna, mengembangkan teori dan menggambarkan realita yang kompleks.(Mardawani:2020)

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antar variabel yang timbul, perbedaan antar fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi, dan sebagainya.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji *hipotesis*. Penelitian kualitatif adalah penganut aliran fenomenologis, yang menitik beratkan kegiatan penelitian ilmiahnya dengan jalan penguraian (*describing*) dan pemahaman (*understanding*) terhadap gejala-gejala sosial yang

diamatinya. Pemahaman bukan saja dari sudut pandang peneliti (*researcher's perspective*) tetapi yang lebih penting lagi adalah pemahaman terhadap gejala dan fakta yang diamati berdasarkan sudut subjek yang diteliti.(<http://wikipedia>)

Metode kualitatif merupakan metode yang fokus pada pengamatan yang mendalam. Oleh karenanya, penggunaan metode kualitatif dalam penelitian dapat menghasilkan kajian atas suatu fenomena yang lebih komprehensif. Penelitian kualitatif yang memperhatikan *humanisme* atau individu manusia dan perilaku manusia merupakan jawaban atas kesadaran bahwa semua akibat dari perbuatan manusia terpengaruh pada aspek-aspek internal individu. Aspek internal tersebut seperti kepercayaan, pandangan politik, dan latar belakang sosial dari individu yang bersangkutan.

Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami. Metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi alamiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis, dan mengkonstruksi objek yang diteliti menjadi lebih jelas. Penelitian ini lebih menekankan pada makna dan terikat nilai. Penelitian

kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti tentang sejarah perkembangan. (Afriani:2009)

Teknik analisis data deskriptif kualitatif adalah salah satu teknik atau metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan memerlukan insting yang tajam dari peneliti. Penelitian kualitatif biasanya mempelajari hubungan atau interaksi antara beberapa variabel penelitian dengan tujuan untuk memahami peristiwa yang sedang diteliti serta biasanya meneliti studi kasus dengan dasar teori tertentu. Teknik analisis data deskriptif dapat digunakan pada penelitian kualitatif maupun penelitian kuantitatif. Walaupun dapat digunakan pada kedua jenis penelitian tersebut namun cara penerapannya pun tetap berbeda karena jenis datanya sudah beda dan tidak bisa jika diperlakukan dengan cara analisis yang sama. Sedangkan pada penelitian kualitatif teknik analisis data deskriptif yang diterapkan adalah menganalisis, menggambar dan meringkas berbagai kondisi.(<http://wikipedia>)

BAB III

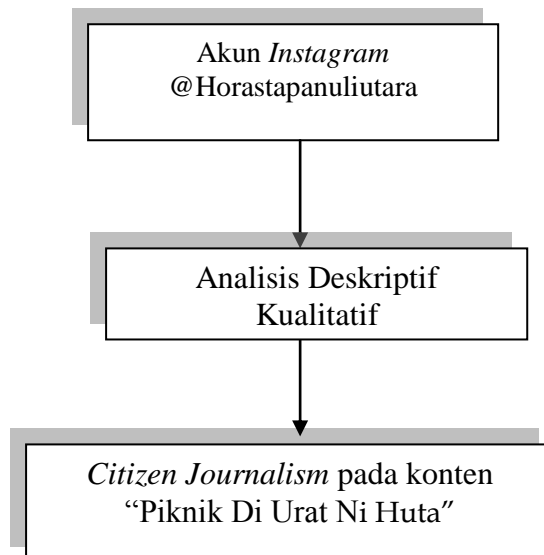
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian Deskriptif Kualitatif. Penelitian Deskriptif Kualitatif adalah jenis penelitian yang datanya diperoleh dari hasil pengamatan baik melakukan wawancara, hasil pemotretan, analisis dokumen, catatan lapangan dan tidak dituangkan dalam bentuk angka-angka. Penelitian ini dilakukan pada akun *instagram* yaitu @Horastapanuliutara yang berasal dari Kota Tarutung, Sumatera Utara.

3.2 Kerangka Konsep

Tabel 3.2 Kerangka Konsep



3.3 Defenisi Konsep

a. Akun *Instagram* @Horastapanuliutara

Akun *instagram* @Horastapanuliutara pertama kali dibuat oleh seorang pemuda asal Kota Tarutung yang bernama Yogi Yudhatama Pasaribu atau yang biasa dipanggil Yogi Pasaribu. Pada awalnya akun ini dibuat untuk berbagi tentang lokasi wisata atau spot foto yang ada di daerah Kota Tarutung. Namun seiring berkembangnya media sosial terutama pada aplikasi *instagram*, akun @Horastapanuliutara mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam hal *followers* atau pengikut. Karena semakin berkembangnya akun *instagram* ini mulai dijadikan wadah untuk berbagi dan bertukar informasi.

Dengan jumlah *followers* yang semakin meningkat maka sang pemilik akun atau admin pertama yang membuat *instagram* inipun memutuskan untuk ikut juga membagikan informasi tentang wisata di Siborong-borong dan sekitarnya. Setelah semakin berkembang *instagram* ini juga mulai memiliki banyak pemegang admin agar bisa *manage* semua informasi yang akan dibagikan melalui akun @Horastapanuliutara.

1) Analisis Deskriptif Kualitatif

Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan keilmuan komunikasi yang mengarah pada kegiatan jurnalistik. Metodologi kualitatif merupakan prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa data tertulis atau lisan di masyarakat bahasa. Penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan dan menggambarkan data-data secara sistematis, jelas, faktual serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

2) *Citizen Journalism* Pada Konten “Piknik Di Urat Ni Huta”

Citizen journalism atau jurnalisme warga merupakan kegiatan dimana peran wartawan atau kegiatan jurnalistik bisa dilakukan oleh masyarakat yang secara formal bukan wartawan. Kegiatan yang dilakukannya sama dengan wartawan pada umumnya, yakni mengumpulkan informasi, menulis berita, mengedit dan menyiarkannya.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.4 Kategorisasi Penelitian

Variabel	Defenisi	Kategori
Akun <i>instagram</i> @Horastapan uliutara	Akun <i>instagram</i> @Horastapanuliutara pertama kali dibuat oleh seorang pemuda asal Kota Tarutung yang bernama Yogi Pasaribu.	Informatif
Analisis kualitatif	Jenis penelitian Deskriptif Kualitatif dengan pendekatan keilmuan komunikasi yang mengarah pada kegiatan jurnalistik.	Faktual
<i>Citizen Journalism</i> Pada Konten “Piknik Di Urat Ni Huta”	<i>Citizen journalism</i> atau jurnalisme warga merupakan kegiatan dimana peran wartawan atau kegiatan jurnalistik bisa dilakukan oleh masyarakat yang secara formal bukan wartawan.	Human Interest

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan oleh peneliti sendiri. Peneliti pada penelitian Deskriptif Kualitatif bekerja sebagai perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsir dan pada akhirnya menjadi pelopor hasil penelitiannya. Data primer didapatkan dari objek penelitiannya langsung yaitu dengan cara menganalisis di akun instagram @Horastapanuliutara yaitu pada konten “Piknik Di Urat Ni Huta” yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan riset Deskriptif Kualitatif dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara. Teknik ini digunakan peneliti untuk mendapatkan jawaban terbaik dari pertanyaan penelitian. Analisis data ini adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasi ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Adapun proses analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara simultan dengan pengumpulan data, artinya peneliti dalam mengumpulkan data juga menganalisis data yang diperoleh di lapangan.

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dan mengadakan pengamatan langsung pada objek yang diteliti. Teknik pengamatan ini didasarkan atas pengalaman secara langsung. Tampaknya pengamatan langsung merupakan alat yang ampuh untuk mengetes suatu kebenaran. Jika suatu data yang diperoleh kurang meyakinkan, biasanya peneliti ingin menanyakannya kepada subyek, tetapi karena ia hendak memperoleh keyakinan tentang keabsahan data tersebut,

jalan yang ditempuh adalah mengamati sendiri yang berarti mengalami langsung peristiwanya.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data yang dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang analisis dalam penelitian. Dalam menganalisis data untuk mengetahui bagaimana kebijakan redaksional dengan menghadirkan *rubric Citizen Reporter* dengan penyajian berita yang menarik dalam partisipasi *Citizen Journalism*. Melakukan pengamatan terhadap kegiatan *citizen journalism* dalam konten “Piknik Di Urat Ni Huta” pada akun @Horastapanuliutara di media sosial *instagram*.

c. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.(Sugiyono:2014)

Wawancara dalam memperoleh data kualitatif dapat dibedakan menjadi tiga pendekatan dasar yaitu wawancara informal, wawancara dengan pedoman umum dan wawancara dengan pedoman terstandart yang terbuka. Penelitian ini menggunakan wawancara dengan pedoman umum yaitu peneliti hanya mencantumkan poin-poin penting yang akan membantu mengarahkan proses wawancara agar tetap fokus dan dilakukan secara bertahap dengan tujuan agar peneliti dapat lebih dahulu melakukan percakapan yang baik dengan responden penelitian. Hal ini diharapkan dapat menumbuhkan kepercayaan, keterbukaan, dan

hubungan yang hangat pada diri responden terhadap peneliti. Wawancara lanjutan dilakukan sesuai dengan kesediaan responden penelitian tetapi tetap pada kontrol peneliti.

3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Februari tepatnya pada tanggal 13 Februari 2021 sampai 23 April 2021.

b. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Tarutung, Sumatera Utara. Namun, lokasi wisata yang ada pada judul penelitian ini berada di Kota Siborong-borong. Karena objek penelitian ini adalah pada akun *instagram* maka penelitian ini dilakukan melalui media sosial atau *online*.

3.8 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Akun *instagram* @Horastapanuliutara adalah salah satu media *online* yang menghadirkan kegiatan *citizen journalism*. Akun *instagram* @Horastapanuliutara menjadi akun pertama yang menginformasikan tentang wisata alam urat ni huta di media sosial. Setelah diupload, postingan dengan judul Piknik Di Urat Ni Huta banyak menarik komentar masyarakat. Dari peristiwa ini menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana peran akun @Horastapanuliutara sebagai *citizen journalism* mempengaruhi perkembangan wisata alam urat ni huta yang berada di Kota Siborong-borong.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil *Instagram*

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri. Satu fitur yang unik di *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 atau 16:9 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak. Dengan makin berjalannya waktu, *Instagram* pun terus berkembang. Pada awal mulanya yang hanya beberapa pengguna saja, sekarang sudah melebihi 8 juta pengguna dari seluruh dunia. Tidak hanya itu saja untuk menyeimbangi makin bertambahnya para pengguna *Instagram*, versi *Instagram* pun terus meningkat. Pada tanggal 20 September 2011, *Instagram* telah mengeluarkan versi terbarunya yaitu versi 2.0 dengan beberapa fitur-fitur yang ditambahkan dan juga diperbaiki. Berkembangnya *Instagram* sendiri, maka makin banyak juga masyarakat yang ingin menggunakannya.(<http://wikipedia>)

Namun tidak semua orang awam dapat memiliki *iDevice* untuk menggunakan *Instagram*. Orang awam yang ingin menggunakan *Instagram*, namun tidak memiliki *iDevice* lebih banyak menggunakan sistem operasi *Android*. Ada pula aplikasi yang menyerupai *Instagram* di dalam *Android*, *Instaroid* yang dalam penggunaannya masih bisa untuk menyukai dan juga mengomentari sebuah foto, namun pada aplikasi ini para pengguna tidak dapat menggunakan kamera melalui *Instagram*.(Winarso:2015)

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis *iOS*, *Android* dan *Windows Phone* dimana pengguna dapat membidik, meng-*edit* dan mem-*posting* foto atau video ke halaman utama *Instagram* dan jejaring sosial lainnya. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain yang menjadi *follower* Anda. Sistem pertemanan di *Instagram* menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* berarti anda mengikuti pengguna, sedangkan *follower* berarti pengguna lain yang mengikuti anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan. *Instagram* awalnya dikembangkan oleh *startup* bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger.(<http://wikipedia>)

Di tangan keduanya *Instagram* sukses membuat raksasa jejaring sosial *Facebook* bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012. Indonesia saat ini merupakan salah satu negara dengan pengguna *Instagram* terbanyak. Pengguna *Instagram* berasal dari berbagai lapisan masyarakat, yakni kalangan pengusaha, pegawai negeri,

karyawan, mahasiswa, anak sekolah, dan lain lain. Diantara penggunanya ada yang berfikir untuk produktif dalam menggunakan *handphone*. Oleh karena itu banyak juga pengguna *Instagram* yang mencoba untuk mencari peluang agar *Instagram* yang mereka miliki tidak hanya sekedar untuk berkomunikasi dan bersenang senang. Solusi pemanfaatan teknologi tepat guna adalah berbisnis dengan teknologi yang dimiliki.

Hadirnya media sosial seperti *Instagram* sebagai media promosi menjadikan strategi tepat bagi perusahaan. *Instagram* merupakan sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang dapat dilihat oleh *followers* dari pengunggah foto tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesamanya. Layanan berbagi foto *Instagram*, merupakan salah satu saluran media sosial yang populer di Indonesia. Penggunaannya pun kian tersebar. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan *filter digital*, dan membagikannya ke berbagai layanan Jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri.

Satu fitur yang unik di *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera *Kodak Instamatic* dan *Polaroid*. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak. Nama *instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "*insta*" berasal dari kata "*instan*", seperti kamera *polaroid* yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "*foto instan*". *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara *instan*, seperti *polaroid* di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*",

dimana cara kerja *telegram* sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari *instan-telegram*.(Winarso:2015)

Sistem sosial di dalam *Instagram* adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *Instagram*. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *Instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam *Instagram*. Juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan *Instagram* melalui jejaring sosial seperti *Twitter* dan juga *Facebook*. Kegunaan Utama *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *iDevice* ataupun foto-foto yang ada di album foto di *iDevice* tersebut. Foto yang telah diambil melalui aplikasi *Instagram* dapat disimpan di dalam *iDevice* tersebut. Penggunaan kamera melalui *Instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera *tilt-shift* yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu.(<http://wikipedia>)

Pada saat ini *instagram* tidak hanya digunakan untuk saling *menshare* foto maupun video serta pengalaman kita sehari – hari. *Instagram* sekarang ini banyak juga banyak dijadikan untuk sarana informasi. Kita bisa dengan mudah mencari semua informasi dan berita melalui *instagram*, mulai dari informasi tentang tempat wisata yang lagi *ngetrend*, model pakaian yang sedang hits, kesehatan, bahkan informasi tentang politik. Tidak menutup kemungkinan bahwa *instagram* juga dapat disebut sebagai aplikasi yang dapat digunakan untuk menjalin interaksi dengan sesama penggunanya. Jejaring sosial yang bermunculan akibat dari berkembangnya *new media communication* merupakan wujud dari berkembang teknologi komunikasi.

4.1.2 Profil Akun *Instagram* @Horastapanuliutara


Akun *Instagram* @Horastapanuliutara pertama kali dibuat oleh seorang pemuda asal Kota Tarutung yang bernama Yogi Pasaribu, akun ini dibuat ketika media sosial *instagram* sedang marak digunakan, tepatnya pada bulan November 2015. Awalnya akun ini dibuat hanya untuk memperlihatkan wisata-wisata alam yang ada di Kota Tarutung, namun seiring bertambahnya pengikut di akun *instagram* @Hotastapanuliutara maka pemilik akun memutuskan untuk lebih mengembangkan akun ini menjadi media informasi yang merangkum semua informasi tentang Kota Tarutung, Siborong-borong dan sekitarnya.

Akun ini juga menjadi media untuk meneruskan potensi wisata yang ada, untuk lebih mengangkat dan mengembangkan pariwisata di Tapanuli Utara. Nama akun *instagram* ini terinspirasi dari bahasa sapaan masyarakat Tapanuli Utara yaitu “Horas”, sapaan itu kemudian digabungkan dengan nama provinsi Tapanuli

Utara dan terciptalah nama akun @Horastapanuliutara. Akun ini membagikan banyak informasi. Informasi yang dibagikan mulai dari berita, tempat wisata, kuliner, acara, tokoh, dan komunitas serta budaya.

Informasi yang disajikan dalam bentuk tulisan yang santai dan cocok untuk dibaca oleh semua kalangan, mulai dari remaja, dewasa, hingga orang tua. Melihat banyaknya antusias masyarakat Kota Tarutung, Siborong-borong dan sekitarnya dalam mengikuti akun *instagram* maka hal ini membuat pemilik akun @Horastapanuliutara semakin yakin untuk mengembangkan dan membuat akun ini lebih bermanfaat untuk masyarakat. Sampai sekarang akun *instagram* @Horastapanuliutara sudah memiliki 32,900 pengikut. Dengan jumlah pengikut ini akun @Horastapanuliutara berpotensi sangat besar untuk membantu kemajuan pariwisata yang ada di Tapanuli Utara.

Gambar 4.1.2
Logo Instagram @Horastapanuliutara



HORAS | TAPANULI
UTARA Est 2015

Kemudahan untuk bertukar informasi semakin mudah didapatkan oleh masyarakat Tapanuli Utara dengan adanya akun *instagram* @Horastapanuliutara. Saat ini, di wilayah Tapanuli Utara mulai banyak bermunculan akun-akun social media, terutama *instagram*, yang memberikan berbagai jenis informasi, mulai dari

informasi tempat wisata, kuliner, hingga berita. Selain akun @Horastapanuliutara terdapat beberapa akun *instagram* yang paling banyak diikuti oleh masyarakat Tapanuli Utara, antara lain akun @Tapanuliexplore dan @taputnews.

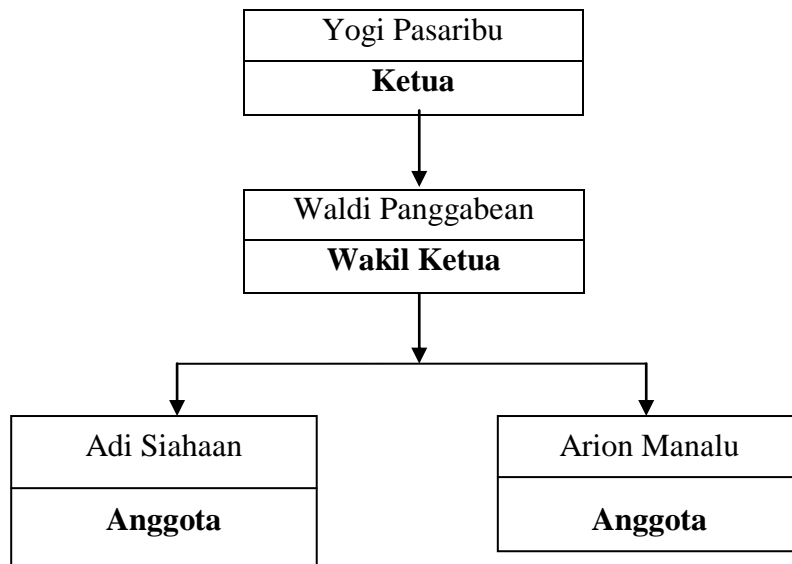
Dari beberapa akun tersebut, akun *instagram* @Horastapanuliutara merupakan akun yang paling banyak diikuti oleh masyarakat Tapanuli Utara. Sampai saat ini akun @Horastapanuliutara semakin mengembangkan sayapnya sebagai akun yang informatif dan bermanfaat bagi masyarakat. Tidak hanya membagikan informasi tentang wisata, akun @Horastapanuliutara juga mulai membagikan informasi tentang sejarah-sejarah yang ada di Tapanuli Utara. Contohnya pada postingan *instagram* tanggal 23 agustus 2021, akun *instagram* ini membagikan momen tentang sejarah lapangan pacuan kuda yang terletak di kabupaten Tapanuli Utara, Siborong-borong, tepatnya di desa Silait-lait. Diposting tersebut akun @Horastapanuliutara menjelaskan kapan lapangan tersebut didirikan dan bagaimana sejarah penggunaannya.

Dengan postingan bernuansa sejarah akun *instagram* @Horastapanuliutara sangat bermanfaat untuk menambah wawasan masyarakat terutama tentang sejarah. Akun @Horastapanuliutara merupakan salah satu contoh akun yang memanfaatkan sosial media untuk berbagi informasi, khususnya informasi mengenai Tapanuli Utara. Akun ini juga menyajikan informasi yang mudah dicerna dan ringan untuk dibaca, karena itu sebagian besar dari pengikut akun *instagram* @Horastapanuliutara adalah remaja. Pada akun ini masyarakat juga bisa selalu *update* mengenai berita duka maupun bencana alam yang ada disekitar Tapanuli Utara.

4.1.3 Struktur Organisasi

Sampai saat ini akun *instagram* @Horastapanuliutara terdiri dari empat orang pengurus, yang biasa disebut sebagai Admin 1 atau pemilik akun yaitu Ketua, admin 2 yaitu Wakil Ketua, dan dua orang Anggota.

Tabel 4.1.3 Struktur Organisasi



4.1.4 Visi dan Misi Akun *Instagram* @Horastapanuliutara

Visi:

1. Sebagai media bagi masyarakat untuk berbagi dan bertukar informasi yang ada di Tapanuli Utara.
2. Sebagai media promosi bagi masyarakat Tapanuli Utara dalam bidang pariwisata dan ekonomi.
3. Sebagai media yang dapat dinikmati oleh masyarakat Tapanuli Utara dari segala umur dan kalangan.

Misi:

1. Menjadi media yang bisa mengangkat potensi pariwisata dan ekonomi di Tapanuli Utara.
2. Melestarikan dan memperkenalkan pariwisata Tapanuli Utara secara luas..
3. Menyajikan berbagai berita dan informasi yang lebih berkualitas tapi tetap mudah untuk dibaca.

4.2 Pembahasan

Citizen Journalism adalah aktivitas jurnalistik yang dilakukan oleh warga biasa (yang bukan wartawan). *Citizen Journalism* atau dikenal dengan Jurnalisme Warga mempunyai peran aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisis, dan menyebarkan berita serta informasi yang dimiliki. Tipe jurnalisme ini akan menjadi sebuah *trend* baru bagaimana warga membetuk berita serta informasi di masa mendatang. Akun *instagram* @Horastapanuliutara adalah salah satu media *online* yang menghadirkan kegiatan *citizen journalism*.

Dalam konten yang berjudul “Piknik Di Urat Ni Huta” akun *instagram* @Horastapanuliutara telah menyampaikan informasi yang dapat dinikmati oleh semua kalangan. Kegiatan *citizen journalism* merupakan salah satu contoh kegiatan yang memanfaatkan sosial media untuk berbagi informasi. Akun @Horastapanuliutara menjadi akun pertama yang menginformasikan keberadaan wisata alam urat ni huta di media sosial.

Dengan adanya postingan tersebut mendatangkan pengaruh yang baik untuk perkembangan wisata alam urat ni huta. Fenomena *citizen journalism* ini tampaknya akan selalu tumbuh, dengan adanya hal tersebut khalayak dapat

bekerja layaknya wartawan dengan cara yang disengaja. Dengan adanya internet yang dimiliki oleh khalayak, khalayak mampu menyebarkan informasi dalam bentuk teks, audio, komentar dan analisis.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini adalah dengan cara mengamati, menggambarkan dan menuliskan fakta-fakta yang sebenarnya yang ada di lapangan di tempat melakukannya penelitian, pengamatan serta wawancara yang dilakukan berdasarkan tujuan yang akan dicapai oleh peneliti yaitu mengetahui Peran *Citizen Journalism* Dalam Mengembangkan Wisata Alam Urat Ni Huta Di *Instagram* @Horastapanuliutara. Pengamatan dan wawancara yang dilakukan secara sederhana dengan melontarkan beberapa pertanyaan kepada pemilik akun *instagram* peneliti mengajukan 4 pertanyaan.

Pertanyaan yang digunakan merupakan pertanyaan tidak terstruktur, sehingga terjadi interaksi yang santai serta apa adanya antara peneliti dengan responden. Sehingga peneliti dapat menjabarkan serta mendeskripsikan kesimpulan dari hasil wawancara yang telah dilakukan menggunakan bahasa yang telah disusun dengan baik oleh peneliti.

Pertanyaan yang diberikan kepada pemilik akun adalah pertanyaan yang berkaitan dengan Peran akun *instagram* @Horastapanuliutara dalam mengembangkan wisata alam urat ni huta, Bagaimana postingan “Piknik di Urat Ni Huta mempengaruhi perkembangan wisata alam tersebut, Bagaimana pengaruh *instagram* @Horastapanuliutara terhadap masyarakat Kota Tarutung dan sekitarnya dan apakah kegiatan *citizen journalism* pada *instagram* @Horastapanuliutara penting bagi masyarakat.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan 3 orang masyarakat untuk mengetahui pendapat tentang akun @Horastapanuliutara. Pertanyaan yang diberikan kepada masyarakat adalah Apakah masyarakat mengikuti akun *instagram* @Horastapanuliutara, Bagaimana pendapat masyarakat Kota Tarutung tentang akun *instagram* @Horastapanuliutara, dan Apakah masyarakat tertarik melihat konten “Piknik di Urat Ni Huta” yang ada di akun *instagram* @Horastapanuliutara. Peneliti ingin mengetahui langsung pendapat dari pemilik akun *instagram* dan masyarakat di Tapanuli Utara.

4.2.1 Peran *Instagram* @Horastapanuliutara Dalam Mengembangkan Wisata Alam Urat Ni Huta.

Media sosial digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui media komunikasi *online*. Salah satu media sosial yang fenomenal pada tahun 2015 adalah *Instagram*. Sistem komunikasi pada *instagram* ini dengan berbagi foto dengan teman di media tersebut dan menulis pesan melalui komentar pada foto yang diunggah. Salah satu bentuk media sosial yang digunakan *netizen* untuk menyebarkan informasi pariwisata adalah *Instagram*.

Dari wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik akun *instagram* @Horastapanuliutara menjelaskan bahwa akun *instagram* ini cukup berperan penting dalam proses perkembangan wisata alam Urat Ni Huta yang berada di Kota Siborong-borong. Dengan maraknya penggunaan media sosial sekarang yang menyebabkan penyebaran berita atau informasi semakin mudah dilihat. Postingan dengan judul “Piknik Di Urat Ni Huta” yang diupload pada tanggal 30

November 2020, banyak mendatangkan antusias bagi masyarakat untuk datang ke wisata alam yang sebelumnya tersembunyi ini. Menurut pemilik akun *instagram* @Horastapanuliutara juga berperan dalam penyebaran informasi terkait promosi pariwisata yang dahulu hanya dapat dilakukan kepada segelintir orang, kini dapat disampaikan kepada ribuan orang. Dengan media sosial *instagram* akun @Horastapanuliutara telah menjadi alat komunikasi untuk media promosi.

4.2.2 Pengaruh Postingan “Piknik Di Urat Ni Huta” Terhadap Perkembangan Wisata.

Menurut pemilik akun *instagram* @Horastapanuliutara adapun pengaruh dari postingan “Piknik Di Urat Ni Huta” terhadap perkembangan wisata alam yang berada di Kota Siborong-borong ini, yaitu:

1. Menyadarkan masyarakat akan potensi wisata yang ada di Urat Ni Huta.
2. Mengembangkan potensi wisata yang ada dan menyampaikan saran atau masukan untuk pemerintah agar memperhatikan potensi wisata yang ada di Urat Ni Huta.
3. Postingan “Piknik Di Urat Ni Huta” juga dapat membantu untuk mendatangkan keuntungan bagi masyarakat yang sebelumnya tidak menyadari adanya potensi pariwisata di Urat Ni Huta.
4. Menjadi lahan usaha bagi masyarakat yang berada di sekitarnya agar bisa membantu perekonomian masyarakat.

4.2.3 Pengaruh *Instagram* @Horastapanuliutara Terhadap Masyarakat Tapanuli Utara.

Berdasarkan data yang diperoleh dari pemilik akun *instagram* @Horastapanuliutara, dapat diketahui penggunaan media sosial *instagram* sangat membantu sebagai media promosi untuk menunjang dan memudahkan kegiatan promosi pariwisata. Adapun pengaruh *instagram* @Horastapanuliutara terhadap masyarakat Tapanuli Utara yaitu:

1. Sebagai sumber informasi untuk masyarakat dan pemerintah Tapanuli Utara agar bisa lebih memperhatikan wisata yang berpotensi untuk dikembangkan.
2. Instagram @Horastapanuliutara juga menerima saran dan masukan dari semua masyarakat Tapanuli Utara untuk kemajuan pariwisata dan ekonomi masyarakat yang lebih baik. Saran dan masukan dari masyarakat ini akan disampaikan kepada pemerintah melalui media sosial dengan begitu pemerintah bisa melihat pendapat masyarakat.
3. Akun @Horastapanuliutara berpengaruh sebagai media promosi untuk masyarakat yang memiliki usaha dibidang pariwisata, kuliner, hingga pakaian. Akun @Horastapanuliutara sangat mendukung usaha lokal yang dimiliki oleh masyarakat Tapanuli Utara.
4. Sebagai media untuk membagikan informasi tentang lapangan pekerjaan baru yang ada di Tapanuli Utara.
5. Mendorong kesadaran masyarakat dalam mengembangkan potensi pariwisata yang ada di Tapanuli Utara.

4.2.4 Pentingnya Kegiatan *Citizen Journalism* Pada *Instagram* @Horastapanuliutara Bagi Masyarakat Tapanuli Utara.

Kegiatan *Citizen Journalism* sangatlah erat hubungannya dengan media *online*. Munculnya istilah ini diakibatkan oleh perkembangan media-media baru seperti halnya internet yang membuat istilah *Citizen Journalism* ini semakin dikenal luas oleh masyarakat. Bisa dikatakan *Citizen Journalism* ini adalah kegiatan jurnalistik yang memiliki perbedaan dengan kegiatan jurnalistik seperti biasanya, tidak semuanya berbeda, bisa dilihat dengan jelas perbedaannya hanya terletak pada orang yang melakukan kegiatan ini. *Citizen Journalism* atau dikenal dengan Jurnalisme Warga mempunyai peran aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisis, dan menyebarkan berita serta informasi yang dimiliki. Bisa dikatakan orang yang melakukan kegiatan ini belum tentu dapat dikatakan sebagai seorang wartawan atau Jurnalis.

Menurut pemilik akun *instagram* @Horastapanuliutara sejauh ini kegiatan *citizen journalism* yang dilakukan pada akun *instagram* ini penting karena antusias dan respon masyarakat yang positif. Dengan melihat antusias masyarakat maka bisa disimpulkan kegiatan *citizen journalism* pada akun @Horastapanuliutara banyak diminati. Karena cara penyampaian berita yang ringan dan mudah dibaca kegiatan *citizen journalism* akan sangat disukai oleh semua kalangan masyarakat yang menggunakan media sosial *instagram*.

Pemilik akun mengatakan kegiatan di *instagram* ini masih berdasarkan kesenangan dan tidak ada tuntutan untuk selalu aktif. Bahkan dari kegiatan yang dilakukan di *instagram* tidak semuanya menghasilkan, ada beberapa kegiatan yang dilakukan pemilik akun lebih banyak mengeluarkan daripada yang dihasilkan, karena itu pemilik akun melakukan kegiatan di *instagram* @Horastapanuliutara berdasarkan kesenangan hati dan tidak ada paksaan. Berdasarkan hasil peneliiian pemilik akun juga mengembangkan kegiatannya kedalam *youtube channel*. *Youtube channel* yang diberi nama Horas tapanuli utara channel telah mendapatkan 12,1 ribu *subscriber* dan sudah menghasilkan pendapatan atau gaji.

4.2.5 Pendapat Masyarakat Tentang Akun *Instagram* @Horastapanulitara

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada tiga orang masyarakat menunjukkan bahwa ketiganya mengikuti akun *instagram* @Horastapanuliutara. masyarakat berpendapat bahwa dengan adanya akun ini membuat masyarakat lebih mengetahui tentang hal baru yang ada di Tapanuli Utara. Bagi masyarakat akun ini sangat membantu untuk menginformasikan tentang tempat wisata terbaru yang ada di Tapanuli Utara. Dengan adanya akun @Horastapanuliutara juga membuat masyarakat diluar Tapanuli Utara jadi lebih mengenal dan mengetahui Kota Tarutung ataupun Kota Siborong-borong. Masyarakat diluar Tapanuli Utara akan lebih mengetahui bahwa Tapanuli Utara memiliki banyak tempat wisata yang patut untuk dikunjungi.

4.2.6 Pendapat Masyarakat Tentang Konten “Piknik Di Urat Ni Huta” Yang Ada Di *Instagram* @Horastapanuliutara.

Wisata alam Urat Ni Huta terletak di Perbatasan jalan lintas antara Siborongborong menuju Sipahutar dan berjarak kurang lebih 7 Kilometer dari Piltik Coffee Siborongborong. Urat Ni Huta punya daya tarik tersendiri dengan keindahan alam dan padang rumputnya. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti bahwa satu dari tiga masyarakat yang diwawancarai belum pernah melihat konten “Piknik Di Urat Ni Huta”. Dua diantaranya mengatakan sudah pernah melihat konten tersebut dan berpendapat bahwa konten tersebut membuat masyarakat tertarik untuk berkunjung ke Wisata Alam Urat Ni Huta.

Masyarakat juga menyatakan tertarik untuk berkunjung karena ingin *mengexplore* wisata-wisata di Tapanuli Utara dan ingin membantu dalam mengembangkan potensi wisata yang ada. Masyarakat mengatakan bahwa Tapanuli Utara memiliki banyak tempat wisata yang belum bisa dikembangkan secara maksimal karena kurangnya kesadaran dari masyarakat itu sendiri. Melihat potensi yang ada seharusnya Tapanuli Utara bisa menghasilkan banyak wisata yang bisa membantu perekonomian masyarakat, karena itu hal utama yang harus diperhatikan selain membagikan informasi tentang pariwisata masyarakat disekitarnya juga harus lebih didukung agar ikut berperan untuk mengembangkan wisata yang ada.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Peran *Citizen Journalism* Dalam Mengembangkan Wisata Alam Urat Ni Huta Di *Instagram* @Horastapanuliutara, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari konten “Piknik Di Urat Ni Huta” yang diunggah pada akun instagram @Horastapanuliutara, konten tersebut mengandung kegiatan citizen journalism, dengan kata lain konten tersebut memiliki nilai informasi dan berita yang informatif dan faktual. Kegiatan citizen journalism pada akun instagram sangat mempengaruhi perkembangan dari wisata alam Urat Ni Huta. Dengan adanya konten tersebut wisata alam Urat Ni Huta semakin dikenal oleh masyarakat. Banyak masyarakat yang memutuskan untuk berkunjung ke wisata tersebut setelah melihat postingan di akun @Horastapanuliutara. Kegiatan citizen journalism pada akun @Horastapanuliutara ini merupakan salah satu contoh kegiatan yang memanfaatkan sosial media sebagai sarana membagikan informasi terutama informasi dibidang pariwisata. Dengan adanya kegiatan ini masyarakat semakin mudah untuk mengetahui berita atau hal-hal terbaru yang ada di Tapanuli Utara.

2. Peran *instagram* @Horastapanuliutara dalam mempromosikan pariwisata telah dijalankan melalui program-program promosi di media sosial kemudian dijadikan sebagai promosi untuk memberikan informasi-informasi kepariwisataan. Aplikasi *instagram* itu sendiri juga berperan penting dalam penyampaian informasi. Instagram dapat diakses setiap saat. *Instagram* dapat diakses melalui jaringan internet setiap saat, baik dari komputer maupun dari *handphone*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pemilik akun *instagram* @Horastapanuliutara harus lebih aktif dalam mengunggah foto maupun berita. Kualitas informasi masih bisa lebih ditingkatkan. Penyampaian informasi yang ringan akan lebih mudah diterima oleh semua kalangan masyarakat.
2. Tidak hanya melalui penggunaan *instagram* @Horastapanuliutara juga diharapkan dapat melakukan promosi melalui event, kegiatan sosial, dan juga saling bekerjasama dengan komunitas pariwisata atau pemerintah agar program promosi wisata dapat berjalan dan penggunaan media sosial *instagram* lebih efektif lagi.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih sebatas bagaimana peran citizen journalism di akun *instagram* @Horastapanuliutara. Sehingga, peneliti menyarankan untuk lebih memperdalam kajian mengenai isi dari konten itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Rizky. 2018. *Perkembangan Jurnalisme Online*. <https://kompasiana.com>(Diakses 18 Maret 2022).
- Afriani, I. 2009. *Metode Riset Kualitatif*, Makasar: Lembaga Penelitian Mahasiswa Penalaran, Universitas Negeri Makasar.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi*. Yogyakarta: ASPIKOM Buku Litera dan Perhumas.
- Audy Mirza, Alwi. 2004. *Foto Jurnalistik, Metode Memotret dan Mengirim Foto ke Media Massa*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Hakki Nurhakki, Rustan Sukra Ahmad. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbitan Deepublish.
- Kusumaningati, Imam FR. 2012. *Jadi Jurnalis Itu Gampang! (Citizen Journalism)*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Larmasari, Ayu. 2013. *Karakteristik Jurnalistik Online*, <https://karakteristikjurnalistikonline.com>(Diakses 18 April 2021).
- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif, Teori Dasar dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Media Sosial. 2021. http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial. (Diakses 18 April 2021).

- Nurudin. 2012. *Media sosial baru dan munculnya revolusi proses komunikasi*,
Yogyakarta: Buku Litera, Prodi Komunikasi UMM, DPPM DIKTI.
- Purba Bonaraja, dkk. 2020. *Ilmu komunikasi : Sebuah Pengantar*. Yayasan Kita
Menulis.
- Riaz, Pasha. 2011. *Peran dari Citizen Journalism Dalam Memperkuat
Masyarakat*. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol.5 No.1: Peshawan.
- Sambo, Masriadi & Yusuf Jafaruddin. 2017. *Pengantar Jurnalisme Multiplatform*.
Kencana: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suprpto Tommy. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*.
Yogyakarta: PT. Buku Kita.
- Wikipedia. 2022. *Analisis Deskriptif Kualitatif*. [https://id.wikipedia.org/wiki/
Instagram](https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram)(Diakses 18 Maret 2022).
- Wikipedia. 2022. *Citizen Journalism*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Citizen
journalism](https://id.wikipedia.org/wiki/Citizen_journalism)(Diakses 18 Maret 2022).
- Wikipedia. 2022. *Instagram*. [http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosi al](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosi_al). (Diakses
18 Maret 2022).
- Wikipedia. 2022. *Jurnalistik Online*. [http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosi al](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosi_al).
(Diakses 18 Maret 2022).
- Winarso, Bambang. 2015. *Apa itu Instagram, Fitur dan Cara Menggunakannya?*.
<https://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram>.(Diakses pada 11 Maret 2021).
- Yani, Fitri. 2012. *Regulasi Untuk Mengatur Citizen Journalism dan E-commerce*:
Bengkulu.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Ace Pemb
3/4/2021
Zka

**Wawancara yang dilakukan dengan pemilik akun instagram
@Horastapanuliutara**

Penelitian melakukan wawancara dengan pemilik akun instagram @Horastapanuliutara dengan memberikan 4 pertanyaan dan wawancara dengan masyarakat kota Tarutung dengan memberikan 3 pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Pertanyaan untuk pemilik akun instagram @Horastapanuliutara:

1. Bagaimana peran instagram @Horastapanuliutara dalam mengembangkan wisata alam urat ni huta?
2. Bagaimana pengaruh instagram @Horastapanuliutara terhadap masyarakat kota Tarutung dan sekitarnya?
3. Bagaimana postingan piknik di urat ni huta mempengaruhi perkembangan wisata alam tersebut?
4. Apakah kegiatan citizen journalism pada instagram @Horastapanuliutara penting bagi masyarakat?

Pertanyaan untuk masyarakat mengenai akun instagram @Horastapanuliutara:

1. Apakah masyarakat mengikuti akun instagram @Horastapanuliutara?
2. Bagaimana pendapat masyarakat kota Tarutung tentang akun instagram @Horastapanuliutara?
3. Apakah masyarakat tertarik melihat konten "Piknik Di Urat Ni Huta" yang ada di instagram @Horastapanuliutara?

DOKUMENTASI KEGIATAN PENELITIAN



Gambar 1. Wisata Alam Urat Ni Huta



Gambar 2. Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik akun instagram @Horastapanuliutara.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : NUR HAJIJAH PASAIRBU
Tempat /Tgl Lahir : Tarutung, 25 Maret 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jl. SM Raja Pintu Air Gg. Horas No.3 Medan
Anak Ke : 4 dari 7 bersaudara

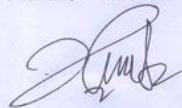
Nama Orang Tua

Ayah : M. Agus Syukur Pasaribu
Ibu : R. Ronauli Siregar
Alamat : Jl. SM Raja Pintu Air Gg. Horas No.3 Medan

Pendidikan Formal

1. SD Negeri 173100 Tarutung 2005-2010
2. SMP Negeri 2 Tarutung 2010-2013
3. SMA Negeri 5 Medan 2013-2016
4. Kuliah pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Tahun 2022

Medan, Mei 2022



NUR HAJIJAH PASAIRBU



UMSU
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Bila mungkin → surat ini agar ditandatangani
nomor dan tanggalnya

154.16.311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624667 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 09 Februari, 2021

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Nurhijjah Pasaribu
N P M : 1602110200
Jurusan : Ilmu Komunikasi (Jurnalistik)
Tabungan sks : 1210..sks, IP Kumulatif 2,19

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Pesan Citizen Journalism dalam mengembangkan wisata alam urat ri huta di instagram @hotastapanulistiwa	1/02-2021
2	Analisis foto jurnalistik dalam konten "Tanjung in Air" look" pada akun instagram @hotastapanulistiwa.	
3	Pesan foto dalam foto jurnalistik (analisis pesan dalam foto cover depanoran harian tribun edisi: Sabtu, 05 desember 2020).	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 09 Februari, 2021

Ketua
(NURHIJAH PASARIBU)

Pemohon

(NURHIJAH PASARIBU)

PB: SAID HARAHAN

*) dilampirkan setelah judul ditandasesujui oleh Ketua Jurusan.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

PERPANJANGAN TERAKHIR
SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING
Nomor : 173/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
setelah memperhatikan :

1. Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awai 1443H/26 Oktober 2021 M;
2. Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 173/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 tgl. 11 Februari 2021 yang telah berakhir masa berlakunya tanggal 11 Februari 2022;

Memberikan **Perpanjangan Masa Berlakunya Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing** No. 173/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 tgl. 11 Februari 2021 untuk Mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **NURHAJJAH PASARIBU**
NPM : 1603110200
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : XII (Dua Belas) Tahun Akademik 2021/2022
Judul Skripsi : **PERAN CITIZEN JOURNALISM DALAM MENGEMBANGKAN WISATA ALAM URAT NI HUTA DI INSTAGRAM @HORASTAPANULIUTARA**

Pembimbing : **Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAH, S.Sos., M.LKom.**

Selama 3 (Tiga) Bulan sampai tanggal **07 Juni 2022** dengan ketentuan :

1. Penulisan Skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor : 1231/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M.
2. Surat Perpanjangan Penetapan Judul Skripsi dan Naskah Skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sampai batas tanggal **07 Juni 2022** dan atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, **04 Syaban 1443 H**
07 Maret 2022 M

An.Dekan,
Wakil Dekan - I



Tembusan

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertineal.



Bila ada perubahan surat ini agar diperhatikan
tanggal dan tempatnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kepten Mochtar Basri No. 3 Medan 20233 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 18 Maret 2021

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : MURHATMAH PASARIBU
N P M : 1603110200
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI (JURNALISTIK)

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor.../SK/IL3/UMSU-03/F/20... tanggal ... dengan judul sebagai berikut :

PERAN CITIZEN JOURNALISM DALAM MENGEKSPANSI WISATA ALAM
LEPAT NI HUTA, DI INSTAGRAM @HOPASTAPANULUTARA

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester I s/d terakhir ASLI;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :
Pembimbing

DEMI SAID HARAHAR, S. Sos. M. I. Kom

Pemohon,

(MURHATMAH PASARIBU)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLTIK

UNDANGAN/PANGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 415/UND/II.3-A/UMSU-03/F/2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jum'at, 26 Maret 2021
Waktu : 09.00 WIB s.d. 12.00 WIB
Tempat : Online/Daring
Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.



SK-4

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
1	RIKI YAKUB	1603110178	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.I.K., M.I.Kom.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. DAYA MEGA PRATAMA DI MASA PANDEMI COVID-19
2	RIZA ANDINY ACHSA	1603110173	SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.I.K., M.I.Kom.	OPINI PUBLIK TERHADAP PENYESUAIAN ADAPTASI BARU DI MASA NEW NORMAL. PANDEMI COVID-19 DI PT. JALUR NUGRAHA EKA KURIR
3	BILLA DEA PRAMUSINTA	1703110157	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom	ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom	DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN "COFFEE MARRONAN" DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN
4	RICO ANDRIAN SARAGIH	1703110186	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom	PEMANFAATAN FOTOGRAFI MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN SINTAR ZOO DI MASA PANDEMI COVID-19
5	NURHALIHA PASARBU	1603110200	SIGIT HARDYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos., M.I.Kom	PERAN CITIZEN JURNALISN DALAM MENGEMBANGKAN WISATA ALAM URAT NI HUTA DI INSTAGRAM @HORASTAPANULUTARA

Medan, 09 Swabhan 1442 H

23 Maret 2021 M


Dedangin Sihah, S.Sos., WSP.



Unggul Cerdas Berprestasi
Berkeadilan dan Berkeadilan

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : NURHAJIAH PASARIBU
NPM : 1603110200
Jurusan : JURNALISTIK
Judul Skripsi : PERAN CITIZEN JOURNALISM DALAM MENGEKEMBANGKAN WISATA ALAM URAT NI HUTA DI INSTAGRAM @HORASTAPANULIUTARA.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	15/02-2021	Revisi BAB I	
2.	22/02-2021	Revisi BAB I	
3.	01/03-2021	Revisi BAB III	
4.	09/03-2021	Revisi konsistensi pada penulisan skripsi.	
5.	26/03-2021	ACC sempro	
6.	11/06-2021	Revisi BAB IV	
7.	18/06-2021	Revisi BAB V	
8.	15/07-2021	Revisi Kerangka konsep	
9.	06/08-2021	Revisi penulisan skripsi	
10.	13/08-2021	ACC sidang meja hijau	

Medan, 18 Februari 2022

Dekan,

Dr. Anfin Saleh, S.Sos, M.Sp

Ketua Jurusan,

Akhyaq Anshori, S.Sos, M.Kom

Pembimbing,

Dr. M. SAID HARAHAPS, S.Sos, M.I.Kom

