

BAB 2

SEJARAH PERKEMBANGAN CITIZEN JOURNALISM DAN PEWADAHAN CITIZEN JOURNALIST

2.1. Sejarah Citizen Journalism (Jurnalisme Warga negara)

Citizen journalism atau jurnalisme warganegara 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.

Sejarah CJ juga bisa dilacak sejak konsep *public journalism* dilontarkan oleh beberapa penggagas, seperti Jay Rozen, Pew Research Center, dan Poynter Institute. Bersama Wichita News, Eagle, Kansas, para penggagas CJ mencobakan konsep *public journalism* dengan membentuk panel diskusi bagi publik guna mengidentifikasi isu-isu yang dianggap penting bagi publik. Jay Rozen, seorang profesor bidang jurnalistik di New York University (NYU), adalah salah satu pelopor pertama *citizen journalism* atau jurnalisme publik. Sejak tahun 1993 hingga 1997, dia memimpin proyek dalam kehidupan publik dan pers,

berdasarkan Knight Foundation di NYU. Dia juga yang menjalankan Press Think weblog. (communicare.com, 1 Desember 2007)

Fenomena dan praktik CJ juga menjadi perhatian dari Stephen Quinn dan Stephen Lambie tentang penggunaan blog sebagai medium CJ (2008); John C. Merrill, Peter J. Gade, dan Frederick R. Blevens memfokuskan penelitiannya pada perkembangan CJ di Amerika (2004); Mark Deuze tentang identitas pelaku CJ *online* dalam konteks konvergensi budaya (2008); Faxon Banda yang mengupas tentang CJ dan perkembangan demokrasi di Afrika (Seth C. Lewis, Kelly Kaufhold, dan Dominic L. Lasorsa yang mengangkat tentang CJ dalam perspektif produksi berita di Koran komunitas (2009); Penelitian Dan Gillmor yang membahas CJ *online* sebagai alternatif media dan bentuk bisnis dari CJ *online* (2004). Dan Gillmor, mantan kolumnis teknologi pada San Jose Mercury News adalah seorang pendiri CJ terkemuka serta pendiri sebuah lembaga non profit bernama Center for Citizen Media mempromosikannya. Canadian Broadcasting Corporation jaringan televisi berbahasa Prancis bahkan telah mengorganisasi dan mempromosikan jurnalisme yang berbasis warganegara sejak tahun 2001. Pada sebuah programnya, ada partisipasi penonton. Mereka telah mengirimkan pertanyaan terhadap masalah yang beragam. Mereka juga ditemani staf jurnalis yang bisa mengarahkan pertanyaan. Jurnalis ini menjadi moderator yang mengarahkan pertanyaan pemirsa yang ditujukan ke ahli yang diundang di studio. (Nurudin.2010:219)

Bill Gates pernah meramalkan bahwa digitalisasi dalam bidang komunikasi dan informasi pada tahun 1990 akan mematikan surat kabar. Kehadiran situs-situs berita di pertengahan tahun 1990-an dikhawatirkan bisa menjadi ancaman seluruh media massa konvensional, seperti surat kabar, radio, maupun televisi. Akan tetapi, dalam hal kecepatan menyampaikan informasi, konon seluruh jenis media massa terancam oleh kehadiran *mailing list* atau blog.

CJ tumbuh subur di Amerika Serikat antara lain dipelopori oleh sejumlah wartawan veteran dan sekolah jurnalistik yang ingin mengeksplorasi partisipasi masyarakat dalam ekosistem media massa. Model jurnalisme ini memiliki banyak nama di berbagai belahan dunia. Antara lain, *netizen*, *participatory journalism*,

dan *grassroot journalism*. CJ praktik jurnalisme ala warga, telah lebih dulu hadir dalam media yang lebih tua seperti radio. CJ dicirikan dengan partisipasi aktif masyarakat dalam proses lahirnya berita. akarnya adalah *community based media*. Gerakan jurnalisme baru ini mengemuka pada awal 1990-an di Amerika Serikat. Belum ada data yang pasti siapa yang memulainya karena masih ditemukan klaim-klaim yang sifatnya pribadi tanpa uji silang yang komprehensif. Meski begitu, era kemunculannya memang pada rentang waktu tersebut. Bentuk dan sifatnya masih beragam tergantung kepentingan setiap pembuatnya dan semuanya berbasis pada aplikasi blog. Satu hal yang pasti adalah semangat jurnalisme partisipatoris sudah muncul dan menonjol.

Karena memang sejatinya inilah ciri pokok CJ. Yakni, kegiatan jurnalistik yang dilakukan bukan oleh jurnalis profesional, tetapi oleh masyarakat umum dan dipublikasikan secara *online* serta dapat saling diberi komentar oleh pengguna lainnya.

Beberapa definisi dari CJ meliputi banyak bentuk dari penggunaan konten (Sage publication, 2009). Definisi dari *citizen journalism* ini lebih keras dan menggantikan kontribusi pada diskusi di bidang publik, di mana di dalam sebuah bentuk informasi sederhana, sintesis, laporan, atau opini. Kontribusi ini dapat bersifat lokal maupun global. Sepanjang konten tersebut termasuk dalam definisi ini, *citizen journalist* dapat secara individu membuat kontribusi tunggal (sebuah fakta, koreksi, pendapat, dan lain-lain), blogger, atau pengeditan profesional warga untuk website “profesional – amateur” (pro-am) yang terintegrasi dengan pekerjaan staf dan kontributor masyarakat. Atau dengan kata lain, dalam CJ tetap melibatkan kegiatan seperti mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita. Namun, bila biasanya yang melakukan hal tersebut adalah wartawan, maka dalam istilah CJ subjeknya adalah publik secara luas dan terbuka.

Spiritnya tetap sama dengan *public journalism* atau *civic journalism* yang terkenal pada tahun 80-an. Yaitu, perkara bagaimana menjadikan jurnalisme bukan lagi sebuah ranah yang semata-mata dikuasai oleh para jurnalis. Dikuasai dalam arti diproduksi, dikelola, dan disebarluaskan oleh institusi media, atas nama bisnis ataupun kepentingan politis. Perbedaan dengan fenomena *public journalism*

dengan CJ terletak pada kemajuan teknologi media sehingga semangat partisipatoris yang melibatkan publik dalam mendefinisikan isu semakin terakomodasi.

Selain itu, kemajuan teknologi media membuat akses publik untuk memasuki ranah jurnalistik semakin terbuka. Semangatnya, sekali lagi, tetap sama. Yaitu, mendekatkan jurnalisme pada publiknya. Bedanya, *open source* di masa sekarang semakin niscaya saja, ketika teknologi media kian berkembang.

Pada dasarnya, tidak ada yang berubah dari kegiatan jurnalisme yang didefinisikan seputar aktivitas mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan berita. CJ ada dasarnya melibatkan kegiatan seperti itu. Hanya saja, kalau dalam pemaknaan jurnalisme konvensional yang melakukan aktivitas tersebut adalah wartawan, kini publik juga bisa ikut serta melakukan hal-hal yang biasa dilakukan wartawan di lembaga media. Karena itu, Shayne Bowman dan Chris Willis lantas mendefinisikan CJ sebagai : “...*the act of citizens playing an active role in the process of collecting, reporting, analyzing, and disseminating news and information....*”. CJ adalah bentuk spesifik dari *citizen media* dengan konten yang berasal dari publik. Di Indonesia, istilah yang dimunculkan untuk CJ adalah jurnalisme partisipatoris atau jurnalisme warga

Konsep dasar dalam CJ yaitu memposisikan audiens sebagai produsen berita juga, bukan hanya konsumen pasif seperti selama ini berjalan dalam logika kerja jurnalisme tradisional berbasis media massa. Dengan kata lain, posisi antara jurnalis sebagai pencari dan penulis berita, narasumber sebagai muasal berita, dan audiens sebagai konsumen berita sudah lebur begitu cair. Antara produsen dan konsumen berita tidak bisa lagi diidentifikasi secara *rigid* karena setiap orang dapat memerankan keduanya (Gillmor, 2004: xii-xv). Intinya, dalam CJ yang diutamakan adalah interaksi dan interkoneksi.

Sebenarnya, fenomena ini muncul sebagai lanjutan dari kecenderungan laju masyarakat menuju tahap mutakhir sesuai menjadi masyarakat industri. Dalam terminologi yang dikemukakan sosiolog dan futurolog Alvin Toffler, tahap mutakhir itu adalah masyarakat informasi. Tahap ini adalah tahap ketiga setelah melalui bentukan sebagai masyarakat agraris dan masyarakat industri. Ciri utama

masyarakat informasi adalah penekanan pada sifat kekuasaan dan pengetahuan yang tidak lagi terpusat, melainkan menyebar. Di samping itu, informasi telah menjadi entitas dan komoditi tertentu yang menggerakkan laju peradaban. Namun, satu hal yang perlu mendapat catatan juga adalah bahwa setiap komunitas atau bangsa tidak berjalan dalam kecepatan yang sama dalam proses pemutakhiran peradaban tersebut. Sehingga, jika di belahan utara tempat bangsa negara-negara maju sudah hiruk pikuk sebagai masyarakat informasi, ternyata di negara-negara berkembang termasuk Indonesia, masih disibukkan dengan transisi dari agraris menuju industri.

Munculnya CJ telah mengubah revolusi penyebaran pesan. Pesan yang dahulunya hanya bisa dilakukan oleh media massa (cetak dan elektronik), kini sudah bisa dilakukan oleh warga negara biasa, tanpa memandang status, pendidikan, jabatan, dan kemampuan menulis. Bahkan, informasi yang disebarkan oleh *citizen journalist* kadang lebih aktual dan alami. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan Bill Movers (2004) dalam pidatonya kepada *The Society of Professional Journalists* (halaman 4) yang mengatakan bahwa CJ dengan informasi yang independen dan tanpa filter telah mengubah bentuk berita yang biasanya disampaikan dalam bentuk *lecture* ke bentuk *conversation*. Berita tidak ditempa, diseleksi, dan difilter pada ruang redaksi, tetapi berita dibentuk dalam ruang publik itu sendiri dengan komentar masyarakat yang berfungsi untuk menambah, mengurangi, atau mengoreksi berita yang mereka terima.

Fenomena CJ meningkat pada akhir 1990-an. Diperkuat oleh cara baru penggunaan partisipasi dalam internet (web 2.0). Internet, dengan kecanggihan yang dimilikinya menawarkan kesempatan yang luas bagi publik untuk dapat menumpahkan ide dan gagasan mereka di situs-situs pribadi yang gratis dan simpel.

Menurut August E. Grant, Ph.D. & Jim Foust, Ph.D (2008) Internet merupakan teknologi komunikasi yang paling penting di dunia. Ia berdampak kuat pada teknologi komunikasi lainnya. Internet telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, di antaranya sebagai kekuatan sosial yaitu mempengaruhi bagaimana, kapan, dan mengapa orang berkomunikasi, sebagai kekuatan ekonomi yang

mengubah cara pandang perusahaan dalam mengoperasikan dan berinteraksi dengan pelanggannya dan sebagai kekuatan hukum yang memaksa pemeriksaan dan pemahaman ulang suatu hukum.

Percakapan mengenai potensi dari teknologi *online* dan *world wide web* untuk media massa mempunyai konotasi yang drastis, peningkatan momok konsekuensi radikal untuk produksi dan konsumsi berita. Dalam keprihatinannya pada produksi berita, John Pavlik menyarankan bahwa konvergensi computer dan telekomunikasi telah membawa masa depan sebuah “sistem media baru (yang) mencakup semua bentuk komunikasi manusia dalam format digital di mana peraturan dan paksaan analog tidak dipakai lagi (Boczkowski, 2004:76).

Sebenarnya CJ tidak hanya terpatok pada satu media saja, seperti internet. Akan tetapi, mencakup semua jenis media. Hanya saja, memang media internet memiliki kelebihan-kelebihan yang tidak dimiliki media lain. Selain karena aksesnya yang lebih murah dan cepat, media internet pun menawarkan sebuah fasilitas berdialog langsung dengan audiens yang menjadi pembaca atau penikmatnya.

Kehadiran teknologi baru memungkinkan orang-orang di luar jurnalis profesional dapat membuat tulisan yang patut dijadikan berita. Menurut buku *Encyclopedia of Journalism* (Sage Publication, 2009), Pertengahan dasawarsa pertama di tahun 2000-an, ratusan jurnalis membuat blog pribadinya yang mereka gunakan untuk menerbitkan wawancara lengkap dengan sumber-sumber, mengundang pengecekan kebenaran terhadap cerita yang ditulisnya, dan mengumpulkan saran untuk tulisan-tulisan selanjutnya.

Di pertengahan dasawarsa pertama tahun 2000-an, media juga mulai membuat blog yang kemudian disebut dengan *editorial blog* atau *dewan editorial blog*. Organisasi media seperti BBC, CBS, The Guardian, The Los Angeles, dan The New York Times telah menambahkan *editorial blog* pada situs *online* mereka di mana editor senior dapat membuat tulisan tentang pandangan mereka, keputusan mereka dan meminta saran dan kritik melalui komentar-komentar dari pembaca.

Sementara itu blog warga (*citizen blogs*) mencapai popularitas dengan cepat di akhir tahun 1990-an dengan penampilan yang mudah digunakan seperti *live journal* dan blogger. Dari estimasi 30.000 warga yang membuat blog di tahun 1998, jumlah orang yang membuat blog meningkat hingga 60 juta di tahun 2007. Dari analisis konten terlihat bahwa 17 persen blog warga mengandung informasi seputar peristiwa di masyarakat.

Fenomena berjamurnya blog ini mungkin adalah sebuah bentuk eksistensi diri di dunia, maya bagi seseorang. Namun, lebih dari itu, bila kita lihat dari aspek lain, keberadaan blog ini memacu dunia tulis menulis di kalangan publik. Informasi yang dulu hanya bisa dinikmati dari berbagai media massa melalui goresan tangan seorang wartawan, kini bisa dinikmati di berbagai tempat dengan berbagai tangan selain tangan wartawan. Apalagi dewasa ini kebebasan berpendapat adalah sebuah hal yang sangat dijaga keberlangsungannya. Orang-orang semakin asik dengan kesenangannya mengomentari hal-hal terkecil yang bahkan mungkin kurang penting. Segala hal yang ada, baik itu tentang dirinya atau tentang lingkungan terdekatnya akan diungkapkan dalam sebuah tulisan. Fenomena ini adalah bentuk implikasi nyata dari berbagai kemudahan fasilitas teknologi yang disediakan.

Tak perlu kirim artikel lewat pos lagi ketika ingin artikel tersebut dibaca orang banyak di sebuah media massa cetak, misalnya. Saat ini yang cukup dilakukan adalah menulis dengan baik dan mengelola sebuah weblog dengan cermat.

Pada awal abad ke-21, CJ menggunakan perlengkapan dan teknologi dari web 2.0 untuk memproduksi dan mendistribusikan beberapa dari kebutuhan sosial yang dibawa oleh jurnalisme tradisional. Munculnya CJ salah satunya dipicu oleh sebuah peristiwa yang terjadi di Amerika Serikat, tepatnya tahun 2004. Saat itu dilaksanakan pemilihan presiden Amerika. Bush dari partai Republik dan Kerry dari partai democrat yang bersaing ketat memperebutkan kursi kepresidenan. Saat itu masyarakat AS saat itu merasa jenuh dengan pemberitaan-pemberitaan yang ada di media.

Banyak kalangan menilai peristiwa bom yang mengguncang London, Inggris, 7 Juli 2005 juga menjadi tonggak kebangkitan CJ. Tragedi yang menewaskan lebih dari 50 orang itu, menginspirasi tim porter untuk menuangkan unek-unek di situs pribadinya, *First Draft*. Ia berselancar di dunia maya sesaat setelah kejadian mencari informasi lebih lanjut setelah menjemput istrinya yang berada tak jauh dari lokasi kejadian. Porter dengan cepat menemukan informasi terkini tentang ledakan tersebut dari sebuah situs pribadi. Di sisi lain media konvensional seperti Radio, TV atau situs dot.com bahkan belum menyiarkan berita tersebut. Apalagi koran, butuh satu hari baru dapat dibaca oleh orang banyak. Jeff Jarvis dan Steve Yelvington lah, dua warga yang berada paling dekat dengan pusat ledakan. Keduanya mengirimkan hasil rekaman video kepanikan orang di dalam stasiun kereta api bawah tanah ke situs pribadi. Gambar tersebut hasil shootingan Adam Stacey, seorang penumpang dengan kamera *handphonenya*. Beberapa menit kemudian, gambar tersebut telah disiarkan televisi BBC. Pada akhirnya, mereka melampirkan seluruh pendapat dan perasaannya ke dalam wadah weblog di mana semua yang mereka pikirkan dan mereka rasakan bisa dipublikasikan dan dibagikan dengan orang lain.

Pada tahun 2005, *The Rocky Mountain News* di Denver Colorado membuat sebuah jurnalisme warga negara lokal. *Websitenya* dinamakan *yourhub.com* yang mengizinkan beberapa pengguna yang telah mendaftarkan untuk mengirim artikel berita dan foto yang dipublikasikan online dan di dalam pusat komunitas seksi surat kabar mingguan yang dikirim dengan *News and The Denver Post*. Seorang staf editor memonitor dan mengedit website dan menyumbangkan beberapa isi profesional tetapi mayoritas isi dibuat oleh warganegara. Pada tahun 2006, *The Yourhub.com* mem-branding secara *franchise* dan menjualnya ke beberapa pasar dunia. (Nurudin 219)

Sedangkan CJ yang paling fenomenal di dunia saat ini adalah situs Oh My News (OMN). Berkantor pusat di Seoul, Korea Selatan, situs ini pertama terbit 22 Februari 2000 dengan moto “Setiap Warga adalah Seorang Reporter”. Pemunculan Oh My News juga dilatar belakangi pemilihan presiden Korea Selatan. Hingga kini OMN telah memiliki 60 ribu reporter seluruh dunia 80%

berasal dari CJ dan hanya 40 orang berasal dari "wartawan tradisional". Situs berita dan informasi ini dibaca tak kurang sekitar 750 ribu pengguna setiap harinya (Pikiran Rakyat, 9/2/2007)

2.2. Citizen Journalism di Indonesia

Kemunculan jurnalisme warga di Indonesia bermula pada masa Orde Baru, saat Soeharto berkuasa, di mana pada saat itu arus informasi dari media massa kepada masyarakat dijaga ketat oleh pemerintah dan aparatnya. Masa Orde Baru yang dikenal dengan sistem pers tertutupnya, memaksa pers untuk lebih mengedepankan agenda kebijakan, khususnya kebijakan eksekutif. Pers lebih banyak memberitakan kebijakan pemerintah. Dominannya penggunaan sumber berita eksekutif menjadikan pemberitaan pers menjadi *top down*.

Di Indonesia, jurnalisme warga telah hadir dalam keseharian melalui acara-acara *talkshow* di radio khususnya sejak awal tahun 90-an. Karena dilarang pemerintah menyiarkan program siaran berita, beberapa stasiun radio mengungkap format siaran informasi. Pada program siarannya, stasiun radio tersebut (di antaranya adalah Radio Mara 106,7 FM di Bandung yang menjadi pionir siaran seperti ini) menyiarkan acara *talkshow* yang mengajak pendengar untuk aktif berpartisipasi melalui telepon untuk menyampaikan informasi maupun pendapat tentang sebuah topik hangat. Pada masa Orde Baru acara siaran tersebut efektif menjadi saluran khalayak menyampaikan keluhan terhadap kelemahan atau kezaliman penguasa.

Kemudian penelitian tentang internet, pemanfaatan milis dalam perspektif CJ dan pengaruhnya di Indonesia dilakukan oleh David T. Hill dan Krishna Sen yang hasil penelitiannya diterbitkan dalam buku yang berjudul **The Internet in Indonesia's New Democracy** (2005). Penelitian ini mengungkap bagaimana gerakan internet yang mengambil bentuk *mailing list* atau milis menjadi gerakan penyadaran akan demokrasi ketika sistem pemerintahan saat itu berada dalam rezim authoritarian dengan mengambil salah satu faktornya terhadap perkembangan jaringan internet di berbagai wilayah di Indonesia yang ditandai

dengan kemunculan warung-warung internet (warnet) melalui metode *virtual ethnography*.

Setelah UU Penyiaran No.32 Tahun 2002, kehadiran *community based media* di bidang penyiaran pun akhirnya terakomodasi. kehadiran radio dan televisi komunitas menjadi legal. Legalitas ini membuat peluang jurnalisisme warga menjadi semakin terbuka. melalui radio atau televisi komunitas, warga bisa bertukar informasi atau pendapat, tentang hal-hal terdekat dengan keseharian mereka, yang biasanya luput diliput oleh media-media besar. Pada radio siaran, biaya peralatan, operasional siaran dan pesawat penerima yang relatif murah, bahkan sangat murah bila dibandingkan operasional televisi atau akses ke internet, peluang jurnalisisme warga menjadi semakin besar untuk bisa dilakukan oleh lebih banyak orang termasuk di pedesaan.

Sejumlah *mailing list* menjadi pelarian warga yang mampu mengakses internet akibat media massa konvensional saat itu tidak ada yang berani mengkritik rezim. Kehadiran blog ini baru dianggap sebagai ancaman karena sifat interaktifnya, yang tidak mungkin dilakukan media massa konvensional.

Perkembangan CJ di Indonesia memang belum begitu lama dan mengakar. Fenomena yang mengawali adalah situs *detik.com*, yang menampilkan berita-berita segar dan tidak terkungkung. Sejumlah media berita menyediakan tempat bagi *citizen journalist* untuk mem-*posting* tulisannya. Media online di Indonesia seperti *detik.com* dan *kompas.com* telah menyediakan tempat bagi CJ melalui situsnya *blogdetik.com* dan *kompasiana.com*. Situs ini sangat diminati masyarakat, terlihat dari banyaknya yang berpartisipasi menulis dalam situs ini.

Di Indonesia sendiri banyak blog-blog pribadi bermunculan, di samping portal berita online. Blog-blog tersebut bermacam-macam, mulai dari blog tentang film, musik, cerita perjalanan, puisi, cerpen, mata pelajaran, hingga blog seputar informasi yang dikemas mirip berita. Blog inilah yang kemudian dapat dikatakan sebagai *citizen journalism*. Fenomena CJ tidak berhenti sampai disini. Banyak portal berita online kemudian menyediakan tempat sendiri untuk *citizen journalist*, seperti *kompas.com* yang kemudian membuat *kompasiana* atau *detik.com* yang kemudian mempunyai blog *detik*.

Baik dalam portal berita *online* maupun dalam blog pribadi, penulisan informasi atau berita oleh *citizen journalist* bisa dikatakan lemah dalam hal verifikasi. Tidak ada yang bisa menjamin kebenaran berita tersebut. Kredibilitas blog berita yang dipakai tentu layak dipertanyakan. Hal ini karena tidak semua *citizen journalist* pernah mengikuti pendidikan jurnalistik layaknya seorang wartawan. Maka tidak semua dari mereka juga mengerti tentang prinsip-prinsip jurnalistik.

Geliat CJ terlihat lewat peran Pepih Nugraha yang memosting tulisannya lewat harian *Kompas*, yang mengangkat hal-ihwal participatory journalism. Pepih lewat *Indonesiasatu.net* memproklamirkan diri sebagai jurnalisme warga. Pesta Blogger Indonesia semakin menguatkan seruan CJ. Blog memang membuka kemungkinan *open source reporting*, menjamurnya blog dan blogger adalah kondisi yang kondusif untuk memunculkan CJ, tapi sekadar ngeblog saja tidak cukup untuk diberi predikat sudah ber-CJ.

Sehari setelah Pesta Blogger Indonesia usai, Harian *Republika* mengumumkan lewat iklan besar-besaran akan menjadikan medianya sebagai pengusung jurnalisme warga dengan mengundang partisipasi warga lewat ruang yang disediakan bagi mereka untuk sejumlah isu: laporan utama, laporan traveling, sampai berbagi resep.

Blog adalah *website* yang dikelola oleh individu dengan materi-materi aktual seputar gagasan, komentar, deskripsi kegiatan, atau materi lain seperti gambar, video yang *di-update* secara berkala. Melalui blog mereka dapat memberitahukan informasi disekitar mereka tanpa harus dihantui ketakutan. Kebebasan pers lewat internet sangat ditunjang oleh keberadaan blog. Secara terpisah, ranah jurnalisme warga dan blog juga semakin diramaikan dengan sistem kerja yang diberi nama *Create Your Own News* (Crayon). Sistem kerja crayon membebaskan para blogger untuk memberikan dan membuat informasi. Berita yang disampaikan tanpa harus melewati meja redaksi. Semua mengalir begitu saja sehingga berita yang di posting adalah berita yang lugas. Penyampaian berita tidak hanya menggunakan cara eksplanatif tetapi gaya retorik pun sering kita temui di blog. Hal ini tergantung pada blogger itu sendiri, mereka diberikan

Dalam tren kondisi yang demikian lahirlah beragam ruang-ruang baru di dunia maya yang makin progresif. Salah satunya adalah weblog atau yang kini jamak disebut blog. Blog bermula dari catatan harian atau jurnal seseorang yang dipublikasikan di internet. Selain catatan yang sifatnya personal dan selalu di-*update* tersebut, blog juga menyajikan *link* atau daftar alamat koneksi ke situsweb atau blog lainnya. Ciri khas lainnya adalah blog memungkinkan setiap pengunjungnya meninggalkan komentar terhadap apa yang tampil di situ. Pengunjung lainnya dapat melihat komentar tersebut dan dapat memberikan komentar lanjutan, demikian juga dengan pemilik blognya, begitu seterusnya. Inilah cikal bakal situs web CJ yang kini mulai menjamur sebagai bentuk alternatif dari praktik jurnalistik.

Di Indonesia, warga biasa mendapatkan ruang untuk menuliskan opininya terhadap suatu masalah ketika blog pribadi ataupun sosial media mengemuka. Saat warga biasa menuliskan apapun, kemudian dibaca oleh orang banyak, maka warga biasa tersebut telah melakukan aktivitas CJ. Enda Nasution mendapat sebutan *Bapak Blogger Indonesia*, yang melanglang buana berkat blog, mendirikan situs Web 2.0 Ada juga Simbok Venus, pendiri situs Web 2.0 berjudul Ngerumpi. Karena keisengannya menulis di blog pribadi yang merupakan jurnal online tempatnya belajar menulis akhirnya menjadikannya penulis tetap di Detik. Kemudian yang juga berhasil menjejakkan kaki di Tanah Colombus juga berkat keisengannya *blogging*. Dan masih ada banyak lagi yang akhirnya menjadi *full time blogger* dan berhasil, seperti Ngoro Kakung, Putra Nasution, Nicholas, Silly, Nonadita dan banyak *blogger* lain yang akhirnya membentuk komunitas dan berkontribusi pada banyak peristiwa yang terjadi pada bangsa ini justru ketika pemerintah kurang tanggap terhadap masalah tersebut.

Hanya melalui *social media*. Sebutlah *Blood For Life* merupakan komunitas blogger yang peduli dengan donor darah, yang memberikan informasi kepada masyarakat yang membutuhkan darah, yang penggeraknya merupakan seorang ibu rumah tangga, blogger yang dikenal dengan nama Silly. Atau ketika menangani korban pengungsi Merapi dan banyak lagi. Yang masih segar dalam ingatan kita, pengumpulan Koin Untuk Prita, dimulai pada sebuah angkringan di

Jalan Langsung Jakarta, yang akhirnya sekarang menjadi besar dan dikenal dengan Komunitas Langsung.

Situs CJ banyak bermunculan, seperti situs *KabarIndonesia.com* yang bermarkas di Netherland Belanda. Dalam kurun waktu 15 bulan terakhir, situs yang populer dengan sebutan *Harian Online Kabar Indonesia* (HOKI) ini telah mempunyai sekitar 3000 reporter warga. Mereka itulah yang selama ini menjadi pensuplai tulisan sekaligus juga jadi pembacanya.

CJ di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang bagus pada 2005. Banyak media *online* di Indonesia menerapkan CJ di antaranya *panyingkul.com*, *halamansatu.net*, *wikimu.com*, *kabarindonesia*, *greenpressnetwork*, dan sebagainya. Bahkan media-media cetak dan elektronik nasional pun sekarang telah menerapkan sistem CJ, sebut saja *Republika* yang telah menerapkan CJ sejak 7 Januari 2007 atau radio Elshinta yang sejak tahun 2000 telah menerapkan CJ dan memiliki kurang lebih 100.000 *citizen reporter*.

Setelah situs jejaring sosial merebak, lahir grup-grup pewarta warga, salah satunya Citizen Journalist Indonesia (CJI). CJI adalah komunitas yang bermula dari sebuah grup di *facebook*. Komunitas ini didedikasikan kepada Indonesia yang diharapkan bisa memberikan wadah untuk generasi Indonesia yang mempunyai minat yang besar terhadap Jurnalistik. CJI memberikan edukasi kepada masyarakat luas untuk siap menjadi *citizen journalist*. Kami juga memfasilitasi Anda untuk bisa menjual karya jurnalistik Anda berupa artikel, photo, audio maupun video kepada khalayak luas (media *mainstream*/pribadi) yang membutuhkannya.

CJ adalah fenomena menarik dalam perkembangan jurnalistik masa depan. Bagi yang sudah lama mencermati dinamika dunia jurnalistik dari esensinya yang paling dalam, *citizen journalism* sebenarnya mengenai bagaimana menjadikan jurnalisme bukan lagi sebuah ranah yang semata-mata dikuasai oleh para jurnalis dan pengusaha media. Dikuasai dalam arti diproduksi, dikelola, dan di sebarluaskan oleh institusi media, atas nama bisnis ataupun kepentingan politis.

Kemajuan dan perkembangan teknologi komunikasi semakin memudahkan pemirsa dalam mengakses dan memberikan kontribusi kepada

media. Sehingga semangat partisipatoris yang melibatkan publik dalam mendefinisikan isu semakin terakomodasi. Akses publik untuk memasuki ranah jurnalistik semakin terbuka. Munculnya situs-situs atau blog pelaku CJ yang ramai dikunjungi menimbulkan konsekuensi ekonomi, yaitu pemasangan iklan yang jumlahnya tidak sedikit. Bahkan media televisi juga membuat program khusus yang menayangkan video amatir pemirsa kemudian memberikan bayaran atas liputannya.

Program Citizen Journalist Indonesia (CJI) : (1). Konsolidasi organisasi, melakukan revitalisasi visi, misi dan fungsi CJI; melakukan rekrutmen anggota/relawan baru serta menggerakkan dinamika dan partisipasi anggota/relawan; mengembangkan citra dan eksistensi organisasi di semua bidang; meningkatkan hubungan dan kerjasama dengan berbagai organisasi; mengembangkan kemitraan antar lembaga dan organisasi di dalam maupun di luar negeri; mengembangkan dan mencari sumber-sumber pendanaan, (2) Partisipasi kepada dunia jurnalistik, mengembangkan *www.cjindonesia.com*, sehingga menjadi organisasi non profit yang diminati generasi muda; membantu peningkatan kualitas dan kuantitas *citizen journalism*/jurnalisme warga, (3) Pengabdian kepada masyarakat : memberikan ruang alternatif bersosialisasi; berpartisipasi dalam mengembangkan kegiatan *citizen journalism*; berpartisipasi melalui *journalism* dalam upaya mengatasi masalah sosial dan pelestarian lingkungan; mendorong tumbuh dan berkembangnya *citizen journalism* di Indonesia.

Tabel 2.1. Pengurus CJI

Jabatan	Nama Pengurus
Pendiri	Imam Suwandi (Indonesia)
Petugas	Imam Suwandi (Indonesia)
Admin	Wilson Lalengke (Indonesia)
PPWI-Pusat	Nuril M. Nasir
Redaktur	Wattie Ditawiria
CJ-Bid.Media Televisi	Is 'Hio' Ariyanto (Indonesia)
CJ-Solo	Bagus Handoko
CJ-Brunai Darussalam	Mohammad Solihin
CJ-Surabaya	Mohamad Audi Rakhmadani
CJ-Jogja	Indrawadi Mantari

Sumber : Situs Citizen Journalist Indonesia