

## Abstrak

Jurnalisme warga adalah proses produksi informasi yang dilakukan warga biasa atas peristiwa yang terjadi di sekitarnya di berbagai saluran dengan mengadopsi nilai-nilai jurnalisme. Meskipun terlihat egaliter dan inklusif, pada kenyataannya praktik jurnalisme warga timpang dan diskriminatif. Di Indonesia, ada banyak perusahaan media mengelola jurnalisme warga dengan menempatkannya di salah satu kanal berita atau menjadikannya sebagai unit bisnis terpisah. Disertasi ini bertujuan menyingkap kepentingan apa saja yang muncul ketika jurnalisme warga dikelola *Kompasiana*, *Indonesiana*, dan *Publika*. Perlakuan apa saja yang didapatnya ketika masuk dalam organisasi media, sekaligus menganalisis motif yang melatari perlakuan tersebut. Pada akhirnya, saya menganalisis dampak perlakuan tersebut terhadap dinamika jurnalisme warga itu sendiri. Melalui pendekatan etnografi baru, data penelitian diperoleh melalui sejumlah aktivitas, yakni wawancara, observasi, dan penelusuran dokumen baik secara *online* maupun *offline*. Prinsip-prinsip validitas dialogis dan kontekstual telah digunakan dalam proses pencarian dan analisis data. Temuan ditinjau menggunakan pendekatan hegemoni dan komodifikasi.

Hasil temuan adalah jurnalisme warga dikelola mengikuti prinsip-prinsip jurnalisme profesional yang telah dimodifikasi. Pendekatan jurnalisme profesional tersebut dipakai untuk membuat aturan main berjurnalisme warga yang harus diikuti kontributor dan pegangan bagi moderator dalam menangani konten warga. Melalui moderator yang memiliki latar belakang jurnalistik, konten yang dihasilkan warga harus ditangani dengan baik agar tidak bermasalah guna mengantisipasi rusaknya nama baik media dan terhindar dari informasi sesat. Melalui pelatihan-pelatihan, acara *offline*, dan sejenisnya, baik *Kompasiana*, *Indonesiana*, dan *Publika* membuka ruang internalisasi nilai-nilai dari beragam kepentingan, seperti sponsor, media itu sendiri, termasuk nilai jurnalisme profesional. Terakhir, jurnalisme warga bersama konten-konten lainnya diposisikan menghadapi raksasa media sosial secara bersama-sama.

Pengelolaan jurnalisme warga tersebut bermotif kepentingan jurnalisme profesional, nama baik media sebagai sebuah institusi, dan ekonomi (pasar). Namun kepentingan pasarlah yang dominan. Kepentingan-kepentingan tersebut saling terkait satu sama lain. Hegemoni yang dijalankan bertujuan mengubah cara pandang kontributor warga agar berjurnalisme warga sesuai selera pasar, termasuk patuh terhadap aturan main yang telah dibuat. Dampaknya adalah terjadi pergeseran makna terhadap jurnalisme warga itu sendiri menjadi jurnalisme warga yang sesuai selera pasar secara perlahan-lahan. Meskipun konten-konten yang biasa-biasa saja (tidak sesuai selera pasar) masih diterima, namun diletakkan tidak sebaik konten-konten berkualitas yang bisa mendulang *traffic*. Demokratisasi informasi berpotensi terganggu. Warga dalam jurnalisme warga adalah bukan warga apa adanya, melainkan warga yang memiliki akses atas teknologi, jaringan, pengetahuan, dan modal ekonomi.

**Kata Kunci:** Jurnalisme Warga, Hegemoni, Komodifikasi, Selera Pasar, *Traffic*

## Abstract

Citizen journalism is the process of producing information carried out by ordinary citizens of the events that occur around them in various channels by adopting the values of journalism. Although it looks egalitarian and inclusive, in reality the practice of journalism is unequal and discriminatory. In Indonesia, there are many media companies managing citizen journalism by placing it in a news channel or making it a separate business unit. This dissertation aims to reveal what interests arise when citizen journalism is managed by *Kompasiana*, *Indonesiana* and *Publika*. What treatments he gets when entering the media organization, as well as analyzing the motives behind the treatment. In the end, I analyzed the impact of the treatment on the dynamics of citizen journalism itself. Through a new ethnographic approach, research data is obtained through a number of activities, namely interviews, observations, and document searches both online and offline. The principles of dialogical and contextual validity have been used in the process of searching and analyzing data. The findings are reviewed using the hegemony and commodification approaches.

The findings are that citizen journalism is managed according to modified professional journalism principles. The professional journalism approach is used to create rules of citizens' journalism that must be followed by contributors and a guide for moderators in handling citizen content. Through a moderator who has a journalistic background - full or partial, the content produced by citizens must be handled properly so as not to have problems in anticipation of damaging the good name of the media and avoiding misguided information. Through trainings, offline events, and the like, *Kompasiana*, *Indonesiana*, and *Publika* open space to internalize the values of various interests, such as sponsors, the media itself, include the value of professional journalism. Finally, citizen journalism along with other content is positioned to face the social media giant together.

The management of citizen journalism is motivated by the interests of professional journalism, the good name of the media as an institution, and the economy (market). But market interests are dominant. These interests are related to one another. The hegemony that is carried out aims to change the perspective of citizen contributors so that citizens' journalism is in accordance with market tastes, including compliance with rules that have been made. The impact is a shift in meaning of citizen journalism itself into citizen journalism that suits the market's tastes slowly. Even though mediocre content (not according to market tastes) is still accepted, it is not placed as well as quality content that can gain traffic. Democratization of information can be disrupted. Citizens in citizen journalism are not ordinary citizens, but citizens who have access to technology, networks, knowledge, and economic capital.

**Keywords:** Citizen Journalism, Hegemony, Commodification, Market Taste, Traffic