

**PENGARUH CITIZEN JOURNALISM TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN  
INFORMASI FOLLOWERS TWITTER @PRFMnews**

*(The Influence of Citizen Journalism on the Information Needs of @PRFMnews Followers)*

---

Profiana Yulianti

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Universitas Telkom

[profianayulianti@gmail.com](mailto:profianayulianti@gmail.com)

---

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *citizen journalism* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers* twitter @PRFMnews. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan paradigma positivisme. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* twitter @PRFMnews dan sampel yang diambil sebanyak 397 responden dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji normalitas, regresi sederhana, uji t, dan koefisiens determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan positif yang dimana *citizen journalism* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dengan total pengaruh variabel *citizen journalism* (X) terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y) adalah sebesar 31,9%, sedangkan sisanya sebesar 68,1% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci:** Citizen Journalism, Pemenuhan kebutuhan Informasi, Followers Twitter PR FM

---

**Abstract**

*This study aims to determine how much citizen journalism affects the fulfillment of @PRFMnews twitter followers' information needs. This study used quantitative research method using positivism paradigm. The population in this study is @PRFMnews twitter followers' and samples taken is 397 respondents using nonprobability sampling technique. The data analysis technique used is descriptive analysis, normality test, simple regression, t-test, and the coefficient of determination. The results showed that the respondents gave positive responses where citizen journalism has a significant effect on the fulfillment of information needs with the total effect of citizen journalism variable (X) to the fulfillment of the variable information (Y) is equal to 31.9%, while the remaining 68.1% is a variable that is not researched.*

**Keywords:** Citizen Journalism, Fulfillment of Information Needs, PR FM Twitter Followers

## 1. Pendahuluan

Teknologi komunikasi merupakan bagian dari kebutuhan manusia yang sulit untuk dipisahkan. Seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin maju, maka media massa pun semakin banyak bermunculan seperti surat kabar, stasiun televisi dan radio. Peran media massa sangat berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan umum masyarakat. Melalui berbagai media massa masyarakat dapat memperoleh informasi dan berita baik dari lingkungan lokal maupun mancanegara.

Salah satu media massa yang masih digemari masyarakat adalah radio. Menurut Moeryanto ( dalam Triartanto, 2010:30) “ Radio adalah alat komunikasi massa yang menggunakan lambang-lambang komunikasi yang berbunyi”. Terkait dengan itu, maka radio siaran perlu dimuat pesan-pesan, informasi, musik, serta bunyi-bunyi lainnya, yang terencana, tersusun/tertata, terpolo menjadi suatu program yang layak dan siap untuk didengarkan kepada khalayak.

Hampir di seluruh radio memiliki format siaran radio yang sama seperti format musik, berita, dan *talkshow*. Karena dalam sebuah siaran radio tetap harus memperhatikan unsur hiburan, *education*, dan informasi. Hal ini dilakukan agar radio bisa tetap bertahan dan selalu diminati pendengarnya.

Radio PR FM merupakan radio wanita dengan nama *on air* Radio Mustika Parahyangan, namun setelah mengudara selama 10 tahun, dengan melihat dinamika dan perubahan minat masyarakat terhadap kebutuhan media dan didukung oleh PT. Pikiran Rakyat mendorong PT. Mustika Parahyangan untuk merubah format radionya, akhirnya pada tahun 2009 Radio Mustika Parahyangan berubah nama menjadi Radio PR FM, dan formatnya berubah menjadi radio berita yang menerapkan Citizen Journalism ([prfmnewschannel.com/](http://prfmnewschannel.com/) diakses pada 26 September 2014).

Menurut hasil wawancara dengan Aris Hermansyah (Pemred Radio PR FM) Radio PR FM berkonten *Citizen Journalism*, hampir dalam seluruh program melibatkan masyarakat. Radio PR FM memberikan informasi-informasi penting mengenai perkembangan dan permasalahan di kota Bandung, program yang memasyarakat ini dapat menampung segala aspirasi warga dan menjadikan warga sebagai wartawan.

Saat ini, kata *Citizen Journalism* sering terdengar di kalangan masyarakat. Banyak orang menganggap *Citizen Journalism* sebagai salah satu cara yang digunakan untuk bertukar informasi, karena cara ini dianggap efektif, mudah, cepat dan informasinya berisi fakta atau kejadian yang terjadi disekitar kita. Untuk itu masyarakat saat ini banyak yang menjadi jurnalis.

*Citizen Journalism* merupakan fenomena bagi siapapun yang mengamati perkembangan media, mereka yang berada dalam lingkup seperti akademisi, praktisi, kru dan pemilik media maupun mereka yang berada di luar media seperti para pengamat media dan pemirsa (Suwandi, 2010:28).

Jurnalis warga atau *Citizen Journalism* dapat memanfaatkan media-media yang ada baik *mainstream* media ataupun *social* media. Dalam *mainstream* media seperti media cetak melalui surat pembaca, media televisi melalui suara anda, media radio melalui info lalu lintas, media online bisa melalui kolom komentar. Sedangkan *social media* melalui blog (*wordpress*, *blogspot*), *Microblog* (*twitter*), *Media Sosial Blog* (*kompasiana*, *ohmy news*, *now public*), Situs Pertemanan (*facebook*, *friendster*), Situs foto *share* (*flickr*, *twitpic*), Situs video *share* (*youtube*) (Suwandi, 2010:36).

Salah satu bentuk *social media* yang terpopuler beberapa tahun terakhir adalah Twitter. Twitter bersifat *real time*, mengembangkan jaringan yang tak terbatas, dapat menyebarkan ide, membuka peluang pasar, menciptakan *personal brand*, dapat meningkatkan pelayanan, serta memanusiakan brand (puntoadi 2011:87-89).

Sesuai penjelasan diatas, radio merupakan salah satu bentuk dari media massa dan twitter merupakan bentuk dari *social media*. Sekarang ini, banyak radio yang memanfaatkan *social media* sebagai sarana untuk memberikan ataupun bertukar informasi dengan masyarakat. Maka sudah tidak asing lagi jika radio (termasuk PR FM) atau media massa lainnya memiliki account twitter sendiri. Hal ini dilakukan agar mempermudah untuk bertukar informasi dengan masyarakat, dan masyarakat sendiri bisa langsung menjadi jurnalisnya.

## 2. Dasar Teori

### 2.1 Radio

Radio sebagai salah satu media komunikasi massa yang mengandalkan *audio* (suara) dalam menyampaikan pesan-pesan komunikasi, dan radio memiliki karakteristik yang berbeda dari media massa lainnya. seperti televisi, surat kabar dan majalah baik dari spesifikasi penyampaian dan bentuk pesan maupun spesifikasi khalayak *audience* (pendengar) (Soedarsono, 2009 :91). Berdasarkan penjelasan diatas Radio merupakan media massa yang mengtransmisikan pesannya hanya melalui suara, dimana pendistribusian pesannya yang sangat aktual dibandingkan televisi dan majalah yang berkaitan dengan sistem produksinya yang sederhana.

#### 2.1.2 Twitter

Twitter adalah Situs microblog yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan sebuah pesan teks dengan panjang maksimal 140 karakter melalui SMS, pengirim pesan instan, surat elektronik. Twitter menghubungkan pertanyaan “Apa yang sedang anda lakukan saat ini?” dan menghubungkan pertanyaan tersebut kepada pengguna dengan kembali bertanya “*What are you doing?*” (Hadi, 2010: 2)

Lebih lanjut Hadi (2010: 2) menjelaskan bahwa twitter dapat digunakan sebagai sarana penyebar informasi kepada semua orang baik yang dikenal maupun yang tidak untuk memberitahukan keberadaan penggunanya, penyampaian pesan dalam twitter umumnya tanpa berharap mendapatkan balasan atau respon dari pembacanya.

Pada buku Twitter API: Up and Running (Makice, 2009:27), dituliskan bahwa terdapat studi yang menyimpulkan bahwa terdapat empat fungsi pemakaian Twitter oleh para memebnnya yaitu:

1. *Daily Chatter*  
Membicarakan mengenai aktivitas dan rutinitas harian.
2. Bercengkrama  
Menggunakan “@” untuk berbicara secara spesifik kepada pengguna Twitter lainnya.
3. Berbagi informasi  
Membagikan pesan informasi kepada pengguna lainnya.
4. Melaporkan berita  
Melaporkan berita dan perkembangan informasinya kepada pengguna lain.

#### 2.1.3 Citizen Journalism

Istilah dari *Citizen Journalism* terdiri dari dua kata yaitu kata *citizen* dan *journalism*. Dalam kamus kata “*citizen*” artinya “warga negara” dan kata “*journalism*” memiliki arti “jurnalisme” (Kusumaningati, 2012:5). Kegiatan jurnalisme dalam *Citizen Journalism* ini pemaknaannya masih sama yaitu seperti kegiatan jurnalisme yang biasanya di maknai sebagai kegiatan seputar aktivitas mengumpulkan, mengolah dan menyebarkan informasi bisa berupa tulisan, gambar, foto, video, atau laporan secara lisan. Jadi arti yang sesungguhnya dari *Citizen Journalism* adalah suatu bentuk kegiatan jurnalisme yang dilakukan oleh warga biasa, Maksud dari warga biasa yaitu warga yang bukan berstatus sebagai jurnalis profesional (Kusumaningati, 2012:5).

#### 2.1.4 Uses And Gratification

Model *uses and gratifications* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Inti teori *uses and gratifications* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif (Kriyantono 2008: 203).

Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch (1974), *uses and gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan.

#### 2.1.5 Kebutuhan Informasi

Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupannya, penunjang kegiatannya, dan pemenuhan kebutuhannya. Setidaknya yang utama adalah sebagai data dan fakta yang

membuktikan adanya suatu kebenaran, sebagai penjelas hal-hal yang sebelumnya meragukan, sebagai prediksi untuk peristiwa-peristiwa yang mungkin akan terjadi pada masa yang akan datang. Informasi hanya sekedar produk sampingan, namun sebagai bahan yang menjadi faktor utama yang menentukan kesuksesan atau kegagalan, oleh karena itu informasi harus dikelola dengan baik. Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk lebih berguna, lebih berarti dan bermanfaat bagi penggunaannya (Sankarto dan Permana, 2008: 1)

Data menggambarkan kenyataan suatu kejadian dan kesatuan yang nyata. Data dapat diartikan pula sebagai representasi dunia nyata yang mewakili suatu objek tertentu seperti manusia, hewan, peristiwa, konsep, keadaan dan lain-lain yang direkam kedalam bentuk angka, huruf, simbol, teks, gambar, suara, atau kombinasi dari keseluruhan. Sebelum menjadi informasi, data yang berkualitas, kemudian di olah melalui suatu model pengolahan data atau dikenal dengan siklus pengolahan data (siklus informasi). (Sankarto dan Permana, 2008:1).

Terdapat jenis kebutuhan terhadap informasi (Guha, 2004: 18-19):

1. *Current need approach*, yaitu pendekatan kepada kebutuhan pengguna Informasi yang bersifat mutakhir. Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya. Jenis pendekatan ini perlu adanya interaksi yang konstan antara pengguna dengan sistem informasi.
2. *Everyday need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat. Informasi yang dibutuhkan pengguna merupakan informasi yang rutin dihadapi oleh pengguna.
3. *Exhaustic need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik, dan lengkap.
4. *Catching-up need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan.

### 3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian positivisme. Menurut Sugiyono metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2010:8). Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* twitter @PRFMnews dan sampel yang diambil sebanyak 397 responden dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji normalitas, regresi sederhana, uji t, dan koefisiens determinasi.

### 4. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil olah data analisis sederhana yang dilakukan, variabel *citizen journalism* (X) memiliki jumlah 0,716, sedangkan untuk variabel pemenuhan kebutuhan informasi memiliki jumlah sebesar 0,919. Nilai variabel *citizen journalism* bernilai positif, variabel *citizen journalism* telah menunjukkan mempunyai pengaruh terhadap variabel pemenuhan kebutuhan informasi. Berdasarkan teori *uses and gratification* yang digunakan dalam penelitian, *followers* twitter @PRFMnews telah memilih melakukan *citizen journalism* pada radio PR FM sebagai media untuk mendapatkan dan memenuhi kepuasan *followers* dalam memberikan informasi.

Berdasarkan uji hipotesis parsial (uji T), maka variabel *citizen journalism* (X) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $13,608 > 1,966$ ). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak, yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel pengaruh *citizen journalism* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ), diperoleh nilai R square ( $R^2$ ) adalah 0,565, Angka tersebut menunjukkan koefisien determinasi (KD) sebesar 31,9%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel pengaruh *citizen journalism* terhadap variabel terikat pemenuhan kebutuhan informasi *followers* twitter @PRFMnews sebesar 31,9% sedangkan sisanya 68,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 5. Kesimpulan

Berdasarkan uji hipotesis parsial (uji T), maka variabel *citizen journalism* (X) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi. Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $13,608 > 1,966$ ). Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak, yaitu terdapat pengaruh signifikan variabel pengaruh *citizen journalism* pemenuhan kebutuhan informasi *followers* twitter @PRFMnews.

Persentase pengaruh sebesar 31,9% sedangkan sisanya 68,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Daftar Pustaka :**

- Hadi, Mulya, 2010. *Twitter untuk Orang Awam*. Palembang: Maxikom
- Krisyanto, Rakhmat, 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada media Group
- Kusumaningati, Imam, 2012. *Jadi Jurnalis Gampang*, Jakarta : Gramedia
- GroupMakice, Kevin, 2009. *Twitter API: Up and Running*. First Edition. USA: O’Rielly Media, Inc.
- Guha, B, 2004. *Documentation and Information*. New Delhi: World Press
- Sankarto, Bambang, 2008. *Identifikasi kebutuhan Informasi*. Bandung: Rekayasa Sains