

HUBUNGAN TAYANGAN *CITIZEN JOURNALISM* NET 10 DENGAN PERILAKU MAHASISWA MENGIKIRKAN BERITA KE NET

(Survei pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi)

Tripa Ramadhan/Fitria Ayuningtyas

Ilmu Komunikasi – Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UPN Veteran Jakarta
triparamadhan@gmail.com / Fitria.Irwanto@gmail.com

Abstract

Kegiatan praktik yang dilakukan oleh *citizen journalism* sama halnya dengan aktifitas kegiatan jurnalistik yang dilakukan oleh jurnalis profesional umumnya, dimana hal yang membedakan hanyalah subjek yang melakukannya yaitu masyarakat umum tanpa berlatar belakang pendidikan jurnalistik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan tayangan *citizen journalism* NET 10 dengan perilaku mahasiswa mengirimkan berita ke NET (Survei: Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi). Metodologi penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode penelitian survei eksplanatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi sebanyak 923 orang, untuk sampel sebanyak 90 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara tayangan *citizen journalism* NET dengan perilaku mahasiswa mengirimkan berita ke NET yang ditunjukkan dengan nilai korelasi 0.714 yang terletak pada rentang 0,71 – 0,90 yang artinya hubungan yang kuat. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara tayangan *citizen journalism* NET 10 dengan perilaku mahasiswa mengirimkan berita ke NET (survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana).

Kata Kunci : tayangan *citizen journalism*, perilaku mengirimkan berita, NET 10

Abstract

Practice activities done by citizen journalism same thing with activity journalistic's activities performed by professional journalists generally, where by it that differentiates a subject which is just do it namely the general public without background education in journalistic. The purpose of this research was to understand and measure about the relations between citizen journalism's show in NET 10 with student's behaviour to deliver the news to NET (survey to University of Mercu Buana's student, the Faculty of Communication). The methodology of this research used a quantitative approach and methods of survey research. The population of this research was University of Mercu Buana's students, the Faculty of Communication with the number of 923 student. The number of sample was 90 respondent, calculated by slovin formula. The data collection used by questionnaire. The technique data collection in this research used an accidental sampling. The result of this research indicates there are strongly relationship between citizen journalism's show in NET 10 with student's behaviour to deliver the news to NET demonstrated by correlation value 0.714 located range 0.714 – 0.90 which means strong correlation. Conclusion the research indicated that there are strongly relationship between citizen journalism's show in NET 10 with student's behaviour to deliver the news to NET (Survey to University of Mercu Buana's student, the Faculty of Communication).

Keyword : citizen journalism's show, behaviour to deliver the news, NET 10

1. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi telah membawa pengaruh besar tidak terkecuali dalam bidang komunikasi. Dampak positif dari perkembangan teknologi komunikasi saat ini, dapat memudahkan masyarakat dalam menyampaikan pesan atau bertukar informasi. Pada penyampaian informasi secara massal yakni melalui media massa baik surat kabar, radio, maupun televisi perkembangan itu pun begitu terasa. Jika sebelum era digital masyarakat hanya sebagai penerima pesan (komunikasikan) dari media massa, tapi di era modern saat ini masyarakat juga dapat berperan aktif dalam berbagi informasi antara

(komunikator) khususnya dalam bidang jurnalistik atau pemberitaan. Media *online* yang berbasis internet dan kecanggihan teknologi merupakan modal bagi masyarakat dalam berbagi informasi di era modern. Maraknya masyarakat yang melakukan hal tersebut dikenal dengan istilah *citizen journalism*.

Citizen journalism yang dimaksudkan sebagai kegiatan warga biasa yang bukan wartawan *professional* mengumpulkan fakta di lapangan atas sebuah peristiwa, menyusun, menulis, dan melaporkan hasil liputannya di media sosial atau melalui media massa. Pada

perkembangannya, apa yang dilaporkan warga tidak hanya semata-mata berita peristiwa, tetapi juga opini menanggapi sebuah peristiwa dalam ruang lingkup lokal, nasional, bahkan internasional.

Belum ada yang dapat memastikan dengan jelas lahirnya *citizen journalism*, tetapi pengamat media massa menganggap bom London yang terjadi pada Juli 2005 sebagai tonggak sejarah lahirnya *citizen journalism* atau jurnalisme warga. Di Indonesia sendiri istilah tersebut sudah dikenal luas dan semakin dikenal sejak peristiwa bencana alam tsunami di Aceh pada Desember 2004, dimana seorang warga biasa yang menjadi korban bencana merekam detik-detik kejadian tersebut dan ditayangkan oleh stasiun televisi Metro TV. Bermodal dari sebuah *blog* atau artikel di internet seorang warga dapat menjadi *citizen journalist*.

Tujuan dari jurnalisme warga sendiri sebagai sumber informasi, hiburan, kontrol sosial, hingga agen perubahan. Dengan begitu jaringan informasi dan sumber informasi semakin luas. Saat ini tidak jarang jurnalis warga menjadi sumber informasi bagi media massa *mainstream*. Media elektronik televisi merupakan media massa yang paling diminati berbagai kalangan masyarakat. Dalam melakukan penyebaran informasi, televisi memiliki cara yang menarik karena sifatnya *audio visual* yang dapat dinikmati oleh setiap kalangan tanpa mengenal status sosial. Televisi dijadikan sebagai salah satu sumber informasi masyarakat. Selain sumber informasi, televisi juga memiliki fungsi menghibur, membujuk serta menyampaikan ide.

Acara hiburan yang tidak membutuhkan banyak konsentrasi menjadi tayangan utama bagi sebagian besar stasiun televisi untuk menarik minat penonton. Banyaknya stasiun televisi dewasa ini secara tidak langsung memicu persaingan untuk menarik perhatian pemirsanya, sehingga setiap stasiun televisi berlomba-lomba untuk menyajikan tayangan kreatif, inovatif, dan menarik. Program acara yang disajikan stasiun televisi terbagi dalam beberapa tema, yaitu : berita, dokumenter, film, kuis, *talk show*, *reality show*, iklan, religi dan ragam acara lainnya. Setiap stasiun televisi memiliki segmentasi berita tersendiri dan beranekaragam mulai dari berita politik, ekonomi, sosial, kriminal, olahraga, hingga *feature*. Hampir setiap program berita yang disajikan biasanya diliput oleh wartawan professional. Beberapa media saat ini sudah menyediakan tempat bagi masyarakat yang ingin partisipasi dalam berbagi informasi kepada khalayak. Masyarakat yang tadinya hanya sebagai penonton saja, kini dapat berperan dalam kegiatan jurnalistik dan berbagi informasi.

Dalam hal memfasilitasi *Citizen Journalism* atau jurnalis warga, NET mempunyai program khusus untuk penayangan liputan jurnalis warga tersebut. NET merupakan stasiun televisi swasta baru di Indonesia. Sesuai dengan perkembangan teknologi informasi, NET berdiri dengan berlandaskan konten hiburan dan informasi, yang mana di masa mendatang akan terhubung secara luas, lebih dekat dengan masyarakat, lebih mendalam dan mudah untuk diakses. Kaitannya dengan *Citizen Journalism*, NET memiliki program berita dengan

segmen tersebut, yakni NET 10. NET 10 adalah program berita yang materinya diperoleh dari seseorang yang dijuluki jurnalis warga yang mengirimkan video liputannya melalui *website* yang sudah disediakan oleh redaksi NET. NET 10 tayang perdana sejak 18 Mei 2013 hingga sekarang dan ditayangkan setiap hari Senin-Jumat dengan durasi 60 menit yang dimulai sejak pukul 10.00 WIB. Masyarakat dapat mengirimkan video liputannya melalui *website* beserta informasi lainnya terkait video tersebut. NET juga menyiarkan video kiriman tersebut melalui media sosial yang dimiliki. Tujuan dari program NET 10 yang fokus pada segmen *citizen journalism* yakni sebagai sebuah media memungkinkan masyarakat untuk dapat mencari, memperoleh dan berbagi informasi berita lewat video hasil karya sendiri. Selain itu mengacu pada konten hiburan dan informasi di masa mendatang yang akan terhubung secara luas, lebih dekat dengan masyarakat, lebih mendalam dan mudah untuk diakses.

Pada NET 10 beberapa berita diantaranya diliput oleh wartawan NET, namun lebih didominasi oleh video liputan jurnalis warga. Selain itu setiap harinya NET 10 memiliki segmen tertentu dalam penanyangan beritanya. Mulai dari informasi terkini, hingga informasi kreatif dan inspiratif. Dirangkum dari situs *netcj.co.id* ragam tema tayangan NET 10 diantaranya momen, yakni membahas peristiwa yang terjadi tidak setiap saat atau tidak setiap hari seperti perayaan pergantian tahun, HUT kemerdekaan, perayaan imlek, serta kemenangan klub sepakbola, kegiatan kemanusiaan dan perayaan Idul Fitri.

Kepentingan umum, yakni membahas yang terkait dengan masyarakat seperti pelayanan publik, transportasi yang rusak atau yang baru diluncurkan, peluncuran kartu kereta api, penggunaan parkir meter, pembangunan waduk atau banjir kanal, dan sarana prasarana di jalan raya lainnya. Bisnis, yakni membahas terkait jual beli atau peluang usaha. Kuliner, yakni membahas seputar makanan dan minuman. Budaya, yakni membahas seputar tradisi dari suatu daerah atau hal lainnya terkait daerah tersebut. Wisata, yakni membahas tempat ataupun informasi untuk liburan dan bersantai, dan kesehatan, yakni membahas seputar mencegah dan mengobati diri dari sakit.

Tidak hanya itu, NET juga memberikan tips-tips bagi jurnalis warga yang ingin berpartisipasi pada akhir programnya. NET juga memberikan honorarium bagi video warga yang ditayangkan di program NET 10 sebagai ucapan terima kasih.

Di Indonesia tidak hanya NET yang memberikan kesempatan bagi jurnalis warga untuk berbagi informasi. Ada juga Metro TV yang memang lebih dulu melalui program *Wide Shot*-nya yang lebih mengedepankan konten berita *hard news* dan segmen kalangan masyarakat menengah ke atas dibandingkan dengan NET 10 yang didominasi dengan konten *soft news* yang lebih mudah dipahami dan disukai oleh masyarakat, namun demikian keputusan memilih NET sebagai objek penelitian karena sebagai televisi baru NET dianggap mampu memberikan sungguh menarik dan menginspirasi yang dapat diterima oleh seluruh kalangan masyarakat, terlebih dalam hal

citizen journalism NET memberikan durasi atau porsi tayangan yang lebih lama dibanding pesaingnya yang memang sudah terlebih dulu menayangkan berita jurnalisisme warga serta lebih mengedepankan konten remaja dan keluarga. Banyaknya partisipasi warga yang mengirimkan video juga dinilai sebagai ketertarikan untuk menjadi *citizen journalist*. Tidak hanya itu, NET sebagai stasiun televisi lokal lebih netral dalam menyiarkan sebuah berita.

Pada penelitian ini peneliti menjadikan Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi sebagai tempat penelitian karena mereka sudah mengenal *citizen journalism* dan sebelumnya juga telah mengadakan kerja sama dengan NET terkait *citizen journalism* berupa *workshop* dengan mengangkat tema *Citizen Journalism* bersama NET yang mana peserta begitu antusias dan turut partisipasi dalam mengirimkan berita ke NET. Selain itu segmen NET yang merupakan kaum muda dan keluarga ini yang artinya sangat terbuka bagi mereka kaum muda untuk berpartisipasi dalam membuat karya jurnalistik berupa video liputan jurnalis warga. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalah yang diteliti dirumuskan sebagai berikut : Apakah terdapat “Hubungan Tayangan *Citizen Journalism* NET 10 dengan Perilaku Mahasiswa Mengirimkan Berita ke NET pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi)?”

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat Hubungan Tayangan *Citizen Journalism* NET 10 dengan Perilaku Mahasiswa Mengirimkan Berita ke

NET. Hasil dari penelitian ini dimaksudkan menerapkan teori tayangan *citizen journalism* dan perilaku mengirimkan berita. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai hubungan tayangan televisi dengan perilaku penonton, sehingga hasil penelitiannya dapat menjadi landasan penelitian selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan bagi pihak NET dalam memberikan ragam tayangan informasi atau berita khususnya tayangan *citizen journalism* agar bertambah lagi yang berpartisipasi dan juga tayangan yang informatif.

2. Kajian Teori

Seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi, media komunikasi massa pun semakin canggih dan kompleks. Komunikasi massa terjadi melalui pesan yang dikirimkan melalui radio, televisi, surat kabar, dan media *online* dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal. “Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, khalayak yang luar biasa banyaknya. Juga komunikasi massa yang disalurkan oleh pemancar yang audio maupun visual” menurut Devito dalam Effendy (2011 : 21).

Menurut Mulyana (2010 : 75) Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah, koran) atau orang-orang yang dilembagakan, yaitu ditujukan pada sejumlah orang yang tersebar di banyak tempat, *anonym*, dan *heterogen*. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa

komunikasi massa adalah pesan yang dikirimkan melalui media baik audio, visual maupun audio visual yang ditunjukkan kepada sejumlah orang di banyak tempat.

Menurut McLuhan dalam Rakhmat (2008 : 224) Media massa adalah perpanjangan alat indera kita. Dengan media massa kita dapat memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang tidak kita alami secara langsung. Dunia ini terlalu luas untuk kita memasuki semuanya. Media massa datang menyampaikan informasi tentang lingkungan sosial dan politik.

Media yang dimaksud dalam proses komunikasi massa menurut Ardianto E dan Erdianaya (2005 : 39) yaitu media massa yang memiliki ciri khas, mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (*Stimultaneous*) dan serentak (*instantaneous*).

Media massa menurut Cangara (2009 : 122) adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi, seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Berdasarkan pengertian di atas peneliti memahami bahwa media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan yang mempunyai kekuatan untuk memikat perhatian khalayak, dapat digunakan sebagai alat kontrol, manajemen dan inovasi dalam masyarakat dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, film, radio dan televisi.

Menurut Badjuri (2010 : 39) Televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (*audio-*

visual). Ia berbeda dengan media cetak yang lebih mengutamakan media pandang. Orang memandang gambar yang ditayangkan televisi, sekaligus mendengar atau mencerna narasi atau narasi dari gambar tersebut.

Menurut Surbakti (2008 : 78), televisi merupakan media komunikasi paling akrab dengan masyarakat karena kemampuannya menguasai faktor jarak, ruang, dan waktu. Sedangkan menurut Zoebazary (2010 : 255) Televisi adalah alat penangkap siaran bergambar, yang berupa audio visual dan penyiaran videonya secara *broadcasting*. Istilah ini berasal dari bahasa Yunani yaitu *tele* (jauh) dan *vision* (melihat), jadi secara harfiah berarti “melihat jauh”, karena pemirsa berada jauh dari studio televisi. Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa televisi merupakan media massa penyampai pesan kepada khalayak (penerima) berupa gambar dan suara, yang mana media ini mengandalkan alat indera pandang dan pendengaran serta memiliki kekuatan mempengaruhi mental, pola pikir dan tindakan manusia. Menurut Yosef (2009 : 5) secara harfiah kata jurnalistik berarti kewartawanan atau hal-hal yang terkait pemberitaan. Kata jurnalistik (*Journalistic*) berasal dari kata dasar *Journal* yang berarti laporan atau catatan.

Menurut Suhandang (2010 : 19) istilah jurnalistik mengandung suatu pengertian keterampilan atau karya seni para jurnalis, dalam arti mencari suatu informasi, memilih dan mengumpulkan bahan berita, serta mengolah naskah berita.

Menurut McDougall dalam Kusumaningrat dan Purnama (2012 : 15), jurnalistik adalah kegiatan

menghimpun berita, mencari fakta, serta melaporkan suatu peristiwa. Berdasarkan definisi tersebut peneliti menyimpulkan jurnalistik sebagai kegiatan kewartawanan. Kegiatan tersebut adalah mencari bahan berita, mengumpulkan fakta, mengolah, dan melaporkan atau menyiarkannya.

Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G, Blumber, dan Michael Gurevitch dalam Kriyantono (2012 : 208) *Uses and Gratifications* meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pola pada terpaan media yang berlainan (atau keterlibatan pada kegiatan lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan.

Elemen “pola terpaan media yang berlainan” pada teori *Uses and Gratification* berkaitan dengan *media exposure* atau terpaan media, karena mengacu pada suatu kegiatan dalam menggunakan media, sehingga *exposure* tidak lebih hanya sekedar mengakses media. *Exposure* tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, akan tetapi apakah seseorang itu memang benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media massa tersebut.

Exposure merupakan kegiatan mendengar, melihat dan membaca pesan-pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang terjadi pada individu atau kelompok menurut Kriyantono (2012 : 209).

Menurut Bovee dan Arens dalam Kriyantono (2012 : 209) *media exposure* berkaitan dengan

berapa banyak orang melihat program yang ditayangkan di suatu media.

Terpaan media (*media exposure*) menurut Rosengreen dalam Kriyantono (2012 : 209) terpaan dapat dioperasionalkan menjadi jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai jenis media, isi program yang dikonsumsi dan sebagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi yang dikonsumsi atau dengan media keseluruhan. Berkaitan dengan penelitian ini, tayangan *citizen journalism* NET 10 sebagai terpaan media menampilkan pesan yang bertujuan agar *audience* dapat memenuhi suatu kebutuhannya. Pengemasan menarik dan ringan tayangan berita *citizen journalism* NET 10 membuat pesan mudah dipahami, dengan begitu *audience* akan tetap menonton hingga partisipasi dalam tayangan tersebut.

Dari teori *uses and gratification* menunjukkan bahwa penggunaan media oleh *audience* menimbulkan pengaruh untuk merubah perilaku bukan sekedar menonton tayangan tapi juga partisipasi dalam tayangan tersebut.

Menurut Baksin (2006 : 60) Tayangan televisi adalah sebuah penyampaian informasi yang penyampaian pesannya berupa audiovisual (dapat didengar atau dibaca sekilas sewaktu ada siaran) yang penyajiannya dibatasi oleh detik, menit, jam.

Citizen Journalism dapat didefinisikan sebagai praktik jurnalistik yang dilakukan oleh orang biasa, bukan wartawan *professional* yang bekerja di sebuah media. Kehadiran blog dan media sosial menjadikan setiap orang bisa

menjadi wartawan dalam pengertian juru warta atau menyebarkan informasi sendiri kepada publik menurut Romli (2012 : 21-22).

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas antara lain: berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar menurut Notoatmodjo (2007 : 114).

Menurut Rudy (2005 : 18) efek dalam komunikasi meliputi kognitif, afektif, dan konatif. Efek tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kognitif artinya efek kognitif terjadi apabila terjadi perubahan pada apa yang diketahui dan dipahami atau dipersepsikan khalayak. Kognitif adalah istilah yang berkaitan dengan persepsi, yakni penginderaan sesuatu di luar diri seseorang dalam rangka kegiatannya menjadi pengetahuan baginya.
2. Afektif artinya kemantapan antara perasaan seseorang mengenai satu segi konsep dirinya dan tingkah laku yang berkaitan dengannya serta perasaan orang lain terhadap komponen-komponen yang sama.
3. Konatif artinya sifat kehidupan mental seseorang dalam hubungan dalam perjuangan termasuk hasrat dan kemauan. Pada efek konatif pengaruh dari pesan komunikasi yang timbul berupa tekad, hasrat atau

suatu upaya untuk melaksanakannya.

Efek perubahan perilaku biasanya didahului oleh perubahan sikap, dan perubahan sikap biasanya didahului oleh suatu perubahan pengetahuan. Efek diketahui melalui tanggapan khalayak yang digunakan sebagai umpan balik. Jadi umpan balik merupakan sarana untuk mengetahui efek. Dalam perilaku khalayak sangat jelas dipengaruhi oleh media massa, hal ini dapat kita lihat dalam kehidupan sehari-hari. Pada keseluruhan proses komunikasi efek merupakan unsur penting, bentuk konkritnya adalah terjadi perubahan pendapat atau sikap atau perilaku khalayak.

Isi media dapat memberikan dua pengaruh pada khalayak. Isi media yang disukai cenderung akan ditiru, sebaliknya bila tidak disukai maka khalayak akan cenderung menghindarinya

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (2010 : 572) mengiriskan diartikan sebagai suatu proses menyampaikan dengan perantara ke berbagai tujuan (alamat).

Menurut Maulsby dalam Suhirman (2006 : 1) berita dapat didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian.

Menurut Badjuri (2010 : 73), berita adalah informasi hangat dan aktual yang disajikan kepada umum mengenai apa yang sedang terjadi, tentang apa yang harus dipikirkan dan bagaimana bertindak.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*, yaitu model penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi tentang populasi yang besar dengan menggunakan sampel yang relatif kecil. Populasi tersebut berkenaan dengan orang, instansi, lembaga, organisasi, unit-unit kemasyarakatan, tetapi sumber utamanya tetap orang.

Secara umum metode *survey* terdiri dari dua jenis yaitu deskriptif dan eksplanatif. Penelitian ini menggunakan metode *survey* eksplanatif. Jenis *survey* eksplanatif ini digunakan jika peneliti ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Peneliti tidak hanya menggambarkan terjadinya fenomena tapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa hubungannya.

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas pertanyaan, data tersebut akan menjadi informasi untuk menjawab tujuan penelitian. Data yang diperoleh harus relevan dan akurat. Dalam penelitian ini, skala pengukurannya menggunakan Skala *Likert*. Menurut Kriyantono (2012), skala ini meminta responden menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidak setujuannya terhadap serangkaian pernyataan tentang suatu objek.

Sebuah hasil penelitian dikatakan valid apabila dapat digunakan untuk mengukur hubungan antar suatu variabel sehingga dalam penelitian ini peneliti harus dapat membuat kuesioner yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan dapat mengungkapkan hal yang sebenarnya terjadi tentang variabel yang diukur pada responden dan sesuai dengan hal yang sebenarnya terjadi dilapangan tanpa rekayasa. Uji reliabilitas yang digunakan adalah metode *Alpha Cronbach*, karena mempunyai teknik pengujian yang paling populer dengan menguji reliabilitas berdasarkan atas uraian atau angket atau kuesioner dan skala bertingkah sehingga dapat menunjukkan indeks konsistensi reabilitas yang cukup sempurna. Selanjutnya lakukan uji hipotesis dengan uji t, yaitu untuk menguji apakah terdapat hubungan antara tayangan *citizen journalism* NET 10 terhadap perilaku mahasiswa mengirimkan berita.

4. Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada 90 responden yang terdiri dari 39 orang responden laki – laki dan 51 responden perempuan dengan rentan usia 19 - \geq 21 tahun terdapat hubungan yang kuat antara tayangan *citizen journalism* NET 10 terhadap perilaku mahasiswa mengirimkan berita ke NET. Hal ini digambarkan pada hasil uji kolerasi dengan nilai 0,714. Angka tersebut menunjukkan korelasi yang kuat karena terletak diantara 0,71 - 0,90. Maka dapat disimpulkan bahwa tayangan *citizen journalism* NET 10 (Variabel X) terhadap

perilaku mahasiswa mengirimkan berita (Variabel Y) memiliki hubungan yang kuat.

Tayangan *citizen journalism* NET 10 yang disiarkan oleh NET merupakan salah satu tayangan berita dimana materinya langsung diperoleh dari masyarakat. Dengan presentase 64,4% responden setuju tema yang disajikan berbeda setiap harinya membuat pemirsa tidak mudah bosan dan tetap menyaksikan NET 10. Meski sebagian responden menyaksikan tayangan tersebut kurang dari tiga kali seminggu atau hanya pada bagian yang disukai 48,9% namun responden setuju bahwa tayangan *citizen journalism* NET 10 di NET menarik dengan presentase 63,3%, bermanfaat dengan presentase 70%, jelas dan mudah dipahami dengan presentase 68,9%. Presentase menyaksikan lebih dari tiga kali seminggu responden menyatakan tidak setuju 44,4% namun begitu saat menyaksikan sebagian besar responden setuju menyatakan fokus terhadap tayangan 62,2%, Selanjutnya adalah responden tidak setuju dengan tidak mengganti saluran televisi disela tayangan berlangsung 53,3%, hal ini dikarenakan sebagian responden memang menyaksikan bagian yang disukai.

Responden yang merupakan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi sudah tidak asing lagi dengan hal *citizen journalism* atau jurnalis warga karena memang hal tersebut ada dalam pembelajaran di perkuliahan hal ini dibuktinya dengan 67,8% responden setuju mengetahui *citizen journalism* dengan baik. Tayangan *citizen journalism* NET 10 juga sudah dikenal oleh responden hal ini

dibuktikan dengan 76,7% responden setuju mengetahui tayangan *citizen journalism* NET 10. Terkait dengan cara bagaimana mengirimkan berita ke NET sebagian besar responden sudah mengetahuinya hal ini karena memang terdapat cara atau tutorial setiap akhir tayangan, iklan di televisi maupun di *website citizen journalism* NET itu sendiri hal ini dibuktikan dengan 76,7% responden setuju mengetahui tayangan *citizen journalism* NET dan 51,1% paham cara mengirimkan berita ke NET.

Pemilihan *angle* berita berdasarkan peristiwa terkini, 70% responden setuju dengan pernyataan tersebut, informasi terkini adalah fokus utama untuk ditayangkan, selanjutnya adalah tayangan pilihan khas redaksi. Selain itu pemilihan *angle* berita berdasarkan dengan yang masyarakat suka, 75,6% responden setuju dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, 77,8% responden setuju, dengan video liputan jurnalis warga tidak sulit bagi NET untuk mengetahui apa yang sedang disukai atau dibutuhkan di masyarakat saat ini. Lebih dari sebagian responden setuju bahwa mengirimkan berita ke NET untuk berbagi informasi dengan presentasi setuju 56,7%, hal ini jelas bahwa setiap responden atau masyarakat yang mengirimkan berita ke NET untuk membagikan informasi sekaligus untuk mempromosikan daerah sekitarnya dengan berita kategori *softnews* di kolom travel atau hiburan. Responden juga setuju dengan menyaksikan tayangan *citizen journalism* NET 10 besar keinginan untuk berpartisipasi mengirimkan berita dengan presentase 65,6%, menyaksikan tayangan *citizen journalism* NET

memicu ketertarikan responden untuk berpartisipasi membuat dan mengirimkan berita ke NET.

Namun pada hasil analisis tidak begitu banyak responden yang sudah berpartisipasi atau mengirimkan video beritanya ke NET, hal ini dibuktikan dengan pernyataan saya pernah mengirimkan berita ke NET dimana 60% responden menyatakan tidak setuju dan 17,8% responden menyatakan setuju. Hal ini disebabkan oleh banyaknya kegiatan di kampus dan di luar kampus sehingga tidak dapat untuk melakukan peliputan berita, hal lainnya adalah minimnya sumber berita atau peristiwa yang dapat dijadikan berita di sekitar responden.

Tayangan *citizen journalism* yang ditayangkan oleh NET sebagai terpaan media yang dinilai dari segi waktu, isi media, dan jenis media untuk menstimulus responden agar berpartisipasi mengirimkan berita ke NET dapat dikatakan berhasil. Dilihat dari sisi waktu dimana tayangan *citizen journalism* yang disaksikan secara terus menerus, sering atau dalam jangka waktu yang lama akan menambah pengetahuan dan menarik minat mahasiswa untuk berpartisipasi mengirimkan berita.

Dilihat dari sisi isi media, tayangan *citizen journalism* NET 10 menayangkan berita terkini, inspiratif, menarik dan mudah dipahami, dimana tayangan tersebut mudah dipahami dan disukai oleh mahasiswa yang menjadikan munculnya keinginan untuk berpartisipasi dalam mengirimkan berita ke NET. Dilihat dari jenis media, tayangan *citizen journalism* NET tidak hanya ditayangkan di televisi melainkan juga dapat

disaksikan melalui jaringan internet atau *website*, jika sewaktu waktu terlewat maka mahasiswa dapat melihat tayangan tersebut di *website* NET dan *website* tersebut juga digunakan sebagai media untuk berbagi berita *citizen journalism*.

Dilihat dari sisi kognitif dimana efek kognitif terjadi apabila terdapat perubahan pada apa yang diketahui dan dipahami atau dipersepsikan khalayak. Istilah ini berkaitan dengan persepsi, yakni penginderaan sesuatu di luar dirinya dalam rangka kegiatan menjadi pengetahuan baginya. Dalam hal kognitif tayangan *citizen journalism* yang ditayangkan oleh NET memberikan informasi dan pengetahuan baru kepada mahasiswa.

Melihat dari sisi afektif yang merupakan kemantapan antara perasaan seseorang mengenai satu segi konsep dirinya dan tingkah lakunya yang berkaitan dengannya serta perasaan orang lain terhadap komponen – komponen yang sama. Dalam hal afektif tayangan *citizen journalism* memberikan gambaran tentang bagaimana mengambil sebuah gambar berita dan menulis berita itu yang nantinya dapat diaplikasikan menjadi sebuah konsep liputan berita jurnalis warga oleh mahasiswa itu sendiri.

Melihat dari sisi konatif yang merupakan perjuangan hasrat atau kemauan, dimana efek yang timbul dari sebuah pesan komunikasi berupa tekad, hasrat ataupun upaya untuk melaksanakannya. Dalam hal konatif tayangan *citizen journalism* membuat mahasiswa tertarik untuk tetap menonton tayangan *citizen journalism* NET sehingga dapat berpartisipasi dalam tayangan

dengan membuat berita *citizen journalism* itu sendiri. Dari ketiga aspek tadi erat hubungan antara tayangan *citizen journalism* yang ditayangkan oleh NET dengan perilaku mahasiswa mengirimkan berita. Mahasiswa yang tidak tahu menjadi tahu baik tayangan *citizen journalism* itu sendiri ataupun informasi lainnya yang disampaikan.

Menjadi tertarik dan memiliki gambaran tentang apa itu *citizen journalism* dan bagaimana cara menjadi *citizen journalism* itu sampai pada mahasiswa membuat dan memiliki konsep sendiri untuk meliput dan menjadi *citizen journalism*. Setelahnya, mahasiswa tetap menyaksikan tayangan *citizen journalism* NET untuk terus mendapatkan pengetahuan baru dan arahan tentang menjadi *citizen journalism*, serta melakukan peliputan dan membuat berita *citizen journalism* untuk berpartisipasi dalam program NET tersebut.

5. Simpulan

Terdapat hubungan yang kuat antara tayangan *citizen journalism* NET 10 dengan perilaku mahasiswa mengirimkan berita ke NET yang ditunjukkan dengan hasil uji korelasi variabel X dengan variabel Y sebesar 0.714, angka tersebut terletak diantara 0,71 – 0,90 yang memiliki arti bahwa tingkat hubungannya kuat. Kemudian berdasarkan perhitungan uji hipotesis, diperoleh nilai t hitung 9,557 dan nilai t tabel 1,662 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian kesimpulannya terdapat hubungan yang kuat antara tayangan *citizen journalism* NET 10 dengan

perilaku mahasiswa mengirimkan berita ke NET.

Daftar Pustaka

- Ardianto, E dan Erdinaya. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Badjuri, A. 2010. *Jurnalistik Televisi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Baksin, A. 2006. *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, B. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers.
- Chaplin, JP. 2005. *Kamus Lengkap Psikologi*, Jakarta: Rajawali Pers
- Danandjaja. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Day, M. 2004. *Buku Pintar Televisi*. Jakarta: Trilogos.
- Effendy, OU. 2011, *Ilmu komunikasi teori dan praktek*, Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Hartiningsih. 2014. *Komunikasi Massa, Televisi, dan Tayangan Kekerasan dalam Pendekatan Kasus*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, R. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Kusumaningati, IFR. 2012. *Jadi Jurnalis Itu Gampang!!!*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kusumaningrat, H & Purnama. 2012. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2010. *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Prakarsa.
- Mulyana, D. 2010, *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Notoatmodjo, S. 2007, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, Rineka Cipta. Jakarta.
- Nugraha, P. 2012. *Citizen Journalism: Pandangan, Pemahaman, dan Pengalaman*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Prasetyo, B & Miftahul, J. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, J. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Romli, ASM. 2012. *Jurnalistik Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Rudy, TM. 2005. *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*, Bandung: Refika Aditama
- Ruslan, R. 2008. *Metode penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers.
- Soewadji, J. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____ 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta. Bandung
- Suhandang, K. 2010. *Pengantar Jurnalistik: Seputar Organisasi, Produk, & Kode Etik*. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Suhrman, I. 2006. *Menjadi Jurnalis Masa Depan*. Bandung: Dimensi Publisher.
- Surbakti, EB. 2008. *Awas Tayangan Televisi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Tim Penyusun. 2010. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Umar, H. 2011. *Metode penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yosef, J. 2009. *To Be A Journalist*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zoebazary, I. 2010. *Kamus Istilah Televisi dan Film*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.