JMPIS: JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL
E-ISSN: 2716-375x
P-ISSN: 2716-3758
DINASTI REVIEW
https://dinastirev.org/JMPIS dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jmpis.v6i1
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 19 November 2024 | **Revised:** 07 Januari 2025 | **Accepted:** 12 Januari 2025

Analisis Bentuk Aktivitas *Citizen Journalism* melalui Facebook dan Instagram yang dikelola PT.Rejang Land Media

Yesa Maulidia[1*], Alfarabi [2], Sonde Martadireja[3]
[1]Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia, yesacurup69@gmail.com
[2]Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia, alfarabi@unib.ac.id
[3]Universitas Bengkulu, Bengkulu, Indonesia, sondemartadireja@unib.ac.id

[*]Corresponding Author: yesacurup69@gmail.com

Abstract: *This research examines the form of Citizen Journalism activity on the social media platform managed by PT. Rejang Land Media in Rejang Lebong Regency. The research aims to determine the values contained in citizen journalism activities and the role of social media platforms (Facebook, Instagram) in facilitating citizen journalism at PT. Rejang Land Media. This research uses a descriptive qualitative approach. The theory used is Uses and Gratification Theory. The analysis shows that each platform has unique characteristics that are utilized to meet the information and participation needs of the Rejang Lebong community. Facebook focuses more on local political, social and cultural issues that invite in-depth discussion, attract mature audiences, and often utilize regional languages to strengthen cultural identity. On the other hand, Instagram features creative and light content visualization, attracting the younger generation through the promotion of local activities, talent development, as well as education and career information. Through this different approach, PT. Rejang Land Media is able to provide appropriate participation space for various age groups, maximize the role of citizen journalism in increasing media literacy, strengthening social interaction, and encouraging community solidarity to jointly address local issues.*

Keywords: *Citizen Journalism, Social Media, PT.Rejang Land Media, Facebook, Instagram*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji bentuk aktivitas *Citizen Journalism* di *platfrom* media sosial yang dikelola PT. Rejang Land Media di Kabupaten Rejang Lebong. Penelitian bertujuan untuk mengetahui nilai-nilai yang terkandung dalam aktivitas *citizen journalism* dan peran *platform* media sosial (Facebook, Instagram) dalam memfasilitasi *citizen journalism* di PT. Rejang Land Media. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan *Uses and Gratification Theory*. Analisis menunjukkan bahwa setiap *platform* memiliki karakteristik unik yang dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi dan partisipasi masyarakat Rejang Lebong. Facebook lebih berfokus pada isu politik, sosial, dan budaya lokal yang mengundang diskusi mendalam, menarik *audiens* dewasa, dan sering memanfaatkan bahasa daerah untuk memperkuat identitas budaya. Di sisi lain, Instagram

menonjolkan visualisasi konten yang kreatif dan ringan, menarik generasi muda melalui promosi kegiatan lokal, pengembangan bakat, serta informasi pendidikan dan karier. Melalui pendekatan yang berbeda ini, PT.Rejang Land Media mampu memberikan ruang partisipasi yang sesuai bagi berbagai kelompok usia, memaksimalkan peran *citizen journalism* dalam meningkatkan literasi media, memperkuat interaksi sosial, serta mendorong solidaritas komunitas untuk bersama-sama menyikapi isu-isu lokal.

Kata Kunci: *Citizen Journalism*, Media Sosial, PT Rejang Land Media, Facebook, Instagram

PENDAHULUAN

Era digital telah merevolusi cara kita mengakses dan menyebarkan informasi. Internet dan media sosial telah mendemokratisasi produksi berita, memungkinkan siapa saja dengan akses internet untuk menjadi penerbit. Salah satu fenomena yang menonjol dalam lanskap media yang berubah ini adalah *Citizen Journalism* atau jurnalisme warga. Umumnya, *Citizen Journalism* dapat diartikan sebagai aktivitas jurnalistik yang tidak hanya dilakukan oleh seseorang yang berprofesi sebagai jurnalis professional saja melainkan semua warga negara yang berkontribusi dalam penyebaran informasi. Istilah "warga negara" di sini dimaksudkan untuk membedakannya dari pekerjaan jurnalis profesional, meskipun tidak semua partisipan dalam kegiatan ini adalah warga negara suatu negara. *Michael Hauben* pada tahun 1997 memperkenalkan istilah "*netizen*," yang lebih mencerminkan partisipasi warga global di dunia maya (Roberts, 2019). Jurnalisme warga didasarkan pada asumsi atau prinsip penting di mana konten media yang disajikan kepada publik tidak bergantung pada sumber atau lembaga resmi melainkan diproduksi dan direproduksi secara individual dan kemudian dilewati melalui proses *non-linier* (*Horoub*, 2023).

Aktivitas *Citizen Journalism* di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup signifikan dan tidak terkontrol sebagai konsekuensi dari sistem demokrasi yang dianut dalam pemerintahannya (Agustina & Jatmiko Adi, 2023). Oleh karena itu, jurnalisme warga memberi orang keragaman suara dan alternatif yang lebih luas dari pada yang dapat disampaikan oleh organisasi berita dan outlet media lainnya (Horoub, 2023). PT. Rejang Land Media, perusahaan media di Kabupaten Rejang Lebong, menjadi salah satu pelaku utama yang memfasilitasi jurnalisme warga melalui akun Instagram @RejangLebongTerkini dan Facebook "Tuntejang." Akun-akun ini aktif memposting informasi dari warga, seperti barang hilang, kecelakaan, donasi, sejarah, dan isu lokal lainnya. Hal ini mencerminkan partisipasi aktif masyarakat dalam berbagi informasi, yang mendukung transparansi dan memberikan perspektif lokal yang sering diabaikan oleh media arus utama. Selain menyebarkan informasi lokal, perusahaan ini juga terlibat dalam kegiatan sosial dan memastikan informasi yang dibagikan terverifikasi, komitmen mereka terhadap masyarakat terlihat jelas terutama untuk menghindari hoaks dan memberikan edukasi sehingga informasi yang disampaikan lebih akurat dan relevan. PT.Rejang Land Media memiliki keunggulan tersendiri. Sebagai perusahaan media yang resmi, PT. Rejang Land Media tidak hanya fokus pada penyebaran berita dan informasi, tetapi juga pada edukasi masyarakat. Mereka aktif dalam berbagai program sosial, seperti menyediakan spanduk gratis untuk mendukung UMKM di Rejang Lebong selain itu perusahan ini menjalankan program peduli untuk membantu siswa yang kekurangan alat tulis atau atribut lain dalam hal pendidikan. PT. Rejang Land Media aktif dalam menampung aspirasi masyarakat. Salah satu contohnya adalah ketika perusahaan ini membantu masyarakat menyampaikan keluhan ke Bupati Rejang Lebong mengenai kondisi jalan yang rusak dan membahayakan di sekitar SMK 1 Rejang Lebong.

Citizen Journalism di Rejang Lebong tumbuh seiring dengan perkembangan pesat teknologi informasi, terutama media sosial. Data dari *We Are Social* menunjukkan bahwa

persentase jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2024 mencapai angka 139,0 juta pengguna. Angka tersebut tentu saja setara dengan 49,9% dari total populasi penduduknya (Andi Dwi Riyanto, 2024). Berdasarkan survei APJII tahun 2024 menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia semakin luas, dengan jumlah pengguna mencapai 221 juta jiwa atau sekitar 79,5% dari total populasi, dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka ada peningkatan 1,4% (APJII, 2024). Hal ini mengindikasikan masyarakat Indonesia semakin terhubung secara digital. Media sosial juga meningkatkan keterampilan sosial melalui interaksi yang lebih banyak (Steinsbekk et al., 2024). *Smartphone* dan *platform* media sosial memungkinkan individu dengan cepat menangkap peristiwa dan membagikannya secara luas.

Tingginya minat masyarakat menggunakan media sosial membuka peluang yang tinggi untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebaik mungkin (Wulandari & Sari, 2022). Meningkatnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia mendorong perkembangan praktik *citizen journalism* di *platform* seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. Hal ini terlihat dari munculnya berbagai komunitas berbasis wilayah atau kota yang membentuk grup atau akun di media sosial tersebut. Contohnya adalah akun @RejangLebongTerkini dan Facebook Tuntejang, yang berfungsi sebagai media untuk menyebarkan informasi di kalangan komunitas lokal mereka(Marwantika, Asna Istya ., Prabowo, 2023).Contohnya, ketika terjadi peristiwa longsor di Desa Talang Ratu Kabupaten Rejang Lebong pada tanggal 19 mei 2024, warga setempat segera memanfaatkan media sosial sebagai perantara dalam berbagi informasi dengan menandai akun @RejangLebongTerkini di Instagram atau "Tuntejang" di Facebook. Melalui *Citizen Journalism* PT. Rejang Land Media segera menyampaikan *update* terkini kepada publik, termasuk informasi mengenai waktu pembukaan jalan, penutupan jalan, jenis kendaraan yang dapat melintas dan *update* kondisi jalan pasca kejadian. Kecepatan penyebaran informasi ini menunjukkan peran penting media sosial dan *Citizen Journalism* dalam situasi darurat.

Citizen Journalism memiliki potensi besar dalam penyebaran informasi, tetapi tantangannya tidak bisa diabaikan. Salah satu tantangan utama adalah masalah akurasi informasi. Jurnalis warga seringkali membagikan informasi tanpa melalui proses verifikasi yang ketat, sehingga berita palsu atau hoaks mudah menyebar di media sosial. Tantangan lainnya ialah kurangnya pemahaman tentang etika jurnalistik. Banyak jurnalis warga yang tidak memahami batasan-batasan etika, sehingga sering terjadi pelanggaran privasi, fitnah, atau manipulasi informasi. *citizen journalism* tidak terikat pada pedoman etika yang baku. Kurangnya pemahaman tentang etika jurnalistik juga menjadi faktor penyebab maraknya hoaks dan berita bohong (Hasmawati, 2023). Dengan demikian, mengintegrasikan *citizen journalism* ke dalam praktik jurnalistik membutuhkan komitmen pada nilai-nilai etika (Hasmawati, 2023). Hal ini disebabkan karena *citizen journalism* bukanlah profesi formal dan dilakukan oleh individu tanpa kualifikasi khusus yang terverifikasi oleh lembaga kompeten (Pradana et al., 2022). Contohnya, video kecelakaan yang viral di media sosial Facebook pada tanggal 17 juli 2024 yang menampilkan korban tanpa sensor, yang jelas melanggar privasi dan dapat menimbulkan trauma bagi orang lain. Standar jurnalistik yang rendah juga menjadi kendala. Tidak semua jurnalis warga memiliki latar belakang jurnalistik yang memadai, sehingga kualitas konten yang dihasilkan seringkali tidak memenuhi standar profesional.

Beberapa penelitian terdahulu, seperti Fadhilah Korik Atul Insaroh (2020), meneliti partisipasi *citizen journalism* di Tribun Pekanbaru dengan metode deskriptif kualitatif dan teori Partisipasi *citizen Journalism* menurut *Cohen* dan *Uphoff*. Hasilnya menunjukkan peran Tribun Pekanbaru dalam menyediakan wadah bagi jurnalis warga melalui topik *citizen report*, menghasilkan 250-300 berita per tahun. Penelitian saya berbeda dalam objek, fokus pada bagaimana PT. Rejang Land Media mengelola Facebook dan Instagram untuk mendukung *citizen journalism*. Penelitian Fenny & Dewi (2023) meneliti peran *citizen journalism* dalam menyebarkan informasi di Instagram @bengkuluinfo, menggunakan teori *citizen Journalism*

dari *Tony Roger.* Perbedaannya, penelitian saya membahas aktivitas *citizen journalism* di Facebook dan Instagram, bukan hanya satu *platform*, serta menggunakan teori *uses and gratification*. Maretta (2023) meneliti pemanfaatan Instagram @kejadiansemarang oleh *citizen journalism* dengan analisis kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengkaji pemanfaatan Instagram, sementara penelitian saya menganalisis aktivitas *citizen journalism* di kedua *platform* PT. Rejang Land Media (Facebook dan Instagram), serta menggunakan teori *uses and gratification.* Teori *uses and gratification Blumer* dan *Katz* (1974) menyatakan bahwa *audiens* memiliki peran penting dalam penggunaan media, karena mereka aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan pribadi mereka. Inti dari teori *uses and gratification* ini adalah bahwa orang menggunakan media secara aktif untuk mendapatkan kepuasan atau manfaat tertentu sesuai dengan kebutuhan mereka.(Hadi, 2021)

Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimana perbedaan bentuk aktivitas *citizen Journalism* antara *platfrom* Facebook dan Instagram yang dikelola PT. Rejang Land Media dengan tujuan mengungkap nilai-nilai yang terkandung dalam aktivitas *citizen journalism* pada kedua *platform* tersebut. Penelitian ini juga coba mengungkap peran *platform* kedua media sosial tersebut dalam memfasilitasi partisipasi atau aktivitas publik dalam produksi berita. Harapan peneliti, penelitian ini dapat digunakan untuk menunjang kebutuhan informasi dan data baik bagi PT. Rejang Land Media sendiri sebagai referensi untuk menganalisis aktivitas *citizen journalism* dan mendapatkan strategi konten maupun bagi studi-studi di masa depan yang tertarik untuk membahas aktivitas *citizen journalism* yang dikelola oleh perusahaan media dengan memanfaatkan sosial media, serta mengetahui bagaimana peran media sosial dalam memfasilitasi partisipasi publik dalam produksi berita.

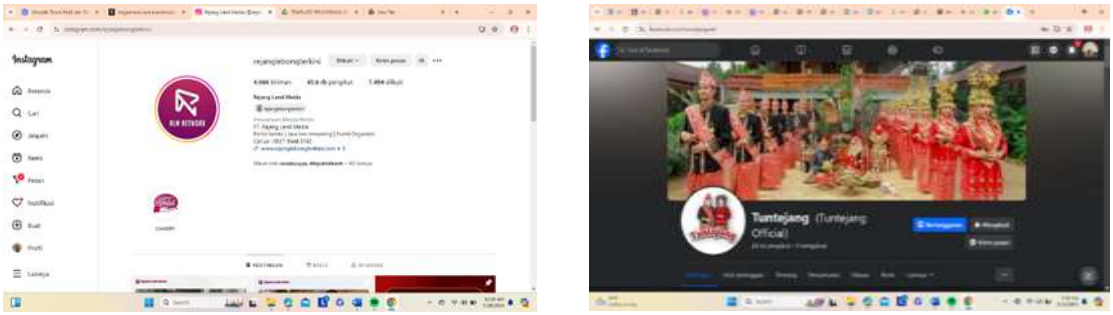
METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan deskriptif mendapatkan pemahaman utuh tentang pengalaman subjek penelitian terhadap suatu peristiwa yang berkaitan dengan motivasi, persepsi, dan perilaku (Maretta, 2023). Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif adalah metode yang berprinsipkan filsafat postpositivisme, yang dipakai untuk meneliti pada keadaan alamiah dari objek (Sugiyono, 2020). Pada penelitian ini nantinya, data-data yang didapat oleh peneliti akan dianalisis dan dituangkan dengan berbentuk tulisan dan gambar. Pada penelitian kualitatif, peneliti merupakan instrumen kunci. Sumber data penelitian ini menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi dengan teknik pengumpulan data wawancara sebagai sumber utama dan untuk data sekunder dengan dokumentasi dan observasi partisipatif.

Penentuan informan peneliti memakai teknik *Purposive sampling* merupakan sebuah metode sampling *non random* sampling dimana periset memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus riset (Lenaini, 2021). Melalui *purposive sampling,* maka peneliti memilih beberapa informan yang berkaitan langsung dengan fenomena yang diangkat. Sementara teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data interaktif oleh (Miles et al., 2018) dengan melakukan beberapa tahapan berikut: 1) Reduksi data 2) penyajian data, 3) penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2024)

Gambar 1. Profil Instagram Rejang Lebong dan Facebook Tuntejang

PT.Rejang Land Media adalah perusahaan media informasi yang berlokasi di Kabupaten Rejang Lebong. Didirikan pada tahun 2019 oleh Diara Tutandri Indra (Dia Tutandi), Hendri Kurniawan, dan Ridel, perusahaan ini dipimpin oleh Direktur Diara Tutandri Indra, SE. PT.Rejang Land Media menawarkan berbagai layanan, termasuk jasa studio, *podcast, live streaming*, iklan di media sosial *(endorse* dan promosi), jasa *editing* video caleg, Sanaknet *Florist* (papan bunga), serta studio bernyanyi untuk menyalurkan bakat anak-anak seperti grup band di Rejang Lebong. Selain itu, perusahaan ini juga menyediakan jasa *event* dan *wedding organizer*. PT.Rejang Land Media beroperasi dari Senin hingga Sabtu, pukul 07.00 hingga 17.00.



Sumber:Dokemntasi Peneliti (2024)

Gambar 2. Struktur Perusahaan PT. Rejang Land Media

PT.Rejang Land Media bertujuan memfasilitasi *citizen journalism* agar masyarakat Rejang Lebong mendapat informasi yang akurat dan berpartisipasi dalam pemberitaan berkualitas.Untuk menjaga transparansi dan kemajuan daerah, PT.Rejang Land Media selalu memprioritaskan kualitas informasi melalui proses kontrol ketat oleh pimpinan redaksi dan verifikasi mendalam. Informasi dari *citizen journalism* tidak langsung dipublikasikan, melainkan disaring dan diteliti untuk memastikan validitasnya. Direktur PT.Rejang Land Media menegaskan bahwa kebenaran dan akurasi lebih diutamakan dibanding kecepatan untuk menjaga kepercayaan publik.

Hendri Kurniawan juga menambahkan bahwa perusahaan ini aktif membantu menyelesaikan berbagai pengaduan masyarakat, seperti laporan kehilangan barang, masalah keamanan lingkungan, hingga keluhan sosial lainnya, dengan bertindak sebagai penghubung atau fasilitator untuk mencari solusi bersama.

Aktivitas di Instagram@RejangLebongTerkini

Aktivitas di Instagram Rejang Lebong Terkini tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi lokal, tetapi juga mencakup konten internasional, seperti berita dunia sepak bola dan isu politik Indonesia. Akun ini turut menyajikan informasi terkait kampanye politik, misalnya program dari pasangan calon bupati SEJUK (Paslon Nomor 1), serta mengadakan kegiatan berbasis komunitas, seperti *Fun Run*, sebuah acara maraton yang melibatkan masyarakat Rejang Lebong.

Dalam ranah sosial, Rejang Lebong Terkini aktif bekerja sama dengan berbagai organisasi kepemudaan melalui program-program seperti ekspedisi desa yang dilakukan oleh para anak-anak muda, yang bertujuan untuk mengedukasi anak-anak muda mengenai potensi desa mereka. Program ini berfokus pada pengembangan pariwisata, sosial, budaya, dan potensi lokal lainnya, serta memperluas jejaring melalui kolaborasi dengan akun-akun terkait di media sosial. Selain itu, Rejang Lebong Terkini juga mendukung inisiatif pendidikan melalui kerja sama dengan institusi pendidikan, seperti IAIN Curup dalam program *English Camping*, yang bertujuan meningkatkan keterampilan bahasa Inggris siswa di wilayah tersebut. Di sisi lain, akun ini mendukung kreativitas pemuda melalui publikasi video kreatif berbasis teknologi drone, serta memperkenalkan jasa penyewaan drone untuk masyarakat umum.

Untuk mendukung minat dan bakat generasi muda dalam bidang kreatif, Rejang Lebong Terkini menyediakan peluang magang bagi pemuda setempat, dengan akses ke berbagai kelas privat, mulai dari fotografi, videografi, hingga desain ilustrasi. Upaya ini menjadikan Instagram Rejang Lebong Terkini bukan hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai *platform* bagi generasi muda untuk mengembangkan keterampilan dan berkontribusi pada komunitas lokal.

Aktivitas di Facebook "Tuntejang"

Di sisi lain, Facebook Rejang Lebong Terkini lebih berfokus pada penyampaian informasi yang mendalam, khususnya dalam bidang politik. Banyak konten yang berkaitan dengan kegiatan kampanye calon bupati, isu-isu politik lokal, serta aktivitas pemerintah di wilayah Rejang Lebong. Akun ini sering membagikan pengumuman acara, *live streaming* dari peristiwa penting, serta berita tentang isu-isu sosial yang sedang hangat diperbincangkan. Aktivitas diskusi publik juga cukup aktif, di mana masyarakat bisa berbagi pendapat mengenai berbagai topik politik dan sosial. Interaksi di *platform* ini cenderung lebih intens, dengan komentar-komentar panjang dan diskusi mendalam dari para pengguna. Mereka sering memberikan opini yang beragam dan mendetail, terutama terkait isu-isu politik. Misalnya, saat ada berita mengenai kelangkaan gas elpiji atau topik politik tertentu, masyarakat akan merespons dengan pandangan mereka di kolom komentar, menciptakan diskusi yang lebih hidup dan kaya perspektif.

Penggunaan bahasa dalam interaksi di Facebook juga menyesuaikan dengan *audiens* lokal, dengan memanfaatkan campuran bahasa daerah dan bahasa Indonesia. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kedekatan dan keterhubungan dengan masyarakat setempat, terutama ketika membahas isu-isu sosial dan politik yang memiliki relevansi tinggi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Secara keseluruhan, Facebook Rejang Lebong Terkini lebih menarik *audiens* yang lebih dewasa, yang cenderung tertarik pada isu-isu politik dan kebijakan lokal. Diskusi politik dan sosial di sini sering kali berlangsung secara mendalam, menciptakan ruang bagi masyarakat untuk saling bertukar pendapat dan berkontribusi dalam wacana publik.

Tabel 1. Perbedaan aktivitas di Instagram dan Facebook di PT.Rejang Land Media

No	Instagram	facebook
1.	• Fokus konten Menyajikan konten yang lebih beragam dan kreatif, mencakup informasi internasional, kegiatan komunitas, dan kolaborasi pendidikan. Instagram menekankan pada konten visual yang menarik bagi generasi muda.	• Lebih fokus pada isu politik dan sosial lokal, dengan konten yang berkaitan dengan kampanye politik, kegiatan pemerintah, dan berita lokal. Hal ini menarik *audiens* yang lebih peduli pada isu politik.
2.	• Cenderung pada interaksi singkat, berupa komentar atau reaksi sederhana terhadap konten visual atau video kreatif.	• Menawarkan ruang diskusi mendalam, dengan pengguna yang memberikan opini panjang dan kompleks, khususnya terkait isu-isu politik dan sosial.
3.	• Menggunakan bahasa Indonesia dengan gaya santai, yang sesuai dengan *audiens* muda.	• Mengombinasikan bahasa Indonesia dan bahasa daerah untuk menciptakan kedekatan dengan *audiens* lokal, terutama pada pembahasan isu sosial dan politik.
4.	• Menarik *audiens* muda yang tertarik pada konten kreatif, hiburan, dan kegiatan sosial.	• Lebih diminati oleh *audiens* dewasa yang tertarik pada isu-isu politik, kebijakan lokal, dan diskusi mendalam mengenai isu-isu lokal.
5.	• Menampilkan kegiatan yang lebih melibatkan generasi muda, seperti kolaborasi pendidikan, promosi pariwisata dan budaya lokal, serta program magang dan pelatihan kreatif.	• Lebih fokus pada kegiatan yang relevan bagi masyarakat luas, seperti *live streaming* acara penting, pengumuman kegiatan pemerintah, dan diskusi mengenai isu sosial yang terkait kebijakan daerah.

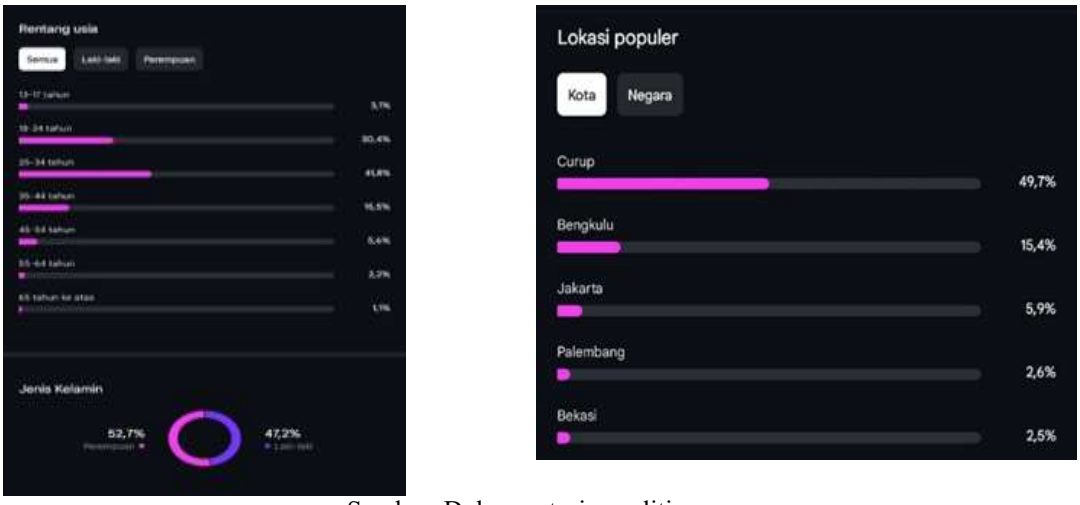
PEMBAHASAN

Fenomena *citizen Journalism* saat ini berkembang semakin pesat ditambah dengan kecanggihan media era digital yang melahirkan *new media* salah satunya yaitu media sosial yang menyediakan aplikasi unik, menarik dan fleksibel. Aplikasi tersebut berhasil mengubah cara individu dalam menyampaikan dan bertukar informasi melalui *platform web* dan media sosial yang digunakan (Jamil & Briandana, 2023). Pertumbuhan media saat ini memberi peluang besar bagi masyarakat memanfaatkan media sosial dalam praktik jurnalis warga melalui *platfrom* Instagram atau Facebook digunakan masyarakat dalam menyampaikan informasi terhadap fenomena yang terjadi yang diolah menjadi berita.

Perkembangan *citizen journalism* ini tengah berlangsung di masyarakat Rejang Lebong yang berdampak pada sistem informasi diwilayah tersebut karena *citizen journalism* ini masyarakat bisa mendapatkan informasi secara cepat dan *real time* melalui media sosial. Media sosial dibuat untuk memenuhi berbagai kebutuhan komunikasi orang yang semakin dinamis. Media sosial berperan menghubungkan pengguna dengan orang-orang yang mereka inginkan atau sayangi. Kini, semakin banyak orang mengakses media sosial lewat ponsel untuk

menyampaikan pesan kepada orang lain secara langsung dan cepat (*real time*) (Suratnoaji et al., 2019). Sebelum adanya media sosial seperti *platform* Instagram dan Facebook, akses masyarakat Rejang Lebong terhadap informasi cukup terbatas. Berita-berita lokal seringkali didominasi oleh media massa mainstream yang mungkin tidak selalu menyentuh isu-isu yang relevan bagi masyarakat setempat. Dengan adanya *citizen journalism* yang mendominasikan Facebook dan Instagram, masyarakat kini memiliki ruang untuk berbagi informasi, pengalaman, dan perspektif mereka secara langsung, tanpa harus melalui filter media mainstream.

PT Rejang Land Media menjalankan aktivitas *citizen journalism* yang beragam melalui Instagram dan Facebook dengan tujuan utama menyediakan informasi terbaru terkait isu-isu sosial, ekonomi, politik, dan budaya di Kabupaten Rejang Lebong. **Di Instagram @RejangLebongTerkini**, meskipun berfungsi serupa dengan Facebook dalam menyebarkan berita, *platform* ini lebih berfokus pada promosi produk lokal, kampanye sosial, dan aktivitas komunitas. Akun ini secara aktif membagikan informasi peluang magang, kompetisi, program beasiswa, serta studi ke luar negeri, di samping mempublikasikan konten kreatif karya anak muda lokal, seperti seni, musik, dan wirausaha. Instagram menjadi sarana penting dalam mendukung pengembangan talenta muda dengan memanfaatkan *fitur* interaktif seperti kuis, sesi tanya jawab, dan *live streaming*, sehingga memperkuat hubungan antara *platform* dan masyarakat.



Sumber: Dokumentasi peneliti

Gambar 3. **Persentase usia,lokasi dan jenis kelamin pengikut @Rejang Lebong Terkini**

Mayoritas pengguna Instagram Rejang Lebong Terkini adalah generasi muda, termasuk Elvan Diano dan Mugi Astuti, yang menganggap *platform* ini lebih efektif dalam menjangkau *audiens* muda (Gen Z). Dalam wawancara, mereka menyatakan bahwa penggunaan bahasa Indonesia di Instagram lebih relevan dan mudah diterima oleh generasi muda. Dengan *fitur* Instagram *Story* dan estetika visual yang dinamis, *platform* ini mendukung Elvan dan rekan-rekannya dalam menyebarkan informasi, termasuk informasi lowongan kerja, secara lebih luas dan interaktif dibandingkan Facebook.



Sumber: Dokumentasi peneliti

Gambar 4. Persentase usia dan jenis kelamin pengikut Facebook Tuntejang

Di sisi lain, Facebook Tuntejang tidak hanya berperan sebagai penyedian informasi, tetapi juga memfasilitasi ruang diskusi publik yang intensif, khususnya dalam mengenalkan budaya lokal suku Rejang. Konten yang dibagikan mencakup edukasi politik, isu lingkungan, dan promosi budaya lokal melalui bahasa daerah serta *live streaming* acara lokal. Menurut Dia Tutandi, Facebook Tuntejang secara aktif melestarikan bahasa Rejang sebagai bagian dari identitas budaya, dengan menyertakan versi terjemahan dalam bahasa Indonesia untuk memperluas jangkauan *audiens*. Facebook, dengan dominasi pengguna dewasa berusia 25 hingga 34 tahun, sangat efektif dalam menyebarkan isu-isu lokal yang bersifat viral, seperti kelangkaan gas elpiji, serta menjadi ruang diskusi publik dengan tingkat keterlibatan yang tinggi.

Berdasarkan wawancara dengan pendiri PT Rejang Land Media, Hendry Kurniawan dan Dia Tutandi, "*Platform Facebook mendominasi dalam penyebaran informasi (60%) dibandingkan Instagram (40%) dengan konten utama berupa informasi, hiburan, edukasi, dan sejarah*." Selain itu, Facebook lebih banyak digunakan sebagai sarana interaksi *citizen journalism* karena memiliki *fitur-fitur* unggulan seperti *share postingan*, *marketplace*, grup komunitas, dan pengaturan privasi yang fleksibel, sehingga konten dapat disebarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Rejang Lebong.



Sumber:Dokumentasi peneliti (2024)

Gambar 5. Persentase umur dan wilayah pengikut di PT.Rejang Land Media

Menunjukkan bahwa pengikut terbesar PT.Rejang Land Media adalah pengguna berusia 25-34 tahun dengan sebaran jenis kelamin seimbang, mayoritas berasal dari wilayah Rejang Lebong. Preferensi *platform* antara Instagram dan Facebook menunjukkan adanya perbedaan usia dan gaya hidup, di mana generasi muda cenderung memilih *platform* visual dan interaktif seperti Instagram, Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video (Mubaroq & Hidayati, 2022), sementara generasi tua lebih akrab dengan Facebook, yang telah hadir lebih dulu di masyarakat. Perbedaan ini dipengaruhi oleh minat, keterampilan digital, dan kebutuhan informasi antar generasi.

Aktivitas *citizen journalism* di PT.Rejang Land Media mengandung nilai-nilai penting, seperti keterbukaan informasi, kebebasan berpendapat, pemertahanan identitas lokal, literasi media, dan solidaritas sosial. Keterbukaan informasi tercermin dalam kesempatan yang diberikan PT.Rejang Land Media bagi masyarakat untuk terlibat langsung dalam pemberitaan, yang memperkuat transparansi melalui kanal seperti *WhatsApp* dan *Messenger.* Melalui *platform* ini, masyarakat dapat menyampaikan berita dan isu terkini yang relevan dengan kehidupan di Rejang Lebong. Kebebasan berpendapat difasilitasi oleh *fitur* komentar dan *share*, memungkinkan masyarakat untuk menyuarakan opini mereka tentang isu-isu sosial, politik, dan budaya. Diskusi terbuka ini memperkuat partisipasi publik dan mendukung masyarakat dalam mengkaji persoalan yang berpengaruh pada kehidupan mereka. Pemertahanan identitas lokal juga menjadi komponen penting, terutama melalui aktivitas *citizen journalism* di Facebook PT.Rejang Land Media, yang kerap menggunakan bahasa Rejang dan konten budaya lokal. Inisiatif ini menunjukkan komitmen terhadap pelestarian dan pengenalan budaya daerah kepada masyarakat yang lebih luas. Literasi media dan pendidikan menjadi fokus PT.Rejang Land Media dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya verifikasi informasi. Hal ini bertujuan agar masyarakat tidak hanya menjadi penerima berita, tetapi juga lebih kritis terhadap informasi yang mereka terima, sehingga mengurangi penyebaran hoaks dan meningkatkan kesadaran literasi media. Selain itu, solidaritas sosial yang diusung dalam aktivitas *citizen journalism* terlihat dalam penyebaran informasi penting, seperti berita kehilangan, penggalangan dana, atau isu sosial yang memerlukan respons bersama. Nilai solidaritas ini menggerakkan masyarakat untuk saling mendukung dan mempererat ikatan sosial melalui aksi kolektif.

Media sosial Instagram dan Facebook yang dikelola PT.Rejang Land Media berperan penting dalam memfasilitasi *citizen journalism* di Rejang Lebong. Melalui kedua *platform* ini, masyarakat dapat berpartisipasi langsung dalam pemberitaan, mengirim informasi lokal, dan berdiskusi secara terbuka mengenai isu sosial, ekonomi, politik, dan budaya yang mereka hadapi. Facebook terutama mendukung diskusi publik dengan *fitur* interaktif yang mendorong keterlibatan masyarakat dewasa, sementara Instagram menarik generasi muda melalui konten visual dan promosi karya kreatif lokal, seperti seni dan proyek wirausaha. Penggunaan bahasa daerah di Facebook juga memperkuat identitas budaya lokal dan melestarikan bahasa Rejang, sekaligus meningkatkan literasi media masyarakat dengan mendorong mereka untuk memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Melalui pemberitaan yang cepat dan transparan, PT.Rejang Land Media memperluas akses informasi bagi masyarakat Rejang Lebong, memperkuat solidaritas sosial, serta mendukung keterlibatan publik dalam berbagai isu penting.

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa perbedaan aktivitas *citizen journalism* pada *platform* Facebook dan Instagram yang dikelola PT.Rejang Land Media didasarkan pada karakteristik unik kedua *platform* dalam memenuhi kebutuhan *audiens* yang berbeda. Facebook lebih berfokus pada isu-isu politik, sosial, dan budaya lokal yang mendorong diskusi publik yang mendalam, menarik *audiens* yang lebih dewasa, dan sering menggunakan bahasa

daerah untuk memperkuat identitas budaya masyarakat Rejang Lebong. Sementara itu, Instagram menekankan visualisasi konten yang lebih kreatif dan santai, menjangkau generasi muda melalui promosi kegiatan lokal, pengembangan bakat, dan informasi pendidikan atau peluang karier.

Perbedaan ini memungkinkan PT.Rejang Land Media untuk memaksimalkan peran *citizen journalism* dengan memberikan ruang partisipasi dan keterlibatan yang relevan bagi berbagai kelompok usia. Facebook mendukung diskusi mendalam tentang isu-isu lokal dan keterbukaan informasi, sementara Instagram menjadi wadah ekspresi kreatif dan koneksi sosial bagi generasi muda. Dengan pendekatan yang berbeda ini, PT.Rejang Land Media berhasil menyediakan informasi yang relevan dan meningkatkan literasi media masyarakat, memperkuat interaksi sosial, serta mendorong solidaritas komunitas dalam menghadapi isu-isu lokal yang mempengaruhi kehidupan mereka.

REFERENSI

Agustina, D. P., & Jatmiko Adi, L. (2023). Analisis Praktik Citizen Journalism pada Akun Twitter Merapi Uncover dalam Menerapkan Kode Etik Jurnalistik. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, *5*(2), 272–287. https://doi.org/10.24076/pikma.v5i2.1068

APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang#:~:text=APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia,jiwa penduduk Indonesia tahun 2023

Bakar, A. A., Shariff, A. R. M., Huei, C. J., & Fadilah, S. I. (2024). The digital pheromone: Building digital identity of smartphone users based on time-varying multivariates. *ICT Express*, *xxxx*. https://doi.org/10.1016/j.icte.2024.07.008

Hadi, I. P. dkk. (2021). *Buku ajar Komunikasi Massa*. https://repo-dosen.ulm.ac.id/bitstream/handle/123456789/17579/Buku Ajar Komunikasi Bisnis (ABKA 3208- 2 SKS).pdf?sequence=1

Hasmawati, F. (2023). Citizen Journalism:@ Banyuasinterkini dalam Pemberitaan Isu Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, *1*(2), 107–115.

Horoub, I. (2023). Understanding media empowerment: citizen journalism in Palestine. *Humanities and Social Sciences Communications*, *10*(1), 1–10. https://doi.org/10.1057/s41599-023-01526-z

Insaroh, F. K. A. (2020). *Partisipasi Citizen Journalism di Mdeia Online Tribun Pekanbaru* (Issue 4223).

Jamil, A., & Briandana, R. (2023). Training on Beach Tourism Through Social Media: Citizen Journalism News Content Production in Sawarna. *Iccd*, *5*(1), 29–33. https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.565

Kurniasih, F., & Kurniawati, D. (2023). Peran Citizen Journalism Dalam Memberikan Informasi Tentang Kota Bengkulu Pada Akun Instagram @Bengkuluinfo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *2023*(6), 120–129. https://doi.org/10.5281/zenodo.7781201.

Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, *6*(1), 33–39. http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis

Maretta, A. C. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Saran Citizen Journalism pada Akun @kejadiansemarang*.

Marwantika, Asna Istya ., Prabowo, I. G. A. (2023). *Citizen JournalismTeori, Praktik, dan Model Literasi* (Cetakan 1).

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2018). *Terj. Qualitative data analysis: A*

Methods Sourcebook.

Mubaroq, H., & Hidayati, Y. N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Facebook Dalam Pembentukan Budaya Alone Together Pada Kalangan Remaja Di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo. *Populika*, *10*(2), 54–61. https://doi.org/10.37631/populika.v10i2.497

Pradana, C. G. W., Budiartha, I. N. P., & Arthanaya, I. W. (2022). Kedudukan Hukum Citizen Journalism (Jurnalis Warga Negara). *Jurnal Preferensi Hukum*, *3*(2), 229–234.

Riyanto, A. D. (2024). *Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024*. https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/

Roberts, J. (2019). The International Encyclopedia of Media Literacy. *The International Encyclopedia of Media Literacy*, *May*. https://doi.org/10.1002/9781118978238

Steinsbekk, S., Bjørklund, O., Valkenburg, P., Nesi, J., & Wichstrøm, L. (2024). The new social landscape: Relationships among social media use, social skills, and offline friendships from age 10–18 years. *Computers in Human Behavior*, *156*(January). https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108235

Sugiyono, P. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploiratif, Enterpretif Dan Konstruktif* (Y. Suryandari (ed.)). Alfabeta.

Suratnoaji, C., Nurhadi, & Candrasari, Y. (2019). *Buku Metode Analisis Media Sosial Berbasis Big Data*. 1–83. http://repository.upnjatim.ac.id/126/16/metode analisis Media Sosial.pdf

Wulandari, R. S., & Sari, F. K. (2022). Media Sosial sebagai Platform Pembelajaran Alternatif di Era Digital. *Prosiding Nasional Pendidikan: LPPM IKIP PGRI Bojonegoro*, *3*(1), 65–80.

Yasya Nuril Alima, Shafira Farah Ramadhanty, I. K. dan B. L. (2022). *ABSTRAK Pandemi COVID-19 memberikan dampak yang mengakibatkan industri musik merosot. Akibat dari hal tersebut, beberapa konser dan*. *19*, 236–258.